

VERIFIKASI PEMBERITAAN MEDIA *ONLINE*
(Studi Kasus Proses Penerapan Pedoman Pemberitaan Media Siber
Pemberitaan Florence Sihombing di Detik.com dan Kompas.com Periode
Agustus – September 2014)

Alexander Aprita Ermando Drajad / Yohanes Widodo, S.Sos, M.Sc
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jln. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281

ABSTRAK

Pedoman Pemberitaan Media Siber merupakan aturan yang dibuat oleh Dewan Pers bersama berbagai media *online* di Indonesia. Pedoman ini disahkan pada 3 Februari 2012. Poin penting dari pedoman ini adalah Verifikasi dan Keberimbangan Berita, di mana media bisa menunda proses verifikasi jika peristiwa yang diliput penting bagi publik, sumber berita pertama sudah cukup kredibel dan kompeten, dan subyek berita belum bersedia diwawancara dan/atau belum diketahui keberadaannya. Media *online* yang diteliti adalah Kompas.com dan Detik.com dengan pemberitaan mengenai Florence Sihombing.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dalam melihat bagaimana proses penerapan verifikasi yang dilakukan oleh Kompas.com dan Detik.com dalam pemberitaan Florence Sihombing. Penelitian ini turut membandingkan kedua media *online* dalam melakukan verifikasi, termasuk teknik-teknik yang dilakukan agar proses verifikasi yang dilakukan sesuai dengan Pedoman Pemberitaan Media Siber. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pihak Kompas.com dan Detik.com melalui surat elektronik. Peneliti juga mengumpulkan artikel-artikel berita mengenai Florence Sihombing dari kedua situs berita tersebut.

Penelitian ini menemukan bahwa baik Kompas.com dan Detik.com mengikuti tahapan proses penerapan verifikasi yang telah diatur dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber. Pertimbangannya pun sama, terletak pada nilai berita, sumber berita, serta validitas informasi yang didapat. Namun dalam perkembangan pemberitaannya, keduanya memiliki strategi sendiri. Secara kode etik jurnalistik memang tidak melanggar, namun strategi tersebut dilakukan atas dasar bisnis. Seperti sumber berita yang kredibel dan kompeten namun tidak relevan dengan peristiwa. Jumlah artikel dalam pemberitaan juga menentukan seberapa besar keuntungan yang didapat. Pada bisnis media berita *online*, keuntungan didapat berdasarkan jumlah pengakses dalam satu halaman artikel berita. Dengan demikian, semakin banyak artikel dalam satu pemberitaan, keuntungan yang didapat semakin besar.

Keyword: Verifikasi, Pedoman Pemberitaan Media Siber, Florence Sihombing

Latar Belakang

Verifikasi merupakan prinsip paling penting dalam jurnalisme. Hal tersebut dipaparkan oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam buku *Elemen-Elemen Jurnalisme* (2003:87). Pada media massa konvensional (cetak dan elektronik), verifikasi dilakukan dengan mengutip pernyataan dari pihak-pihak yang terlibat. Hal ini untuk menjaga keberimbangan dan objektivitas pemberitaan.

Seiring dengan kemunculan internet, metodologi verifikasi mengalami perubahan besar. Para jurnalis yang bekerja di media *online* cenderung mengabaikan prinsip-prinsip verifikasi. Hal ini disebabkan oleh karakteristik dari media *online*, yang merilis berita secara *real-time* alias langsung setelah peristiwa terjadi. Jurnalis *online* lebih banyak menghabiskan lebih banyak mencari sesuatu untuk menambahi berita yang tengah berlangsung, biasanya interpretasi, dan bukannya mencoba secara independen mendapati dan memverifikasi fakta baru (Kovach, 2003:92). Verifikasi menjadi dasar peneliti untuk meneliti pemberitaan kasus Florence Sihombing yang dibuat oleh Detik.com dan Kompas.com.

Kasus Florence Sihombing sempat menghebohkan media sosial dan media *online* Indonesia pada akhir Agustus hingga September 2014. Melansir artikel di Surat Kabar Harian (SKH) *Kedaulatan Rakyat* edisi Jumat, 29 Agustus 2014 (*Hujat Yogya, Florence Dilaporkan ke Polda*), kasus ini bermula ketika Florence Sihombing akan mengisi bahan bakar kendaraan di Stasiun Pengisian Bahan Bakar (SPBU) Lempuyangan pada Rabu (27/8/2014). Keesokan harinya (28/8/2014), Florence membuat pernyataan di akun *Path*-nya dengan kata-kata,

“Jogja Miskin, Tolol, dan Tak Berbudaya. Teman-teman Jakarta-Bandung jangan mau tinggal di Jogja”.

Pemberitaan mengenai Florence Sihombing kemudian cukup intens terjadi pada Detik.com dan Kompas.com secara nasional. Banyaknya artikel berita yang dibuat mengenai kasus Florence Sihombing membuat peneliti mengambil kedua situs berita *online* ini sebagai bahan penelitian. Sebanyak 49 artikel berita mengenai Florence Sihombing dirilis oleh Detik.com dari 28 Agustus hingga 9 September 2014. Pada periode yang sama, Kompas.com menurunkan 42 artikel berita. Selain itu, peneliti memilih Detik.com dan Kompas.com karena keduanya merupakan dua situs berita *online* terpopuler dan paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia menurut Alexa Top Sites (“Top Sites in Indonesia” diakses dari <http://www.alexa.com/topsites/countries/ID.html> pada 10 Desember 2015). Situs tersebut menempatkan Detik.com di peringkat ke-6 dan Kompas.com di peringkat ke-9, berdasarkan tingginya lalu-lintas (*traffic*) pengaksesnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Bogdan (1999) mendefinisikan studi kasus sebagai kajian yang rinci atas suatu latar atau peristiwa tertentu (Idrus, 2009:57). Peneliti menggunakan metode studi kasus karena penelitian ini terfokus pada satu kasus, yaitu pemberitaan mengenai Florence Sihombing. Pemberitaan mengenai Florence Sihombing memiliki masalah pada validitas data dan informasi yang dijadikan sebagai bahan berita. Permasalahan tersebut juga terdapat pada bagaimana proses verifikasi yang dilakukan, apakah sudah sesuai dengan Pedoman Pemberitaan Media Siber sebagai prosedur baku. Selain itu, peneliti ingin mengetahui mengapa

kasus Florence Sihombing dianggap sebagai peristiwa yang cukup penting untuk dijadikan berita.

Peneliti akan melihat apakah Detik.com dan Kompas.com menerapkan verifikasi dan keberimbangan berita berdasarkan Pedoman Pemberitaan Media Siber pada pemberitaan Florence Sihombing. Selain itu, peneliti akan membandingkan kedua situs berita *online* ini dalam menerapkan Pedoman Pemberitaan Media Siber, terutama bagaimana cara penerapan verifikasi dan keberimbangan berita pada pemberitaan yang dibuat di masing-masing situs berita pada pemberitaan kasus Florence Sihombing.

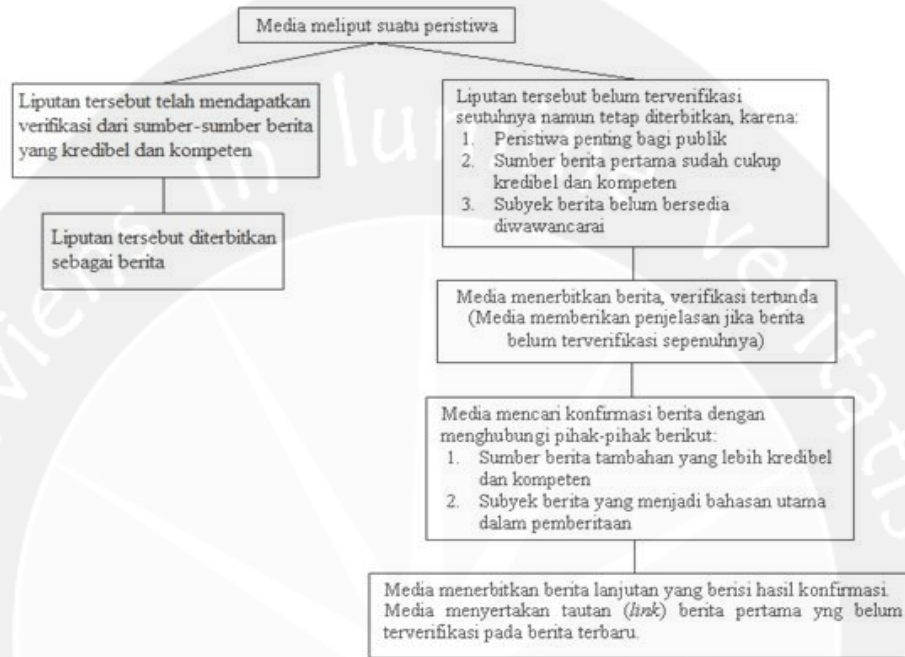
TUJUAN

1. Mengetahui bagaimana proses penerapan verifikasi berdasarkan Pedoman Pemberitaan Media Siber di Kompas.com dan Detik.com mengenai pemberitaan Florence Sihombing periode 28 Agustus – 9 September 2014.
2. Mengetahui bagaimana strategi Kompas.com dan Detik.com dalam memastikan jika pemberitaan yang dilakukan mengikuti aturan verifikasi dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber?

HASIL DAN ANALISIS

Berdasarkan hasil temuan data peneliti, terdapat beberapa perbedaan proses penerapan verifikasi antara Pedoman Pemberitaan Media Siber dengan Kompas.com dan Detik.com. berikut perbedaannya dalam bentuk bagan:

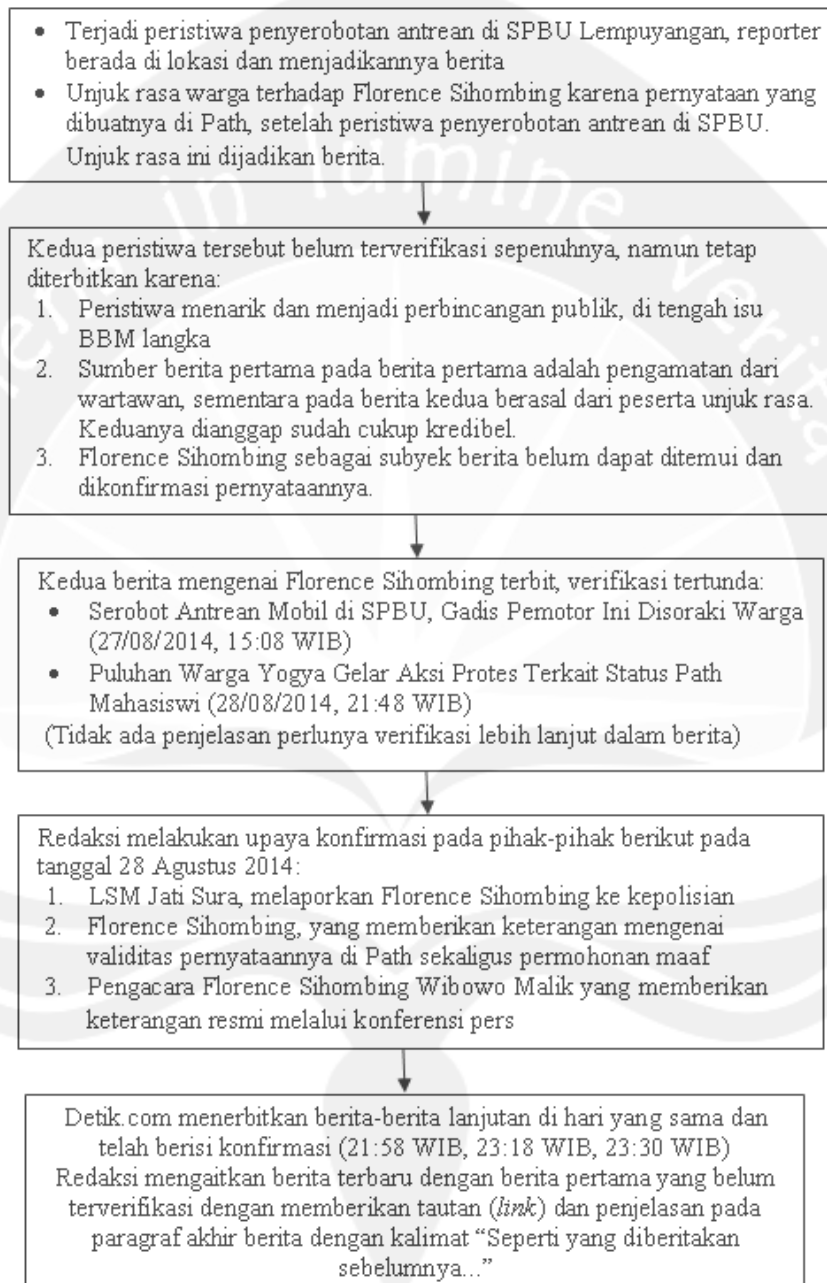
Tahapan Verifikasi Berita Pedoman Pemberitaan Media Siber



Bagan 1: Tahapan proses verifikasi berdasarkan Pedoman Pemberitaan Media Siber

Tahapan Verifikasi Detik.com

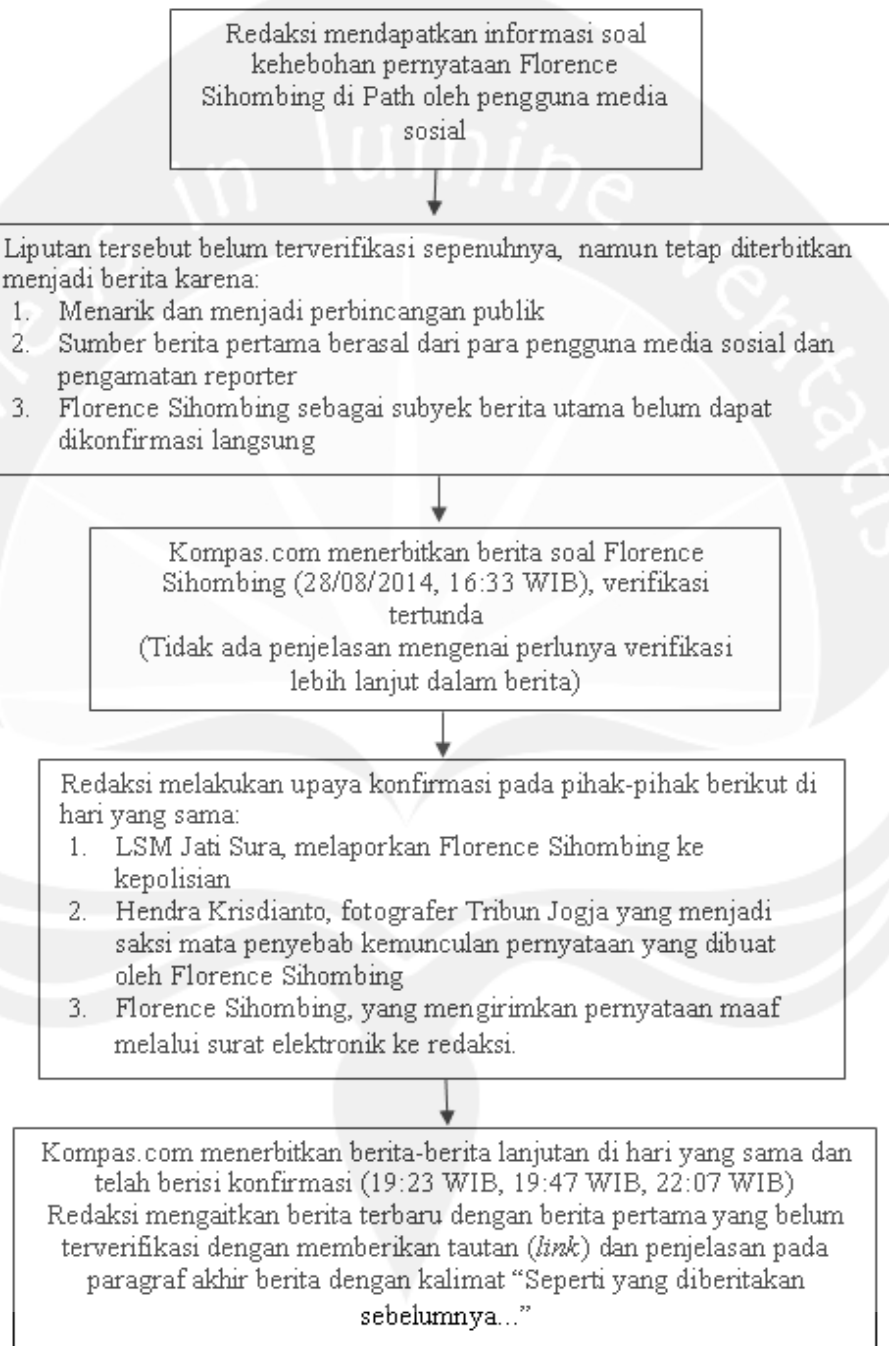
Pemberitaan Florence Sihombing



Bagan 2: Proses verifikasi pemberitaan Florence Sihombing di Detik.com

Tahapan Verifikasi Kompas.com

Pemberitaan Florence Sihombing



Bagan 3: Proses verifikasi pemberitaan Florence Sihombing di Kompas.com

a. Tingkat kepentingan publik pemberitaan Florence Sihombing

Berdasarkan pernyataan dari kedua pihak, ukuran kepentingan berita bagi publik bagi Kompas.com dan Detik.com memiliki kesamaan. Pada kasus Florence Sihombing, yang menjadi tolak ukur pentingnya hal tersebut bagi publik adalah efek yang muncul. Kasus Florence dianggap menarik perhatian dan menjadi perbincangan publik, sehingga layak untuk diangkat menjadi berita.

Meskipun keduanya sama-sama menganggap kasus Florence Sihombing merupakan hal yang menarik perhatian publik sehingga layak dijadikan berita, terdapat perbedaan pada hal apa yang menarik pada kasus itu. Pemberitaan Kompas.com lebih mengarah pada dampak yang ditimbulkan oleh pernyataan yang dibuat oleh Florence Sihombing kepada publik. sementara pemberitaan Detik.com lebih mengarah pada asal-usul mengapa kemudian pernyataan tersebut muncul dan dampaknya baik bagi Florence dan warga Yogyakarta.

b. Sumber-sumber berita yang digunakan dalam pemberitaan Florence Sihombing

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan terhadap artikel-artikel pemberitaan Florence Sihombing, baik Kompas.com dan Detik.com menggunakan sumber-sumber berita yang sama. Beberapa berasal dari pihak

Detik.com dan Kompas.com, yaitu wartawannya. Berikut adalah daftar sumber berita yang digunakan oleh keduanya.

Tabel 1

Sumber berita yang digunakan oleh Kompas.com dan Detik.com

Sumber Berita yang Digunakan	
Kompas.com	Detik.com
1. Wartawan Kompas.com	1. Wartawan Detik.com
2. Fajar Rianto, Ketua LSM Jati Sura	2. Eko, peserta demo
3. Hendra Krisdianto, fotografer Tribun Jogja	3. Florence Sihombing, subyek berita
4. Florence Sihombing, subyek berita	4. Fajar Rianto, LSM Jatisura
5. Wibowo Malik SH, juru bicara dan pengacara Florence Sihombing	5. Eri Supriyanto, penasihat hukum LSM Jatisura
6. Direktur Reskrimsus Polda DIY Kombes Pol Kokot Indarto	6. Wibowo Malik SH, juru bicara dan pengacara Florence Sihombing
7. Kabid Humas Polda DIY AKBP Anny Pudjiastuti	7. Wiwit Wijayanti, Kepala Bidang Humas UGM
8. Ryan Nugroho, Reptil RO Yogyakarta	8. Kapolda DIY Brigjen Pol Oerip Soebagyo
9. Iqraq Sulhin, Kriminolog Universitas Indonesia	9. Alex Argo Hernowo, Anggota Divisi Advokasi Pemenuhan Hak Sipil KontraS
10. Butet Kartaredjasa, Budayawan Yogyakarta	10. Iwan Pangka, korban UU ITE
11. Dr. Paripurna SH, M. Hum, LLM, Dekan FH UGM	11. Kepala Humas Kemenkominfo Ismal Cawidu
12. Eva Kusuma Sundari, Anggota Komisi III DPR RI	12. Gubernur DIY, Sri Sultan Hamengku Buwono X
13. Alex Argo Hernowo, Anggota Divisi Advokasi Pemenuhan Hak Sipil KontraS	13. Heribertus Jaka Triyana, Sekretaris Komite Etik FH UGM
14. Trimedya Panjaitan, Anggota Komisi III DPR RI	14. Totok Dwi Diantoro, Direktur Pusat Konsultasi dan Bantuan Hukum (PKBH) FH UGM
15. Walikota Yogyakarta, Haryadi Suyuti	
16. Heribertus Jaka Triyana, Sekretaris Komite Etik FH UGM	
17. Gubernur DIY, Sri Sultan Hamengku Buwono X	
18. Bambang Sigap Sumantri (opini)	
19. Masjidi, LBH Pers	
20. Wiwit Wijayanti, Kepala Bidang Humas UGM	

Oleh keduanya, wartawan bisa dianggap sebagai sumber berita dalam hal kesaksian dan pengamatan di lokasi kejadian. Kepala Pemberitaan Regional Kompas.com Glory Wadrianto menyatakan yang disebut sumber dalam sebuah pemberitaan bukan semata-mata orang saja, namun di dalamnya pun ada hal lain seperti dokumen maupun pengamatan si wartawan sendiri (wawancara 21 September 2015). Sementara menurut Koordinator Liputan Daerah Detik.com Triono Wahyu, khusus untuk kasus Florence, reporter sudah pasti tahu sumber yang terlibat langsung karena berada di lokasi (wawancara 5 Oktober 2015).

c. Validitas pernyataan Florence Sihombing di media sosial

Pernyataan kontroversial yang dibuat oleh Florence Sihombing di media sosial Path menjadi pusat pemberitaan dari Kompas.com dan Detik.com. Namun, mengingat pernyataan tersebut diambil dari media sosial yang bisa jadi bukan dibuat oleh pengguna aslinya, pengecekan tetap harus dilakukan.

Triono Wahyu selaku Koordinator Liputan Daerah Detik.com meyakini jika pernyataan tersebut asli dibuat oleh Florence Sihombing berdasarkan penelusuran dan pengecekan yang pihaknya lakukan. Hal tersebut dikuatkan dengan Bagus Kurniawan, reporter sekaligus Kontributor Detik.com Yogyakarta, yang berada di lokasi kejadian penyerobotan antrean oleh Florence Sihombing. Kejadian tersebut memicu kemunculan pernyataan tersebut.

Sementara Glory Wadrianto, Kepala Pemberitaan Regional Kompas.com, menampik jika pernyataan Florence sebagai sumber dan data berita. Melainkan pembicaraan yang terjadi setelah kemunculan pernyataan tersebut. Senada dengan Glory, Wijaya Kusuma sebagai kontributor Kompas.com Yogyakarta, menyatakan jika pemberitaan mengenai Florence Sihombing lebih karena pernyataan yang dibuatnya menjadi *trendingtopic* alias pembicaraan di kalangan pengguna media sosial.

d. Strategi Kompas.com dan Detik.com dalam Proses Penerapan Verifikasi Berdasarkan PPMS

Secara umum, Kompas.com dan Detik.com mengikuti apa yang diatur dalam PPMS. Meskipun demikian, berdasarkan hasil analisis, keduanya memiliki cara dan strategi tersendiri dalam menerapkan verifikasi pada pemberitaan Florence Sihombing. Strategi ini dilakukan tidak hanya atas etika jurnalistik, namun juga alasan bisnis media. Apalagi mengingat Kompas.com dan Detik.com turut terlibat dalam penyusunan PPMS bersama Dewan Pers, sehingga aturan di dalamnya mengikuti kebutuhan dan kepentingan kedua media *online*. Hal ini menyebabkan munculnya beberapa perbedaan dengan proses penerapan verifikasi dalam PPMS.

Pada pemberitaan Florence Sihombing di Kompas.com, rata-rata tiap artikel hanya berisi satu sumber berita. Glory Wadrianto menyatakan tidak masalah jika hanya terdapat satu sumber, selama memang sudah terkait dengan peristiwa dan informasinya dipercaya. Sumber berita ini pun termasuk

dari pengamatan wartawan sendiri. Secara bisnis, model ini sangat menguntungkan, mengingat pendapatan media *online* berdasarkan banyaknya jumlah pengakses per artikel berita. Hal ini pun diakui oleh Wijaya Kusuma, di mana berita yang paling banyak pengaksesnya akan menjadi berita yang “seksi” (wawancara 13 Agustus 2014).

Mengenai kewajiban untuk mengaitkan tiap berita dengan hasil verifikasi yang telah didapat, Kompas.com memiliki cara tambahan. Selain dengan menambahkan tautan (*link*) pada berita-berita suatu peristiwa seperti yang terdapat pada PPMS, Kompas.com juga memberikan penjelasan pada akhir artikel berita terbaru. Penjelasan tersebut berbentuk kronologis awal munculnya peristiwa, seperti pada pemberitaan Florence Sihombing.

Seperti Kompas.com, sebagian besar berita Florence Sihombing di Detik.com juga memuat satu sumber dalam satu artikel. Selain itu, terdapat beberapa artikel yang sifatnya mengulang. Strategi ini tentunya karena pertimbangan bisnis, di mana ukuran keuntungan didapat berdasarkan jumlah pengakses dalam satu halaman. Selain kedua artikel tersebut, beberapa artikel juga dipecah menjadi dua halaman, sehingga pengaksesnya harus membuka halaman baru untuk membaca kelanjutan artikelnya.

Agar setiap berita mengenai Florence Sihombing tetap memiliki unsur verifikasi, Detik.com saling mengaitkannya dengan menggunakan beberapa tautan (*link*) berita pada bagian akhir artikel. Selain itu, penjelasan kronologis penyebab kejadian turut ditambahkan pada bagian akhir artikel dalam bentuk paragraf. Kedua artikel yang disebutkan di atas juga menjadi salah satu cara

Detik.com untuk menunjukkan kepada publik bahwa redaksi telah melakukan verifikasi dan konfirmasi terhadap subyek berita.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan temuan data, baik Kompas.com dan Detik.com mengikuti dan mematuhi tahapan verifikasi yang diatur dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS). Meskipun demikian, Kompas.com dan Detik.com memiliki kebijakan sendiri dalam melakukan proses verifikasinya. Kebijakan yang dilakukan tidak sepenuhnya sesuai dengan apa yang terdapat dalam PPMS.

Kompas.com dan Detik.com memiliki kebijakan redaksional masing-masing dalam memberitakan Florence Sihombing yang juga berfungsi sebagai strategi keduanya untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu strategi tersebut adalah dalam hal penempatan sumber berita. PPMS tidak menyebutkan dengan jelas berapa jumlah sumber berita yang diharuskan dalam satu tulisan. Hal tersebut bisa terjadi karena Kompas.com dan Detik.com turut terlibat dalam penyusunan PPMS sebagai media *online* Indonesia. Pada pemberitaan Florence Sihombing, keduanya rata-rata menempatkan satu sumber dalam satu berita, sehingga jumlah artikel menjadi cukup banyak dalam satu pemberitaan.

Aturan PPMS juga memungkinkan kedua media online untuk menambah jumlah artikel berita, walau belum ada konfirmasi kepastian informasinya. Hal ini terjadi pada pemberitaan Florence Sihombing pada Kompas.com dan Detik.com, di mana beberapa artikel sudah diterbitkan walau belum ada konfirmasi dari

Florence Sihombing. Secara bisnis, strategi ini menguntungkan bagi keduanya, karena keuntungan bisa didapat berdasarkan jumlah pengakses dalam satu halaman berita.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Literatur:

Anggoro, A. Sapto.2012.*Detikcom: Legenda Media Online*.Yogyakarta: Moco Media

Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana

Craig, Richard.2005.*Online Journalism: Reporting, Writing, and Editing for New Media*.Canada: Wadsworth

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta: Erlangga

Kovach, Bill & Tom Rosenstiel.2003.*Elemen-elemen Jurnalisme*.Jakarta: Pantau

Margianto, J. Heru & Asep Syaefullah.2014.*Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika*.Jakarta: AJI

Mulyana, Dr. Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosda

Neuman, W. Lawrence. 1997. *Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches 3rd Edition*. USA: Allyn & Bacon

Nurudin.2009.*Jurnalisme Masa Kini*.Jakarta: Rajawali Press

Nasrullah, Rulli.2014.*Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*.Jakarta: Kencana

Yin, Robert. 1996. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo

Media online:

“Top Sites in Indonesia” dari <http://www.alexacom/topsites/countries/ID.html> diakses pada 10 Desember 2015

Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (Dalam Jaringan) (20/03/2015) diakses dari <http://www.kbbi.web.id/>

“Kode Etik Jurnalistik Persatuan Wartawan Indonesia” (28/04/2015) diakses dari <http://www.pwi.or.id/index.php/uu-kej>

McAdams, Mindy (12/04/2013) “Professional Standards in Journalism: Twitter, Ethics, and ‘Cyber Media’” diakses dari http://www.ayomenulisfisip.files.wordpress.com/2011/02/mindymcadams_online_ethics_social_media.pdf

Oxford Dictionaries; Language Matters (20/03/2015) diakses dari <http://http://www.oxforddictionaries.com/>

“Pedoman Pemberitaan Media Siber” (03/02/2012) diakses dari <http://en.tempo.co/read/news/2012/02/03/173381612/Pedoman-Pemberitaan-Media-Siber-Diresmikan-pada-8-Oktober-2014>

“Society of Professional Journalists | Improving and Protecting Journalism since 1909” (09/02/2015) diakses dari <http://www.spg.org/>

“Dewan Pers: Sosial Media Bisa Sebagai Sumber Berita” (22/07/2015) diakses dari <http://www.antarane.ws.com/print/269920/dewan-pers-sosial-media-bisa-sebagai-sumber-berita>

“Informasi di Media Sosial Sering Jadi Acuan Jurnalis” (22/07/2015) diakses dari <http://www.tribunnews.com/regional/2013/10/12/informasi-di-media-sosial-sering-jadi-acuan-jurnalis>

Artikel:

Widodo, Yohanes.10/03/2015.*Opini: Jurnalisme Online, Jurnalisme Kelas Dua?*.Yogyakarta: Bernas

Laporan KKL

Narwastu, Arum.2014.*Tugas dan Tanggung Jawab Redaktur Pelaksana Pada Media Online Kompas.com*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Skripsi

Salim, Mega.2014.*Opini Publik Mengenai Kampanye Politik dan Tingkat Elektabilitas Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (Analisis Isi Deskriptif Kolom Komentar Kompas.com Pada Pemilu Legislatif 2014)*.Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta