

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan telah memberikan kesempatan bagi perempuan untuk terlibat dalam dunia politik. Namun, media masih menjadi ruang yang kurang mendukung bagi perempuan. Hal ini disebabkan oleh konten media yang masih dipengaruhi oleh bias gender serta berbagai stereotip seksis dalam menggambarkan perempuan (Lavenia, 2021). Kebijakan kuota 30% perempuan di parlemen merupakan langkah awal yang baik, namun masih perlu dilengkapi dengan upaya-upaya lain untuk mewujudkan kesetaraan gender yang sesungguhnya. Selain mengubah kebijakan, perlu juga dilakukan upaya untuk mengubah *mindset* masyarakat melalui pendidikan, kampanye kesadaran, dan pemberdayaan perempuan. Media massa juga berperan signifikan dalam membentuk pandangan masyarakat serta mendorong transformasi sosial. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta lingkungan politik yang lebih inklusif dan mendukung partisipasi penuh perempuan (Santi, 2020, h.1). Rasyidin & Aruni (2016, h. 55) menyatakan keterwakilan perempuan di lembaga legislatif selalu menjadi sorotan publik. Isu gender yang erat kaitannya dengan partisipasi politik perempuan semakin menyoroti pentingnya peran media dalam membentuk opini publik. Sayangnya, banyak media massa masih kerap menampilkan pemberitaan yang tidak objektif dan bahkan merendahkan peran perempuan dalam politik, sehingga menghambat upaya untuk mencapai kesetaraan gender dalam representasi politik (Santi, 2020, h. 1).

Sementara itu, Latief, Ali, & Ahyar (2021, h. 76) menyatakan media massa kerap menjadikan perempuan sebagai objek dalam pemberitaannya. Fenomena ini sulit terhindari karena persaingan yang semakin ketat dalam *industry* media. Citra perempuan dalam media jadi tidak seimbang, baik dalam ranah hiburan, isu sosial, maupun politik. Media massa juga sering kali lebih tertarik mengulik kehidupan pribadi seorang politisi perempuan ketimbang prestasi-prestasi politiknya. Media massa memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk konstruksi sosial di

masyarakat. Jika penggambaran perempuan dalam media tidak dikritisi, maka gambaran yang ditampilkan akan dianggap sebagai sesuatu yang alami, wajar, dan sesuai dengan realitas. Padahal, jika perempuan memiliki akses yang lebih luas terhadap media, mereka dapat lebih aktif dalam mengkritisi serta membentuk identitas dan penggambaran yang lebih adil. Sayangnya, keterbatasan akses ini justru membuat perempuan semakin terpinggirkan (Latief, Ali, & Ahyar, 2021, h. 77).

Menurut Lombu (2020, h. 1) sejumlah media massa telah menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dengan menyediakan portal berita yang aksesibel dan menyajikan informasi secara cepat. Dalam operasionalnya, media memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan berita secara objektif. Dalam menjelaskan mengenai tanggung jawab untuk menjunjung objektivitas media Sukoco (2017) dalam kumparan.news menjelaskan tanggung jawab media massa dan aspek bisnis telah menjadi bahan kajian yang menarik dalam ilmu sosial. Media berkewajiban menyebarkan kebenaran kepada khalayaknya. Kesalahan yang dilakukan oleh jurnalis seperti distoris pemberitaan, pemujaan terhadap citra palsu, pencurian privasi, dan pencemaran nama baik akan berpengaruh buruk bagi masyarakat. Keberpihakan dalam pemberitaan merupakan isu krusial yang perlu diperhatikan agar media tetap netral dalam menyampaikan informasi. Masyarakat sering kali mempertanyakan objektivitas suatu media ketika menemukan kejanggalan dalam pemberitaannya. Prinsip objektivitas ini harus dijunjung oleh seluruh media massa, termasuk media daring, yang memberikan kemudahan akses informasi bagi publik. Selain itu, tuntutan untuk menyajikan berita dengan cepat mendorong para jurnalis agar segera mempublikasikan informasi yang diperoleh. Namun, desakan kecepatan ini terkadang menyebabkan media menunda proses verifikasi terhadap informasi yang telah didapatkan (Toto, 2019, h. 19).

Banyak portal berita media yang mengutamakan kecepatan dalam menyampaikan berita, dalam upaya menyebarkan berita secepat mungkin, ada kemungkinan informasi yang belum diverifikasi dengan baik menjadi tersebar. Hal ini bisa menyebabkan misinformasi atau bahkan hoaks. Salah satunya merupakan Detik.com. Pelopor jurnalistik daring di Indonesia, server detik.com sudah bisa

diakses pada 30 Mei 1998 mulai berkembang daring dengan sajian lengkap dimulai pada tanggal 9 Juli 1998 dengan berfokus pada berita tentang politik, ekonomi dan teknologi informasi. Setelah kondisi politik dan ekonomi berangsur pulih karenanya kejadian tahun 1998, detik.com memasukkan berita hiburan dan olahraga (Lombu, 2020). Detik.com memiliki tagline “*Digital Life Gateway*” yang bertujuan untuk memberikan informasi dengan cepat dan terpercaya, juga mampu memberikan layanan yang terintegritas. Kini, detik.com memiliki 12 kanal, yaitu detiknews, detikfinance, detikhot, detikinet, detiksport, detikoto, detiktravel, detikhealt, detikfloor, wolipop, 20detik, pasangmata.com (*Company profile* detik.com, 2021).

Menurut Nurbaya (2016, h. 44) sejauh ini dapat dikatakan bahwa hanya ada satu gaya pemberitaan *online* yaitu gaya detik.com. Gaya seperti itu yang dapat ditiru oleh media-media *online* sehingga hanya terkesan seperti memindahkan gaya media cetak ke media *online*. Detik.com menerapkan konsep pemberitaan yang berfokus pada 3W, yakni *what* (apa), *where* (di mana), dan *when* (kapan), dengan tujuan utama menyampaikan informasi secepat mungkin kepada pembaca. Namun, pendekatan ini bertentangan dengan standar ideal dalam jurnalisme yang mengacu pada prinsip 5W+1H, yaitu *what* (apa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), *who* (siapa), dan *how* (bagaimana). Akibatnya, terdapat risiko ketidaklengkapan informasi dalam berita yang disajikan (Prasty, 2012, h. 167). Selain itu, Detik.com juga menerapkan metode pemberitaan dengan prinsip *cover both sides* yang dilakukan secara bertahap. Menurut Prasty (2012, h. 169) pihak Detik.com menyadari bahwa pendekatan ini berpotensi melanggar kaidah jurnalistik serta sering kali menuai protes dari pembaca. Namun, mereka tetap berpendapat bahwa metode tersebut tidak sepenuhnya bertentangan dengan prinsip jurnalistik, sebab berita lanjutan akan disertai dengan tautan berita terkait (*related link*).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis objektivitas pemberitaan Detik.com terkait pengangkatan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA). Fokus kajian ini adalah bagaimana Detik.com memberitakan penunjukan Veronica Tan dalam jabatan tersebut.

Veronica Tan merupakan mantan istri dari politikus sekaligus mantan gubernur DKI Jakarta yaitu Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), Perjalanan karier Veronica Tan pernah menjabat sebagai Ketua Yayasan Kanker Indonesia (YKI) dan juga sebagai Ketua Tim Penggerak PKK Jakarta (Pamungkas, 2020). Pemberitaan tentang Veronica Tan muncul setelah menyambangi kediaman Presiden RI Prabowo Subianto di Jl. Kertanegara IV, Jakarta Selatan pada hari senin 14 Oktober 2024. Pertemuan tersebut membahas harapan Veronica Tan dalam melayani masyarakat terutama anak-anak.

Pemberitaan tentang penunjukan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA dipublikasikan oleh Detik.com dengan sangat cepat bahkan pada tanggal 14 Oktober 2024 detik.com menyajikan pemberitaan mengenai Veronica Tan sebanyak lima artikel berita dalam sehari. Berikut judul dan waktu postingan detik.com dalam tabel berikut.

Tabel 1.1 Pemberitaan Veronica Tan pada tanggal 14 Oktober 2024

No	Judul Berita	Tanggal Publikasi
1	Veronica Tan Menghadap Prabowo di Tengah Pemanggilan Calon Menteri! https://news.detik.com/berita/d-7587851/veronica-tan-menghadap-prabowo-di-tengah-pemanggilan-calon-menteri	Senin, 14 Oktober 2024 Pukul 19.47 WIB
2	Veronica Tan Berharap Bisa Melayani, Diskusi Soal Ibu-Anak dengan Prabowo https://news.detik.com/berita/d-7587899/veronica-tan-berharap-bisa-melayani-diskusi-soal-ibu-anak-dengan-prabowo	Senin, 14 Oktober 2024 Pukul 20.13 WIB
3	Video Mantan Istri Ahok, Veronica Tan Dipanggil Prabowo Jadi Calon Menteri https://20.detik.com/detikupdate/20241014-241014127/video-mantan-istri-ahok-veronica-tan-dipanggil-prabowo-jadi-calon-menteri	Senin, 14 Oktober 2024 Pukul 21.23 WIB
4	Veronica Tan Merapat ke Rumah Prabowo, Diskusi soal Ibu-Anak https://www.detik.com/jateng/berita/d-7588044/veronica-tan-merapat-ke-rumah-prabowo-diskusi-soal-ibu-anak	Senin, 14 Oktober 2024 Pukul 21.43 WIB

5	Prabowo Panggil Para Calon Menteri, dari Sri Mulyani hingga Mantan Istri Ahok https://www.detik.com/bali/berita/d-7588083/prabowo-panggil-para-calon-menteri-dari-sri-mulyani-hingga-mantan-istri-ahok	Senin, 14 Oktober 2024 Pukul 22.30 WIB
---	--	---

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh (Kusno, 2018) yang berjudul Teks Berita Republika Terkait Perceraian Ahok dan Veronica Tan menunjukkan hasil bahwa analisis tekstual terhadap pemberitaan Republika mengenai perceraian Ahok menunjukkan penggunaan pemilihan judul yang tidak menyudutkan Ahok, namun di bagian penutup berita digunakan kalimat argumentatif untuk menetralkan isu negatif dengan kalimat positif. Republika menggunakan gramatika transitif untuk mengungkapkan hal-hal negatif terkait Ahok, dengan porsi kalimat negatif yang lebih dominan. Penggunaan kosakata eksperiensial memperkuat citra negatif terhadap pribadi Ahok, termasuk dengan membahas kasus-kasus terdahulu yang membelitnya. Dalam dimensi praktik wacana, pemberitaan tidak bisa dipisahkan dari sosok pribadi Ahok, yang menjadi sorotan publik terkait isu perceraian dan dugaan pengaruh kasus korupsi (Kusno, 2018). Hal ini berhubungan dengan cara media dalam menentukan judul berita berdasarkan aspek objektivitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana objektivitas detik.com dalam melaporkan berita mengenai Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA..

Penelitian tentang objektivitas di media daring yang dilakukan oleh Superi Yanthi Lumbu pada tahun 2020 dengan judul Objektivitas Berita di Detik.com (Analisis Isi Pemberitaan Penunjukkan Basuki Tjahja Purnama sebagai Komisaris Utama Pertamina di Detik.com Periode 13-28 November 2019). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif untuk mengukur objektivitas berdasarkan dua aspek: imparialitas dan faktualitas. Aspek imparialitas diukur dengan tujuh unit analisis seperti sensasionalisme, stereotipe, dan balance, sedangkan aspek faktualitas diukur berdasarkan kebenaran dan relevansi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik.com memiliki keberimbangan (balance) yang rendah, dengan 48% artikel yang hanya menggunakan satu sumber dan tidak memenuhi unsur cover both side. Meskipun demikian, Detik.com tetap menjaga

netralitas dalam pemberitaan. Di sisi lain, aspek kebenaran (truth) dan relevansi memperoleh skor tinggi, karena 90% artikel memenuhi unsur 5W+1H dan dapat diverifikasi kebenarannya. Kesimpulannya, pemberitaan Detik.com tentang penunjukan Basuki Tjahaja Purnama memenuhi standar faktualitas, namun belum sepenuhnya memenuhi standar imparialitas (Lombu, 2020).

Penelitian ini menelaah objektivitas pemberitaan Pilkada DKI Jakarta putaran pertama di media daring Detiknews dengan menerapkan teknik analisis isi kuantitatif untuk mengukur faktualitas dan imparialitas. Pengumpulan data dilakukan melalui fitur Detiksearch dalam rentang waktu 26 Oktober 2016 hingga 11 Februari 2017. Dimensi faktualitas dievaluasi berdasarkan aspek kebenaran dan keterkaitan, dengan indikator faktualitas, ketepatan, serta kelengkapan berita. Hasil pemberitaan menunjukkan keseimbangan dalam penyajian fakta serta tingkat kelengkapan unsur 5W+1H yang cukup tinggi. Sementara itu, dimensi imparialitas dianalisis melalui aspek keseimbangan dan netralitas. Keseimbangan di Detiknews terbilang rendah karena sebagian besar berita hanya mengutip satu sumber atau menunjukkan kecenderungan berpihak. Namun, Detiknews tetap menjaga netralitas dengan minimnya opini yang dapat mempengaruhi sudut pandang pembaca. Berdasarkan temuan ini, pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Detiknews tergolong cukup menyeluruh, kecuali dalam cakupan peliputan dari dua sisi. Penulis merekomendasikan pengembangan lebih lanjut, khususnya dalam indikator netralitas, terutama pada platform terbuka seperti media sosial atau blog yang memungkinkan partisipasi pembaca sebagai contributor (Rumata, 2017).

Yanthi Lumbo dan Mutiara Rumata meneliti mengenai objektivitas dalam pemberitaan di media online. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media yang dianalisis, yakni Detik.com, masih belum sepenuhnya mencapai standar objektivitas. Fokus utama Detik.com dalam menyajikan berita dengan cepat agar menjadi yang pertama sering kali menyebabkan kesalahan fakta dalam pemberitaan. Tuntutan untuk menyajikan informasi secara cepat berdampak pada akurasi dan kelengkapan berita yang disajikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis objektivitas pemberitaan Detik.com dalam peliputan terkait penunjukan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA. Perbedaan

sekaligus kontribusi baru dalam penelitian ini dibandingkan riset sebelumnya terletak pada kasus dan objek yang dikaji, serta indikator yang digunakan dalam menilai dimensi imparialitas dan faktualitas dalam berita yang diterbitkan oleh Detik.com.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah objektivitas pemberitaan detik.com tentang penunjukkan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana objektivitas pemberitaan detik.com tentang penunjukkan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan untuk memberikan manfaat bagi para peneliti lain untuk dijadikan referensi dalam melakukan penelitian memahami isi dan objektivitas media daring dalam penunjukkan pejabat perempuan terutama Veronica Tan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca untuk memahami isi dan objektivitas media daring.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan suatu proses menciptakan makna bersama antara media massa dan audiennya. Bagaimana pesan tersebut disampaikan dari media massa ke audiens dalam skala besar (Baran, 2023, h. 6). Jika berbicara mengenai komunikasi massa, maka komunikasi massa merupakan bagaimana berkomunikasi dengan banyak orang, bahkan jutaan orang yang seringkali secara bersamaan. Cara untuk menyampaikan pesan-pesan ini adalah melalui media massa (Paxson, 2018, h. 4). Dalam banyak hal, Komunikasi massa lebih mengutamakan jumlah dibandingkan mutu, sedangkan komunikasi interpersonal lebih menekankan kualitas daripada kuantitas. Komunikasi massa mampu mencapai audiens yang lebih luas dalam satu waktu dibandingkan dengan komunikasi interpersonal (Paxson, 2018, h. 5). Salah satu perbedaan utama antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa yaitu dalam komunikasi massa jauh lebih mungkin untuk menerima umpan balik dibandingkan dalam komunikasi massa (Paxson, 2023. h. 5).

Komunikasi massa memerlukan teknologi, yang saat ini terdapat banyak bentuk komunikasi massa bergantung pada perangkat elektronik. Komunikasi massa memiliki perkembangan pesat berkat kemajuan teknologi, yang memungkinkan penyampaian pesan kepada audiens dalam jumlah besar dan dalam waktu yang relative singkat, salah satu aspek pentingnya adalah teknologi yang pada awalnya dimulai dengan penemuan huruf cetak yang dapat dipindahkan dan mesin cetak (Paxson, 2018, h. 7).

2. Media Massa

Tidak peduli bagaimana kita memilih untuk melihat proses komunikasi massa, tidak bisa dipungkiri bahwa sebagian besar hidup seseorang dihabiskan untuk berinteraksi dengan media massa (Baran, 2023, h. 15). Media daring yaitu media massa yang dapat diakses dengan menggunakan internet, maka media daring juga dapat dikatakan menggunakan kaidah jurnalistik dalam sistem kerjanya sebagai sebuah media massa. Internet memiliki beberapa karakteristik yang menjadi ciri khas yaitu berbasis teknologi, fleksibel, berpotensi interaktif, berfungsi secara *private* dan publik, memiliki aturan yang sederhana, dan saling terhubung. Menurut Cahyanda (2016, hal.18) dengan berkembangnya media yang sangat cepat maka pengguna internet bertumbuh dengan pesat. Program ini lah yang disebut dengan *www* atau *World Wide Web*. Seiring dengan kemajuan komunikasi dan meningkatnya kebutuhan, penggunaan media sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas menjadi semakin penting. Media berfungsi sebagai sarana bagi komunikator dalam mengirim, meneruskan, dan menyebarkan pesan. Hal ini dapat terlihat dari beragamnya jenis media, terutama media daring yang berbasis internet dalam menyampaikan informasi. Media *online* berfungsi sebagai sebuah entitas yang mampu mendistribusikan informasi dalam bentuk pesan yang dapat memengaruhi secara *virtual*.

Perbedaan pandangan mengenai kekuatan teknologi menjadi inti dari perbedabatan yang muncul seiring dengan hadirnya teknologi komunikasi baru. Pertanyaan yang mendasar adalah apakah keberagaman media di era digital menjadikan kita lebih berdaya atau justru semakin kehilangan kendali, jika sepenuhnya teknologi mengendalikan kita, maka budaya yang terbentuk di sekitar

kita bukanlah hasil dari kehendak individu atau masyarakat. Namun apabila teknologi bersifat netral dan pengaruhnya ditentukan oleh cara kita memanfaatkannya, maka manusia memiliki peluang untuk menggunakan teknologi secara bijaksana dan bertanggung jawab dalam membangun serta mempertahankan budaya sesuai dengan nilai-nilai yang diinginkannya (Baran, 2023, h. 17).

Teknologi tidak dapat disangkal memiliki dampak yang signifikan terhadap komunikasi, ia berkontribusi dalam mengubah elemen-elemen dasar dalam proses komunikasi. Tetapi teknologi tidak dapat menggantikan tanggung jawab manusia dalam menggunakan komunikasi massa secara bertanggung jawab (Baran, 2023, h. 17).

3. Berita

Internet di Indonesia bermula pada tahun 1990-an yang awalnya proyek hobi yang dilakukan oleh beberapa orang yang tertarik membangun internet, yaitu Rahmat M. Samik-Ibrahim, Suryono Adisoemarta, Muhammad Ihsan, Robby Soebiakto, Putu Surya, Firman Siregar, Adi Indrayanto, Onno W. Purbo (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 15). Indonet merupakan jasa layanan internet komersil pertama yang berdiri pada tahun 1994. Catatan mengenai media pertama yang hadir di internet adalah Republika Online (www.republika.co.id) yang tayang perdana pada tanggal 17 Agustus 1994, lalu 1996 awak tempo yang majalahnya dibredel oleh rezim orde baru mendirikan tempointeraktif kini disebut (www.tempo.co). Bisnis Indonesia juga meluncurkan situsnya pada tanggal 2 September 1996. Lalu pada tanggal 11 Juli 1997, Harian Waspada di Sumatera Utara meluncurkan Waspada Online (www.waspada.co.id). Muncul Kompas Online (www.kompas.com) pada 22 Agustus 1997. Berikut merupakan generasi pertama media online di Indonesia yang kontennya hanya memindahkan halaman edisi cetak ke internet. Namun, berbeda halnya dengan tempointeraktif yang tidak lagi memiliki edisi cetak. Internet pada jamannya belum sangat populer di Indonesia, berita hanya tayang di situs-situs media online yang statis. Selain itu, situs-situs berita tersebut belum berorientasi menjadi bisnis (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 16)

Besarnya penggunaan internet di Indonesia sangat terlihat di dunia media sosial. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan tingkat aktivitas media sosial tertinggi (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 24). Indonesia dikenal sebagai pengakses internet yang paling aktif untuk mencari informasi, dari 100 persen pengakses internet, maka 67 persennya merupakan pencari informasi (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 25). Pengguna internet di Indonesia tumbuh sangat pesat, karakteristik dan perilakunya teridentifikasi tidak keruan atau cenang perenang. Hal ini yang menjadikan potensial bagi industri (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 26). Optimisme bisnis disampaikan oleh Sapto Anggoro yang kala itu di tahun 2011 menjabat sebagai direktur operasional Detik.com yang mengungkapkan bahwa biaya operasional awak redaksi sebanyak 200 jurnalis menghabiskan uang sekitar Rp 5 sampai 6 miliar perbulan. Di akhir tahun 2011 setidaknya detik.com menduduki situs berita nomor 1 di Indonesia berdasarkan ranking alexa yang mampu menghasilkan Rp. 120 miliar. Penghasilan tersebut berdasarkan iklan *banner*, *partnership program marketing* dan *ring back tone* (RBT) dengan operator Indosat. Lalu yang kedua diduduki oleh Kompas.com berdasarkan ranking alexa, dan yang ketiga diduduki oleh *vivanews.com* berdasarkan ranking alexa. (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 27)

Ward (dalam Margianto & Syaefullah, 2012, h. 33) menyatakan kemunculan internet sebagai media baru dengan berbagai implikasi dan penerapannya akan menimbulkan dinamika baru dalam ranah etika. Setidaknya, terdapat dua tingkatan utama dalam persoalan etika jurnalistik. Pertama, isu etis yang timbul ketika praktik jurnalistik modern berbaur dengan interaksi pembaca. Kedua, gaya jurnalistik online yang berkembang di Indonesia memiliki karakteristik tersendiri. Gaya baru ini dianggap unik karena berbeda dari model jurnalistik tradisional yang selama ini diterapkan di media cetak dan televisi. Terdapat beberapa persoalan etik menurut Margianto & Syaefullah (2012, h. 33) yaitu, Internet yang berkembang melahirkan media sosial membuka ruang seluas-luasnya kepada masyarakat untukewartakan apa yang mereka tahu, lihat, dan dengar. Media *online* membuka ruang-ruang percakapan publik pada halaman komentar yang disediakan pada

setiap berita. Ruang interaktif niscara memang merupakan *nature* media online (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 34).

Selanjutnya persoalan yang kedua adalah, terkait langgam baru jurnalistik yang pertama kali dipelopori oleh detik.com secara cepat dan ringkas, detik.com ingin memberikan informasi secara jelas dan kredibel tidak perlu melewati proses cetak, berita-berita detik.com bisa tayang dengan cepat hari itu juga. Halaman situs detik.com terus menampilkan detik-detik perkembangan situasi terkini. Takbisa dipungkiri bahwa gaya detik.com ala Sapto menjadi kiblat bagi situs-situs media online yang muncul kemudian. Perihal cepat merupakan ideologi baru yang terkesan mengalahkan nilai-nilai di dalamnya (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 38). Cepat sangat berpengaruh kepada implikasi serius mengenai akurasi. Atas dasar cepat, seringkali berita tayang tanpa akurasi. Mulai dari hal sedarhana yaitu nama narasumber hingga yang paling serius yaitu substansi berita. Atas nama kecepatan, media seolah tidak memperdulikan hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar sebagaimana telah tercantum dalam Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) Butir 1 (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 39)

Persoalan ketiga menurut Margianto & Syaefullah (2012, h. 43) adalah *cover both side* yaitu soal berita yang berimbang, hal ini menyinggung prinsip lawas jurnalistik yang tercantum dalam butir 3 KEWI:

“Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.” Pasal 3 KEJ juga menegaskan hal yang sama: “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.” Dijelaskan dalam KEJ, menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi itu. Sementara, berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.”

Sehubungan dengan Kode Etik Wartawan Indonesia pada butir 3 yang menyatakan bahwa masyarakat memiliki hak penuh untuk mendapatkan informasi yang sebenar-benarnya. Namun sepanjang 2011, Dewan PERS menerima 64 pengaduan perihal pelanggaran kode etik yang dilakukan media online, 30 diantaranya adalah menyangkut berita yang tidak berimbang, lalu berita yang tidak akurat, berprasangka SARA, dll (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 44).

Persoalan keempat, media internet memiliki karakter yang khas, kekhasan ini tidak hanya perlu diketahui oleh para pengelola media namun pembaca perlu diedukasi mengenai medium baru itu. Media online perlu mendidik pembacanya bagaimana cara memahami gaya pemberitaan online terhadap persoalan akurasi dan keberimbangan berita. Media online wajib memberitahu berita yang ditayangkan sudah teruji dalam dua kaidah tersebut. (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 45)

Terakhir, *content aggregator* artinya situs yang mengumpulkan aneka informasi dari berbagai situs lain. Contohnya adalah google dan yahoo. Hal ini google maupun yahoo tidak perlu memproduksi hanya mengumpulkan. Praktik seperti ini dapat dilakukan secara otomatis melalui *system* RRS dan sejenisnya. Yang jadi permasalahannya adalah ketika situs pengemul itu kemudian mendulang bisnis dari sesuatu yang tidak diproduksinya sendiri sangat tidak etis (Margianto & Syaefullah, 2012, h. 46)

4. Wajah Politisi Perempuan di Media Massa

Representasi pejabat publik perempuan dalam media tidak hanya menyangkut pemberitaan tentang kinerja dan kebijakan mereka, tetapi juga menyentuh ranah identitas pribadi, penampilan fisik, hingga peran domestik. Media memiliki kekuatan untuk membentuk citra atau “wajah” politisi perempuan di ruang publik. Dalam konteks ini, wajah politisi perempuan merujuk pada bagaimana identitas, peran, dan kapasitas mereka dibingkai dan dimaknai oleh media dalam pemberitaan. Dalam ranah politik, politisi perempuan sering dihadapkan pada dua standar ganda, jika mereka menunjukkan ketegasan dan konsistensi dalam menyampaikan gagasan politik, mereka dianggap bertentangan dengan sifat feminim. Sebaliknya, jika pejabat perempuan menampilkan emosi, hal itu digambarkan sebagai upaya memanfaatkan identitas gender untuk memperoleh simpati publik (Latief, Ali, & Ahyar, 2021).

Studi tentang representasi perempuan dalam media menunjukkan bahwa perempuan kerap direduksi menjadi objek visual atau naratif yang dipengaruhi oleh konstruksi sosial patriarkal. Van Zoonen (1994) dalam *Feminist Media Studies* menegaskan bahwa media beroperasi dalam sistem nilai yang sarat bias gender,

yang menyebabkan perempuan lebih sering disoroti berdasarkan atribut personal dan visual, bukan profesionalisme atau gagasan mereka. Gill (2007) menambahkan bahwa media masa kini kerap menggunakan pendekatan postfeminisme—yakni seolah-olah menampilkan perempuan sebagai sosok berdaya, namun tetap menilai mereka dari sisi penampilan dan kesesuaian terhadap norma kecantikan serta nilai-nilai tradisional. Dalam hal ini, wajah politisi perempuan dibentuk melalui narasi ganda: sebagai simbol keberdayaan sekaligus objek penilaian berdasarkan peran feminin.

Menurut Ross dan Carter (2011) media sering kali tidak memberikan ruang yang sama antara laki-laki dan perempuan dalam politik: perempuan dinilai dari latar personal, sedangkan laki-laki dari kinerja. Hal ini menciptakan kesenjangan citra yang membentuk persepsi publik secara tidak adil terhadap pejabat perempuan.

5. Objektivitas

Objektivitas merupakan suatu praktik media dan sikap dalam mengumpulkan, memproses, dan menyebarkan suatu informasi (McQuail, 2010, h. 200). Menurut McQuail dalam bukunya yang berjudul *Mass Communication Theory* terdapat tiga konsep objektivitas yaitu objektivitas menjabarkan konsep independensi dan netralitas jurnalis terhadap objek pemberitaannya, upaya untuk menjaga objektivitas, objektivitas merupakan prasyarat mutlak untuk mencapai akurasi, relevansi, dan kelengkapan informasi, yang merupakan indikator utama kebenaran.

Westerstahl (dalam McQuail, 2010, h. 201) objektivitas dibagi menjadi dua komponen yaitu faktualitas dan imparsialitas. Dalam konsep yang dipaparkan oleh Westerstahl faktualitas mengacu pada sebuah laporan Faktualitas menuntut agar sebuah laporan berita mampu membedakan dengan jelas antara fakta yang dapat dibuktikan dan opini yang merupakan pandangan pribadi (McQuail, 2010, h. 201). Faktualitas memiliki tiga aspek yaitu kebenaran (*truth*), relevansi (*relevance*) dan *informativeness*. Terdapat tiga kriteria kebenaran (*truth*), yaitu keaslian (*factualness*), kelengkapan informasi (*completeness*), dan akurasi (*accuracy*).

1). *Truth Criteria*

a. *Factualness*

Secara umum, *factualness* adalah kunci dalam menghasilkan berita yang berkualitas, namun berita yang faktual tidak hanya memberikan informasi yang akurat, tetapi perlu juga membangun kepercayaan publik terhadap media. *Checkability* dan *readability* merupakan dua aspek yang penting digunakan untuk mengukur tingkat dari *factualness* dari sebuah berita. *Checkability* mengacu kepada kemampuan pembaca untuk memverifikasi kebenaran informasi yang disajikan dalam berita. Semakin mudah informasi tersebut di verifikasi, semakin tinggi tingkat *checkability*-nya. *Readability* berkaitan dengan kejelasan dan kemudahan memahami informasi dalam berita. Semakin mudah dipahami, semakin tinggi tingkat *readability*-nya (McQuail, 2010).

b. *Accuracy*

Akurasi dalam jurnalisme merupakan cerminan dari komitmen terhadap kebenaran dan merupakan fondasi dari kepercayaan publik. Untuk mencapai akurasi, jurnalis harus melakukan proses verifikasi yang ketat terhadap setiap informasi yang diperoleh, mulai dari pengecekan terhadap berbagai sumber yang kredibel hingga konfirmasi dengan narasumber. Selain itu, akurasi juga mencakup konsistensi internal dalam sebuah laporan berita, kesesuaian dengan konteks yang lebih luas, serta kemampuan untuk menyajikan informasi secara seimbang dan tidak memihak. Dalam era informasi yang serba cepat, menjaga akurasi menjadi tantangan yang semakin kompleks, namun tetap menjadi tanggung jawab moral setiap jurnalis (McQuail, 2010, h, 355).

c. *Completeness*

Kelengkapan dalam sebuah berita mengacu pada sejauh mana informasi yang disajikan mampu memberikan gambaran utuh dan menyeluruh mengenai suatu peristiwa. Untuk mencapai kelengkapan, seorang jurnalis perlu cermat dalam memilih informasi yang relevan dan penting bagi khalayak. Salah satu standar baku dalam mengukur kelengkapan berita adalah dengan memenuhi unsur 5W (McQuail, 2010, h. 356). Konsep kelengkapan dalam jurnalisme berarti sebuah berita tidak hanya menyajikan fakta-fakta dasar, tetapi juga memberikan konteks yang cukup bagi pembaca untuk memahami peristiwa secara komprehensif. Menurut McQuail

(2010,h. 355) agar sebuah berita dianggap lengkap, maka harus menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar mengenai peristiwa tersebut, yaitu:

- Apa yang terjadi? (*What*) : Inti dari peristiwa yang diberitakan harus jelas dan terdefinisi.
- Siapa yang terlibat? (*Who*) : Tokoh-tokoh utama dan pihak-pihak yang terkait dengan peristiwa harus disebutkan.
- Di mana peristiwa terjadi? (*Where*) : Lokasi terjadinya peristiwa harus disebutkan secara spesifik.
- Kapan peristiwa terjadi? (*When*) : Waktu kejadian harus disajikan dengan jelas dan tepat.
- Mengapa peristiwa terjadi? (*Why*) : Penyebab atau latar belakang terjadinya peristiwa perlu dijelaskan.
- Bagaimana peristiwa terjadi? (*How*) : Proses terjadinya peristiwa dapat dijelaskan secara ringkas

2). *Relevance*

Konsep relevansi dalam dunia jurnalisme mengacu pada sejauh mana sebuah berita dianggap penting dan bermakna bagi khalayak (McQuail, 2010, h. 201). McQuail menjelaskan bahwa relevansi bukan sekadar pemilihan informasi secara acak, melainkan sebuah proses seleksi yang didasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria ini, menurut McQuail (2010, h. 356) dapat dilihat dari tiga perspektif utama. Pertama, relevansi dapat didekati dari sudut pandang teoritis. Teori jurnalistik memberikan kerangka kerja mengenai bagaimana seharusnya sebuah berita disusun dan informasi apa saja yang perlu disertakan. Perspektif ini menekankan pada aspek objektivitas, akurasi, dan kepentingan publik dalam sebuah berita. Sebuah berita dianggap relevan jika memenuhi standar-standar yang ditetapkan oleh teori jurnalistik. Kedua, relevansi juga dipengaruhi oleh perspektif jurnalis profesional. Seorang jurnalis, dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimilikinya, akan memiliki penilaian tersendiri mengenai berita mana yang dianggap penting dan layak untuk diberitakan. Jurnalis memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan agenda media, yaitu isu-isu apa yang akan menjadi

fokus perhatian publik. Ketiga, relevansi dapat dilihat dari sudut pandang khalayak. Apa yang dianggap relevan oleh jurnalis belum tentu dianggap relevan oleh khalayak. Khalayak memiliki minat dan preferensi yang berbeda-beda, sehingga apa yang dianggap menarik dan berguna oleh satu kelompok masyarakat belum tentu dianggap demikian oleh kelompok masyarakat lainnya. Oleh karena itu, dalam menentukan relevansi sebuah berita, perlu mempertimbangkan minat dan kebutuhan khalayak.

McQuail (2010, h. 356) mengidentifikasi lebih lanjut, setidaknya terdapat tiga dimensi relevansi yang saling berkaitan, yaitu relevansi sosial: Sebuah berita dianggap relevan jika memiliki dampak atau pengaruh terhadap kehidupan sosial masyarakat, relevansi unik: Berita yang menyajikan informasi yang unik, tidak biasa, atau mengejutkan cenderung menarik perhatian publik, relevansi temporal: Berita yang berkaitan dengan peristiwa terkini atau peristiwa yang sedang berlangsung cenderung dianggap lebih relevan dibandingkan dengan berita yang sudah lama terjadi.

Komponen kedua dari kerangka objektivitas yang dipaparkan oleh Westerstahl adalah imparzialità. Konsep imparzialità, yang kerap dijadikan patokan untuk menilai kualitas sebuah berita, merupakan bagian integral dari objektivitas. McQuail (2010, h. 202) menjelaskan bahwa imparzialità terdiri dari dua dimensi utama, yaitu keberimbangan (*balance*) dalam memberikan ruang untuk pendapat berbeda dan netralitas (*neutrality*) dalam penyajian berita. Konsep imparzialità dalam jurnalistik menuntut media untuk menyajikan berita secara adil dan tidak memihak. Menurut McQuail (2010, h. 356) keadilan ini terwujud melalui dua aspek utama:

- **Balance:** Aspek ini menyiratkan bahwa media harus memberikan ruang yang seimbang kepada semua pihak yang terlibat dalam suatu peristiwa. Setiap sudut pandang harus dipertimbangkan dan diberikan porsi yang proporsional dalam pemberitaan.
- **Netralitas:** Aspek ini berkaitan dengan cara penyampaian berita. Jurnalis harus menghindari bahasa yang bias, opini pribadi, atau interpretasi yang berlebihan.

Tujuannya adalah agar pembaca dapat membentuk opini sendiri berdasarkan fakta yang disajikan.

McQuail (2010, h. 357) menyatakan bahwa penyajian berita yang netral dalam hal ini sangat berkaitan dengan penyajian yang menghindari bias ataupun sensasionalisme, dapat diukur dengan meneliti pemilihan kata yang dapat dicerminkan atau menyiratkan nilai-nilai tertentu.

1). *Balance* (keberimbangan)

Menurut McQuail (1992, h. 201) konsep *balance* dalam pemberitaan berkaitan dengan bagaimana hubungan antara fakta serta sudut pandang yang memiliki nilai tertentu diperlakukan dalam media, termasuk apakah fakta yang ada disertakan atau dihilangkan dalam suatu perdebatan. Selain itu, denotasi menjadi hal yang penting dalam menganalisis keseimbangan dalam pemberitaan. Menurut Rahayu (2006, h. 23) Analisis isi dapat digunakan untuk mengukur tingkat *balance* ini dengan menghitung jumlah ruang yang diberikan pada masing-masing pihak. Melalui perhitungan ini, kita bisa mengidentifikasi adanya kecenderungan atau bias dalam pemberitaan. Terdapat tiga aspek yang harus diperhatikan dalam mengevaluasi *balance*: keberadaan *source bias*, adanya sudut pandang yang dominan (*slant*), dan sejauh mana pemberitaan tersebut menyimpang dari prinsip *cover both sides*. Prinsip terakhir ini menekankan pentingnya memberikan ruang yang sama kepada semua pihak yang berkepentingan.

a) *Source Bias*

Aspek ini mengevaluasi apakah sumber berita yang dikutip dalam suatu liputan telah dipilih secara adil dan seimbang, atau apakah terdapat kecenderungan untuk lebih mengutamakan sumber tertentu (Rahayu, 2006, h. 23).

b) *Slant*

Slant merujuk pada kecenderungan media atau wartawan untuk menyisipkan opini atau pandangan pribadi mereka dalam sebuah berita. Hal ini dapat teridentifikasi dari adanya bias atau kecenderungan dalam pemilihan kata, kalimat, atau sudut pandang yang menguntungkan salah satu pihak. Adanya *slant* menunjukkan bahwa media tersebut tidak sepenuhnya objektif (Rahayu, 2006, h. 23).

c) *Cover Both Side*

Prinsip *cover both sides* menyiratkan adanya keseimbangan dalam penyajian berita, di mana kedua belah pihak yang berseteru diberikan porsi yang sama untuk menyampaikan pandangannya. Ketidakseimbangan seringkali terjadi pada isu-isu kontroversial, dan dapat diukur dari jumlah ruang atau waktu yang diberikan pada masing-masing pihak (Rahayu, 2006, h. 23).

2). *Neutrality* (netralitas)

McQuail (2010) netralitas merupakan aspek yang berhubungan dengan penyajian berita, penggunaan kata-kata yang menimbulkan sensasi atau ambigu dapat mengkompromikan netralitas. *Neutrality* memiliki prinsip *non-evaluative* (tidak memberikan penilaian terhadap berita) dan *non-sensational* (tidak melebih-lebihkan fakta). Menurut Rahayu (2006, h. 24) terdapat empat aspek utama yang digunakan untuk mengukur netralitas media adalah *sensasionalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*.

a. *Sensasionalism*

McQuail (1992, h. 233) menyatakan sensasionalisme diartikan sebagai sifat yang menimbulkan sensasi. Sensasionalisme tidak bisa dibenarkan dalam karya jurnalistik. Terdapat unsur sensasionalisme dalam suatu berita yang dapat diukur melalui tiga kategori menurut, yaitu:

- Personalisasi dalam berita artinya membuat satu orang atau tokoh tertentu terlihat sangat penting dan berpengaruh dalam suatu peristiwa, padahal mungkin tidak semua seperti itu.
- Emosionalisme dalam berita adalah ketika berita terlalu banyak menggunakan kata-kata yang menimbulkan perasaan seperti sedih, marah, atau senang, sehingga kita jadi lebih fokus pada perasaan daripada fakta sebenarnya.
- Dramatisasi dalam berita adalah ketika berita dibuat seolah-olah seperti drama yang menarik, dengan kata-kata yang berlebihan dan membuat cerita jadi lebih heboh.

b. *Stereotype*

Menurut McQuail (1992) *Stereotype* dalam konteks pemberitaan yang berkaitan dengan ada atau tidaknya pemberian atribut individu maupun kelompok tertentu dalam berita. Atribut tersebut mungkin memiliki asosiasi yang positif maupun negative, namun yang jelas tidak pernah bersifat netral. *Stereotype* yang baik maupun buruk akan berdampak kepada wartawan atau media terhadap seseorang ataupun kelompok yang ada dalam masyarakat.

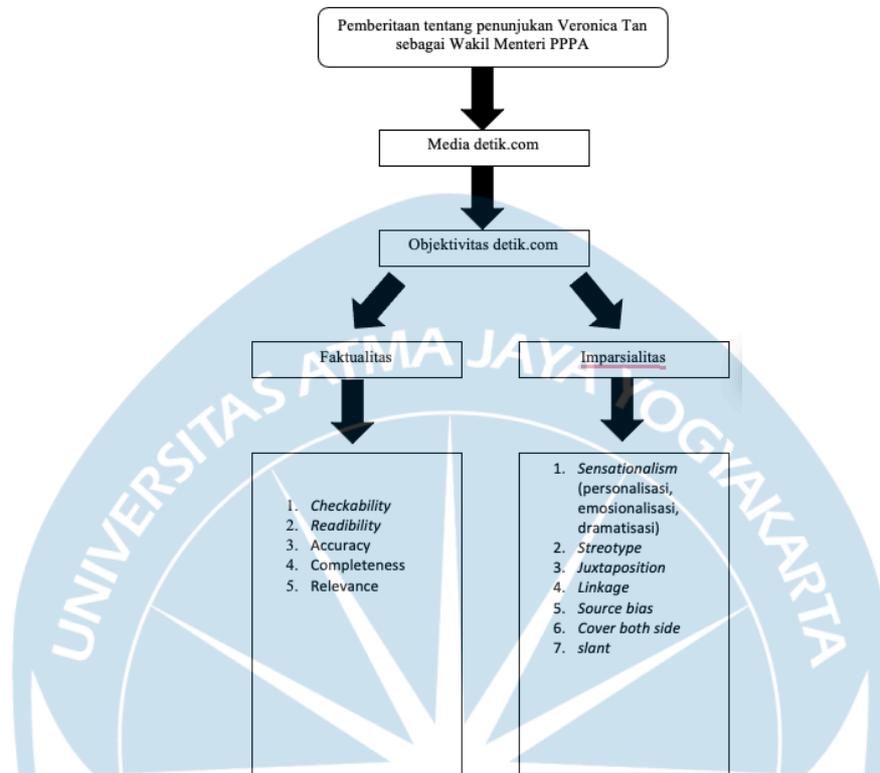
c. Juxtaposition

Juxtaposition merupakan teknik jurnalistik yang menempatkan dua fakta atau ide yang berlawanan secara berdampingan untuk menciptakan efek kontras yang dramatis. Teknik ini dapat mengubah persepsi pembaca terhadap hubungan antara kedua elemen tersebut (Rahayu, 2006, h. 26).

d. Linkage

Linkage melibatkan penciptaan hubungan sebab akibat antara dua peristiwa yang mungkin tidak terkait secara langsung. Dengan menyandingkan kedua peristiwa tersebut, wartawan berusaha untuk menunjukkan bahwa satu peristiwa merupakan akibat dari peristiwa lainnya tersebut (Rahayu, 2006, h. 26).

F. Kerangka Konsep



Gambar 1.1 Kerangka Konsep

Pemberitaan tentang penunjukan Veronica Tan menjadi Wakil Menteri PPPA mulai muncul pada saat beliau memenuhi undangan dari Prabowo Subianto selaku presiden terpilih 2024-2029 pada tanggal 14 Oktober 2024 sekitar pukul 19.42 WIB. Media di Indonesia terus memberitakan pemanggilan calon Menteri dan Wakil Menteri yang akan masuk ke kabinet Prabowo Subianto. Jurnalis media detik.com yaitu Firda Cynthia Anggarainy dan Maulana Ilhami Fawdi menjadi pelopor media online di Indonesia untuk menggunggah berita pada pukul 19.47 WIB. Detik.com sangat memprioritaskan kecepatan dalam menyajikan berita dikarenakan hal ini yang menjadi visi dan misi dari detik.com. namun terkadang detik pernah mengabaikan akurasi informasi.

G. Unit Analisis

Tabel 1.2 Unit Analisis

No	Dimensi	Unit Analisis	Sub Unit Analisis	Kategori
1	Faktualitas	<i>Truth Criteria</i>	<i>Checkability</i>	Dapat dicek kembali
				Tidak dapat dicek kembali
			<i>Readability</i>	Mudah dipahami
				Tidak mudah dipahami
			<i>Accuracy</i>	Sumber berita relevan
				Sumber berita tidak relevan
			<i>Completeness</i>	Lengkap
				Tidak Lengkap
			<i>Relevance</i>	Aktual
				Tidak Aktual
2	Imparsialitas	<i>Neutrality</i>	<i>Sensationalism</i>	Adanya personalisasi
				Tidak adanya personalisasi
				Adanya emosional
				Tidak adanya emosional
				Adanya dramatisasi
				Tidak ada dramatisasi
			<i>Stereotype</i>	Ada
				Tidak ada
				Tidak ada
		<i>Juxtaposition</i>	Ada	
			Tidak ada	
		<i>Link Age</i>	Ada	
			Tidak ada	
		<i>Balance</i>	<i>Source Bias</i>	Ada
				Tidak ada
			<i>Cover both side</i>	Ada
				Tidak ada
			<i>Slant</i>	Pujian
Kritikan				
Netral				

H. Definisi Operasional

Untuk memudahkan pengukuran dan analisis objektivitas berita dalam penelitian skripsi ini, akan digunakan definisi operasional yang menjelaskan dimensi-dimensi yang terdiri dari dan faktualitas dan imparialitas dalam berita yang diterbitkan oleh detik.com. Setiap dimensi dikelompokkan dalam kategori-kategori tertentu, yang akan membantu dalam menganalisis isi berita. Berikut adalah definisi operasional yang lebih rinci:

1. Faktualitas

Faktualitas mengacu pada kriteria yang digunakan untuk menentukan sejauh mana sebuah berita dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, serta kualitas informasi yang disampaikan. Adapun faktualitas terdiri atas sub-dimensi dan kategori sebagai berikut:

a. *Truth Criteria*

1) *Checkability*

Berita yang dapat dicek kembali berarti memiliki elemen elemen yang memungkinkan pembaca untuk memverifikasi informasi yang disampaikan. *Checkability* menunjukkan bahwa sumber berita yang digunakan adalah dapat dipertanggungjawabkan dan dapat diakses oleh pembaca untuk memastikan kebenarannya.

2) *Readability*

Kemampuan pembaca dalam memahami berita dengan mudah berkaitan dengan *readability*. Berita yang ditulis dengan bahasa yang lugas dan mudah dimengerti akan lebih mudah diterima oleh pembaca secara netral. Sebaliknya, berita yang ambigu atau penuh jargon akan mengurangi kemampuan pembaca untuk memahami konteks secara tepat yang dapat mempengaruhi objektivitasnya.

3) *Accuracy*

Salah satu kunci dalam faktualitas adalah *accuracy* yang dimana berita harus didasarkan pada informasi yang benar dan relevan.

Accuracy menunjukkan kecermatan atau ketepatan fakta yang ditampilkan dalam berita (Anto, 2007, h.77).

4) *Completeness*

Untuk mengukur *Completeness*, maka dalam sebuah pemberitaan harus terdapat unsur *what, when, where, who, why, dan how* (McQuail, 2010, h.365). Kelengkapan dalam sebuah berita mengacu pada sejauh mana informasi yang disampaikan dapat memenuhi gambaran utuh mengenai suatu peristiwa.

b. *Relevance*

Relevansi atau *relevance* berkaitan dengan sejauh mana berita yang disajikan berhubungan dengan isu-isu terkini dan memiliki dampak terhadap masyarakat. Berita yang tidak relevan dapat dianggap kurang objektif karena tidak mencerminkan kepentingan atau kebutuhan informasi publik. McQuail (2010, h.356) mendefinisikan setidaknya tiga dimensi *relevance* yang berkaitan yaitu relevansi sosial, relevansi unik, dan relevansi temporal

2. Imparsialitas

Imparsialitas merujuk pada upaya media untuk menyajikan informasi tanpa memperlihatkan bias, keberpihakan, atau pengaruh emosional tertentu. Dalam konteks jurnalisme, imparsialitas merupakan aspek penting dalam menjaga kredibilitas dan objektivitas pemberitaan. Sebuah berita dapat dikatakan objektif apabila informasi yang disampaikan tidak memihak atau mengarah pada sudut pandang tertentu. Adapun imparsialitas terdiri dari kategori-kategori sebagai berikut:

a. *Neutrality*

McQuail (2010) netralitas merupakan aspek yang berhubungan dengan penyajian berita, penggunaan kata-kata yang menimbulkan sensasi atau ambigu dapat mengkompromikan netralitas. *Neutrality* memiliki prinsip *non-evaluative* (tidak memberikan penilaian terhadap berita) dan *non-sensational* (tidak

melebih-lebihkan fakta). Menurut Rahayu (2006, h. 24) terdapat empat aspek utama yang digunakan untuk mengukur netralitas media adalah *sensasionalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*.

1) *Sensationalism*

Sensationalism merupakan cara untuk membuat berita menjadi lebih heboh dan menarik perhatian. Dalam dunia jurnalistik, *sensationalism* dianggap tidak baik karena berita harus jujur dan tidak memihak sehingga terdapat tidak kategori untuk mengukur hal tersebut yaitu personalisasi, emosionalisme, dan dramatisasi. Berita yang memuat unsur personalisasi cenderung menggiring opini pembaca kepada penilaian subjektif terhadap individu atau kelompok tertentu. Sementara, berita yang mengandung unsur emosional berpotensi mengarah pada opini atau sikap tertentu. Sumber berita yang dapat mengarahkan pembaca untuk merasa marah, terkejut, atau sedih dapat menurunkan tingkat objektivitas. Berita yang mengandung dramatisasi akan memperbesar atau mengurangi nilai dari suatu peristiwa secara berlebihan, misalnya menggunakan bahasa yang berlebihan atau visual yang mencolok. Hal ini menunjukkan berita yang tidak objektif.

2) *Stereotype*

Stereotype merujuk pada pemberian gambaran atau label yang menyederhanakan atau menggambarkan kelompok atau individu dengan tidak adil. Gambaran atau label tersebut dapat bersifat positif maupun negatif dan dapat membentuk persepsi serta perlakuan terhadap individu atau kelompok.

3) *Juxtaposition*

Perbandingan yang tidak seimbang atau tidak proporsional antara dua elemen berita menciptakan bias. Teknik *juxtaposition* merupakan teknik jurnalistik yang menempatkan dua fakta atau ide yang berlawanan secara berdampingan untuk menciptakan

efek kontras yang dramatis. Teknik ini dapat mengubah persepsi pembaca terhadap hubungan antara kedua elemen tersebut.

4) *Linkage*

Linkage melibatkan penciptaan hubungan sebab akibat antara dua peristiwa yang mungkin tidak terkait secara langsung. Dengan menyandingkan dua peristiwa tersebut, wartawan berusaha untuk menunjukkan bahwa satu peristiwa merupakan akibat dari peristiwa lainnya.

b. *Balance*

Balance atau keseimbangan mengacu kepada sejauh mana pemberitaan dapat mengakomodir dua sisi atau perspektif yang relevan dari sebuah isu. Dalam jurnalisme, penting untuk memastikan bahwa kedua pihak dalam suatu peristiwa dapat diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat mereka secara adil dan berimbang demi tumbuhnya objektivitas.

1) *Source Bias*

Jika suatu berita hanya mengutip satu sumber yang jelas bias, maka berita tersebut tidak seimbang dan dapat mengurangi objektivitasnya. Aspek ini mengevaluasi apakah sumber berita yang dikutip dalam suatu liputan telah dipilih secara adil dan seimbang atau apakah terdapat kecenderungan untuk lebih mengutamakan sumber tertentu.

2) *Cover Both Sides*

Berita yang mengangkat isu kontroversial seharusnya mengakomodasi pandangan dari kedua belah pihak yang terlibat. Prinsip dari *cover both sides* adalah adanya keseimbangan dalam penyajian berita yang dimana kedua belah pihak yang berseteru diberikan porsi yang sama untuk menyampaikan pendapatnya. Berita yang hanya mengedepankan satu sisi akan cenderung mempengaruhi opini pembaca sehingga tidak objektif.

3) *Slant*

Aspek berikut merujuk kepada kecenderungan media atau wartawan untuk menyisipkan opini atau pandangan pribadi mereka dalam sebuah berita. Kecenderungan dalam pemilihan kata, kalimat, atau sudut pandangan dapat menunjukkan bahwa media tersebut tidak objektif.

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diketahui sebagai metode jika penelitian menggunakan landasan yang didasari oleh filsafat positivisme. Dapat digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampe tertentu sehingga pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2018, h.8).

2. Metode Penelitian

Menurut Eriyanto (2011, h. 1) analisis isi kuantitatif merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur bagaimana aspek-aspek tertentu dari isi yang dilakukan secara kuantitatif. Analisis isi kuantitatif mengutamakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi pernyataan, seperti perhitungan, penyebutan yang berulang-ulang dari kata-kata tertentu. Menggunakan analisis isi perlu menggunakan prosedur. Menurut Eriyanto (2011, h. 1) prosedur tersebut adalah dengan cara mengukur dan menghitung aspek dari isi dan menyajikannya secara kuantitatif. Dengan menggunakan prosedur maka peneliti hanya meng-coding (memberi tanda) apa yang dilihat yakni suara, tulisan, di surat kabar atau gambar di televisi. Secara umum analisis isi didefinisikan sebagai suatu teknik dalam penelitian ilmiah yang digunakan dalam mencari gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Menurut Neurndorf dalam Eriyanto (2011, h. 16) bahwa analisis isi merupakan sebuah peringkasan (*summarizing*), kuantifikasi dari pesan yang berdasarkan pada metode ilmiah diantaranya adalah (objektif-intersubjektif, reliabel, valid, dapat digeneralisasikan dan dapat direplikasi dan pengujian hipotesis) dan tidak dibatasi dengan jenis variabel tertentu konteks pembentukan pesan dan tampilan pesan.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu untuk menetapkan bahwa peneliti dapat mempelajari sehingga dapat menarik kesimpulannya (Sugiyono, h. 57). Objek dalam penelitian ini adalah artikel berita mengenai penunjukkan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA dalam periode 14-21 Oktober 2024.

4. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah dokumentasi dari artikel-artikel berita mengenai penunjukkan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA di detik.com. data yang sudah didokumentasikan akan dianalisis menjadi data utama penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

1) Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini, studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berita terkait pengangkatan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA di Detik.com. Setelah itu, proses pengumpulan data akan dilanjutkan menggunakan lembar coding yang telah berisi beberapa kategori atau unit analisis objektivitas. Data akan dikumpulkan oleh peneliti bersama dua koder lainnya. Selain mengumpulkan berita tentang Veronica Tan dan menggunakan lembar coding, penelitian ini juga menghimpun data dari berbagai sumber lain, seperti buku, jurnal akademik, penelitian sebelumnya, media online, serta studi kepustakaan. Data yang diperoleh bertujuan untuk melengkapi teori yang digunakan dalam penelitian ini.

6. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi merupakan suatu area yang digeneralisasi, terdiri atas objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari serta dianalisis guna menarik kesimpulan (Sugiyono, 2018, h. 117). Populasi dari penelitian ini adalah berita tentang Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA di detik.com periode 14 Oktober – 28 Oktober 2024. Berdasarkan pengamatan peneliti, terdapat 25

artikel berita tentang penunjukan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA di detik.com.

2) Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan jumlah serta karakteristik yang terdapat dalam populasi. Sampel yang dipilih harus benar-benar mewakili karena hasil kesimpulan yang diperoleh nantinya akan diterapkan pada populasi (Sugiyono, 2018, h. 118). Total populasi pada penelitian ini tidak mencapai 100 maka menggunakan teknik penarikan sampel yang digunakan oleh total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Nanda, 2017). Total sampling biasanya jika jumlah populasi dianggap kecil atau kurang dari 100 (Suryani dan Hendyadi, 2006, h. 203). Jadi, jumlah sampel yang akan diteliti sama dengan populasi yaitu 25 artikel berita.

Tabel 1.3 Judul dan tanggal publikasi berita

No.	Judul Berita	Tanggal Publikasi
1.	Veronica Tan Menghadap Prabowo di Tengah Pemanggilan Calon Menteri! https://news.detik.com/berita/d-7587851/veronica-tan-menghadap-prabowo-di-tengah-pemanggilan-calon-menteri	Senin, 14 Oktober 2024
2.	Veronica Tan Berharap Bisa Melayani, Diskusi Soal Ibu-Anak dengan Prabowo https://news.detik.com/berita/d-7587899/veronica-tan-berharap-bisa-melayani-diskusi-soal-ibu-anak-dengan-prabowo	Senin, 14 Oktober 2024
3.	Veronica Tan Merapat ke Rumah Prabowo, Diskusi soal Ibu-Anak https://www.detik.com/jateng/berita/d-7588044/veronica-tan-merapat-ke-rumah-prabowo-diskusi-soal-ibu-anak	Senin, 14 Oktober 2024
4.	Prabowo Panggil Para Calon Menteri, dari Sri Mulyani hingga Mantan Istri Ahok https://www.detik.com/bali/berita/d-7588083/prabowo-panggil-para-calon-menteri-dari-sri-mulyani-hingga-mantan-istri-ahok	Senin, 14 Oktober 2024
5.	Eks Istri Ahok Veronica Tan Jadi Calon Menteri di Pemerintahan Prabowo	Selasa, 15 Oktober 2024

	https://www.detik.com/sumut/berita/d-7588024/eks-istri-ahok-veronica-tan-jadi-calon-menteri-di-pemerintahan-prabowo	
6.	Mengenal Sosok Veronica Tan, Calon Menteri di Kabinet Prabowo-Gibran https://www.detik.com/bali/berita/d-7588230/mengenal-sosok-veronica-tan-calon-menteri-di-kabinet-prabowo-gibran	Selasa, 15 Oktober 2024
7.	Para Srikandi Calon Menteri Prabowo, Ada Veronica Tan hingga Sri Mulyani https://news.detik.com/berita/d-7588236/para-srikandi-calon-menteri-prabowo-ada-veronica-tan-hingga-sri-mulyani	Selasa, 15 Oktober 2024
8.	Kejutan di Pemanggilan Calon Menteri Prabowo: Sri Mulyani hingga Veronica https://news.detik.com/berita/d-7588280/kejutan-di-pemanggilan-calon-menteri-prabowo-sri-mulyani-hingga-veronica	Selasa, 15 Oktober 2024
9.	Veronica Tan Dipanggil Prabowo Bikin Kaget Netizen https://inet.detik.com/cyberlife/d-7588340/veronica-tan-dipanggil-prabowo-bikin-kaget-netizen	Selasa, 15 Oktober 2024
10.	Daftar Calon Menteri yang Dipanggil Prabowo, Ada Nama Kejutan https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7588409/daftar-calon-menteri-yang-dipanggil-prabowo-ada-nama-kejutan	Selasa, 15 Oktober 2024
11.	Momen Giring Ganesha hingga Veronica Tan Ikut Hambalang Retreat Hari Kedua https://news.detik.com/berita/d-7593112/momen-giring-ganesha-hingga-veronica-tan-ikut-hambalang-retreat-hari-kedua	Kamis, 17 Oktober 2024
12.	Veronica Tan: Selamat Bekerja Presiden-Wakil Presiden, Mari Bangun Negeri https://news.detik.com/berita/d-7597807/veronica-tan-selamat-bekerja-presiden-wakil-presiden-mari-bangun-negeri	Minggu, 20 Oktober 2024
13.	Otto Hasibuan, Taufik Hidayat hingga Veronica Tan Menyusul Tiba di Istana https://news.detik.com/berita/d-7597875/otto-hasibuan-taufik-hidayat-hingga-veronica-tan-menyusul-tiba-di-istana	Minggu, 20 Oktober 2024
14.	Prabowo Tugaskan Veronica Tan Wakil Menteri PPPA	Minggu, 20 Oktober 2024

	https://news.detik.com/berita/d-7598005/prabowo-tugaskan-veronica-tan-wakil-menteri-pppa	
15.	Giring Ganesha Jadi Wamen Kebudayaan-Veronica Tan Jadi Wamen PPA https://www.detik.com/jatim/berita/d-7598068/giring-ganesha-jadi-wamen-kebudayaan-veronica-tan-jadi-wamen-ppa	Minggu, 20 Oktober 2024
16.	Nicholas Sean Sempat Syok Veronica Tan Jadi Wamen: Kok Nyokap Sih? https://news.detik.com/berita/d-7599711/nicholas-sean-sempat-syok-veronica-tan-jadi-wamen-kok-nyokap-sih	Minggu, 21 Oktober 2024
17.	Gaya Veronica Tan Dilantik Jadi Wamen, Berkebaya Biru Didampingi Nicholas Sean https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-7599337/gaya-veronica-tan-dilantik-jadi-wamen-berkebaya-biru-didampingi-nicholas-sean	Minggu, 21 Oktober 2024
18.	Ditunjuk Jadi Wamen PPPA, Veronica Tan Dapat Arahan Ini dari Prabowo https://news.detik.com/berita/d-7598213/ditunjuk-jadi-wamen-pppa-veronica-tan-dapat-arahan-ini-dari-prabowo	Senin, 21 Oktober 2024
19.	Deretan 'Srikandi' yang Masuk Kabinet Merah Putih Prabowo-Gibran https://news.detik.com/berita/d-7598255/deretan-srikandi-yang-masuk-kabinet-merah-putih-prabowo-gibran	Senin, 21 Oktober 2024
20.	Netizen Masih Kepo Veronica Tan Menteri Apa, Padahal Wamen PPA https://inet.detik.com/cyberlife/d-7598751/netizen-masih-kepo-veronica-tan-menteri-apa-padahal-wamen-ppa	Senin, 21 Oktober 2024
21.	Veronica Tan Didampingi Nicholas Sean Saat Dilantik sebagai Wamen PPPA https://news.detik.com/berita/d-7599198/veronica-tan-didampingi-nicholas-sean-saat-dilantik-sebagai-wamen-pppa	Senin, 21 Oktober 2024
22.	Veronica Tan Ungkap Pesan Prabowo Usai Pelantikan Wamen di Istana https://news.detik.com/berita/d-7599362/veronica-tan-ungkap-pesan-prabowo-usai-pelantikan-wamen-di-istana	Senin, 21 Oktober 2024
23.	Jadi Wamen PPPA, Veronica Tan Ingin Perempuan Indonesia Mandiri dan Pintar	Senin, 21 Oktober 2024

	https://news.detik.com/berita/d-7599618/jadi-wamen-pppa-veronica-tan-ingin-perempuan-indonesia-mandiri-dan-pintar	
24	Veronica Tan Kenalkan Nicholas Sean ke Prabowo Saat Dilantik Jadi Wamen PPPA https://news.detik.com/berita/d-7599704/veronica-tan-kenalkan-nicholas-sean-ke-prabowo-saat-dilantik-jadi-wamen-pppa	Senin, 21 Oktober 2024
25.	Isi Obrolan Prabowo, Veronica Tan dan Sean Saat Pelantikan di Istana https://news.detik.com/berita/d-7600210/isi-obrolan-prabowo-veronica-tan-dan-sean-saat-pelantikan-di-istana	Selasa, 22 Oktober 2024

Sumber: olah data peneliti

7. Uji Validitas

Alat ukur harus memiliki validitas yang tinggi. Validitas sangat berkaitan dengan alat ukur yang dipakai secara tepat untuk mengukur konsep apa yang ingin di ukur (Eriyanto, 2011, h. 259). Validitas sangat penting dalam analisis isi. Menurut Krippendorff dalam (Eriyanto, 2011, h. 259) validitas dikatakan sebagai kualitas hasil penelitian yang membawa seorang untuk meyakini bahwa fakta-fakta yang ada tidak dapat di tentang. Terdapat beberapa jenis validitas dalam analisis isi, terdapat lima validitas utama yan biasa dipakai dalam analisis isi yaitu, validitas muka (*face validity*), validitas kecocokan (*concurrent validity*), validitas konstruk (*construct validity*), validitas prediktif (*predictive validity*, dan validitas isi (*content validity*) (Eriyanto, 2011, h. 260).

Pada penelitian ini, validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. Validitas konstruk merupakan validitas yang melihat alat ukur disusun dan diturunkan dari suatu kerangka teori tertentu (Eriyanto, 2011, h. 258). Cara untuk mengetahui alat ukur memiliki validitas konstruk atau tidak dapat dilihat dari mengevaluasi alat ukur disusun secara ketat yang berdasarkan suatu kontruksi teori yang telah teruji (Eriyanto, 2011, h. 269). Penelitian ini menggunakan alat ukur dan dimensi Westersthal dikarenakan penelitian ini menggunakan unit analisis ini yang sesuai dengan tujuan penelitian,

8. Uji Reliabilitas

Alat ukur selain harus valid juga harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Dalam hal ini analisis isi haruslah dilakukan secara objektif, hal ini berarti tidak boleh berbeda penafsiran antara satu orang *coder* dan *coder* lainnya. Siapapun *coder* yang menilai lembar coding harus menghasilkan yang sama. Konsep ini disebut sebagai reliabilitas dikarenakan sejauh mana alat ukur yang digunakan oleh peneliti akan menghasilkan temuan yang sama, meskipun beberapa kali digunakan (Eriyanto, 2011, h. 281). Dalam penelitian ini, alat ukur yang dipakai adalah lembar coding. Peneliti perlu memastikan bahwa lembar coding yang akan dipakai adalah alat ukur yang terpercaya. Jika terdapat dua orang yang menilai atau lebih menilai iklan yang sama akan menghasilkan hasil temuan yang sama (Eriyanto, 2011, h. 281).

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan rumus formula Holsti, pada dasarnya reliabilitas ini bertujuan untuk menunjukkan presentase persetujuan-beberapa besar persentase persamaan antar *coder* ketika menilai suatu isi (Eriyanto, 2011, h. 290).

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan :

M : jumlah *coding* yang sama

N1 : jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 : jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2

Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, di mana 0 sempurna di antara para *coder*. Semakin tinggi angkanya berarti semakin tinggi juga angka reliabilitasnya. Formula Hostli menjelaskan bahwa angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%.

9. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan berdasarkan 25 berita di detik.com mengenai pemberitaan penunjukkan Veronica Tan sebagai Wakil Menteri PPPA pada periode 14 Oktober – 22 Oktober 2024 menunjukkan

angka diatas 0,7 atau 70%. Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan berdasarkan tiap unit analisis berdasarkan pembagian dari *sensasionalism* (personalisasi, *emotionalism*, dramatisasi), *stereotype*, *juxtaposition*, *linkage*, *source bias*, *cover both side*, *slant*, *checkability*, *readability*, *accuracy*, *completeness*, dan *relevance*.

Tabel 1.4 Uji Reliabilitas

No	Unit Analisis	Jumlah Coding yang dibuat oleh Coder 1 + Coder 2 (N1+N2)	Jumlah Coding yang Sama (M)	$= \frac{2M}{N1 + N2}$	
1	<i>Sensationalism</i>	Personalisasi	50	23	0.92
		<i>Emotionalism</i>	50	20	0.8
		Dramatisasi	50	22	0.88
2	<i>Stereotype</i>	50	23	0.92	
3	<i>Juxtaposition</i>	50	21	0.84	
4	<i>Linkage</i>	50	21	0.84	
5	<i>Source Bias</i>	50	21	0.84	
6	<i>Cover Both Side</i>	50	24	0.96	
7	<i>Slant</i>	50	24	0.96	
8	<i>Checkability</i>	50	24	0.96	
9	<i>Readability</i>	50	24	0.96	
10	<i>Accuracy</i>	50	23	0.92	
11	<i>Completeness</i>	50	24	0.96	
12	<i>Relevance</i>	50	23	0.92	

10. Analisis Data

Penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis isi kuantitatif untuk menyelidiki tingkat objektivitas dalam pemberitaan. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara sistematis dan objektif. Menurut Eriyanto (2011, h. 239). Tahap awal penelitian adalah proses pengkodean, yaitu kegiatan mengklasifikasikan data berdasarkan kategori yang telah ditentukan. Kategori-kategori ini dirumuskan berdasarkan konsep objektivitas yang diusulkan oleh Westertahl. Untuk

memudahkan proses pengkodean, peneliti menyusun lembar coding yang berisi definisi operasional dari setiap kategori. Lembar coding ini kemudian diberikan kepada dua orang penilai atau coder yang bertugas untuk membaca seluruh artikel berita yang menjadi objek penelitian. Coder A bernama Ardhan Hafizh merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang, dan Coder B yaitu Bachtiar Febriana mahasiswa pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina Jakarta.

Para coder ini dipilih karena memiliki latar belakang komunikasi massa terutama dalam pemberitaan dan juga memiliki pengalaman di dunia jurnalistik. Lalu para coder akan memberikan penilaian terhadap setiap artikel berdasarkan kategori yang telah ditentukan.

Setelah proses pengkodean selesai, data yang telah dikumpulkan kemudian diolah secara statistik. Hasil pengolahan data disajikan dalam bentuk diagram dan tabel untuk mempermudah visualisasi dan interpretasi. Selain itu, peneliti juga menyajikan hasil analisis dalam bentuk naratif untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai temuan-temuan yang diperoleh. Dengan demikian, pembaca dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai tingkat objektivitas berita yang diteliti. Berdasarkan hasil pengolahan data, peneliti kemudian menyimpulkan sejauh mana berita yang dianalisis memenuhi standar objektivitas. Harapan dari kesimpulan ini adalah dapat memberikan sumbangan terhadap peningkatan pemahaman mengenai praktik jurnalistik yang profesional dan beretika.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN