

# Obyektivitas Berita dan Etika Jurnalistik di Media *Online*: Kasus Rekrutmen Karyawan BUMN

## *News Objectivity and Journalism Ethics in Online Media: Case on BUMN Employees Recruitment*

Christiany Juditha

Puslitbang Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika RI  
Jl. Medan Merdeka Barat No. 9 Telepon/Fax: 021-3800418 Jakarta 10110

christiany.juditha@kominfo.go.id

Diterima: 18 Januari 2016 || Revisi: 11 April 2016 || Disetujui: 27 April 2016

**Abstrak-** Perkembangan internet di Indonesia yang sangat pesat menyebabkan bisnis media *online* juga bertumbuh cepat. Namun hal ini menimbulkan masalah antara lain minimnya kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Selain itu etika jurnalistik juga kurang diperhatikan oleh para jurnalis media *online*. Informasi yang belum final terverifikasi sudah sampai kepada masyarakat luas sehingga menimbulkan mis-persepsi dan mis-interpretasi. Salah satu diantaranya adalah isu berita pelarangan berjilbab pada perekrutan karyawan BUMN. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang objektivitas berita dan etika jurnalistik di media *online* tentang perekrutan karyawan BUMN. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa beberapa situs berita *online* seperti Okezone.com, Sindonews.com, Goriau.com, Tribunnews.com, Harianterbit dan Republika *Online* awalnya memuat informasi yang berasal dari hanya satu sumber yaitu akun Twitter @estiningsihdwi tentang pelarangan berjilbab pada rekrutmen karyawan BUMN tanpa memastikan kebenaran atau keaslian dokumen yang diposting akun tersebut. Objektivitas seperti tidak ada cek dan ricek, berpihak pada satu pihak, tidak *cover both sides* dan tidak berimbang juga terjadi dalam pemberitaan. Meski beberapa situs media ini kemudian akhirnya memberikan klarifikasi dari Kementerian BUMN yang membantah isu tersebut.

**Kata kunci:** objektivitas berita, etika jurnalistik, media *online*

**Abstract-** *The rapid development of the Internet led to the online media business is also growing rapidly in Indonesia. However, this raises another issue between the lack of quality and credibility of information to the public. In addition, online media journalists also less notice journalistic ethics. The information has not been verified finally already reach a wide audience, so sometimes cause mis-perceptions and mis-interpretation. One of them is the issue of banning headscarves news on BUMN employee recruitment. Purpose of this research is to gain an overview of journalism ethics and objectivity news in online media about BUMN employee recruitment. The method used is content analysis with a qualitative approach. The results of this study concluded that some online news sites like Okezone.com, Sindonews.com, Goriau.com, Tribunnews.com, and Republika Online Harianterbit initially contain information that comes from only one source, namely Twitter account @estiningsihdwi about about banning headscarves in recruitment of employees in BUMN without ensure the correctness or authenticity of the documents posted the account. Objectivity like no check and re-check, in favor of one party, does not cover both sides and unbalanced occur in the news. Although some of these media sites then finally provide clarification of the Ministry of BUMN's were denied the issue.*

**Keywords:** *news objectivity, journalistic ethics, online media*

### PENDAHULUAN

Kita ketahui bersama, perkembangan media baru di Indonesia sangat pesat. Dalam beberapa tahun terakhir ini pengguna internet terus meningkat. Ini karena infrastruktur yang tersedia semakin memudahkan orang untuk mengaksesnya ditambah lagi makin terjangkau dan murah. Lembaga riset pasar *e-Marketer*, menyebutkan bahwa populasi pengguna internet atau *netter* di Indonesia mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Ini mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 di dunia dalam hal jumlah pengguna

internet. Diperkirakan pada 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat (Mangenre, 2014).

Indonesia juga disebut sebagai negara dengan pengguna media sosial yang sangat aktif. Manajemen Facebook Indonesia menjelaskan bahwa jumlah pengguna akun Facebook tahun 2014 mencapai 69 juta orang sedangkan lebih dari 30 juta yang memiliki akun Twitter. Facebook masih menjadi media sosial favorit di Indonesia meskipun saat ini kepopulerannya

mulai tersaingi oleh media lainnya seperti Path dan aplikasi pesan instan. Tingginya penetrasi Facebook juga didukung oleh hasil survei yang dilakukan oleh TNS *Insight Report*. Menurut lembaga survei tersebut, Facebook masih memiliki penetrasi tertinggi dibanding semua *platform* jejaring sosial di Indonesia. Facebook masih memiliki pangsa pasar 98 persen di Indonesia. Sementara Twitter, berada di peringkat tiga dengan capaian 44 persen (Nistanto, 2014).

Perkembangan internet juga turut mempengaruhi perkembangan media *online* di Indonesia. Bisnis *online* semakin maju dan dapat dilihat dari belanja iklan melalui media internet meningkat dari tahun ke tahun. Ketua Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) Pusat, Harris Thajeb, mengatakan persentase kenaikan belanja iklan untuk media digital melebihi televisi. Lambat laun, hal ini akan mengalahkan pasar di media konvensional seperti cetak, radio, dan televisi (Toyudho, 2014).

Kemajuan media baru dan bisnis *online* ini diikuti dengan lahirnya permasalahan baru antara lain soal kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Jika dahulu kualitas dan kredibilitas informasi ini merupakan hal yang sangat penting diutamakan oleh media massa baik konvensional maupun media baru, namun kini hal itu kadang terabaikan. Dengan alasan kecepatan, *pageview*, dan pertumbuhan bisnis, seringkali lembaga berita *online* menyampaikan informasi yang belum final terverifikasi kepada masyarakat luas sehingga terkadang menimbulkan mis-persepsi dan mis-interpretasi fakta. Laporan yang masuk ke Dewan Pers tentang keluhan berita di media massa *online* jumlahnya meningkat. Letak kesalahan lebih banyak karena masalah akurasi informasi yang dipaparkan lembaga media *online*. Data dari Dewan Pers ini bukan sekadar statistik, tapi sudah lebih pada peringatan bahwa harus ada yang dibenahi dalam tubuh institusi media massa internet (Margianto dan Syaefullah, 2013). Selain itu banyak dari jurnalis tidak memahami secara benar etika jurnalistik, sehingga terkadang dalam praktiknya di lapangan etika ini, cenderung disepelekan.

Pertumbuhan media *online* khususnya jejaring sosial memang memudahkan seseorang dalam mengakses informasi sebanyak-banyaknya. Namun saat bersamaan juga akan mudah terprovokasi jika tidak hati-hati dengan berbagai informasi yang beredar begitu saja. Sehingga tak jarang banyak informasi yang ternyata bohong alias *hoax*

menghebohkan pengguna jejaring sosial khususnya Facebook dan Twitter. Berita tidak benar tersebut dengan cepatnya menyebar, bahkan pengguna media sosial juga yang mempercepat informasi tersebut menyebar. Dengan hanya menekan perintah '*share*' atau *copy paste* ke *timeline* pengguna, informasi tersebut menyebar cepat.

Pemberitaan tentang perekrutan karyawan di Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) beberapa waktu lalu menjadi topik hangat media massa termasuk media *online*. Berita ini menarik karena Menteri BUMN Rini Soemarno telah menggulirkan kebijakan larangan berjilbab bagi calon karyawan. Rini pun banyak menerima kecaman akibat kebijakan tersebut. Kontroversi ini mulai ramai diberitakan berawal dari *tweet* sebuah akun Twitter bernama @estiningsihdwi. Akun ini memposting kriteria rekrutmen karyawan di BUMN, yang antara lain dilarang mengenakan jilbab panjang, pria dengan berjanggut, serta celana menggantung (Septianto, 2014). Bahkan berita ini mulai menyebar dan semakin tidak terbendung dimana tidak hanya calon karyawan yang dilarang namun juga berlaku untuk semua karyawan Kementerian BUMN. "Akhir-akhir ini beredar isu yang hangat di media sosial bahwa kementerian mengeluarkan aturan larangan berjilbab, bercelana gantung ataupun berjenggot bagi semua staf." (Laut & Budiawati, 2014).

Belakangan isu yang terlanjur telah tersebar luas di media *online* ini, dibantah oleh pihak Kementerian BUMN. Melalui Sekretaris, Imam A. Putro, Kementerian BUMN menegaskan kabar tersebut tidak benar dan tidak ada aturan seperti itu yang diterapkan di Kementerian BUMN. Imam juga mengatakan bahwa masyarakat bisa melihat sendiri bahwa banyak pegawai wanita di Kementerian BUMN yang menggunakan baju muslimah (Laut & Budiawati, 2014).

Femonena penyebaran berita *hoax* atau informasi yang belum final terverifikasi seperti ini sudah banyak terjadi. Bahkan masyarakat dengan cepat terpengaruh dan percaya begitu saja dengan berita-berita tersebut padahal hal tersebut belum tentu benar. Kemajuan dan kecepatan media *online* dimana didalamnya terkait media massa *online* dan media sosial ikut menjadi pemicu cepatnya berita-berita yang belum tentu benar ini beredar. Karena itu, fenomena ini menarik untuk diteliti, mengingat kasus-kasus serupa sudah semakin banyak terjadi. Karena itu rumusan masalah dalam penelitian adalah bagaimana obyektivitas berita dan

etika jurnalistik dalam berita perekrutan karyawan BUMN di media *online*? Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang objektivitas berita dan etika jurnalistik dalam berita perekrutan karyawan BUMN di media *online*.

Penelitian yang membahas objektivitas berita dan etika jurnalisisme di media *online* pernah dilakukan sebelumnya. Diantaranya yang dilakukan oleh Chari (2013:1) dengan judul "*New Communication Technologies and Journalism Ethics in Zimbabwe: Practices and Malpractices*". Hasil penelitian mengungkapkan ada pengaruh teknologi media baru seperti internet, email dan telepon seluler pada etika jurnalistik. Hal ini dipandang sebagai peningkatan hambatan bagi etika jurnalistik. Karena itu praktek etika jurnalistik harus dipandang sebagai pembatasan atas interaksi kompleks struktural di website, institusi dan faktor sosial ekonomi, baik internal maupun eksternal dimana praktik jurnalisisme tersebut dilakukan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Akpan dan Chima (2010: 1) dengan judul "*Rethinking Objectivity In News Reporting In The Digital Age*". Penelitian ini menyimpulkan bahwa hanya sedikit responden (33,7%) responden yang berpendapat bahwa berita *online* objektif, sedangkan 108 (53,5%) responden berpendapat bahwa sebagian besar berita *online* tidak objektif. Responden juga menilai bila berita media *online* yang tidak objektif maka akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap berita tersebut. Dan akan menciptakan citra buruk bagi profesi jurnalisisme.

Sementara penelitian yang dilakukan oleh Novita (2014: 1) berjudul "*Jurnalisisme Berperspektif Gender dan Etika Jurnalisisme dalam Jurnalisisme Online (Analisis Isi Penerapan Jurnalisisme Berperspektif Gender dan Etika Jurnalisisme pada Berita Kasus Pelecehan Seksual dalam Kompas.com dan Merdeka.com Selama Januari 2013)*". Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kompas.com dan Merdeka.com sudah menerapkan jurnalisisme berperspektif gender, dalam hal keberpihakan terhadap perempuan maupun dari segi pemilihan bahasa. Sedangkan dalam hal etika jurnalisisme untuk pasal 4 yaitu unsur sadis dan cabul, Kompas.com dan Merdeka.com sudah menerapkan pasal tersebut, namun masih dijumpai pada pasal 5 identitas keluarga maupun alamat dari korban masih belum disamarkan.

Penelitian pertama, menggunakan metode survey dengan respondennya adalah pekerja jurnalistik yang ingin melihat adanya pengaruh media *online* terhadap penegakan etika jurnalisisme mereka. Sementara

penelitian yang kedua juga menggunakan metode survey dengan responden adalah masyarakat umum. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penilaian masyarakat terhadap objektivitas berita media *online* yang sering mereka baca. Sedangkan penelitian ketiga menggunakan metode analisis isi untuk melihat berita-berita yang berperspektif jender di media *online*, sudah dilakukan sesuai dengan etika jurnalistik yang berlaku.

Perbedaan penelitian-penelitian sebelumnya ini dengan penelitian yang dilakukan sekarang, terletak pada unit analisis, dimana pada penelitian ini mengangkat sebuah kasus yang bergulir dari media sosial kemudian dijadikan berita di ranah media *mainstream online*. Hal ini menjadi menarik karena objektivitas dan etika sangat dominan dikaji dalam penelitian ini. Disamping itu, penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya sehingga dianggap sangat penting untuk diteliti.

Berita pada awalnya, memang hanya milik surat kabar. Tetapi sekarang, berita juga telah menjadi milik semua media massa baik media massa konvensional maupun media baru (internet). Tak ada media tanpa berita, sebagaimana halnya tak ada berita tanpa media. Berita telah tampil sebagai kebutuhan dasar masyarakat modern di seluruh dunia.

Berita adalah sebuah kejadian dan peristiwa yang ditulis oleh media massa baik itu surat kabar, radio, televisi maupun media *online*. Dalam buku "*News Writing*", Spencer menyebutkan, berita merupakan kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca. Sedangkan Hepwood menulis, berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum (Mondry, 2008). Sumadiria, (2005: 65) sendiri mengatakan bahwa 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.

Berita *online* di Indonesia umumnya dimiliki dan dikembangkan oleh nama-nama surat-kabar dan majalah besar, yang sebelumnya sudah eksis secara cetak dan kuat secara modal serta jaringan distribusi. Dimana para pemilik koran dan majalah menerbitkan edisi *online* sebagai tuntutan kemajuan jaman yang serba cepat dan instan, apalagi adanya revolusi luar biasa di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Karenanya, dengan menggunakan protokol dan teknologi internet, yang menghubungkan sistem

jaringan komputer global, diseminasi berita dapat dengan cepat dan seketika. Berita elektronik ternyata secara radikal mempengaruhi industri penerbitan pers cetak, dan mampu menaklukkan ruang dan waktu yang selama ini dihadapi pers cetak. Proses *gathering information* lewat internet berlangsung melalui *information brokers* (perantara), tidak lewat penerbitan pers, sehingga menjadi lebih singkat dan seketika. Berita elektronik dapat ditampilkan (*upload*) dan diperbarui (*update*) dalam hitungan menit bahkan detik. Sedangkan berita konvensional, khusus media cetak, membutuhkan waktu sedikitnya satu hari untuk proses *gathering information* (peliputan), *layout*, dan cetak. Dalam berita elektronik, cenderung menampilkan berita *straight news*, *breaking news*, singkat dan padat. Namun terus menerus diperbarui (Hadi, 2009).

Terlepas dari media mana yang menghadirkan berita, ada hal yang sangat penting yang harus terkandung dalam sebuah berita yaitu obyektivitas. Obyektivitas berita merupakan prinsip pertama dari jurnalisme karena berita merupakan fakta sosial yang direkonstruksikan dan kemudian diceritakan. Ada berbagai kepentingan yang ikut didalamnya yang ujungnya memberi bentuk pada kebenaran yang disampaikan. Hal ini terjadi sejak reporter mengumpulkan fakta di lapangan, siapa yang diwawancarai, apa yang ditanyakan, bagaimana berita ditulis, bagaimana ditonjolkan dan bagaimana diabaikan, hingga pada proses akhir redaktur melakukan penyuntingan dan pemuatan berita. Dengan posisinya itu, pers bertanggungjawab untuk menyampaikan kebenaran kepada khalayak. Atau dituntut untuk menyampaikan kebenaran melalui pemberitaan obyektif (Siahaan dkk, 2001:60). Obyektivitas bisa jadi hanya merupakan salah satu syarat-syarat sebuah berita, namun obyektivitas pun memiliki peranan penting sebagai kunci bagi khalayak untuk menilai apakah berita tersebut dapat dipercaya dan *reliable* (McQuail, 2004).

Obyektivitas adalah penyajian berita yang benar, tidak berpihak dan berimbang. Salah satu indikator yang digunakan adalah dimensi *truth* (kebenaran) yaitu tingkatan sejauh mana fakta yang disajikan benar atau dapat diandalkan/*reliable*); Relevansi yakni tingkatan sejauh mana relevansi aspek-aspek fakta yang diberitakan dengan standar jurnalistik/*newsworthiness*; dan ketidakberpihakan (*impartiality*) atau tingkatan sejauh mana fakta-fakta yang diberikan

bersifat netral dan berimbang (Siahaan dkk, 2001: 100).

Salah satu indikator obyektivitas berita yang disebut diatas adalah *truth* atau kebenaran. Kebenaran ini memiliki dua sifat yaitu Fakta dan Akurasi. Fakta (*factualness*) adalah sifat fakta bahan baku berita, yang terdiri fakta sosiologis (berita yang bahan bakunya berupa peristiwa/kejadian nyata/*factual*); dan fakta psikologis (berita yang bahan bakunya berupa interpretasi subyektif (pernyataan/opini) terhadap fakta kejadian/gagasan). Sedangkan yang dimaksud dengan akurasi adalah kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan. Indikator yang digunakan adalah *check and recheck*, yaitu mengkonfirmasi atau menguji kebenaran atau ketepatan fakta kepada subyek, obyek atau saksi berita sebelum disajikan.

Indikator lainnya adalah netralitas berita yaitu tingkatan sejauh mana sikap tidak memihak wartawan dalam menyajikan berita. Netralitas diukur dengan indikator: 1. Pencampuran opini dengan fakta adalah opini/pendapat pribadi wartawan masuk ke dalam berita yang disajikan; 2. Kesesuaian judul dengan isi adalah kesesuaian substansi judul berita dengan isi/tubuh berita; 3. Dramatisasi adalah penyajian fakta secara tidak proporsional sehingga memunculkan kesan berlebihan (menimbulkan kesan ngeri, kesal, jengkel, senang, simpati, antipati dan lainnya). Sedangkan indikator obyektivitas lainnya adalah *balance* yaitu keseimbangan dalam penyajian aspek-aspek evaluatif (pendapat, komentar penafsiran fakta oleh pihak-pihak tertentu) dalam pemberitaan. *Balance* diukur dengan indikator: 1. *Cover both sides* adalah menyajikan dua/lebih gagasan/tokoh atau pihak-pihak yang berlawanan secara bersamaan dan proporsional. 2. Nilai imbang adalah menyajikan evaluasi dua sisi (aspek negatif dan positif) terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional (McQuail, 2004).

Banyak pihak menyatakan bahwa saat ini media *online* tidak lagi memperhatikan kode etik jurnalistik saat menyajikan beritanya. Hasil penelitian yang Aliansi Jurnalis Independen (AJI) terhadap tantangan media berbasis internet menyebutkan bahwa rata-rata 6 dari 10 media *online* melanggar kode etik. Pelanggaran etik yang banyak dilakukan media *online* adalah persoalan akurasi. Atas nama kecepatan, banyak media *online* yang tidak lagi memperhatikan keakurasian berita. Ketidakberimbangan berita juga acapkali menjadi tantangan media *online*. Sedikit informasi saja tanpa menguji kebenarannya sudah

dapat ditayangkan dan dikonsumsi masyarakat. Padahal, prinsip dasar media adalah harus selalu melakukan *check* dan *recheck* dan *cover both side* (Hukumonline.com, 2014).

Karena itulah dibuat satu aturan bagi media siber/*online* untuk mengantisipasi hal ini. Media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Untuk itu Dewan Pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber yang antara lain menyebutkan bahwa Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. Sedangkan Isi Buatan Pengguna (*user generated content*) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

Perlu juga dilakukan verifikasi dan keberimbangan berita yaitu setiap berita pada prinsipnya harus melalui verifikasi. Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan. Sedangkan untuk isi buatan pengguna (*user generated content*) media siber: Media siber wajib tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul; Tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan; Tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani (Dewan Pers, 2012).

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Analisis isi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks. Atau dengan kata lain, analisis isi merupakan metode penelitian yang ingin mengungkap gagasan penulis yang termanifestasi maupun yang laten. Oleh karenanya, secara praktis

metode ini dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, seperti; menjembatani isi dari komunikasi internasional, membandingkan media atau 'level' dalam komunikasi, mendeteksi propaganda, menjelaskan kecenderungan dalam konten komunikasi, dan lain-lain (Weber, 1990: 9).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah keseluruhan berita tentang 'pelarangan penggunaan jilbab dalam perekrutan karyawan di BUMN' yang dimuat di beberapa situs berita media *online*. Adapun media *online* ditentukan juga secara sengaja yang memuat berita dengan topik ini diantaranya situs berita Okezone.com, Sindonews.com, Goriau.com, Tribunnews.com, Harianterbit dan Republika *Online*.

Pemilihan berita ini ditentukan secara acak, dengan melihat berita-berita yang didalamnya memuat berita dengan pelarangan penggunaan jilbab dalam perekrutan karyawan di BUMN. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan berita-berita dengan tema yang dimaksud kemudian dikoding berdasarkan kebutuhan penelitian. Data lain diperoleh juga dari observasi pada sejumlah media sosial yang memposting berita-berita yang ada hubungannya dengan topik yang dibahas dan juga kajian pustaka dari berbagai media lainnya.

Penelitian tentang analisis isi, tidak dapat dipisahkan dengan penentuan kategori konsep yang akan diteliti. Berdasarkan konsep serta teori-teori yang sudah dipaparkan diatas maka kemudian disusun kategori berita yang akan diteliti dengan mengacu pada teori objektivitas McQuail yang dikolaborasi dengan Pedoman Pemberitaan Media Siber di Indonesia.

Adapun kategorisasi berita yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Diragukan kebenarannya/tidak benar (berita yang disajikan memuat fakta yang disajikan diragukan kebenarannya atau tidak dapat diandalkan/*reliable*); Tidak ada cek dan ricek (berita yang disajikan tidak mengkonfirmasi atau menguji kebenaran atau ketepatan fakta kepada subyek, obyek atau saksi berita sebelum disajikan); Tidak netral (berita yang disajikan hanya berpihak pada salah satu pihak saja); Tidak *cover both sides* (berita yang disajikan tidak menyajikan dua/lebih gagasan/tokoh atau pihak-pihak yang berlawanan secara bersamaan dan proporsional); Tidak berimbang (berita yang disajikan tidak menyajikan evaluasi dua sisi baik aspek negatif dan positif terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional).

Ada 5 kategorisasi yang dikaji dalam penelitian yaitu berita yang disiarkan diragukan kebenarannya (tidak benar), tidak ada cek dan ricek, berpihak pada satu pihak, tidak *cover both sides* dan tidak berimbang. Berita-berita yang dimuat pada beberapa media *online* dengan topik pelarangan berjilbab dalam perekrutan karyawan di BUMN dikaji berdasarkan kelima kategori ini.

Setelah data dikumpulkan, teknik analisis data dilakukan dengan cara mengkode data berdasarkan kategori penelitian yang dicari. Dari hasil pengumpulan data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif. Triangulasi juga dilakukan dalam penelitian ini untuk memperkaya hasil analisis dengan mengkomparasikan hasil penelitian ini dengan konsep dan teori-teori serta hasil penelitian-penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pertengahan Desember 2014, pengguna media sosial Facebook dan Twitter ramai memposting kritikan kepada Menteri Badan Urusan Milik Negara (BUMN) Rini Soemarno. Alasannya karena ibu menteri dinilai telah bertindak berlebihan dengan melarang penggunaan jilbab berukuran lebar atau jilbab Syar'i bagi calon karyawan BUMN. Tidak hanya itu, larangan memelihara jenggot juga termasuk didalamnya. Sementara pegawai yang memiliki tato justru diperbolehkan asal tertutup.

Selain memposting kalimat-kalimat kritikan di media sosial, para pengkritik juga meng-*upload* cuplikan gambar atau foto dokumen larangan mengenakan jilbab dan memelihara jenggot bagi karyawan BUMN yang dianggap menjadi bukti adanya larangan tersebut. Kritik dan hujatan ini juga dikait-kaitkan kembali dengan Pemilu 2014 dimana presiden yang telah menang yaitu Joko Widodo dianggap tidak becus mengangkat menteri Rini yang mengeluarkan kebijakan tersebut.

Banyak pengguna media sosial langsung menanggapi marah dengan kebijakan menteri Rini tersebut. Namun ada juga yang mencoba melihat secara jernih apakah benar menteri BUMN, Rini Soemarno mengeluarkan kebijakan seperti itu? Darimana sebenarnya sumber awal atau berita awal hingga isu ini menjadi informasi yang menyebar ke publik yang mengakibatkan kemarahan netizen.

Isu ini sebenarnya diposting pertama kali oleh seseorang bernama Dwi Estiningsih dalam akun Twitternya @estiningsihdwi, tanggal 12 Desember

2014. Isi twitnya menuliskan: “Kriteria rekrutmen sebuah BUMN per 2014”. Twit Esti ini tidak menyebutkan BUMN mana namun twit ini di-cc ke beberapa orang rekannya yaitu @SangPemburu99, @hafidz\_ary, @malakmalakmal, dan @fahraidris. Pemilik akun ini juga menyertakan gambar *form* syarat kirteria calon karyawan BUMN tersebut. Twit ini kemudian ramai ditanggapi oleh *followers* dan teman-teman Esti. Isinya cukup beragam, ada yang menyesalkan kebijakan itu, ada juga yang marah, ada juga yang tidak percaya jika sumber informasi itu benar dan valid. Twit ini juga di re-twit sebanyak 54 kali, dan 16 twips yang memfavoritkannya.

Namun pemilik akun sama sekali tidak menanggapi komentar-komentar rekan-rekannya yang bertanya soal kebenaran informasi tersebut. Keesokan harinya akun ini kembali memposting isu yang sama.



**Gambar 1** Twit akun @estiningsihdwi yang memposting tentang kriteria rekrutmen sebuah BUMN (Sumber: <https://twitter.com/estiningsihdwi>).

Isu ini menjadi semakin heboh, ketika twit Esti ini disinggung dalam sebuah artikel dengan judul "Ini Bukti BUMN Tolak Merekrut Muslimah Berhijab Syar'i" yang dimuat di situs PKS Piyungan, tiga hari kemudian, 15 Desember 2014. Situs ini hanya mendasarkan artikelnya dari postingan akun Twitter @estiningsihdwi dan tidak ada sumber lainnya.



**Gambar 2** Artikel dengan judul “Ini Bukti BUMN Tolak Merekrut Muslimah Berhijab Syar'i” yang dimuat di situs Piyungan *Online* (Sumber: <http://www.pkspiyungan.org>)

Artikel di Piyungan *Online* ini juga mendapat banyak tanggapan dari para netizen. Reaksinya hampir sama dengan sebelumnya, ada yang marah, ada menghujat balik pembuat kebijakan, namun ada juga yang mempertanyakan kebenaran berita tersebut. Artikel ini pun kemudian di-*share* ke Facebook sebanyak 603 kali, di *like* sebanyak 603 kali, di *share* ke Google+1 dan NShare masing-masing sebanyak 1 kali.

Rabu 17 Desember 2014, atau dua hari setelah artikel tersebut dimuat di Piyungan *Online*, media *online* Okezone.com mengangkat isu ini dalam berita yang berjudul "Menteri BUMN Larang Pegawai Berjilbab Panjang." Berita yang ditulis oleh jurnalis Okezone.com, Susi Fatimah ini diposting pukul 11.35 WIB dan berisi informasi yang sangat singkat, masih berdasarkan twit dari akun milik Esti.



**Gambar 3** Berita berjudul “Menteri BUMN Larang Pegawai Berjilbab Panjang” di situs berita Okezone.com (Sumber: <http://news.okezone.com>).

Hari yang sama, isu ini juga diberitakan oleh situs berita Sindonews.com dengan judul “Menteri Rini Larang Pegawai BUMN Berjilbab & Berjilbab?” Berita yang ditulis oleh Mohammad Atik Fajardin ini diposting jam 18.18 wib atau sekitar 7 jam setelah Okezone. Namun sama sekali belum ada penambahan nara sumber yang seharusnya memberi penjelasan terhadap isu yang kian melebar tersebut. Berita ini masih mengacu pada sumber yang sama yaitu akun Twitter @estiningsihdwi. Ada satu narasumber yang ditambahkan yaitu dari akun Twitter pribadi anggota DPD dengan nama Fahira Fahmi Idris, @fahiraidriss. Akun ini mengutarakan penilaiannya terhadap kebijakan tersebut yang sangat tendensius. Namun lagi-lagi akun Fahira ini mendapatkan informasi awal dari akun Esti.

**JAKARTA** - Kabar tak sedap berhembus dari balik Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dikabarkan kementerian tersebut melarang pegawainya mengenakan jilbab lebar untuk wanita, sementara untuk pria tidak boleh berjilbab.

"Tidak boleh berjilbab, jilbab tak boleh lebar hanya sebatas leher," seperti dikutip di twitter pribadi Fahira Fahmi Idris, @fahiraidriss, Rabu (17/12/2014).

Selain itu juga ada larangan bagi kaum pria tidak memakai celana menggantung, serta beberapa larangan lainnya.

Fahira Idris mendapatkan kabar tersebut dari pemilik akun twitter @estiningsihdwi yang berkecua sejak 13 Desember 2014.

"Sy tau berita tsb dr twitpic @estiningsihdwi Kriteria2nya sgt tendensius," kicau Fahira.

Namun dari beberapa larangan tersebut, kantor kementerian yang dipimpin oleh Rini M Soemarno itu justru memperbolehkan pemakaian tato bagi pegawai BUMN. Pemakaian tato diperbolehkan, asal tidak terlihat.

Sementara berita ini diturunkan, **Sindonews** terus berupaya mengonfirmasi pihak Kementerian BUMN, termasuk sang Menteri Rini.

**Gambar 4** Berita berjudul “Menteri Rini Larang Pegawai BUMN Berjilbab & Berjilbab” di Sindonews. (Sumber: <http://nasional.sindonews.com>).

Isu dari sumber yang sama juga diberitakan Tribunews.com dengan judul berita “Menteri BUMN Larang Pegawai Berjilbab Panjang” (17 Desember 2014, 04:44 PM). Diakhir berita ini menyebutkan bahwa mengutip berita ini dari Okezone.com. Transbogar.co juga melakukan hal yang sama dengan menurunkan berita berjudul “Parah, Menteri BUMN Larang Pegawai Berjilbab”(18 Desember 2014 | 04:30:00 WIB). Isinya tidak jauh berbeda dengan media *online* sebelumnya.

Isu ini semakin menyebar. Media *online* lainnya yang juga ikut memberitakan antara lain GoRiau.com dengan judul “Kacau, Menteri BUMN Rini Soemarno Terbitkan Surat Edaran Larang Pegawai Berjilbab” (Rabu, 17 Desember 2014 16:10 WIB). Berita ini memuat pendapat Ketua MPR RI, Zulkifli Hasan yang menyatakan bahwa Rini telah melanggar Pasal 29 Undang-Undang Dasar 1945 dimana, kebebasan beragama sudah diatur di dalam konstitusi Indonesia. Narasumber lainnya yang ditampilkan dalam berita ini adalah Wakil Ketua MPR RI, Hidayat Nur Wahid yang juga mengatakan, bahwa kebijakan Rini dapat menimbulkan polemik dalam kehidupan beragama. Pihaknya meminta Presiden Joko Widodo (Jokowi) untuk menegur Rini. Sementara Anggota Komisi VIII DPR Deding Ishak juga mengecam kebijakan Menteri BUMN Rini Soemarno yang melarang pegawainya memakai jilbab panjang (Sanbas, 2014). Hingga disini, belum ada narasumber dari pihak yang dikecam dalam hal ini Kementerian BUMN.

Sementara Harian Terbit ikut mengangkat isu yang sama dengan judul “Hidayat Nur Wahid: Larang PNS

Berjilbab, Menteri Rini Meresahkan” pada Kamis, 18 Desember 2014 18:16:00 WIB. Dibagian akhir berita ini menuliskan:

“Sebelumnya sempat ramai dibicarakan, Menteri BUMN, Rini Soemarno melarang pegawainya menggunakan jilbab panjang. Hal tersebut diungkap oleh pemilik akun @estiningsihdwi. Ia memposting sejumlah kriteria rekrutmen PNS di Kementerian BUMN, seperti dilarang mengenakan jilbab panjang, pria dengan berjanggut, serta celana mengatung”(Harianterbit.com, 2014).

Situs Republika *Online* juga sempat menuliskan berita dengan judul "MPR: Menteri BUMN Harus Klarifikasi Larangan Berjilbab Panjang". Meski kemudian berita itu dihapus dari laman Republika *Online*, namun data pencarian Google masih menyimpan arsip dimana media itu menampilkan narasumber Wakil Ketua MPR Hidayat Nur Wahid. Situs Okezone paling banyak *me-running* isu tersebut, hingga lima kali pada Rabu. Setelah lansiran artikel pertama dari sumber Twitter, Okezone menurunkan artikel kedua dan seterusnya, dari tanggapan pihak lain. Berturut-turut dari anggota Komisi VIII DPR Deding Ishak (pukul 13.10 WIB), Ketua MPR Zulkifli Hasan (pukul 14.31 WIB), dan dua artikel tanggapan dari Hidayat Nur Wahid (pukul 15.19 WIB dan 15.50 WIB). Baru pada pukul 17.33 WIB, Okezone memuat bantahan dari pihak Kementerian BUMN, melalui Juru bicara Kementerian PAN Faisal Halimi (Luqman, 2014).

Berbagai media *online* ikut *mem-blow-up* isu ini semakin santer. Baik itu oleh situs berita *online* yang sudah dikenal namanya maupun situs berita yang kurang dikenal. Bahkan tidak sampai disitu, isu ini semakin menyebar melalui media-media sosial seperti blog pribadi, akun-akun pribadi hingga blog sosial. Meski ada media *online* lainnya telah memberitakan tentang bantahan dari pihak Kementerian BUMN yang menyebutkan isu tersebut tidak benar namun isu ini sudah terlanjur merebak di masyarakat.

Melihat kronologis bagaimana isu ini berawal dan kemudian beredar dan menjadi isu panas, tidak lepas dari kemudahan yang dimiliki media *online*. Meski kabar tersebut belum diyakini kebenarannya, namun dengan mudahnya pengguna internet tanpa pikir panjang, langsung menanggapi dan ikut menyebarkan kabar tersebut. Bahkan situs berita media *online* juga ikut memiliki andil dalam penyebaran berita ini.

Selama proses peredaran isu ini berlangsung, interaksi antar para pengguna media *online* sangat masif baik yang terjadi di situs berita (yang menyediakan kolom komentar) maupun pada media sosial dalam menanggapi isu pelarangan penggunaan jilbab di Kementerian BUMN. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu keunggulan dari media *online* adalah kemampuan membentuk jaringan sosial atau *network society*. Dimana formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Jika ditelusuri dari awal, akun bernama @estiningsihdwi hanya menuliskan tentang “Kriteria rekrutmen sebuah BUMN per 2014”. Akun ini juga tidak menjelaskan BUMN yang mana yang memiliki kriteria perekrutmen tersebut. Hal yang utama, apakah memang betul ada kriteria seperti itu dari sebuah BUMN? Karena tidak ada sumber informasi awal yang akurat, isu ini makin melebar bahkan menimbulkan pemahaman baru. Kalau awalnya hanya soal kriteria rekrutmen karyawan di sebuah BUMN, setelah banyak diretwit atau ditulis kembali dalam postingan baru di media sosial oleh para *netter*, isu ini meluas menjadi semua karyawan BUMN dilarang menggunakan jilbab, bercelana gantung dan bisa bertato.

Bahkan setelah isu ini diberitakan di situs berita *online*, kabar ini menjadi semakin ramai, ada yang menulis khusus karyawan baru/CPNS, ada yang menulis untuk semua karyawan BUMN, ada yang merembet ke Kementerian BUMN, ada juga yang mempertanyakan peran Menteri BUMN, bahkan hingga meminta tanggapan banyak tokoh-tokoh politik, organisasi keagamaan dan lain sebagainya yang jawabannya sangat menyayangkan kebijakan menteri BUMN tersebut. Sementara pihak pertama yang harusnya ditanyakan soal kebenaran isu tersebut adalah BUMN justru tidak disertakan. Meski akhirnya pihak Kementerian BUMN membantah isu tersebut, sangat disayangkan karena isu ini sudah terlanjur menyebar dan membentuk opini masyarakat yang menilai negatif terhadap Kementerian BUMN.

Beberapa hari setelah isu ini semakin tidak terkendali, pemilik akun pemilik akun Twitter @estiningsihdwi akhirnya memberikan penjelasan mengenai foto tentang kriteria pegawai BUMN yang

diunggahnya. Dalam kultwitnya, ia membantah telah menyebut nama Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dipimpin Rini Soemarno sebagai institusi yang membuat peraturan mengenai larangan penggunaan jilbab tersebut. Katanya aturan larangan tersebut diberlakukan di sebuah BUMN bukan kementerian BUMN. Dalam kultwitnya pada pukul 18.50 WIB, ia memang mengakui bila foto yang diposting tersebut merupakan *form* dan catatan untuk seorang penilai dalam proses rekrutmen di sebuah perusahaan BUMN. Menurut Esti, kriteria yang tercantum adalah seleksi bagi seorang *frontliner*. Ia hanya mempermasalahkan syarat-syarat tersebut yang dinilainya terlalu tendensius dan diskriminatif. Padahal, menurut Esti, seorang *frontliner* tersebut berkesempatan luas dalam membangun karir dan memiliki posisi strategis dalam mengembangkan karirnya. Mengenai tujuan Esti memposting foto tersebut, yakni untuk membuka mata masyarakat bahwa masih terjadi diskriminasi di negara ini. Dia berharap, masyarakat dapat menyadari bahwa hal ini tidak bisa dibiarkan terus menerus (Wibisono, 2014).

Hasil ini menunjukkan bahwa tujuan awal postingan yang dilakukan akun Esti, sudah tidak sama lagi dengan apa yang diberitakan dan menyebar melalui situs berita lainnya. Ini disebabkan Esti juga tidak menyebut secara jelas sumber dokumen saat pertama kali memposting. Sementara para *netter* dan para jurnalis pada situs berita, juga berupaya menterjemahkan maksud postingan tersebut secara bebas tanpa pernah mewawancarai secara langsung sang pemilik akun maupun pihak BUMN yang terkait. Beberapa hal mendasar yang mestinya digali oleh media seperti apa judul dokumen itu, dari siapa, ditujukan kepada siapa, kapan dan dimana dikeluarkan, ditandatangani siapa, dan seterusnya (Luqman, 2014).

“Foto yang diposting @estiningsihdwi ini sama sekali tidak ada keterangan yang bisa digunakan untuk proses otentifikasi, yang bisa menunjukkan atau mengarahkan bahwa itu dikeluarkan oleh seorang menteri, atau tentang BUMN. Jika hanya sekadar *capture* dokumen yang tidak lengkap, jelas foto itu tidak bisa bicara apa-apa. Dan kebenarannya sulit dibuktikan. Artinya, dokumen itu tidak layak dijadikan bahan pemberitaan atau sumber rujukan oleh media. Jika dokumen itu benar, mengapa Dwi Estiningsih pemilik akun Twitter itu tidak memperlihatkan bagian atas dokumen? Mengapa tidak difoto lengkap dokumennya, ada berapa lembar, tanda tangan siapa, dan sebagainya. Padahal jika dokumen itu

benar, maka Dwi Estiningsih bisa berkontribusi bagi media dalam kontrol sosial. Tapi pilihan itu tidak dilakukan (Wartawan, Lukman, 2014).

Jika penyebaran sebuah isu yang masih diragukan kebenarannya dari media sosial baik yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi tertentu yang bukan bagian dari pekerja jurnalistik, yang dibutuhkan hanya soal moril dan kedewasaan dalam penggunaan media sosial. Karena tidak ada aturan yang mengikat bagi pelaku. Namun jika fenomena ini juga mengikutsertakan para jurnalis sebuah situs berita (media *mainstream*), maka mereka akan dihadang sejumlah etika jurnalisisme media *online*. Apalagi jika situs berita tersebut masuk dalam obyek hukum Undang-undang Pers yang memiliki badan hukum dan tercantum nama dan alamat penanggung jawab serta terdata di Dewan Pers. Maka kebenaran dan keakuratan mutlak menjadi prioritas utama dalam setiap pemberitaannya.

Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia menyerukan, alangkah bijak jika pelaku industri media massa internet kembali mengingat tujuan awal lahirnya media massa sebagai media informasi, pendidikan, dan hiburan. Filosofi terdalam media massa adalah sebagai alat untuk membebaskan manusia dari keterbodohan. Dalam ruang politik demokrasi, media massa adalah seperangkat medium untuk menyampaikan aspirasi publik. Oleh karena itu, seyogyanya media *online* tetap menempatkan etika dan prinsip-prinsip jurnalistik sebagai landasan utama pemberitaannya. Ketua AJI Indonesia, Maryadi mendorong media-media *online* yang berbasis berita untuk mengacu pada Pedoman Penulisan Berita Siber yang dikeluarkan oleh Dewan Pers (Margianto dan Syaefullah, 2013).

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa beberapa situs berita *online* ikut masuk dalam peredaran isu diskriminasi ini. Apalagi diawal-awal pemberitaannya, beberapa situs berita ini hanya mengikuti sumber awal dari sebuah akun Twitter yang kebenaran masih harus dipertanyakan. Validasi informasi dari sebuah akun Twitter ini sulit diyakini sebagai sumber yang dapat dipercaya. Namun inti hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa objektivitas berita hampir tidak terbangun di awal pemberitaan situs-situs berita yang membahas isu ini. Selain kebenaran informasi yang tidak bisa diandalkan/*reliable*, situs-situs berita ini tidak melakukan cek dan ricek atas isu tersebut.

Semua media *online* yang diteliti diatas tidak mengkonfirmasi atau menguji kebenaran atau ketepatan fakta kepada subyek, obyek atau saksi berita sebelum disajikan. Kebanyakan dari berita-berita ini hanya berpihak kepada pemosting pertama tentang kebijakan tersebut. Berita-berita yang disajikan juga cenderung tidak berimbang. Semuanya hanya menyampaikan sisi negatif terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita. Kalaupun ada situs berita yang berupaya menjalankan *cover both sides*, dengan menyajikan dua/lebih gagasan/tokoh, dipastikan semua tokoh itu dari satu pihak yang sepaham (anggota dewan, tokoh agama, organisasi agama, ormas dan lainnya) tidak ada pihak-pihak yang berlawanan (BUMN) ditampilkan secara bersamaan dan proporsional. Meski beberapa situs media ini kemudian akhirnya memberikan klarifikasi dari Kementerian BUMN yang membantah isu tersebut.

Situs-situs berita seperti Okezone, Sindonews, Tribunnews dan lainnya, yang memuat informasi yang berasal dari hanya satu sumber yaitu akun Twitter Esti sudah menganggap hal tersebut sebagai fakta tidak terbantahkan. Tanpa memastikan kebenaran atau keaslian dokumen itu. Tidak ada penjelasan dalam berita-berita itu, bahwa redaksi sudah melakukan pengecekan atau penelusuran dokumen. Media-media itu juga berulang kali memuat berita tanggapan yang tendensius, tanpa sekalipun memastikan kebenaran dokumen itu. Luqman (2014) mengistilahkan “hajar dulu, klarifikasi belakangan. Soal benar salah urusan belakangan.”

Sebenarnya sumber informasi melalui media sosial untuk dijadikan berita sudah sangat sering dilakukan oleh para jurnalis. *The Oriella Digital Journalism Study* (2013) melakukan penelitian yang hasilnya menemukan bahwa 51 persen dari wartawan mengatakan bahwa berita-berita mereka bersumber dari mikroblog seperti Twitter, tapi hanya jika sumbernya mereka sudah diketahui. Hal ini bukanlah sesuatu yang tabu, namun memang perlu menelusuri sumber utama yang layak diberitakan. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Martin (2014) dengan judul “*Information Verification in the Age of Digital Journalism*”. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa wartawan menggunakan media sosial untuk mengumpulkan berita, tapi terus menempatkan penekanan pada sumber terpercaya dan hubungan yang sudah ada sebelumnya. Proses verifikasi juga dilakukan secara melingkar, dan beberapa verifikasi

pengetahuan yang berasal dari pekerjaan wartawan sebelumnya.

Ahmad (2010) dalam penelitiannya berjudul “*Is Twitter a useful tool for journalists?*” mengatakan bahwa dalam berkembang lanskap media saat ini, berita diperoleh juga dari media sosial Twitter. Ahmad memberikan contoh saat terjadi gerakan protes oleh para wartawan *The Guardian* yang dikenal dengan nama hari protes G20, wartawan dan komentator secara konstan memberitakan peristiwa tersebut melalui *update* Twitter. Namun Ahmad berpendapat perkembangan tersebut bisa berpotensi melemahkan peran wartawan sebagai pencari fakta, dengan semakin meningkatnya jumlah warga menjadi wartawan. Dalam kasus apapun, garis antara wartawan dan warga terus kabur.

Jenis sumber apapun yang digunakan oleh jurnalis termasuk media sosial, tetap harus memperhatikan elemen-elemen jurnalistik *mainstream* yang berlaku. Seperti yang dikemukakan oleh Kovac dan Rosenstiel (2006) dalam 9 elemen jurnalistik diantaranya yang terpenting adalah kewajiban pertama jurnalisme adalah kebenaran. Sudah menjadi tugas untuk menyampaikan kebenaran kepada masyarakat tanpa berpihak kepada kepentingan tertentu (*disinterested pursuit of truth*). Elemen lain yang tidak kalah pentingnya adalah disiplin verifikasi yaitu ciri jurnalisme yang dapat membedakannya dengan media komunikasi lain seperti *infotainment*, propaganda, seni, atau hiburan. Jurnalisme bersifat apa adanya tanpa unsur manipulasi atau persuasi. Dapat dibuktikan dengan adanya pencarian saksi-saksi atau permintaan komentar dari banyak pihak agar berita yang dihasilkan jauh dari sifat subyektif.

Kasus ini bukan baru pertama kali terjadi di media *online* Indonesia. Sudah banyak informasi *hoax* yang juga diberitakan di media *online*. Hal ini merupakan potret praktik jurnalisme media *online* yang kini berkembang di Indonesia. Margianto dan Asep Syaefullah (2013: 5) mengatakan isi berita bukan lagi hasil akhir dari sebuah disiplin verifikasi jurnalistik, tapi justru proses verifikasi itu sendiri adalah berita. Informasi mengalir deras, sepotong demi sepotong, sementara substansi kebenaran terasa tidak jelas. *The truth in the making*. Dogma jurnalistik tradisional yang diwariskan turun temurun dari generasi ke generasi “*get it first, but first get it truth*” seolah berubah menjadi “*get it first, just get it first.*” Media *online* seperti berlomba-lomba menjadi yang pertama

mewartakan informasi apapun bentuk informasi itu, lepas dari apakah informasi itu benar atau tidak.

Berita pertama soal isu pelarangan berjilbab di BUMN muncul tanpa verifikasi, semata-mata mengutip begitu saja informasi yang dirilis oleh akun @estiningsihdwi. Padahal dalam praktik jurnalistik tradisional menurut Margianto dan Asep Syaefullah (2013), lazimnya berita “kabarnya” tidak pernah mendapat halaman sampai kabar tersebut terverifikasi kebenarannya.

Hal lain yang dapat dikaji disini bahwa sekalipun situs berita tidak memberitakan tentang isu ini, media sosial baik seperti Facebook dan Twitter tetap ramai membicarakan masalah ini. Di luar media arus utama (*mainstream*), isu pelarangan jilbab di BUMN ini telah tersebar di jejaring sosial secara berantai. Fakta yang terjadi bahwa media sosial telah menjalankan fungsi jurnalisme yang dulu hanya milik media massa saja. Inilah yang disebut sebagai *citizen journalism* atau jurnalisme warga, dimana warga biasa memegang peran dalam proses jurnalistik atau proses produksi dan penyebaran informasi.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa beberapa situs berita *online* seperti Okezone.com, Sindonews.com, Goriau.com, Tribunnews.com, Harianterbit dan Republika *Online* awalnya memuat informasi yang berasal dari hanya satu sumber yaitu akun Twitter @estiningsihdwi tentang rekrutmen karyawan di BUMN yang melarang calon karyawan berjilbab, berjenggot dan bercelana gantung namun bisa bertato. Situs-situs berita ini menganggap sumber awal dari sebuah tweet ini sebagai fakta tidak terbantahkan. Tanpa memastikan kebenaran atau keaslian dokumen yang diposting Esti. Objektivitas berita yang dimuat pada situs berita *online* ini hampir tidak terbangun di awal pemberitaan mereka.

Selain kebenaran informasi yang tidak bisa diandalkan/*reliable*, juga tidak dilakukan cek dan ricek atas isu ini atau menguji kebenaran/ketepatan fakta kepada subyek, obyek atau saksi berita sebelum disajikan. Berita-berita yang disajikan juga cenderung tidak berimbang. Semuanya hanya menyampaikan sisi negatif terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita. Kalaupun ada yang berupaya menjalankan *cover both sides*, dengan menyajikan dua/lebih gagasan/tokoh, dipastikan semua tokoh itu dari satu pihak yang sepaham (anggota dewan, tokoh agama, organisasi agama, ormas dan lainnya) tidak

ada pihak-pihak yang berlawanan (BUMN) ditampilkan secara bersamaan dan proporsional. Meski beberapa situs media ini kemudian akhirnya memberikan klarifikasi dari Kementerian BUMN yang membantah isu tersebut.

Hasil ini juga sekaligus memberikan rekomendasi kepada portal berita apapun untuk terus meningkatkan etika jurnalisme dan objektivitas berita yang diproduksi. Hal ini sangat penting untuk untuk menjaga kredibilitas sebagai media arus utama kepada masyarakat umum meski harus terbentur dengan tuntutan kecepatan untuk disiarkan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terselesaikan karena bantuan berbagai pihak. Karena itu diucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya baik berupa ide, referensi serta sumber-sumber bacaan sehingga penelitian dan karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A.N. (2010). *Is Twitter a useful tool for journalists? Journal of Media Practice*, 11 (2): 145-155.
- Akpan, C.S. & Chima Alexander. (2010). *Rethinking Objectivity In News Reporting In The Digital Age. Onyebuchi International Journal of Research in Arts and Social Sciences Vol 2 2010*. <[http://academicexcellencesociety.com/rethinking\\_objectivity\\_in\\_news\\_reporting\\_in\\_the\\_digital\\_age.pdf](http://academicexcellencesociety.com/rethinking_objectivity_in_news_reporting_in_the_digital_age.pdf)>.
- Chari, T. (2013). *New Communication Technologies and Journalism Ethics in Zimbabwe: Practices and Malpractices. South Africa: University of Venda. Online Journal of Communication and Media Technologies Volume: 3 – Issue: 2 – April – 2013*. <<http://www.ojcm.net/articles/32/326.pdf>>.
- Dewan Pers. (2012). *Pedoman Pemberitaan Media Siber*. <http://dewanpers.or.id/>, diakses 2 April 2015.
- Fatimah, S. (17 Desember 2014). *Menteri BUMN Larang Pegawai Berjilbab Panjang*. <<http://news.okezone.com/read/2014/12/17/337/1080407/menteri-bumn-larang-pegawai-berjilbab-panjang>>.
- Hadi, I.P. (2009) *Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Era Jurnalistik Modern. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 3, No. 1, Januari 2009: 69-84*. <[http://repository.petra.ac.id/16937/1/publikasi1\\_96\\_022\\_38.pdf](http://repository.petra.ac.id/16937/1/publikasi1_96_022_38.pdf)>.
- Harian Terbit. (19 Desember 2014). *Hidayat Nur Wahid Larang PNS Berjilbab Menteri Rini Meresahkan*. <<http://harianterbit.com/read/2014/12/18/14211/25/25/Hidayat-Nur-Wahid-Larang-PNS-Berjilbab-Menteri-Rini-Meresahkan>>.
- Hukum Online. (17 Januari 2014). *Banyak Media Online Labrak Kode Etik Jurnalistik*. <<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt52d900224edd8/banyak-media-online-labrak-kode-etik-jurnalistik>>.

- Nistanto, R. K. (22 September 2014). Facebook Ungkap Jumlah Pengguna di Indonesia. <http://tekno.kompas.com/read/2014/09/22/15205237/Facebook.Ungkap.Jumlah.Pengguna.di.Indonesia.a>>.
- Kovach, B. & Rosentiel, T. (2006). Sembilan Elemen Jurnalisme. Jakarta: Yayasan Pantau.
- Laut, R., Budiawati, A. D.. (18 Desember 2014). Kementerian BUMN: Tidak Benar Ada Larangan Penggunaan Jilbab. <<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/569923-kementerian-bumn--tidak-benar-ada-larangan-penggunaan-jilbab>>.
- Luqman, A. (18 Desember 2014). Menteri Rini, Twitter dan Etika Jurnalistik (1). <[http://www.portalkbr.com/opini/opinianda/3373308\\_6203.html](http://www.portalkbr.com/opini/opinianda/3373308_6203.html)>.
- Mangenre, I. (24 November 2014). Indonesia Masuk Pengguna Internet Terbesar Dunia. <<http://makassar.tribunnews.com/2014/11/24/indonesia-masuk-pengguna-internet-terbesar-dunia>>.
- Margianto, J. Heru dan Asep Syaefullah. (2014). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Martin, B. N. (2014). *Information Verification in the Age of Digital Journalism*. A Communication Master of Arts in Information and Knowledge Management University of Technology, Sydney NSW, Australia. <<http://www.sla.org/wp-content/uploads/2014/07/Information-Verification.pdf>>.
- Mc.Quail, D. (2004). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Novita, D. (2014) *Jurnalisme Berperspektif Gender dan Etika Jurnalisme dalam Jurnalisme Online (Analisis Isi Penerapan Jurnalisme Berperspektif Gender dan Etika Jurnalisme pada Berita Kasus Pelecehan Seksual dalam Kompas.com dan Merdeka.com Selama Januari 2013)*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Halaman 1-11. <<http://e-journal.uajy.ac.id/5786/>>.
- Oriella PR Network. (2013). *Global Digital Journalism Study* 2013. <<http://www.oriellaprnetwork.com/research>>.
- PKS Piyungan. (2014). Ini Bukti BUMN Tolak Merekrut Muslimah. <<http://www.pkspiyungan.org/2014/12/ini-bukti-bumn-tolak-merekrut-muslimah.html>>.
- Sanbas. (2014). Kacau, Menteri BUMN Rini Soemarno Terbitkan Surat Edaran Larang Pegawai Berjilbab. <http://www.goriau.com/nasional/kacau-menteri-bumn-rini-soemarno-terbitkan-surat-edaran-larang-pegawai-berjilbab.html#sthash.qoChuCI1.dpuf>.
- Sindonews.com. (2014). Menteri Rini Larang Pegawai BUMN Berjilbab Berjilbab. <<http://nasional.sindonews.com/read/938670/15/menteri-rini-larang-pegawai-bumn-berjilbab-1418815088>>.
- Septianto, B. (19 Desember 2014). Penjelasan Esti si Pengunggah Foto Larangan Berjilbab BUMN. <<http://news.okezone.com/read/2014/12/19/337/1081284/penjelasan-esti-si-pengunggah-foto-larangan-berjilbab-bumn>>.
- Siahaan, H. dkk. (2001). *Pers yang Gamang Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor-Timur*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi.
- Sumadiria, A.H. (2005). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Toyudho, E. S. (4 Desember 2014). Belanja Iklan Media Digital Ancam Televisi. <<http://www.tempo.co/read/news/2012/12/04/090445833/Belanja-Iklan-Media-Digital-Ancam-Televisi>>.
- Transbogar.co. (18 Desember 2014). Parah Menteri BUMN Larang Pegawai Berjilbab. <<http://transbogar.co/read/1683/18/12/2014/parah-menteri-bumn-larang-pegawai-berjilbab#.VRtBH474bBs>>.
- Tribunnews.com. (2014). Menteri BUMN Larang Pegawai Berjilbab Panjang. <<http://forum.tribunnews.com/showthread.php?7390485-Menteri-BUMN-Larang-Pegawai-Berjilbab-Panjang>>
- Twitter.com.(2014).<<https://twitter.com/estiningsihdwi>>.
- Van Dijk, J. (2006). *The Network Society; Social Aspects of New Media*. 2<sup>nd</sup> edition. London. SAGE Publications Ltd
- Weber, R.P. (1990). *Basic Content Analysis*. California: Sage Publication.
- Wibisono, G.. (17 Desember 2014). Larangan Berjilbab Menteri Rini Dikecam DPR. <<http://news.okezone.com/read/2014/12/17/337/1080464/larangan-berjilbab-menteri-rini-dikecam-dpr>>.