

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Salah satu fungsi utama dari pers adalah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Kini, informasi pada media *online* semakin cepat diketahui oleh khalayak melalui media sosial seperti Facebook dan Twitter. Dalam hitungan detik atau menit suatu peristiwa dapat segera disebarluaskan sehingga masyarakat segera mengetahui informasi terbaru.

Kasus Florence Sihombing yang terjadi akibat dari sebuah tulisan status di media sosial kemudian berbuntut panjang dan menimbulkan konflik. Kasus Florence semakin ramai diperbincangkan media massa karena *capture* status yang ia kirim di Path tersebar. *Screen capture* tersebut tersebar melalui *broadcast* BBM dan dibagikan di media sosial lain seperti Twitter dan Facebook.

Peristiwa tersebut bermula ketika Florence Sihombing hendak membeli Pertamina 95 di SPBU Lempuyangan pada 27 Agustus 2014. Florence mengendarai sepeda motor Scoopy menyelonong di antrean mobil. Florence ditegur oleh TNI yang sedang berjaga dan diminta untuk kembali ke antrean jalur motor, Florence kesal dan marah.

Sepulang dari SPBU Florence menumpahkan kekesalannya dengan menulis status di situs pertemanan Path. Florence Sihombing menuliskan umpatannya demikian, "*Jogja miskin, tolol, miskin dan tak berbudaya. Teman-teman Jakarta, Bandung, jangan mau tinggal di jogja.*" Pada akhirnya tulisan tersebut dianggap telah menjelekkan dan menghina warga Yogyakarta.



GAMBAR 1.1. Capture Status Florence Sihombing di situs pertemanan Path  
(Sumber: Harianjogja.com)

Tulisan tersebut mendapatkan reaksi negatif dari warga Yogyakarta, yakni Florence Sihombing mulai menjadi perbincangan di media sosial. Selain itu Florence Sihombing dilaporkan oleh aliansi masyarakat kepada polisi setempat (29/8/2014). Elemen masyarakat Yogyakarta, yakni Granat DIY, Komunitas RO Yogyakarta, Foklar DIY-Jateng, Gerakan Cinta Indonesia, Pramuka DIY, dan berbagai kelompok masyarakat lain melaporkan Florence ke Polda DI Yogyakarta. Sebelumnya Florence telah melakukan permintaan maaf kepada Sri Sultan dan warga Yogyakarta. Namun, permintaan maaf tidak dilakukan secara langsung hanya melalui sebuah tulisan yang dibacakan oleh pengacara Florence Sihombing (Solopos.com, 29/8/2014).

Pada tanggal 30 Agustus 2014 penyidik Reserse Kriminal Khusus Polda DI Yogyakarta memeriksa Florence Sihombing. Hasilnya, Florence Sihombing menjadi tersangka dan pada saat itu juga ditahan. Selama penyidikan Florence Sihombing dinilai tidak ada iktikad baik dan tidak kooperatif bahkan Florence

tidak mau menandatangani Berita Acara Pemeriksaan (BAP). *Posting Path* hina Jogja berlanjut ke Pengadilan Negeri Tinggi DIY.

Mahasiswi S-2 Kenotariatan UGM itu dinyatakan bersalah melanggar alternatif kesatu dakwaan yakni pasal 27 ayat 3 jo pasal 45 ayat 1 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (9/4/2015). Seperti diberitakan *Harianjogja.com* Florence yang *memposting* sebuah status di akun Path miliknya menuai masalah. Perempuan itu menjadi korban *bullying* para *netizen* hingga hendak dipenjarakan.

Media *online* berlomba-lomba menyajikan kabar terbaru dengan kecepatan sebagai andalan. Video mengenai Florence Sihombing pun dikenal pada situs berbagi video Youtube dan menjadi *most popular Youtube* dengan judul “*Florence Sihombing, Mahasiswi UGM mendadak Terkenal Setelah Menghina Jogja*” (*Harianjogja.com*). Beragam judul berita pada media *online* muncul dan saling berlomba seperti berikut; *Florence 'Ratu SPBU' Jadi Trending Topic Dunia* (*Tempo.com*, 28/8/2014). *Hina Yogya, Mahasiswa S2 ini Habis Di-'bully'* (*krjogja.com*, 28/8/2014), *Hina Jogja, Florence Sihombing Mendadak Populer* (*Solopos.com*, 28/8/2014).

Berita pada media *online* muncul beredar dengan *keywords Posting Path Hina Jogja* atau *hina Jogja*. *Keywords* *hina Jogja* seakan menggambarkan pemberitaan yang telah menghina Jogja. Hingga Florence Sihombing menjalani sidang pun *keywords* tersebut masih digunakan. Kata *hina Jogja* pun seolah melekat pada diri Florence Sihombing. Hal ini pula membuat berita menjadi sensasional di kalangan para pembaca terlebih di kalangan warga Jogja.

Meliput peristiwa konflik pada dasarnya merupakan suatu hal biasa bagi jurnalis. Salah satu kriteria untuk mengukur apakah suatu peristiwa layak diberitakan atau tidak adalah kandungan unsur konflik itu sendiri. Semakin keras konflik yang terkandung unsur konflik dalam peristiwa tersebut maka semakin tinggi nilai beritanya. Media massa mengemas peristiwa tersebut menjadi sebuah berita yang memiliki konflik dengan tujuan layak jual. Namun, bagaimana media mengemas berita tersebut seperti memihak salah satu pihak sehingga memperuncing keadaan (Anto dkk, 2007:36-37). Selain itu yang perlu diperhatikan pula adalah narasumber yang dipilih, terkadang karena kecepatan waktu terkadang hanya satu pihak saja. Berita yang ditampilkan pun menjadi tidak *cover both sides*. *Cover both sides* penting agar masyarakat dapat bersikap tidak memihak dan tidak menghakimi berita yang dibacanya.

Faktor kecepatan dan aktualitas yang dikejar oleh jurnalisme *online* berdampak pada pemberitaan yang sering kali berdasarkan isu yang kurang jelas sumbernya. Atas nama kecepatan, seringkali berita-berita tayang tanpa akurasi, mulai dari hal yang sederhana, yaitu ejaan nama narasumber hingga yang paling serius yaitu substansi berita.

Kelengkapan berita pada media *online* pun belum memenuhi 5W+1H (*what, when, where, who, why, dan how*) dengan alasan kecepatan penyebaran berita. Hanya beberapa unsur dari 5W+1H yang dimuat pada berita, meski kelengkapan unsur lainnya disertakan pada berita berikutnya. Agus Sudibyo (Margianto, 2015:43) mengungkapkan sepanjang 2011 Dewan Pers menerima 64 pengaduan terkait pelanggaran kode etik yang dilakukan media *online*.

TABEL 1.1  
Kategori Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Media Siber 2011

| No    | Jenis Pelanggaran                                      | Online |
|-------|--------------------------------------------------------|--------|
| 1.    | Tidak berimbang                                        | 30     |
| 2.    | Tidak menguji informasi/konfirmasi                     | 6      |
| 3.    | Tidak akurat                                           | 8      |
| 4.    | Tidak menyembunyikan identitas korban kejahatan susila | 7      |
| 5.    | Mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi           | 4      |
| 6.    | Tidak jelas narasumbernya                              | 1      |
| 7.    | Prasangka SARA                                         | 8      |
| Total |                                                        | 64     |

Sumber: Margianto, 2015: 44

Penelitian ini berfokus pada sejauh mana objektivitas media *online*. Objektivitas berita merupakan kualitas dari informasi yang tersampaikan berupa fakta yang apa adanya dan tidak memihak (Nurudin, 2009:82). Menjadi menarik ketika media *online* yang disebut-sebut sebagai penyampai berita tercepat akan diteliti sebagai dimensi faktualitas dan imparsialitasnya. Media ini apakah memiliki kecenderungan mengesampingkan kaidah jurnalistik demi menaikkan jumlah pembaca atau sebaliknya. Media massa berperan untuk mengungkap fakta dan mencari solusi bukan untuk menyulut isu.

Peneliti ingin melihat sejauh mana objektivitas Harianjogja.com dan Tribunjogja.com sebagai media *online* terhadap konflik yang bermula dari *posting* Path Florence Sihombing. Sehingga penelitian ini dapat ditemukan hasil apakah ada perbedaan yang signifikan antara kedua media tersebut terhadap pemberitaan *posting* Path Florence Sihombing ditinjau dari objektivitasnya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosa De Lima Rima mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY mengenai berita kecelakaan Novi Amalia dalam Portal Berita Detik.com mendapatkan hasil bahwa Detik.com belum

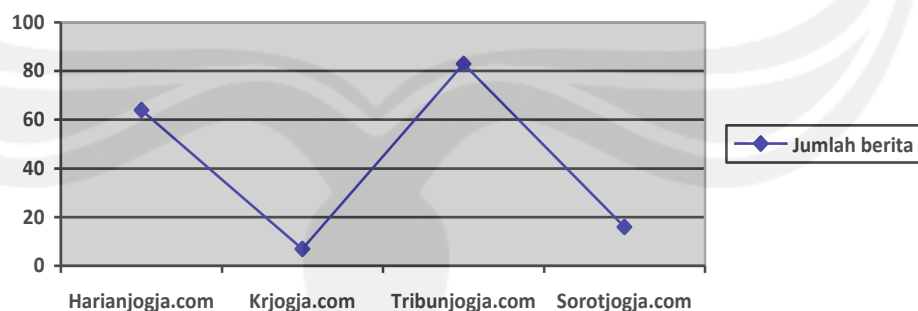
sepenuhnya menerapkan objektivitas. Dari 11 sub unit analisis yang digunakan, tidak ada yang memenuhi kriteria 100%. Kesebelas unit analisis tersebut, yakni faktualitas, akurasi, kelengkapan unsur 5W+1H, keterkaitan narasumber dengan berita, nilai berita, *non sensational*, *non evaluative*, *stereotype*, fetitisme seksual, *cover both side*, dan *even handed evaluation*. Kaidah jurnalistik seperti keakuratan dan kelengkapan berita belum terpenuhi. Netralitas berita masih mengandung pencampuran fakta dan opini wartawan, pelabelan, serta kekerasan bahasa berupa fetitisme seksual dalam berita. Selain itu secara keseluruhan, berita yang ditulis juga tidak seimbang karena hanya mengakomodasi pendapat satu pihak saja (De Lima, 2014: 109).

Penelitian juga dilakukan oleh Veronika Yasinta mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY dengan judul Analisis Isi Kuantitatif Tentang Konflik Rohingnya Ditinjau dari Objektivitas Berita pada Surat Kabar Republika Periode 11 Juni – 28 November 2012. Dari 9 unit analisis yang dihitung oleh peneliti, yakni: faktualitas (fakta), akurasi (verifikasi fakta), *completeness*, relevansi (nilai berita), tipe peliputan, sensasionalisme, *stereotypes*, *juxtaposition*, dan *linkages* hanya enam kategori yang memenuhi syarat objektif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Republika belum menerapkan objektivitas berita dengan baik. Unit analisis objektivitas yang belum terpenuhi adalah Republika lebih menonjolkan nilai *human interest*, Republika lebih menonjolkan peliputan satu sisi, dan terdapat *stereotypes*, yakni mengarahkan pada penyebutan ‘Muslim Rohingnya’ daripada etnis Rohingnya (Yasinta, 2013:80-81).

Christian Natalis mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UAJY juga melakukan penelitian mengenai objektivitas dari surat kabar Kompas dan Jawa Pos dalam memberitakan Palestina yang menjadi anggota PBB. Hasil penelitian tersebut adalah kedua surat kabar memenuhi prinsip objektivitas. 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 pemberitaan *posting* Path Florence Sihombing ini menggunakan portal berita Harianjogja.com dan Tribunjogja.com sebagai media yang akan diteliti. Harianjogja.com dan Tribunjogja.com adalah portal berita *online* yang berada di Jogjakarta. Secara wilayah geografis keduanya merupakan portal berita *online* lokal yang terbit di wilayah Jogjakarta sehingga dekat dengan lokasi kasus *posting* Path Florence Sihombing.

GAMBAR 1.2 Grafik Jumlah Berita Portal *Online*



Sumber: Pengumpulan data melalui internet pada Harianjogja.com, Krjogja.com, Tribunjogja.com, Sorotjogja.com

Pemilihan kedua media tersebut berdasarkan observasi peneliti pada beberapa portal berita *online* yang ada di Jogjakarta. Rentang waktu berita yang diamati mulai 28 Agustus 2014 hingga 28 April 2015. Terdapat 64 artikel berita

pada Harianjogja.com, 7 artikel berita pada Krjogja.com, 83 artikel berita dari Tribunjogja.com, dan 16 artikel berita pada Sorotjogja.com. Dilihat dari data tersebut Harianjogja.com dan Tribunjogja.com memiliki jumlah artikel cukup banyak dan intens memberitakan peristiswa kasus *posting* Path Florence Sihombing hingga proses hukum berjalan.

Penelitian ini mengkaji teks berita mulai dari peristiwa *posting* Path oleh Florence Sihombing hingga pada akhirnya Florence Sihombing menerima putusan dari pengadilan. Peneliti menggunakan teori objektivitas Westerstahl dengan meneliti teks berita berdasarkan unit analisis faktualitas dan imparsialitas yang disediakan.

## **B. Rumusan Masalah**

Sejauh mana objektivitas Harianjogja.com dan Tribunjogja.com dalam pemberitaan mengenai kasus *posting* Path Florence Sihombing pada portal *online* Harianjogja.com dan Tribunjogja.com periode 28 Agustus 2014 hingga 28 April 2015?

## **C. Tujuan Penelitian**

Mengetahui sejauh mana objektivitas pemberitaan kasus *posting* Path Florence Sihombing dalam portal *online* Harianjogja.com dan Tribunjogja.com periode 28 Agustus 2014 hingga 28 April 2015.

#### **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 berita pada media *online*.

#### **E. Kerangka Teori**

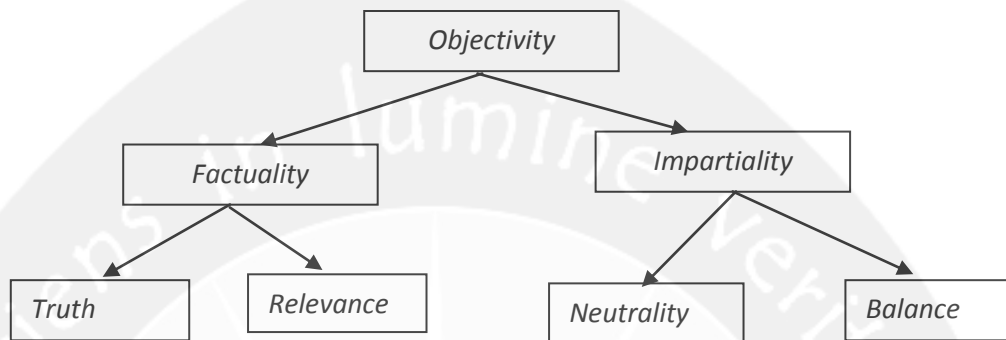
Wartawan dituntut untuk selalu bekerja profesional dan objektif. Kebenaran sebuah berita akan berkaitan erat dengan kualitas berita. Sebuah berita yang mempunyai kebenaran yang tinggi, maka berita tersebut mempunyai kualitas tinggi. Kualitas berita menjadi persoalan yang penting karena menyangkut profesionalisme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

Kualitas berita dinilai dari informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar: aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap atau utuh, jelas-jernih, jujur adil, berimbang, relevan, bermanfaat, dan etis (Sumadiria, 2005:32).

J. Westerstahl mengembangkan kerangka konseptual dasar guna meneliti dan mengukur objektivitas pemberitaan. Objektivitas menurut Westerstahl terbagi menjadi dua kriteria, yakni faktualitas dan imparsialitas. Faktualitas diwujudkan dengan kebenaran dan relevansi. Sedangkan imparsialitas atau ketidakberpihakan

hanya dapat ditegakkan jika didukung oleh keseimbangan dan netralitas (Nurudin, 2009:82). Berikut skema objektivitas menurut Westerstahl:

GAMBAR 1.3 Skema Objektivitas Westerstahl



Sumber: Nurudin, 2009:82

#### E.1. *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. Faktualitas adalah bentuk reportase yang berkaitan dengan peristiwa dan pernyataan yang bisa dicek ke narasumber dan bebas dari opini atau setidaknya bebas dari komentar wartawan. Faktualitas adalah adanya unsur fakta yang memang benar-benar terjadi. Karenanya faktualitas mensyaratkan adanya kebenaran (Nurudin, 2009: 82).

##### a. *Truth* / Kebenaran

*Truth* atau kebenaran digunakan untuk mengukur tingkatan kebenaran atau fakta yang disajikan. Syarat sebuah faktualitas adalah adanya kebenaran. Kebenaran adalah keutuhan laporan, tepat, akurat, yang ditopang oleh pertimbangan independen, dan tidak ada usaha mengarahkan khalayak (Nurudin,

2009: 83). 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*, yaitu mencakup kelengkapan informasi (5W+1H) (Rahayu, 2006: 10-19).

Faktualitas merupakan sifat fakta (*factualness*) pemisahan fakta dari opini dan komentar (Eriyanto, 2011:195). Faktualitas berita terbagi menjadi dua, yakni adanya fakta yang benar-benar terjadi (fakta sosiologis) dan fakta yang dikonstruksi oleh pikiran (fakta psikologis). Fakta sosiologis yang secara indrawi bisa dibuktikan kebenarannya sehingga pemberitaan yang dasarnya berupa peristiwa atau kejadian nyata/faktual. Fakta psikologis berupa interpretasi subjektif seseorang (pernyataan/opini) terhadap fakta kejadian (Nurudin, 2009:76).

Akurasi (*accuracy*) adalah kecermatan atau ketepatan fakta yang diberikan, yakni dengan melakukan *check* dan *recheck*. Indikator yang digunakan untuk melakukan *check* dan *recheck*, yaitu menguji kebenaran atau ketepatan fakta kepada subjek, objek, atau saksi berita sebelum disajikan. (Anto dkk, 2007: 77). Kecermatan berupa kehati-hatian terhadap ejaan nama, angka, tanggal, dan usia serta disiplin melakukan pemeriksaan ulang atas keterangan fakta yang ditemui (Kusumaningrat, 2005:48).

*Completeness* berkaitan dengan kelengkapan informasi pada peristiwa yang diberitakan. *Completeness* mencakup kelengkapan isi berita yang mencakup unsur-unsur 5W+1H. *What* berkenaan dengan peristiwa apa yang terjadi. *Who*

siapa saja pelaku yang terdapat di dalam pemberitaan itu. *When* adalah kapan peristiwa tersebut terjadi, *where* adalah di mana atau lokasi peristiwa. *Why* adalah mengapa peristiwa tersebut terjadi. *How* menjelaskan bagaimana peristiwa tersebut terjadi (Willing, 2010:36).

b. *Relevance/ Relevansi*

*Relevance/ Relevansi* berkaitan dengan proses seleksi. Proses seleksi yang dilakukan seorang wartawan memegang peranan penting apakah berita dikatakan berkaitan atau tidak (Nurudin, 2009: 85). Relevansi yang berkaitan dengan standar jurnalistik tersebut meliputi aspek kelayakan berita (*newsworthiness*) yang termasuk dalam kategori ini antara lain *significance* (penting), *magnitude* (besarnya berita), *timeliness* adalah ketepatan waktu peristiwa (waktu, aktualitas), *proximity* adalah kedekatan khalayak dengan peristiwa (emosional, jarak, geografis), *prominence* adalah ketokohan orang-orang yang terlibat dalam sebuah peristiwa (ada tidak orang penting atau tenar terlibat), *human interest* adalah peristiwa yang diberitakan mampu menyentuh perasaan emosional (Anto dkk, 2007: 76).

Apabila berita tersebut mengandung nilai berita *significance*, *timeliness*, *magnitude*, dan *proximity*, maka berita tersebut mengedepankan nilai penting untuk diketahui khalayak luas. Berita dinilai semakin berpengaruh terhadap kepentingan orang banyak atau berpengaruh terhadap kepentingan orang banyak atau berakibat pada kehidupan khalayak luas dan sebaliknya.

## E.2. *Impartiality* (Imparsialitas)

Imparsialitas berkaitan dengan ketidakberpihakan wartawan dalam menuliskan berita. Imparsialitas berkaitan dengan apakah berita disajikan secara adil semua sisi dari peristiwa dan perdebatan yang diberitakan (Eriyanto, 2011:195).

### a. *Neutrality*/ Netralitas

Netralitas berkaitan dengan tingkatan sejauh mana sikap tak memihak wartawan dalam menyajikan berita. Netralitas berkaitan dengan prinsip *non-evaluative* dan *non-sensational*. *Non-evaluative* berarti berita tidak memberikan penilaian atau *judgment*. Penilaian ini berupa pencampuran opini dan fakta dari wartawan. Sedangkan *non-sensational* adalah berita tidak melebih-lebihkan fakta yang diberitakan dengan memunculkan dramatisasi (Eriyanto, 2011: 195).

Sensasionalisme berkaitan bagaimana artikel berita memicu emosional dan dramatisasi pada tulisannya. Hal tersebut dilakukan agar menambah perhatian untuk membacanya. Sensasionalisme merupakan penyajian fakta secara tidak proporsional sehingga memunculkan kesan berlebihan atau efek dramatis dan melebih-lebihkan fakta yang ada (menimbulkan kesan ngeri, kesal, jengkel, senang, simpati, antipasti, dan sejenisnya). Sensasionalisme tidak dapat dibenarkan dalam ranah jurnalistik yang menekankan objektivitas pemberitaan (Rahayu, 2006:24).

*Stereotypes* berkaitan dengan atribut yang diberikan untuk individu, kelompok, atau bangsa tertentu yang biasanya dilakukan oleh media berita agar sederhana. Namun, penyebutan atribut tersebut memiliki arti yang positif dan

negatif sehingga selalu membawa resiko hilangnya netralitas dan bisa memiliki efek bias (Rahayu, 2006:26).

*Juxtaposition* merupakan fakta lain yang bisa mengubah makna padahal terpisah atau tidak berhubungan dengan teks berita. Wartawan menyandingkan dua fakta berbeda sehingga menimbulkan efek kontras yang menambah kesan dramatis berita (Rahayu, 2006:27).

*Linkages* berhubungan dengan bagaimana media secara terus menerus mengkaitkan hal-hal lain secara bersamaan sehingga dianggap memiliki sebab-akibat. *Linkages* berhubungan dengan cerita yang berbeda dalam satu buletin berita, aktor yang berbeda dari peristiwa, dan sebagainya yang menimbulkan sebab akibat (Rahayu, 2006:26).

#### *b. Balance/ Keseimbangan*

Keseimbangan yang dimaksud adalah pemberitaan yang ditulis wartawan harus bebas dari interpretasi dan opini. Interpretasi bisa dilakukan dengan memberikan penjelasan secara rinci atas suatu peristiwa dan melihat dari berbagai macam segi (Nurudin, 2009:86). Semakin banyak narasumber untuk sebuah berita akan lebih baik sebab kemungkinan akan lebih beragam versi yang bisa dipertimbangkan untuk digunakan (Anto dkk, 2007: 77).

Keseimbangan sendiri dapat diukur dengan indikator *equal access* dan nilai imbang (*even handed-evaluation*). *Equal access* atau akses proporsional, artinya apakah masing-masing pihak dan sisi telah diberikan kesempatan yang sama. Berita yang berimbang adalah berita yang menampilkan semua sisi, tidak menghilangkan dan menyeleksi sisi tertentu untuk diberitakan. Sedangkan nilai

imbang (*even handed-evaluation*) yaitu menyajikan dua sisi (aspek negatif- aspek positif) terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional (Eriyanto, 2011: 195).

## **F. Kerangka Konsep**

### **F.1. Jurnalisme Online**

Media *online* merupakan media yang menggunakan internet untuk mempublikasikan berita kepada khalayak. Dahulu orang menyebut media *online* merupakan media elektronik. Tetapi para pakar memisahnya dalam kelompok sendiri. Alasannya, media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan (Mondry, 2008:13).

Jurnalisme *online* merupakan kegiatan menghimpun, menulis, sampai dengan melaporkan sebuah berita. Sebuah berita tersebut akan dipublikasikan lewat media massa. Awalnya, kegiatan jurnalisme identik dengan pekerjaan media cetak. Namun saat ini pemahamannya harus diperluas lagi, bukan hanya surat kabar, tabloid, majalah dan berita berkala lainnya, tetapi juga media elektronik sehingga bila dinyatakan secara umum bahwa jurnalistik merupakan kegiatan menyiapkan, menulis, mengedit, serta memberitakan bagi media cetak dan elektronik (Mondry, 2008: 17).

Jurnalisme *online* adalah kegiatan jurnalisme yang menggunakan internet sebagai perangkat pendistribusian informasinya. Jurnalisme *online* seni

memadukan teknologi komunikasi, yakni internet dengan jurnalisme konvensional. Jurnalisme *online* mengandalkan kecepatan dan kebaruan informasi (Widodo, 2012).

## **F.2. Karakteristik Berita di Media Online**

Esensi kegiatan menulis berita adalah melaporkan seluk-beluk suatu peristiwa yang telah, sedang, atau akan terjadi. Berita ditulis sebagai rekonstruksi tertulis dari apa yang terjadi (Siregar, 1998:19).

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet (Sumadiria, 2005:65).

Jurnalisme *online* menjadi salah satu produk dari perkembangan media massa. Media *online* yang dimanfaatkan untuk penyebarluasan informasi memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan media konvensional menurut Thamzil Thahir dalam seminar Orientasi Jurnalistik Kantor Kemenag Wilayah Sulsel antara lain: Sifatnya yang *real time*. Berita, kisah-kisah, peristiwa, bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung (<http://sulsel.kemenag.go.id/file/file/MateriOrientasi/qsjz1348716887.docx>).

Dari sisi penerbit, mekanisme publikasi *real time* itu lebih leluasa tanpa dibatasi oleh periodisasi maupun jadwal penerbitan atau siaran. Kapan saja, di mana saja selama dapat terhubung dengan jaringan internet maka penerbit mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah-kisah saat itu juga. Inilah yang

memungkinkan para pengguna/pembaca untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan sebuah peristiwa dengan lebih sering dan terbaru.

Kecepatan jurnanisme *online* berdampak pada beberapa hal mengenai kaidah jurnalistik. Kelengkapan berita bagi media *online* tidak memenuhi syarat dari 5W+1H. Ketidaklengkapan tersebut tersaji dalam berita peristiwa yang dilakukan pada awal-awal pemuatan. Media *online* detikcom dan sebagian media *online* di Indonesia menerapkan unsur 3W (*what*, *when*, dan *where*) yang dianggap sudah cukup memberikan informasi di awal. *Three W's* merupakan teori dari Prof. William Cleaver Wilkinson dan merupakan teori jurnanisme klasik. Unsur lainnya termuat pada berita selanjutnya yang masih berkaitan (Anggoro, 2012:130-138).

Selain kelengkapan berita kecenderungan dari jurnanisme *online* adalah *cover both sides*. Lazimnya, berita yang berisi konflik atau perbedaan pandangan pada dua kubu selalu menampilkan kedua belah pihak dalam satu tulisan dan memasukan pihak ketiga sebagai penyeimbang. Namun, media *online* tidak senantiasa menampilkan berita yang seperti itu melainkan *cover both sides* yang tertunda. Keberimbangan tersebut ditampilkan pada berita selanjutnya dengan menyertakan informasi berita terkait (*related link*) (Anggoro, 2012: 142-143).

## G. Unit Analisis

TABEL 1.2 Unit Analisis dan Kategorisasi

| NO | DIMENSI       | UNIT ANALISIS     | SUB UNIT ANALISIS                          | KATEGORI                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|---------------|-------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Faktualitas   | <i>Truth</i>      | Faktualitas                                | Fakta Sosiologis<br>Fakta Psikologis                                                                                                                                                                                                      |
|    |               |                   | Akurasi                                    | Tepat dan cermat<br><br>Tidak tepat dan cermat                                                                                                                                                                                            |
|    |               |                   | <i>Completeness</i><br>(kelengkapan 5W+1H) | 1 W<br>2 W<br>3 W<br>4 W<br>5 W<br>1H<br>1W+1H<br>2W+1H<br>3W+1H<br>4W+1H<br>5W+1H                                                                                                                                                        |
|    |               |                   | <i>Relevance</i>                           | Nilai berita<br>- <i>Significance</i><br>- <i>Magnitude</i><br>- <i>Timelines</i><br>- <i>Proximity</i><br>- <i>Prominence</i><br>- <i>Human Interest</i><br><br>Mengarah ke <i>Significance</i><br><br>Mengarah ke <i>Human Interest</i> |
| 2  | Imparsialitas | <i>Neutrality</i> | <i>Non-evaluative</i>                      | Ada pencampuran fakta dan opini<br><br>Tanpa pencampuran                                                                                                                                                                                  |
|    |               |                   | <i>Non-sensational</i>                     | Ada Dramatisasi<br>Tidak ada                                                                                                                                                                                                              |
|    |               |                   | <i>Stereotypes</i>                         | Ada<br>Tidak Ada                                                                                                                                                                                                                          |
|    |               |                   | <i>Juxtaposition</i>                       | Ada<br>Tidak Ada                                                                                                                                                                                                                          |
|    |               |                   | <i>Linkages</i>                            | Ada<br>Tidak Ada                                                                                                                                                                                                                          |
|    |               | <i>Balance</i>    | <i>Equal Access</i>                        | Satu sisi<br>Dua sisi                                                                                                                                                                                                                     |

|  |  |  |                               |                                         |
|--|--|--|-------------------------------|-----------------------------------------|
|  |  |  |                               | Multi sisi                              |
|  |  |  | <i>Even handed evaluation</i> | Positif<br>Negatif<br>Positif - Negatif |

## H. Definisi Operasional

### H.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 (Nurudin, 2009:82).

#### 1) *Factualness*

*Factualness*/ faktualitas adalah adanya unsur fakta memang benar-benar terjadi, karenanya faktualitas mensyaratkan adanya kebenaran (Nurudin, 2009:83). Faktulitas merupakan pemisahan fakta dari opini dan komentar (Eriyanto, 2011:195). Faktualitas berkaitan dengan fakta-fakta yang digunakan dalam pemberitaan. Terdapat dua kategori sifat fakta, yakni fakta sosiologis dan fakta psikologis (Nurudin, 2009:76).

- a) Fakta Sosiologis, yaitu berita yang materi atau faktanya berasal dari peristiwa atau kejadian yang nyata. Misalnya, Florence ditahan di ruang tahanan Direktorat Kriminal Khusus (direktorat) Polda DIY, di Ringroad Utara Sleman, Sabtu (30/8/2014), mulai pukul 14.00 WIB (Harianjogja.com)
- b) Fakta Psikologis, yaitu berita yang disajikan bahan bakunya berdasarkan opini seseorang terhadap suatu fakta (interpretasi subjektif) dalam bentuk

pernyataan, penilaian, dan pendapat ahli. Interpretasi yang subjektif ini dikarenakan latar belakang pendidikan, agama, status sosial, etnis, dan pengalaman pribadi yang dimiliki oleh narasumber. Misalnya, berita hanya berisi pendapat-pendapat dari narasumber dalam menanggapi kasus Florence Sihombing. Contoh pendapat dari Butet Kartaredjasa.

## 2) Akurasi

Akurasi (*accuracy*) adalah kecermatan atau ketepatan fakta yang diberikan, yakni telah melalui proses *check* dan *recheck* (Anto dkk, 2007:77). Kecermatan berupa kehati-hatian terhadap ejaan nama, angka, tanggal, dan usia serta disiplin melakukan pemeriksaan ulang atas keterangan fakta yang ditemui (Kusumaningrat, 2005:48). Kecermatan dan ketepatan fakta dilihat dari pencantuman nama narasumber, lokasi, waktu yang jelas, usia, yang ditulis dengan benar tanpa ada kesalahan.

- a) Tepat dan cermat, hal ini dapat dilihat dengan adanya pencantuman nama narasumber, lokasi, maupun, waktu yang jelas, usia, informasi lainnya yang ditulis dengan benar tanpa ada kesalahan. Misal, penulisan nama yang benar Florence Sihombing.
- b) Tidak tepat dan cermat, adanya kesalahan penulisan pada pencantuman narasumber, lokasi, maupun, waktu, maupun informasi lainnya. Misalnya, penulisan usia pada artikel 25 tahun tetapi usia sebenarnya 26 tahun.

## 3) *Completeness*/ Kelengkapan isi berita (5W+1H)

*Completeness* berkaitan dengan kelengkapan informasi pada peristiwa yang diberitakan. Pemberitaan yang menjawab pertanyaan 5W+1H. Dalam

pemberitaan ada unsur 5W+1H, yaitu *what*, *when*, *where*, *who*, *why*, dan *how*. *What* berkenaan dengan peristiwa apa yang terjadi. *Who* siapa saja pelaku yang terdapat di dalam pemberitaan itu. *When* adalah kapan peristiwa tersebut terjadi, *where* adalah di mana atau lokasi peristiwa. *Why* adalah mengapa peristiwa tersebut terjadi. *How* menjelaskan bagaimana peristiwa tersebut terjadi (Willing, 2010:36). Kelengkapan informasi memudahkan hasil informasi yang jelas, dapat mengetahui dengan jelas permasalahan/ akar konflik dengan mudah.

a. 1 W

Dalam pemberitaan berita *online* bisa saja hanya mengandung satu unsur berita saja, yaitu unsur W. Unsur W yang dipilih dari *what*, *when*, *where*, *who*, dan *why*.

b. 2W

Pemberitaan *Harianjogja.com* dan *Tribunjogja.com* yang menggabungkan dua unsur W dalam penulisan berita. Penggabungan dua unsur itu bebas, tetapi dalam ranah *what*, *who*, *where*, *when*, dan *why*.

c. 3W

Pemberitaan *Harianjogja.com* dan *Tribunjogja.com* menggabungkan tiga unsur W dalam penulisan berita. Penggabungan tiga unsur itu bebas, tetapi dalam ranah *what*, *who*, *where*, *when*, dan *why*.

d. 4W

Pemberitaan *Harianjogja.com* dan *Tribunjogja.com* menggabungkan empat unsur W dalam penulisan berita. Penggabungan empat unsur itu bebas, tetapi dalam ranah *what*, *who*, *where*, *when*, dan *why*.

e. 5W

Pemberitaan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com menggabungkan lima unsur W dalam penulisan berita, yakni *what*, *where*, *when*, *who*, dan *why*.

f. 1 H

Pemberitaan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com hanya mengandung unsur 1 H. Aspek *how* mengenai bagaimana *posting* Path Florence Sihombing yang menghina Jogja cepat menyebar, bagaimana suasana persidangan Florence Sihombing.

g. 1W+1H

Pemberitaan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com hanya menggabungkan unsur satu W dan satu H (*how*). Penggunaan satu unsur W itu bebas, tetapi dalam ranah *what*, *who*, *where*, *when*, dan *why*.

h. 2W+1H

Pemberitaan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com menggabungkan unsur dua W dan satu H (*how*). Penggunaan unsur W itu bebas, tetapi dalam ranah *what*, *who*, *where*, *when*, dan *why*.

i. 3W+1H

Pemberitaan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com menggabungkan unsur tiga W dan satu H (*how*). Penggunaan tiga unsur W itu bebas tetapi dalam ranah *what*, *who*, *where*, *when*, dan *why*.

j. 4W+1H

Pemberitaan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com menggabungkan unsur empat W dan satu H (*how*). Penggunaan empat unsur W itu bebas tetapi dalam ranah *what, who, where, when, dan why*.

k. 5W+1H

Pemberitaan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com menggabungkan unsur lima W (*what, who, where, when, dan why*) dan *How*.

b. *Relevance* (Relevansi)

Relevansi dilihat dari nilai berita yang terkandung di dalamnya (*significance, magnitude, timeliness, proximity, prominence, human interest*). Ada enam unsur yang selama ini digunakan sebagai ukuran sebuah kejadian sehingga layak menjadi berita, yakni *significance, timeliness, magnitude, proximity, prominence, dan human interest* (Anto dkk, 2007: 76).

- *Significance*, yaitu fakta yang ada berpengaruh terhadap kehidupan khalayak.
- *Magnitude*, yaitu besaran fakta yang berkaitan dengan angka-angka yang berarti.
- *Timeliness*, yaitu fakta yang terjadi baru terjadi.
- *Proximity* dilihat dari dua segi yaitu:
  - Geografis adalah fakta kejadian yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal khalayak pembaca.
  - Psikografis adalah fakta kejadian yang memiliki kedekatan emosional dengan khalayak pembaca.

- *Prominence*, yaitu keterkenalan fakta / tokoh yang masuk dalam berita.
- *Human Interest*, yaitu fakta yang dilihat dari sisi kemanusiaan.

Bila diurutkan maka nilai berita seperti berikut (Siregar, 1998:29-30):

- a) Mengarah ke *significance*. Apabila berita tersebut mengandung nilai berita *significance, timeliness, magnitude, dan proximity*, maka berita tersebut mengedepankan nilai penting untuk diketahui khalayak luas. Berita dinilai semakin berpengaruh terhadap kepentingan orang banyak atau berpengaruh terhadap kepentingan orang banyak atau berakibat pada kehidupan khalayak luas. Misalnya, pemberitaan Florence menghina Jogja dan melanggar Undang-undang. Pemberitaan mengenai aksi demo mengusir Florence Sihombing oleh warga Jogja.
- 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, pemberitaan kondisi Florence Sihombing saat menghadapi sidang atau pemberitaan mengenai kronologi peristiwa kasus Florence Sihombing. Florence Sihombing (Flo), menangis usai mendengar putusan dua bulan penjara, denda Rp10 juta, subsidi satu bulan penjara dengan masa percobaan enam bulan, pada Senin (31/3/2015).

## H.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 percampuran antara fakta dan opini. Penggunaan kata-kata serta bahasa yang digunakan oleh jurnalis (Eriyanto, 2011: 195).

#### 1) *Non-evaluative*

Berkaitan dengan bagaimana wartawan menyajikan berita, ada atau tidak pencampuran antara fakta dan opini yang memberikan penilaian atau *judgment* (Eriyanto, 2011:195).

- a) Ada, apabila dalam menulis berita, wartawan turut mencantumkan opini atau pendapat pribadinya. Misalnya, penggunaan kata agaknya, nampaknya, rupanya, kabarnya/dikabarkan. Contoh: Florence yang dikabarkan tengah menempuh pendidikan S2 di Universitas Gadjah Mada ini mendapat komentar pedas dari *netizen*.
- b) Tidak ada, apabila dalam menulis berita, wartawan tidak mencantumkan kata-kata yang mengandung opini atau pendapat pribadi. Misalnya, wartawan tidak menuliskan kata-kata yang berupa opini.

#### 2) *Non-Sensational*

adalah berita yang disajikan tidak melebih-lebihkan fakta yang ada. Dalam hal ini *non-sensasional* dilihat dari dua kategori, yakni (Eriyanto, 2011:195):

##### a) Ada Dramatisasi

Dalam suatu berita menggunakan kata-kata atau kalimat yang didramatisasi, seperti menggunakan kata kiasan, bombastis, hiperbola, baik pada judul maupun teks berita. Kata kiasan merupakan kata yang diungkapkan secara berlebihan dan muluk-muluk. Bombastis adalah banyak menggunakan kata

dan ucapan yang indah-indah serta muluk-muluk, tetapi tidak ada artinya; bersifat omong kosong; bermulut besar.

Hiperbola, pengungkapan yang melebih-lebihkan kenyataan sehingga kenyataan tersebut menjadi tidak masuk akal. Contoh:

Kiasan: Ia diam seribu bahasa ketika diwawancara oleh media

Bombastis: Wow, ternyata Florence dikenal baik oleh teman-temannya

Hiperbola: *Posting* status Pathnya berhasil mengguncang dunia maya

b) Tidak Ada Dramatisasi

Dalam berita tidak mengandung unsur kalimat maupun kata-kata yang sensasional, bombastis, dan kiasan. Misalnya, kata-kata yang netral seperti menulis status.

3) *Stereotypes*

*Stereotypes* merupakan pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok atau bangsa tertentu dalam penyajian sebuah berita. Atribut tersebut dapat memiliki asosiasi positif atau negatif (Rahayu, 2006:26).

a) Ada, apabila dalam berita tersebut terdapat pemberian atribut tertentu terhadap seseorang, kelompok, atau bangsa. Misalnya:

*“Florence Sihombing, perempuan yang dijuluki Ratu SPBU karena insiden antrean di SPBU Lempuyangan, Yogyakarta, dan pelampiasan kemarahannya di jejaring sosial Path ternyata gemar melukis.” (Tempo.com, 1/9/2014)*

b) Tidak ada, apabila wartawan tidak memberikan pelabelan atau memberi atribut tertentu kepada Florence Sihombing. Misalnya, penyebutan dengan nama sebenarnya, yakni Florence Sihombing.

#### 4) *Juxtaposition*

Dilihat dari ada tidaknya penyandingan peristiwa lain atau tokoh lain yang bisa mengubah makna padahal terpisah atau tidak berhubungan dengan teks berita (Rahayu, 2006:27).

- a) Ada, jika ada peristiwa atau tokoh lain yang memiliki makna terpisah dan tidak berhubungan dengan teks berita (berupa perbandingan). Contoh:

*Solopos.com, SOLO – Heboh postingan kontroversial Florence Sihombing di media sosial sebenarnya bukan kali pertama terjadi. Beberapa bulan silam, akun bernama Dinda sempat jadi viral karena ungkapan sengitnya pada ibu hamil.*

*Berawal dari curahan hati (curhat), Meisya Chandra Kartika juga sempat bikin netizen geram setelah memposting status Facebook yang menghujat ibunya sendiri. (Solopos.com, 31/8/2014)*

- b) Tidak ada, jika tidak ada peristiwa atau tokoh lain yang dibandingkan dan dimuat dalam teks. Misalnya, tidak ada penulisan tokoh lain yang dikaitkan dengan kasus Florence Sihombing.

#### 5) *Linkages*

Berhubungan dengan cerita yang berbeda dalam satu buletin berita, aktor yang berbeda dari peristiwa, dan sebagainya yang menimbulkan sebab-akibat (Rahayu, 2006:26).

- a) Ada

Jika wartawan menghubungkan dua peristiwa yang sebenarnya berbeda sehingga kedua fakta tersebut dianggap memiliki hubungan sebab-akibat. Misalnya, pemberitaan mengenai Florence Sihombing dikaitkan dengan pemberitaan tutorial menggunakan media sosial.

b) Tidak Ada

Jika tidak ada fakta atau peristiwa lain yang dihubungkan dengan kasus *posting* Path Florence Sihombing.

b. *Balance* (keberimbangan)

*Balance* diartikan sebagai ketidakberpihakan berita terhadap pihak-pihak tertentu. Keberimbangan dilihat dari seberapa besar media mengakomodasi pendapat pihak-pihak tertentu. Hal ini dilihat dari adanya penyajian berita yang menampilkan semua sisi, tidak menghilangkan, dan menyeleksi sisi tertentu untuk diberitakan (Eriyanto, 2011:195). Keberimbangan diukur dari dua kategori akses proporsional (*equal access*) dan nilai imbang (*even handed evaluation*).

1) *Equal access*

*Equal access* adalah bagaimana wartawan menyajikan pandangan dari pihak-pihak yang bertentangan dalam peristiwa tersebut. Dalam kasus Florence Sihombing, pihak-pihak yang bertentangan dapat dipetakan: Florence Sihombing merupakan pihak terlapor, LSM Jatisura dan Gabungan komunitas merupakan pelapor. Sedangkan Pihak UGM, Polda DIY, Sri Sultan Hamengku Buwana X, GKR Hemas merupakan mediator.

- a) Satu sisi, yaitu berita hanya berisi pendapat atau pandangan satu orang narasumber saja. Misalnya, ketika narasumber yang disajikan hanya pengacara dari Florence Sihombing tanpa ada pendapat lain atau pihak terkait lainnya.

- b) Dua sisi, yaitu ketika berita memuat dua narasumber yang berlainan pihak. Misalnya, pengacara Florence Sihombing dan pihak pelapor dari LSM Jatisura.
- c) Multi sisi, yaitu ketika berita memuat pandangan dari berbagai pihak sehingga objektivitas terjaga. Misalnya, tidak hanya dari pihak Florence Sihombing dan kepolisian Polda DIY, melainkan juga dari berbagai lembaga atau organisasi lain seperti pihak UGM yang membantu proses perdamaian dan penyelesaian kasus.

## 2) *Even Handed Evaluation*

*Even Handed Evaluation* adalah menyajikan evaluasi dua sisi, baik negatif maupun positif terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara proporsional (Eriyanto, 2011:195).

- a) Positif adalah ketika berita yang disajikan berisi hal positif atau pro terhadap pihak-pihak yang diberitakan. Misalnya, pemberitaan mengandung pertanyaan, kalimat, atau kata yang memberikan gambaran positif atau pro terhadap Florence Sihombing. Contoh: “Florence mengaku sudah siap datang dan siap menerima sanksi setimpal dengan perbuatannya” (Harianjogja.com).
- b) Negatif adalah ketika berita yang disajikan berisi hal negatif atau kontra terhadap pihak-pihak yang diberitakan. Misalnya, pemberitaan mengandung pertanyaan, kalimat, atau kata yang memberikan gambaran negatif atau kontra terhadap Florence Sihombing. Contoh: Florence tidak mau menandatangani BAP (Harianjogja.com)

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

## **I. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan 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 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).

### **2. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pola pikir deduktif. Pola pikir deduktif membahas permasalahan-permasalahan umum ke yang lebih khusus. Eriyanto (2011:46) membagi analisis isi deskriptif, eksplanatif, dan

prediktif. Penelitian ini termasuk dalam analisis isi deskriptif, analisis ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis ini untuk menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan (Eriyanto 2011:47). Penelitian ini menggambarkan objektivitas berita pada Harianjogja.com dan Tribunjogja.com mengenai pemberitaan kasus *posting* Path Florence Sihombing.

### 3. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah berita seputar pemberitaan *posting* Path oleh Florence Sihombing di portal *online* dalam rentang waktu 28 Agustus 2014 hingga 28 April 2015. Pemilihan periode tersebut dikarenakan pemberitaan mengenai *posting* Path Florence Sihombing sangat tinggi, yakni pada akhir bulan Agustus hingga awal September. Pada bulan-bulan selanjutnya memberitakan mengenai proses hukum yang dijalani oleh Florence Sihombing.

Berikut adalah perbandingan rating media *online* dan jumlah beritanya yang berada di Jogjakarta:

TABEL 1.3  
Perbandingan Rating Media *Online*

| Portal <i>Online</i> | Global    | Indonesia | Jumlah berita |
|----------------------|-----------|-----------|---------------|
| Tribunjogja.com      | 1,842,633 | -         | 83            |
| Harianjogja.com      | 199,082   | 2,284     | 64            |
| Sorotjogja.com       | 575,687   | 17,952    | 16            |
| Krjogja.com          | 104,356   | 1,676     | 7             |

Sumber: Alexa.com 2016 dan pengumpulan data dari internet Tribunjogja.com, Harianjogja.com, Sorotjogja.com, Krjogja.com

Pada data tabel 1.3 meskipun krjogja.com memiliki rating paling tinggi dibandingkan dengan portal *online* Harianjogja.com, Tribunjogja.com, dan

Sorotjogja.com namun hanya memuat 7 berita terkait dengan pemberitaan *posting* Path Florence Sihombing. Dibandingkan dengan Tribunjogja.com ratingnya tidak diketahui namun secara intens memberikan *posting* Path Florence Sihombing. Penelitian ini memilih objek penelitian media yang memiliki jumlah berita paling banyak, yakni Tribunjogja.com dan Harianjogja.com.

#### 4. Populasi dan Sampel

Pemilihan periode 28 Agustus 2014 hingga 28 April 2015 dikarenakan pada periode tersebut pemberitaan mengenai kasus *posting* Path Florence Sihombing cukup tinggi di akhir bulan Agustus dan awal bulan September. Namun, proses hukum masih berjalan hingga pada bulan April 2015. Populasi dalam penelitian ini adalah semua item berita pada Harianjogja.com periode 28 Agustus 2014 hingga 28 April 2015 yang berkaitan dengan kasus *posting* Path Florence Sihombing.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota populasinya sebagai sampel total. Total berita yang ada pada Harianjogja.com sebanyak 64 artikel dan Tribunjogja.com terdapat 83 artikel berita. Sehingga total berita berjumlah 147 artikel berita. Berdasarkan teknik tersebut maka objek penelitian ini adalah semua berita yang berhubungan dengan kasus *posting* Path Florence Sihombing pada Harianjogja.com dan Tribunjogja.com.

Berikut rincian berita pada portal *online* Harianjogja.com dan Tribunjogja.com.

TABEL 1.4  
Rincian berita pada Harianjogja.com

| <b>Bulan</b> | <b>Jumlah Berita</b> |
|--------------|----------------------|
| Agustus      | 17                   |
| September    | 23                   |
| Oktober      | 2                    |
| November     | 7                    |
| Desember     | 3                    |
| Januari      | 1                    |
| Februari     | 4                    |
| Maret        | 4                    |
| April        | 3                    |
| <b>Total</b> | <b>64</b>            |

(Sumber: Harianjogja.com)

TABEL 1.5  
Rincian berita pada Tribunjogja.com

| <b>Bulan</b> | <b>Jumlah Berita</b> |
|--------------|----------------------|
| Agustus      | 24                   |
| September    | 30                   |
| Oktober      | 2                    |
| November     | 9                    |
| Desember     | 5                    |
| Januari      | 2                    |
| Februari     | 2                    |
| Maret        | 6                    |
| April        | 3                    |
| <b>Total</b> | <b>83</b>            |

(Sumber: Tribunjogja.com)

## 5. Metode Pemilihan Media

Penelitian ini menggunakan media *online* sebagai objek karena ingin melihat bagaimana objektivitas pemberitaan media tersebut dalam menyajikan berita terkait dengan kasus *posting* Path Florence Sihombing. Peneliti ingin mengetahui apakah media *online* hanya sekadar mengejar kecepatan semata atau tetap berpegang pada kaidah jurnalistik. Seringkali judul berita sudah dibuat bombastis sehingga menimbulkan sensasional di kalangan pembacanya.

Portal *online* Harianjogja.com dan Tribunjogja.com dipilih untuk melihat bagaimana objektivitas diterapkan dalam sebuah berita *online*. Kedua media tersebut berlokasi di Jogjakarta yang dekat dengan peristiwa kasus *posting* Path Florence Sihombing. Keduanya merupakan media *online* lokal di wilayah Jogjakarta.

#### 6. Teknik Pemilihan *Timeframe*

Penelitian ini mengumpulkan berita yang disajikan dalam rentang waktu 28 Agustus 2014 – 28 April 2015. Pada rentang waktu tersebut terdapat banyak pemberitaan soal kasus Florence Sihombing.

#### 7. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data untuk penelitian ini dengan mencari data yang terdokumentasikan seperti pada surat kabar, situs *online*, buku, surat kabar cetak, dan sumber lainnya. Peneliti memilih data sesuai dengan apa yang dibutuhkan dalam penelitian ini, seperti: seluruh artikel berita mengenai *posting* Path Florence Sihombing periode 28 Agustus 2014-28 April 2015 pada Harianjogja.com dan Tribunjogja.com. Hasil pengkodean yang didapat dari dua *coder* juga dikumpulkan oleh peneliti karena berkaitan dengan perhitungan reliabilitas. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Berikut adalah sumber data yang digunakan di dalam penelitian ini.

- Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2009:41). Penelitian ini menggunakan data utama yang didapat dari artikel berita pada portal *online* Harianjogja.com dan

Tribunjogja.com yang berkaitan dengan kasus *posting* Path oleh Florence Sihombing periode 28 Agustus 2014 hingga 28 April 2015.

- Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2009:42). Penelitian ini menggunakan data lainnya yang diperoleh melalui studi pustaka, baik buku, media massa, dan internet, sesuai dengan materi yang dibutuhkan. Studi pustaka dilakukan guna mencari data-data atau bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah.

#### 8. Pengkodingan

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, maka tahap selanjutnya pada penelitian ini adalah melakukan pengkodingan. Kategori yang telah ditentukan harus dimasukkan pada lembar yang dapat dihitung untuk kemudian dianalisis. Kategori yang dipakai dalam penelitian analisis isi disajikan dalam sebuah lembar yang disebut coding (*coding sheet*) (Eriyanto, 2011: 221).

Peneliti menggunakan dua *coder* untuk mengetahui isi sehingga peneliti bisa akurat. Dua *coder* tersebut mengisi lembar *coding* sesuai unit analisis dan penjelasan masing-masing kategori dalam lembar definisi operasional. Hasil dari pengisian *coder* itulah yang diperbandingkan, dilihat dari berapa persamaan dan berapa pula perbedaannya (Eriyanto, 2011: 288).

#### 9. Uji Reliabilitas

Peneliti ini menggunakan formula R. Holsti sebagai uji reliabilitas sehingga penelitian ini reliabel. Dalam formula ini akan ada 2 *coder* yang melakukan *coding* secara bersamaan terhadap serangkaian isu, sesuai dengan

kategorisasi yang telah ditentukan oleh peneliti. Reliabilitas ini ditunjukkan dalam persentase persetujuan—berapa besar persentase persamaan antar-coder ketika menilai suatu isi. Rumus untuk menghitung reliabilitas sebagai berikut (Eriyanto, 2011: 290):

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR : *Coefficient Reliability*

M : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkoding dan periset

N1, N2 : Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding dan periset.

Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satu pun yang disetujui oleh para *coder* dan 1 berarti persetujuan sempurna di antara para *coder*. Makin tinggi angka, makin tinggi pula angka reliabilitas (Eriyanto, 2011: 290).

Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang toleransi adalah 0,7 atau 70% artinya hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Tetapi, jika di bawah angka 0,7 berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat yang reliabel (Eriyanto, 2011: 290). Sebelumnya, peneliti melakukan uji reliabilitas dari setiap unit analisis dengan mengambil 10% dari jumlah berita Harianjogja.com dan Tribunjogja.com. Berikut adalah contoh dari hasil uji reliabilitas sebelum dilakukan pengkodingan lebih lanjut.

TABEL 1.6  
Uji reliabilitas berita Harianjogja.com ditinjau dari Relevansi

| No  | Judul Berita                                      | Coder 1 | Coder 2 | Peneliti |
|-----|---------------------------------------------------|---------|---------|----------|
| 1.  | Florence Sihombing Diburu, Warga Jogja Bikin Aksi | B       | A       | A        |
| 2.  | Sanksi Studi Menanti Florence                     | A       | A       | A        |
| 3.  | Inilah Sosok Florence Sihombing                   | B       | B       | B        |
| 4.  | Benarkah Ada Penghinaan?                          | A       | A       | A        |
| 5.  | Flo Divonis 2 Bulan Penjara                       | A       | A       | A        |
| 6.  | Florence Dikenai Wajib Lapori                     | A       | A       | A        |
| 7.  | Flo Bertemu Sultan, Saya Sehat                    | A       | B       | A        |
| 8.  | Florence Bertemu Sultan, Seperti Ini Sikapnya     | B       | A       | A        |
| 9.  | Florence Dituntut Hukuman Penjara dan Denda       | A       | A       | A        |
| 10. | Waktu Kelulusan Flo Terpaksa Mundur               | A       | B       | A        |

Sumber: Data olahan coding sheet

Peneliti dengan *coder 1*

$$CR = \frac{2 \times 8}{10 + 10} = 0,8$$

Peneliti dengan *coder 2*

$$CR = \frac{2 \times 8}{10 + 10} = 0,8$$

$$\text{Rata - rata } CR = \frac{0,8 + 0,8}{2} = 0,8$$

Pada tabel di atas merupakan pengkodean antara peneliti dengan dua pengkoder. Peneliti menggunakan 10 artikel berita dari Harianjogja.com sebagai sampel untuk uji reliabilitas ditinjau dari sub unit analisis relevansi. Dari pengkodean di atas perhitungan yang dilakukan adalah mengolahnya dengan formula Holsti. Perhitungan *Coefficient Reliability* dengan *coder 1*, terdapat M atau jumlah pernyataan yang disetujui oleh *coder 1* dan peneliti, yakni 8 artikel. Sedangkan, dengan *coder 2* jumlah M sebanyak 8.

Maka jumlah pernyataan yang diberi kode oleh kedua *coder* dan peneliti adalah 20. Setelah dihitung *Coefficient Reliability* peneliti dengan *coder 1*,

hasilnya adalah 0,8. Sedangkan dengan *coder 2 Coefficient Reliability* yang ditemukan adalah 0,8. Dari hasil tersebut *Coefficient Reliability* dapat diterima karena lebih dari 0,7 atau 70% dari penerimaan sesuai dengan formula Holsti. Maka alat ukur penelitian ini dapat digunakan.

#### 10. Analisis Data

Peneliti membutuhkan *coding sheet* yang diperoleh dengan menyusun kategori yang sebelumnya dibuat dalam bentuk unit analisis. Unit analisis ini merupakan penurunan dari teori yang digunakan, yakni objektivitas. Peneliti memberikan lembar *coding sheet* kepada dua orang *coder* beserta panduan untuk mengisi *coding* tersebut. Panduan tersebut berisi cara pengisian dan penjelasan mengenai kategori yang digunakan dalam penelitian ini, yakni berupa definisi operasional.

Hasil dari lembar *coding* kemudian dipindahkan ke dalam tabel sesuai dengan unit analisis untuk mempermudah perhitungan. Hasil dari lembar *coding* tersebut kemudian dilakukan uji reliabilitas dengan formula Holsti sesuai dengan unit analisisnya. Tahap selanjutnya adalah menganalisis data dengan teori objektivitas menurut Westerstahl dan konsep berita media *online*. Peneliti pun mendiskripsikan temuan yang sudah ada.

Objektivitas berita dinilai sebagai berikut; pada faktualitas apabila bahan baku atau materi beritanya merupakan fakta sosiologis. Pada sub unit akurasi sebuah berita harus tepat dan cermat, artinya pencantuman nama, lokasi, waktu, usia tidak ada kesalahan penulisan. Relevansi berita dilihat dari nilai berita, yakni apabila mengarah ke *significance* yang mengedepankan nilai penting untuk

diketahui masyarakat. Kelengkapan unsur berita (5W+1H) akan dihitung dari unsur-unsur berita yang sering digunakan dengan minimal unsur 3W.

Pada dimensi imparsialitas, sub unit analisis *non-sensasional* berita yang objektif jika tidak ada dramatisasi. Wartawan dalam menyajikan berita haruslah *non-evaluative* yang artinya berita mengarah pada tidak ada pencampuran fakta dan opini. Pada penulisan berita tidak ada pemberian atribut yang berakibat adanya *stereotypes*. Pada sub unit analisis *juxtaposition*, objektivitas berita dilihat dari tidak adanya penyandingan peristiwa lain atau tokoh lain yang dapat mengubah makna dan tidak berhubungan dengan teks. Berikutnya sub unit analisis *linkages* dikatakan objektif apabila mengarah pada tidak adanya cerita yang berbeda yang menimbulkan sebab akibat.

Keberimbangan berita dinilai objektif apabila pada *equal access* wartawan menyajikan berita yang multi sisi. Objektivitas pada sub unit analisis *even handed evaluation* yang disajikan dalam satu berita mengarah pada kategori netral yang memuat sisi positif dan negatif sekaligus.

Dalam mengukur sejauh mana objektivitasnya peneliti menggunakan skala interval. Skala interval memberikan ciri angka kepada kelompok obyek yang mempunyai skala nominal dan ordinal, ditambah dengan jarak yang sama pada urutan obyeknya. Data skala interval diberikan apabila kategori yang digunakan bisa dibedakan, diurutkan, mempunyai jarak tertentu, tetapi tidak bisa dibandingkan (Siagian, 2002:21).

Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti membagi dalam tiga kategori, yakni tinggi, sedang, rendah. Pembagian dihitung dari total persentase sebesar

100% dibagi menjadi tiga, yakni 0%-33% termasuk dalam kategori rendah, 34%-67% pada kategori sedang, dan 68%-100% termasuk pada kategori tinggi.

Pengukuran sejauh mana objektivitas dilihat dari sub unit analisis yang terpenuhi pada kedua portal *online* terbagi menjadi tiga kategori, yakni rendah, sedang, dan tinggi. Pembagian tersebut dihitung dari 11 sub unit analisis dibagi menjadi tiga sehingga ditemukan hasil sebagai berikut; 1-4 termasuk dalam kategori rendah, 4-7 termasuk dalam kategori sedang, dan 8-11 termasuk pada kategori tinggi.