

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bagaimana perempuan digambarkan dalam sebuah media selalu menarik untuk dibahas. Berbagai penelitian pun telah dilakukan. Sebuah penelitian dari Global Media Monitoring Project (GMMP) (<http://whomakesthenews.org/> diakses 30/07/2013) dapat diambil kesimpulan bahwa porsi pemberitaan perempuan dalam media massa masih di bawah laki-laki. Hanya 24% informasi dari media massa yang menggunakan perempuan sebagai subyek pemberitaan. Kebanyakan topik juga minim menggunakan perempuan sebagai tokoh sentral dalam berita maupun sebagai sumber pendapat, seperti berita tentang politik, ekonomi, kesehatan, atau lingkungan. Akan tetapi, untuk berita-berita seputar kekerasan berbasis gender, isu-isu feminis, KDRT, pelecehan, pemerkosaan, serta *human trafficking*, perempuan menjadi tokoh sentral di dalamnya, yaitu sebesar 54%.

Indonesia yang masih menganut budaya patriarki juga membuat ruang gerak perempuan menjadi terbatas di wilayah domestik maupun publik. Seperti yang diungkapkan Debra H. Yatim bahwa isu-isu berbobot yang menyangkut kepentingan perempuan nyaris tidak disorot secara tidak berarti (Yatim dalam Aristiarini, 1998: 137). Perempuan dalam berita kekerasan, pelecehan, bahkan pemerkosaan, dapat kita temui pula di media massa di Indonesia.

Sebuah peristiwa menjelang akhir tahun 2012 lalu mengejutkan masyarakat Indonesia dan menyangkut soal perempuan. Seorang pengemudi perempuan menjadi tersangka dalam tabrakan yang membuat tujuh orang terluka. Tak seperti peristiwa kecelakaan pada umumnya, berita tersebut menjadi heboh ketika ada hal lain yang menarik perhatian dan diulas terus menerus oleh media. Novi Amilia, si pengemudi mobil, ternyata dalam keadaan mabuk dan hanya menggunakan pakaian dalam saat mengendarai mobilnya. Perlu diketahui bahwa Novi adalah seorang model majalah pria dewasa.

Peristiwa kecelakaan tersebut terjadi 11 Oktober 2012 silam sekitar pukul 17.00 WIB. Honda Jazz yang dikendarai Novi Amilia melaju dalam keadaan normal di Jalan Hayam Wuruk, dari arah Stasiun Kota menuju Harmoni. Sampai di perempatan lampu merah Jalan Ketapang, mobil sempat berhenti untuk melakukan putar balik. Namun insiden tabrakan pertama terjadi. Mobil yang dikendarai Novi menabrak sepeda milik penjual kopi di kiri jalan, kemudian merambat ke penjual siomay. Novi terus mengemudikan mobilnya hingga menabrak seorang polisi yang berusaha menghentikannya. Polisi tersebut sempat terseret hingga kaki kanannya terlindas ban mobil. Dua orang pengendara motor juga menjadi korban Novi di lokasi 200 meter dari kecelakaan pertama. Saat seorang polisi lainnya juga hendak menghentikan mobil Novi, ia malah menabrak. Pada akhirnya mobil berhenti karena menabrak secara beruntun 2 mikrolet dan menciderai seorang penumpang (Gufon, 2012).

Novi kemudian dibawa ke kantor polisi sektor Tamansari untuk diamankan dari amukan warga. Kondisinya saat itu masih dalam keadaan hanya mengenakan pakaian dalam, bahkan sampai ia dimintai keterangan oleh polisi. Lebih parahnya lagi, foto Novi dalam keadaan setengah telanjang tersebut beredar luas ke dunia maya. Diduga ada oknum polisi yang mengambil beberapa gambar Novi menggunakan kamera ponsel dan menyebarkannya.

Novi Amilia menjadi pelaku atau tersangka kecelakaan beruntun di daerah Tamansari, Jakarta Barat. Peristiwa ini mengingatkan khalayak dengan Afriyani Susanti yang juga tersangka kejadian serupa di Tugu Tani, Jakarta Pusat. Jika media memberitakan kasus kecelakaan Afriyani dengan sebutan Xenia Maut, lain dengan kasus Novi. Berbagai sebutan diberikan secara asal kepadanya. Detik.com menyebutnya dengan ‘sopir bikini’, Tempo.co dengan ‘model berbikini’, Vivanews memilih sebutan ‘model nyaris bugil’, BeritaSatu dengan ‘sopir semi bugil’, dan ‘sopir bugil’ oleh Tribunnews (Kurniawan, 2012).

Seharusnya kasus kecelakaan Novi Amilia tersebut diberitakan selayaknya berita kecelakaan pada umumnya, namun media lagi-lagi menggunakan lemahnya posisi perempuan di ranah jurnalistik. Dari kacamata hukum, Heru Susetyo menjelaskan bahwa Novi Amilia adalah salah satu contoh dimana masyarakat kita tidak mendapatkan perlindungan yang sepatasnya dari aparat penegak hukum (Susetyo, 2012: 145). Ia justru mengambil viktimisasi, ketika ada oknum polisi yang mengambil gambar

dirinya saat hanya mengenakan pakaian dalam dan menyebarkan di dunia maya.

Perempuan dalam kasus kejahatan memang jarang ditemukan sebagai pelaku utama. Sekalipun perempuan adalah pelaku kejahatan, ia tetap saja dieksploitasi. Hal ini senada dengan hasil penelitian Denasty Putri Puspita Aulia. Adanya sensasionalisme dalam berita perempuan dianggap sah demi rating dan keuntungan. Dalam berita kriminal, perempuan sebagai korban maupun pelaku kejahatan tetap dieksploitasi dan selalu dipersalahkan (Aulia, 2012: 120).

Berita kecelakaan Novi Amilia dengan cepat menyebar. Media *online* yang memberi beragam julukan untuk Novi juga berlomba-lomba menyajikan kabar terbaru dengan kecepatan sebagai andalan. Padahal terkadang kecepatan yang ditonjolkan dalam berita *online* justru menjadi sandungan. Situs berita *online* seringkali mengabaikan kaidah-kaidah penulisan artikel berita yang lengkap seperti unsur 5W + 1H (Mawardi, 2012: 88).

Penelitian oleh Global Media Monitoring Project (GMMP) di tahun 2010 (<http://whomakesthenews.org/> diakses 30/07/2013) juga mencoba melihat bagaimana porsi pemberitaan perempuan di media *online*. Hasilnya, perempuan hanya mendapat porsi sebagai tokoh sentral sebesar 23% di berita media *online*. Artinya rendahnya representasi perempuan dalam media tradisional masih terbawa hingga ke media virtual.

Berita tentang kasus kecelakaan Novi Amilia yang terdapat bias gender didalamnya serta adanya viktimisasi yang dialami Novi mendasari penelitian

dalam mengangkat tema penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada sejauh mana objektivitas media, terutama media *online* dalam menyajikan berita tersebut. Menjadi menarik ketika media *online* yang disebut-sebut sebagai penyampai berita tercepat akan diteliti sebagai dimensi faktualitas dan imparialitasnya; apakah memiliki kecenderungan mengesampingkan kaidah jurnalistik demi menaikkan jumlah pembaca atau sebaliknya.

Banyak penelitian tentang objektivitas yang pernah dilakukan sebelumnya, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Christian Natalis. Penelitian tersebut ingin melihat objektivitas dari surat kabar Kompas dan Jawa Pos dalam memberitakan soal negara Palestina yang menjadi anggota PBB. Hasilnya kedua surat kabar tersebut memenuhi prinsip objektivitas dimana peneliti menggunakan 7 unit analisis untuk meneliti yakni sifat fakta, akurasi penyajian, relevansi sumber berita, aspek pemberitaan, tipe peliputan, kelengkapan unsur 5W + 1H serta sensasionalisme (Natalis, 2013: 78).

Penelitian tentang kasus Novi Amilia ini menggunakan portal berita Detik.com sebagai media yang akan diteliti. Detik.com merupakan portal berita *online* pertama yang ada di Indonesia. Situs ini menduduki peringkat kedelapan soal situs yang sering dikunjungi di Indonesia, sekaligus menduduki peringkat pertama sebagai portal berita yang sering diakses (<http://www.alex.com> diakses 20/10/2013).

Rentang waktu berita yang akan diteliti adalah selama satu bulan, yaitu 11 Oktober hingga 11 November 2011. Jika dibandingkan dengan media *online* lainnya, Detik.com lah yang paling banyak memberitakan soal kasus

kecelakaan Novi Amilia, yakni 104 berita. Dalam rentang waktu yang sama, Kompas.com memuat 78 berita, Tempo.co 52 berita, sedangkan Viva.co.id sebanyak 70 berita. Penelitian ini akan meneliti teks berita mulai dari peristiwa kecelakaan tersebut terjadi hingga akhirnya peristiwa tersebut dibawa ke ranah pengadilan. Peneliti menggunakan teori objektivitas milik Westerstahl dengan meneliti teks berita berdasarkan unit analisis faktualitas dan imparialitas yang disediakan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana objektivitas berita bias gender dalam kasus kecelakaan Novi Amilia dalam Detik.com?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui objektivitas berita bias gender dalam kasus kecelakaan Novi Amilia dalam Detik.com.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah kajian analisis isi terkait objektivitas dalam pemberitaan isu-isu penting bagi publik.

2. Manfaat Praktis

Memberi gambaran tentang objektivitas dalam berita bias gender di media *online*

E. Kerangka Teori

1. Objektivitas dalam Berita

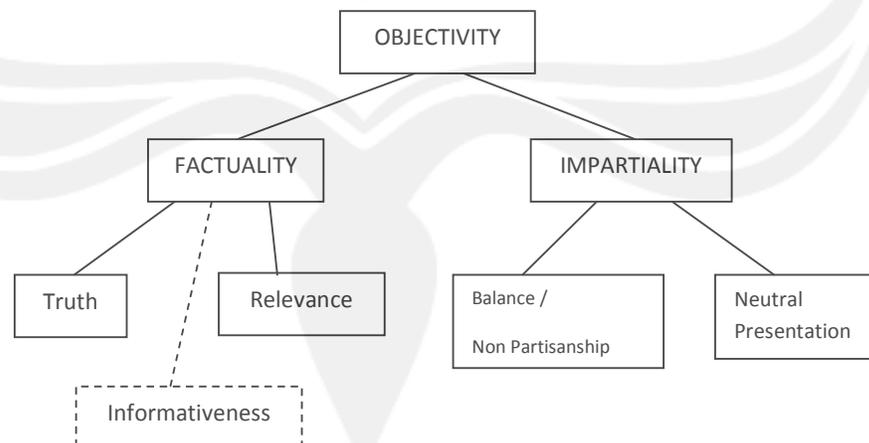
Wartawan dituntut untuk selalu bekerja profesional dan objektif. Kebenaran sebuah berita akan berkaitan erat dengan kualitas berita. Sebuah berita yang mempunyai kebenaran yang tinggi, maka berita tersebut mempunyai kualitas yang tinggi. Kualitas berita menjadi persoalan yang penting karena menyangkut profesionalisme pengelola media. Persoalan profesionalisme merupakan keutamaan mengingat media mempunyai peran yang cukup besar (Rahayu 2006: 32).

Pers dituntut menyampaikan kebenaran melalui pemberitaan objektif. Menurut McQuail, prinsip objektivitas memiliki fungsi dalam kualitas informasi. Objektivitas merupakan nilai sentral mendasari disiplin profesi yang dituntut wartawan. Selain itu, objektivitas juga untuk mempertahankan kredibilitas. Teori objektivitas yang dikemukakan oleh Denis McQuail, adalah teori yang relevan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana unsur keberpihakan media. Media sebagai sarana penyampaian informasi haruslah objektif. Karena objektivitas merupakan kunci kepercayaan dari khalayak terhadap suatu media (McQuail, 1992: 183). Sejauh mana objektivitas berita dalam media akan dinilai oleh khalayak mereka, karena objektivitas merupakan kunci agar media bisa dipercaya oleh publik (McQuail, 1992: 183).

Apa yang disebut objektivitas oleh para jurnalis telah diteliti oleh Boyer. Hasilnya, ada enam elemen utama yang mencakup objektivitas itu sendiri,

yaitu keberimbangan dalam menyajikan dua sisi dari sebuah isu, ketepatan dalam menyampaikan berita, penyajian poin-poin yang relevan terhadap isu, memisahkan antara fakta dan opini jurnalis, meminimalisir pengaruh, sikap, dan pendapat dari penulis berita, dan yang terakhir adalah menghindari adanya klemencengan, dendam, atau tujuan yang licik (Boyer dalam McQuail, 1992: 184-185).

J. Westerstahl mengembangkan kerangka konseptual dasar guna meneliti dan mengukur objektivitas pemberitaan. Objektivitas melibatkan dua dimensi yang berbeda namun saling melengkapi, yaitu dimensi kognitif dan evaluatif. Dimensi kognitif mencakup faktualitas yang merupakan kualitas informasi yang terkandung dalam sebuah berita. Sedangkan dimensi evaluatif mencakup imparzialità atau ketidakberpihakan yang digunakan sebagai kualitas sebuah berita. Berikut adalah skema objektivitas menurut Westerstahl:



Gambar 1.1 Skema Objektivitas Westerstahl (McQuail, 1992: 196)

a. FACTUALITY (FAKTUALITAS)

Kriteria utama kualitas sebuah informasi adalah ketika khalayak bisa mengetahui tentang realitas yang ada. Faktualitas mencakup *truth* (kebenaran), *relevance* (relevansi), dan *informativeness* dalam sebuah berita.

Truth atau kebenaran digunakan untuk mengukur tingkatan kebenaran atau fakta yang disajikan. Dimensi ini terbagi menjadi tiga sub aspek lagi, yaitu *factualness* (pemisahan yang jelas antara fakta dan opini), *accuracy* (ketepatan data yang diberitakan, seperti jumlah, tempat, waktu, nama, dan sebagainya), dan *completeness* (kelengkapan unsur-unsur 5W + 1H dalam berita) (Rahayu, 2006: 10-19).

Relevance atau relevansi dilihat dari standar jurnalistik yang terkandung di dalamnya, seperti adanya *significance*, *timelines*, *magnitude*, *timeliness*, *proximity*, *prominence*, dan *human interest*. Relevansi dan sensasionalisme adalah hal yang bertentangan. Berita dikatakan mengandung unsur sensasionalisme ketika lebih mengacu pada *human interest*, personalisasi, atau karakteristik hiburan lainnya dalam berita. Nilai informasi yang terkandung akan dianggap kurang dan semakin tidak relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat (McQuail, 1992: 200).

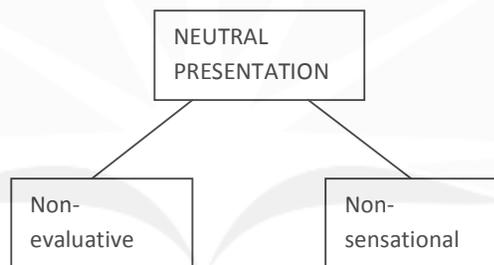
b. IMPARTIALITY (IMPARSIALITAS)

Imparsialitas berkaitan dengan ketidakberpihakan wartawan dalam menuliskan berita. Artinya, wartawan tidak menggabungkan opini pribadinya maupun memihak salah satu sumber beritanya (McQuail, 1992: 201).

Dimensi *impartiality* terdiri dari dua sub dimensi yaitu *neutrality* (netralitas) dan *balance* (keseimbangan).

Neutrality berkaitan dengan aspek penyajian suatu berita, termasuk didalamnya penempatan berita, aspek-aspek yang ditonjolkan, maupun pemilihan kata-kata yang digunakan (McQuail, 1992: 233).

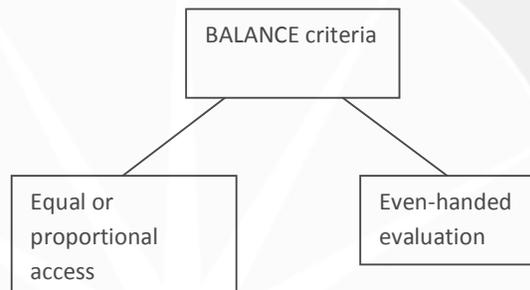
Dalam skema netralitas McQuail, tolak ukur dalam netralitas meliputi *non-evaluative* dan *non-sensational*. *Non-evaluative* adalah ada atau tidaknya percampuran antara fakta dan opini, sedangkan *non-sensational* adalah bagaimana kesesuaian antara judul dengan isi berita. Berikut adalah skema netralitas tersebut:



Gambar 1.2 Dimensi dan kriteria Netralitas (McQuail, 1992, 203)

Netralitas juga dapat dilihat dari, *stereotype* yang muncul dalam berita. *Stereotype* berarti pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok, atau bangsa tertentu dalam menyajikan sebuah berita. Atribut tersebut bisa bermakna positif ataupun negatif (McQuail, 1992: 234). Contohnya dalam kasus yang diangkat dalam penelitian ini, *stereotype* yang melekat pada diri Novi Amilia adalah sebagai model cantik, model bertubuh sempurna, model seksi, sampai model *syur*.

Selanjutnya, dimensi *balance* atau keberimbangan berkaitan dengan keseimbangan dalam pemberitaan. *Equal or proportional access* adalah seberapa banyak ruang dan waktu yang diberikan media untuk menyajikan pendapat atau kepentingan dari berbagai pihak; apakah hanya satu sisi saja yang ditonjolkan atau dari berbagai sisi. Sedangkan *even-handed evaluation* dapat dijadikan indikator evaluasi sebuah berita, apakah positif, negatif, atau netral (McQuail, 1992: 224).



Gambar 1.3 Dimensi dan kriteria Keberimbangan (McQuail, 1992: 203)

F. Kerangka Konsep

1. Berita di Media *Online*

Internet bukanlah barang baru bagi masyarakat Indonesia. Dari awal kemunculannya, jumlah pengguna internet di Indonesia semakin bertambah seiring berjalannya waktu. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa hingga tahun 2012, terdapat 63 juta pengguna internet. Jumlah tersebut mengalami peningkatan karena di tahun 2005 terdapat 16 juta pengguna (<http://www.apjii.or.id/> diakses 21/07/13).

Media *online* sebagai bentuk *new media* kini mempermudah kita memperoleh informasi. Hall (2005: 210) memaparkan tujuh kelebihan dari media *online*, yaitu mempermudah audiens untuk mengontrol informasi yang diinginkan, fleksibel dalam penyajian karena tidak perlu dibaca berurutan, dapat diakses kembali karena sudah pasti tersimpan, memiliki ruang penyajian yang tak terikat kolom atau baris sehingga dapat disajikan lebih lengkap, dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada audiens, mampu menyajikan berita dalam bentuk teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya bersamaan kepada audiens, serta memungkinkan adanya interaksi langsung dengan audiens.

Kini muncul istilah jurnalisme *online* sebagai dampak dari adanya konvergensi media dari cetak ke digital. Jurnalisme adalah kegiatan jurnalistik. Jurnalistik didefinisikan sebagai kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya (Sumadiria, 2006: 3). Sedangkan *online*—mengacu pada definisi Ward (2002:9) adalah istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan akses informasi digital yakni meliputi penerimaan dan penyebaran informasi, salah satunya adalah *website*.

Jika disimpulkan, jurnalisme *online* adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media *online website*. Bentuk dan ciri media cetak tradisional

maupun *online* jelas berbeda, namun keduanya sama-sama dituntut untuk menghasilkan berita atau informasi yang akurat.

Berdasarkan data dari daftarweb.org, tercatat ada 251 situs website di Indonesia yang masuk kategori berita, dimana 58 diantaranya merupakan berita *online* seperti detik.com, okezone.com, beritasatu.com, dan tempointeraktif.com. Keragaman ini semakin menambah sumber berita yang dapat diakses untuk memperkaya informasi. Tak hanya itu, beberapa media cetak juga menyediakan versi *online* dari koran atau majalah yang mereka terbitkan setiap harinya. Sebut saja Kompas, Seputar Indonesia, Republika, Jawa Pos, Sinar Harapan, dan sebagainya.

Di media *online*, ada banyak situs yang dapat digunakan sebagai sumber informasi dan berita. Persaingan inilah yang terkadang membuat para pemilik media berlomba-lomba mendapatkan atensi dari khalayak dengan mengesampingkan kaidah penulisan berita. Arifin dalam artikelnya yang dimuat di Bernas Jogja mengkritisi soal penulisan judul berita dalam media massa *online*. Judul berita dibuat bombastis tak ubahnya koran kuning. Hal ini dikarenakan judul merupakan senjata utama, dibuat mencolok demi menarik minat pembaca untuk membacanya lebih lanjut (Arifin, 2012: 4).

Masih menurut Arifin (2012: 4) fenomena tersebut bukan tanpa alasan. Para pebisnis portal berita *online* melakukannya demi mengejar *pageview*, atau dalam bahasa sederhana banyaknya orang yang mengakses halaman website tersebut. Semakin banyak *pageview*, semakin tinggi pula peluang

sebuah web dalam memperoleh urutan pertama dalam mesin pencari seperti Google.

Tak hanya disajikan dalam judul yang bombastis, isi dari berita *online* juga mendapat kritik. Kaidah-kaidah jurnalisme seperti kelengkapan unsur 5W + 1 H, nilai berita akurasi, keberimbangan, proporsionalitas, maupun netralitas seakan dilupakan (Yusuf, 2012). Saat ini para pekerja media lebih mengedepankan kecepatan dan aktualitas ketimbang prinsip-prinsip jurnalistik tersebut. Prinsip jurnalistik yang kerap diabaikan tersebut membuat pandangan bahwa berita di media *online* kadang dirasa mengecoh pembaca dengan judul yang ditampilkan dengan isi berita yang tidak sinkron.

2. Berita Bias Gender

Pada dasarnya, media memang merupakan cermin dan refleksi dari kondisi sosial budaya masyarakat (Aristiarini, 1998: xxiv). Kondisi sosial budaya yang ada dalam masyarakat kita masih meyakini adanya dominasi laki-laki diatas perempuan. Hal ini sejalan penjelasan Armando bahwa pembagian peran antarpria-wanita pun secara konsisten dikukuhkan, seperti istri sebagai pengurus rumah tangga, penjaga anak, dan seterusnya (Ibrahim dan Suranto, 1998: 159).

Ketika laki-laki diidentikkan dengan kepala keluarga yang mencari nafkah dan bekerja, maka prosentase pekerja media laki-laki juga lebih banyak daripada perempuan. Sesuai dengan pernyataan Luviana (2012: 29) bahwa prosentase jumlah jurnalis perempuan hanya sebesar sekitar 10% dari

total 14.000 jurnalis yang ada di Indonesia (Luviana, 2012: 29). Alhasil sudut pandang laki-lakilah yang mendominasi. Selanjutnya, yang muncul adalah dunia jurnalistik yang cenderung patriarki, karena secara kuantitas, laki-laki pada umumnya menduduki jabatan dalam menentukan keredaksian (Siregar, Pasaribu, dan Prihastuti, 2000: 241). Representasi semacam ini dipengaruhi oleh prasangka gender yang timpang atau bias gender di masyarakat.

Bias secara teoritik adalah sebuah kata sifat yang berarti berat sebelah, condong, dan berprasangka (Echols, 1996: 68). Bias juga dapat diartikan sebagai kecenderungan tindakan, keputusan, cara pandang, yang berat sebelah atau condong ke pihak tertentu dan mengunggulkan pihak lain. Apabila dikaitkan dengan gender, maka bias gender adalah prasangka atas konstruksi sosial yang mendudukan perempuan dalam sosok tradisional yang lebih lemah dibanding pria, serta cenderung dieksploitasi. Sebaliknya laki-laki digambarkan sebagai sosok yang lebih kuat, rasional, dominan, pandai, dan berubah-ubah (Rakhmat dalam Widyatama, 2006: vii)

Adanya bias atau ketimpangan relasi antara laki-laki dan perempuan ini muncul pula di media. Dilihat dari porsi pemberitaan antara laki-laki dan perempuan, Global Media Monitoring Project (GMMP) menyebutkan bahwa hanya 24% berita yang menggunakan perempuan sebagai subyek berita (<http://whomakesthenews.org/> diakses 30/07/2013). Isu soal pemerintahan, politik, ekonomi, kesehatan, maupun lingkungan dinilai jarang menggunakan perempuan sebagai tokoh sentral untuk dimintai pendapatnya; namun untuk isu-isu yang berkaitan dengan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT),

pelecehan, pemerkosaan, bahkan *human trafficking*, media baru mengangkat perempuan sebagai sentral karena mereka menjadi korban.

Bias gender dalam media, khususnya berita, dapat dilihat pula dari bagaimana berita tersebut disajikan—melalui pemilihan kata maupun bahasa yang digunakan. Yasraf A. Pilliang menyebutkan bahwa terdapat dua jenis bahasa yang beroperasi pada media pemberitaan, yakni bahasa tulisan dan bahasa visual. Dalam konteks kekerasan terhadap perempuan melalui pemberitaan media juga terdapat dua bentuk kekerasan, yakni 1) kekerasan bahasa (*language violence*) adalah bagaimana pemilihan perbendaharaan kata, kalimat, dan kosa kata mengandung kekerasan dan pemaksaan; dan 2) kekerasan visual (*visual violence*) yaitu bagaimana gambar, foto, skema, atau ilustrasi di dalam pemberitaan mengandung unsur dan motif-motif kekerasan yang serupa (Pilliang, 2007).

Detik.com menggunakan kata ‘sopir bikini’ sebagai sebutan kepada pelaku tabrakan Novi Amilia. Penggunaan kata semacam itu tergolong salah satu bentuk kekerasan terhadap perempuan melalui bahasa. Jika mengacu pada pemikiran Pilliang, maka kata-kata yang kerap digunakan oleh Detik.com mengandung fetisisme seksual.

Fetisisme seksual adalah kondisi dimana rangsangan seksual muncul ketika benda mati (celana dalam, BH, sepatu, rok) atau bagian tertentu dari tubuh (betis, paha, payudara, pipi, bibir, leher) menjadi fokus rangsangan seksual. Jika dikaitkan dengan media, fetisisme seksual ditandai dengan adanya penekanan pemberitaan mengenai obyek-obyek tertentu dari seorang

perempuan korban. Misalnya ‘pahnya yang mulus’, ‘celana dalam hitam’, atau ‘roknya yang tersingkap’. Fetisisme mengandung kekerasan simbolik karena secara tersirat menggunakan tubuh perempuan atau benda-benda yang terkait dengannya sebagai objek kepuasan laki-laki (Pilliang, 2007).

Seiring perkembangan jaman, sumber informasi dan berita terbaru juga dapat kita temui dalam media *online*. Sayangnya, porsi perempuan sebagai sentral di berita *online* hanya sebesar 23% jika dibandingkan dengan pria. Ini menunjukkan bahwa minimnya keterwakilan perempuan dalam media tradisional juga terbawa sampai ke media virtual. Selain itu perempuan juga lebih banyak diberitakan sebagai korban dari berbagai peristiwa, seperti kekerasan rumah tangga, kecelakaan, kejahatan, diskriminasi, bencana, hingga kejahatan seksual, yakni sebesar 16% (<http://whomakesthenews.org/> diakses 30/07/2013).

G. Unit Analisis

N O	DIMENSI	UNIT ANALISIS	SUB UNIT ANALISIS	KATEGORI
1.	FAKTUALITAS	<i>Truth</i>	Faktualitas	Fakta Sosiologis Fakta Psikologis
			Akurasi	<i>Check and recheck</i> Tanpa <i>check and recheck</i>
		<i>Completeness</i>	Kelengkapan unsur 5W+1H	Lengkap Tidak lengkap

		<i>Relevance</i>	Keterkaitan narasumber dengan berita	Relevan Tidak relevan
			Nilai berita	Mengarah ke <i>Significance</i> Mengarah ke <i>Human Interest</i>
2.	IMPARSIALITAS	<i>Neutrality</i>	<i>Non Sensational</i>	Ya Tidak
			<i>Non Evaluative</i>	Ada Tidak ada
			Stereotype	Ada Tidak ada
			Fetisisme Seksual	Ada Tidak ada
		<i>Balance</i>	<i>Cover Both Side</i>	Satu Sisi Dua Sisi Multi Sisi
			<i>Even Handed Evaluation</i>	Positif Negatif Netral

H. Definisi Operasional

1. Faktualitas

a. Truth (Kebenaran)

Truth atau kebenaran digunakan untuk mengukur sejauh mana berita bersifat faktual berdasarkan fakta-fakta yang ada. Dalam penelitian ini, pengukuran sub analisis kebenaran dilihat berdasarkan jenis fakta yang terkandung dalam berita serta keakuratan berita tersebut.

1) Faktualitas

- a) Fakta Sosiologis adalah ketika berita yang disajikan bahan bakunya berupa peristiwa/ kejadian nyata / faktual. Misalnya berita mengenai kecelakaan yang melibatkan Novi Amilia, dimana informasi yang disampaikan benar-benar berdasar peristiwa yang terjadi tanpa memuat unsur opini atau *opinionative*.
- b) Fakta Psikologis adalah ketika berita yang disajikan bahan bakunya berdasarkan opini seseorang terhadap suatu fakta (interpretasi subyektif) dalam bentuk pernyataan, penilaian, dan pendapat ahli. Misal dengan adanya penggunaan kata-kata mungkin, seolah-olah, sepertinya, agaknya, sayangnya, tampaknya, ataupun kata-kata opini lainnya.

2) Akurasi

- a) *Check and recheck*, fakta yang ada dapat dikonfirmasi atau teruji kebenaran dan ketepatannya. Hal ini dapat dilihat dengan adanya pencantuman nama narasumber, lokasi, maupun waktu yang jelas.
- b) Tanpa *check and recheck*, tidak dapat dikonfirmasi dan tidak teruji kebenaran dan ketepatan fakta. Hal ini dapat dilihat dengan tidak adanya pencantuman nama narasumber, lokasi, maupun waktu yang jelas.

3) Kelengkapan unsur 5W+1H

- a) Lengkap, jika dalam berita tersebut mengandung unsur 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*) tanpa kurang satu pun.
- b) Tidak lengkap, jika dalam berita tersebut tidak mengandung unsur 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*) secara lengkap.

b. Relevance (Relevansi)

Relevansi dalam sebuah berita dapat dilihat dari keterkaitan narasumber dengan berita yang disajikan (apakah kompeten atau tidak), maupun dilihat dari nilai berita yang terkandung di dalamnya (*Significance, Prominence, Magnitude, Timelines, Proximity, Human Interest*).

1) Keterkaitan Narasumber dengan Berita

- a) Relevan apabila ada keterkaitan antara narasumber dengan peristiwa yang diberitakan, karena idealnya sumber berita adalah pelaku yang mengalami, saksi, atau ahli yang menguasai permasalahan yang berkaitan dengan peristiwa. Misalnya ketika Novi Amilia diberitakan sedang dalam proses rehabilitasi di Rumah Sakit Ketergantungan Obat, maka narasumber yang dipilih adalah orang-orang atau dokter yang menangani Novi.
- b) Tidak relevan apabila tidak ada keterkaitan antara narasumber dengan peristiwa yang diberitakan.

2) Nilai Berita

Ada enam unsur yang selama ini digunakan sebagai ukuran sebuah kejadian layak diberitakan, yakni *significance, timeliness, magnitude, proximity, prominence*, dan *human interest*.

Significance (penting) yaitu dimana kejadian tersebut memiliki kemungkinan berpengaruh terhadap kehidupan orang banyak, atau kejadian yang memiliki akibat terhadap kehidupan orang banyak.

Magnitude (besar) yaitu ketika sebuah kejadian menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak.

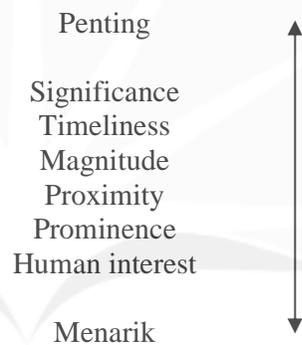
Timeliness (waktu) yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi.

Proximity (kedekatan) adalah dimana sebuah kejadian memiliki kedekatan bagi pembaca, baik secara geografis maupun emosional

Prominence (tenar) yaitu berkaitan dengan hal-hal yang terkenal oleh pembaca, misalnya nama, tempat, benda.

Human interest (manusiawi) yaitu kejadian yang menyentuh perasaan pembaca; kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa atau orang besar dalam situasi biasa.

Jika diurutkan, maka kriteria nilai berita tersebut akan seperti berikut



- a) Mengarah ke *significance*. Apabila berita tersebut mengandung nilai berita *significance*, *timelines*, *magnitude*, dan *proximity*, maka berita tersebut mengedepankan nilai penting untuk diketahui khalayak luas. *magnitude*, *timeliness* maka berita tersebut mengedepankan nilai penting untuk diketahui khalayak luas. Berita dinilai semakin berpengaruh terhadap kepentingan orang banyak atau berakibat pada kehidupan khalayak luas. Misalnya berita tentang kronologi Novi yang menabrak tujuh orang di Taman Sari.

- b) Mengarah ke *human interest*. Apabila mengandung nilai berita *prominence*, dan *human interest*, maka berita tersebut hanya mengedepankan unsur menarik dan mengurangi nilai penting bagi khalayak. Misalnya berita tentang status galau Novi Amilia di jejaring sosial atau tentang Novi Amilia yang sering berubah-ubah model rambut.

2. Imparsialitas

a. Neutrality (Netralitas)

Netralitas berarti berita harus bersifat netral atau tidak memihak salah satu pihak. Netralitas dapat dilihat dari bagaimana kecenderungan berita tersebut terhadap peristiwa yang terjadi, ada atau tidaknya pencampuran antar fakta dan opini, penggunaan kata-kata serta bahasa yang digunakan oleh jurnalis.

- 1) *Non Sensational* akan melihat apakah ada kesesuaian antara judul dengan isi berita.
 - a) Ada, apabila antara judul dan isi berita memiliki kesesuaian atau sinkron.
 - b) Tidak ada, apabila antara judul dan isi berita tidak sesuai atau sinkron.
- 2) *Non Evaluative* berkaitan dengan bagaimana wartawan menyajikan berita, ada atau tidak pencampuran antara fakta dan opini.
 - a) Ada, apabila dalam menulis berita, wartawan turut mencantumkan opini atau pendapat pribadinya. Misalnya penggunaan kata-kata disebut-sebut, diduga, agaknya, tampaknya, rupanya, kabarnya, maupun kata-kata yang bersifat *opinionative* lainnya dalam pemberitaan.

b) Tidak ada, apabila dalam menulis berita, wartawan tidak mencatumkan kata-kata yang mengandung opini atau pendapat pribadi seperti yang tersebut di atas.

3) *Stereotype*

a) Ada, apabila dalam berita tersebut terdapat pemberian atribut tertentu terhadap seseorang. Misalnya dalam topik yang diangkat penulis, terdapat penyebutan pada Novi Amalia sebagai model cantik, model bertubuh sempurna, model seksi, si cantik berkulit putih, cewek seksi, atau model *syur*.

b) Tidak ada, apabila wartawan tidak memberikan pelabelan atau memberi atribut tertentu kepada diri Novi Amalia.

4) Fetisisme Seksual

a) Ada, apabila dalam berita terdapat penggunaan kata-kata yang mengandung unsur fetisisme seksual dengan mengekspose atau menekankan bagian-bagian dari tubuh dan pakaian perempuan. Misalnya penyebutan BH, celana dalam, bikini, cewek berbikini, sopir berbikini, pengemudi berbikini, si seksi berbikini, atau penyebutan lainnya.

b) Tidak ada, apabila dalam berita tidak terdapat kata-kata yang mengandung unsur fetisisme seksual.

b. Balance (Keberimbangan)

Balance diartikan sebagai ketidakberpihakan berita terhadap pihak-pihak tertentu. Keberimbangan dilihat dari seberapa besar media mengakomodasi pendapat pihak-pihak tertentu.

- 1) *Cover Both Side* adalah bagaimana wartawan menyajikan pandangan dari pihak-pihak yang bertentangan dalam peristiwa tersebut. Dalam kasus kecelakaan Novi Amilia ini, pihak-pihak yang bertentangan dapat dipetakan: pihak kepolisian vs pengacara, Novi Amilia vs korban kecelakaan, dan pihak keluarga Novi vs psikiater/ psikolog/ ahli kejiwaan serupa.
 - a) Satu sisi, yaitu ketika berita hanya berisi pendapat atau pandangan satu orang narasumber saja. Misalnya, ketika narasumber yang disajikan hanya polisi yang menyebut bahwa Novi Amilia adalah cewek stress, tanpa ada pendapat lain atau bukti dari tes kejiwaan oleh psikologi atau pihak terkait lainnya.
 - b) Dua sisi, yaitu ketika berita memuat dua narasumber yang berlainan pihak.
 - c) Multi sisi, yaitu ketika berita memuat pandangan dari berbagai pihak, sehingga objektivitas terjaga.
- 2) *Even-handed evaluation* adalah menyajikan evaluasi dua sisi, baik negatif maupun positif terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara proporsional.
 - a) Positif adalah ketika berita yang disajikan berisi hal positif atau pro terhadap pihak-pihak yang diberitakan (kasus kecelakaan). Misalnya pemberitaan mengandung pernyataan, kalimat, atau kata yang memberikan gambaran positif atau pro Novi Amilia.
 - b) Negatif adalah ketika berita yang disajikan berisi hal negatif atau kontra terhadap pihak-pihak yang diberitakan (kasus kecelakaan). Misalnya

pemberitaan mengandung pernyataan, kalimat, atau kata yang memberikan gambaran negatif atau kontra Novi Amilia.

- c) Netral adalah ketika berita yang disajikan berisi hal positif dan negatif pihak-pihak yang diberitakan, sehingga akan bersifat netral. Misalnya pemberitaan mengandung pernyataan, kalimat, atau kata yang positif dan negatif sekaligus.

I. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Analisis isi banyak digunakan sebagai metode dalam penelitian bidang ilmu komunikasi, terutama dipakai untuk menganalisis isi media cetak maupun elektronik. Holsti dalam buku Eriyanto (2011: 15) mendefinisikan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik pesan.

Analisis isi memiliki ciri objektivitas. Analisis isi disebut objektif apabila peneliti benar-benar melihat apa yang ada dalam teks dan tidak memasukkan subjektivitas. Dua aspek penting dari objektivitas adalah validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan apakah analisis isi benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan reliabilitas berkaitan dengan apakah analisis isi akan menghasilkan temuan yang sama walaupun dilakukan dengan orang dan waktu yang berbeda (Eriyanto, 2011: 16).

Selain objektif, analisis isi juga harus sistematis. Artinya semua tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan secara jelas dan sistematis (Riffe, Lacy, dan Fico dalam Eriyanto, 2011: 18). Ciri selanjutnya adalah replikabel, artinya penelitian dengan penemuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Meskipun penelitian dilakukan oleh peneliti, waktu, dan konteks yang berbeda, namun pada akhirnya akan menghasilkan temuan yang sama.

Analisis isi hanya dapat melihat pada isi yang tampak (manifest). Awalnya banyak yang mempertentangkan apakah analisis isi bisa melihat isi yang tampak (manifest) atau bisa juga untuk melihat isi yang tidak tampak (latent). Namun pada akhirnya Eriyanto menyimpulkan bahwa analisis isi hanya bisa digunakan untuk melihat isi yang tampak. Ciri sebelumnya yang bersifat objektif, reliabel, valid, reliabel, dan replikabel hanya bisa dicapai jika melihat isi yang tampak saja. Jika peneliti melihat isi yang tidak tampak, maka dikhawatirkan akan ada subjektivitas di dalamnya.

Analisis isi juga memiliki ciri perangkuman atau *summarizing* untuk melihat gambaran umum atau karakteristik isi. Walaupun demikian, tidak menutup kemungkinan apabila analisis isi berpotensi melakukan generalisasi. Hal ini dapat ditemui apabila menggunakan sampel (Eriyanto 2011: 30).

Penelitian ini menggunakan metodologi riset analisis isi kuantitatif untuk melihat objektivitas berita sensitif gender. Budd memaparkan bahwa, riset analisis isi kuantitatif merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan

menganalisis isi komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih (Kriyantono, 2007:228).

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pola pikir deduktif. Pola pikir deduktif membahas permasalahan-permasalahan umum ke yang lebih khusus.

Eriyanto membagi jenis pendekatan analisis isi ke dalam tiga bagian besar, yaitu analisis isi deskriptif, eksplanatif, dan prediktif. Penelitian ini termasuk dalam analisis isi deskriptif karena hanya sebatas menggambarkan pesan atau teks secara detail, bukan menguji hipotesis tertentu atau hubungan antar variabel (Eriyanto 2011: 47).

3. Objek Penelitian

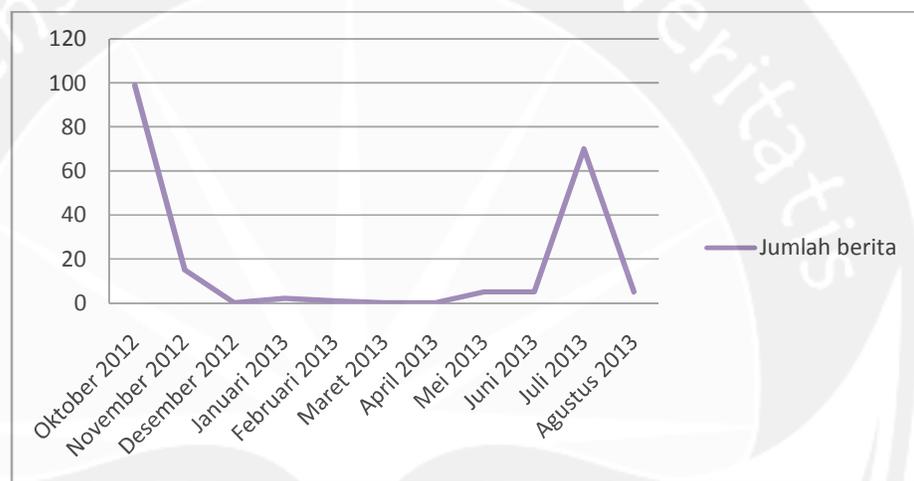
Objek dalam penelitian ini adalah berita seputar kasus kecelakaan yang melibatkan Novi Amilia di Detik.com dalam rentang waktu selama satu bulan, yakni 11 Oktober – 11 November 2012.

4. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi berita kecelakaan mobil yang melibatkan Novi Amilia sepanjang bulan Oktober 2012 sampai Juni 2013. Melalui metode *purposive sampling* maka peneliti memilih sampel dalam kurun waktu 11 Oktober – 11 November 2012. Peneliti memilih kurun

waktu tersebut karena selama satu bulan pemberitaan tersebut kasus Novi Amilia secara intens diulas di media Detik.com. Berikut adalah grafik jumlah pemberitaan soal kasus kecelakaan yang melibatkan Novi Amilia di Detik.com.

Grafik 1.1
Pemberitaan Novi Amalia di Detik.com periode Oktober 2012-Agustus 2013



Sumber: Olah data Detik.com

5. Metode Pemilihan Media

Penelitian ini menggunakan media online sebagai objek karena ingin melihat bagaimana objektivitas pemberitaan media tersebut dalam menyajikan berita sensitif gender, mengingat selama ini yang menjadi kelebihan dari media online adalah kecepatan. Untuk itu penelitian ini ingin melihat apakah media online hanya mengejar kecepatan semata atau tetap mengedepankan kaidah jurnalistik.

Media Detik.com dipilih untuk melihat bagaimana objektivitas diterapkan dalam sebuah berita online. Detik.com adalah pionir atau perintis media online pertama di Indonesia. Situs ini merupakan situs kedelapan di Indonesia yang sering dikunjungi—tujuh lainnya secara berturut-turut yaitu google.com, facebook.com, blogspot.com, YouTube.com, Google.co.id, Yahoo.com, dan kaskus.co.id (<http://www.alex.com/topsites/countries/ID>, diakses 20/10/2013). Hal ini menunjukkan bahwa Detik.com sekaligus merupakan peringkat pertama untuk portal berita yang sering dikunjungi masyarakat.

Dalam menyajikan berita soal kasus kecelakaan Novi Amilia, Detik.com tergolong cukup intens membahasnya. Total ada lebih dari 120 berita di Detik.com yang mengangkat soal kasus Novi Amilia selama bulan Oktober 2012 hingga Juni 2013.

6. Teknik Pemilihan *Timeframe*

Penelitian ini menggunakan berita yang disajikan dalam rentang waktu 11 Oktober – 11 November 2012, dimana pada rentang waktu tersebut terdapat banyak pemberitaan soal kasus Novi Amalia yaitu sebesar 104 berita.

7. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang didapat, peneliti menggunakan tipe tabular. Yaitu data dikumpulkan dengan hanya menghitung distribusi

kemunculan tiap kategori tanpa melihat hubungan parsial antar unit analisis yang ada.

8. Uji Reliabilitas

Agar penelitian ini *reliable*, peneliti memakai formula R.Holsti sebagai uji reliabilitas. Dalam formula ini akan ada 2 *coder* yang melakukan *coding* secara bersamaan terhadap serangkaian isu, sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan oleh peneliti.

Formula Holsti yang dimaksud adalah:

$$\text{Coefficient Reliability (CR)} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

M adalah jumlah kasus dimana kedua *coder* saling sepakat atas klasifikasi yang dibuat oleh peneliti. Sementara yang dimaksud dengan N1 adalah jumlah kasus yang dicatat oleh *coder* 1, dan N2 adalah jumlah kasus yang dicatat oleh *coder* 2. Dalam formula Holsti, angka reliabilitas yang ditolerir adalah 70% atau 0,7.