

OBJEKTIVITAS BERITA PADA MEDIA DALAM JARINGAN
(Analisis Isi Berita Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada *Detiknews* selama Masa Kampanye Periode I)

THE OBJECTIVITY OF ONLINE NEWSMEDIA
(The Content Analysis of the Jakarta Governor Election news on Detiknews during the First Campaign Periods)

Vience Mutiara Rumata

Puslitbang APTIKA-IKP, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jln. Medan Merdeka Barat No. 9
Jakarta Pusat 10110, 021-3800418

vien001@kominfo.go.id

(Diterima: 19-07-2017, Direvisi: 20-11-2017, Disetujui terbit: 12-12-2017)

Abstrak

Tahun 2017, pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) diadakan serentak di Indonesia yaitu pemilihan pemimpin daerah di tujuh provinsi, 18 kota dan 76 kabupaten. Namun, pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta menjadi satu-satunya Pilkada yang paling menyita perhatian publik. Isu SARA (Suku, Agama, dan Ras) menjadi sentral opini publik yang terbangun di tengah ketatnya persaingan tiga pasangan calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur. Media massa turut mempengaruhi opini publik, termasuk media dalam jaringan (daring). Penelitian ini bertujuan menganalisa obyektivitas berita pada media daring, khususnya *Detiknews*. Penelitian ini merupakan analisis isi kuantitatif dengan data primer berupa kompilasi berita dengan kata kunci “Pilkada DKI Jakarta” pada *Detiksearch* selama 26 Oktober 2016 hingga 11 Februari 2017. Kerangka obyektivitas Westerståhl (1983) dengan menggunakan dua variabel: faktualitas dan imparialitas. Analisis data statistik dilakukan secara deskriptif. Secara faktualitas, penyajian fakta baik sosiologi maupun psikologis cukup berimbang. Kelengkapan berita (unsur 5W+1H) pun tinggi. Sementara secara imparialitas, keberimbangan *Detiknews* dalam menampilkan dua sisi (*cover both sides*) cukup rendah. Meski demikian, *Detiknews* masih menjaga tingkat netralitas dalam pemberitaannya.

Kata Kunci: Obyektivitas, Media Daring, *Detiknews*, Analisis Isi Kuantitatif

Abstract

In 2017, The regional election takes place simultaneously in Indonesia in which the gubernatorial elections in 17 provinces, the mayoral elections in 18 cities and the regent elections in 76 districts. Nevertheless, the Jakarta Governor election was highly under public spotlight. The race and religious were the central issues of public opinion amid intense competition among three candidates of Governor and Vice Governor. Media forms the public opinion that includes the online media. This research aims to analyse the news objectivity in online media, particularly on Detiknews. This research is quantitative content analysis whereby the primary data derived from Detik search engine during 26th October 2016 to 11th February 2017. This research uses Westerståhl (1983) objectivity framework in which consists of two variables: factuality and impartiality. The analysis data uses statistic-descriptive approach. In factuality, the presentation of both sociology and psychology facts are relatively balance. The completeness of the news (5W+1H) is highly achieved. Meanwhile in impartiality, the balance of cover both sides is relatively low. However, Detiknews keeps the neutrality of the news in some sort of level.

Keywords: Objectivity, Online Media, *Detiknews*, Quantitative Content Analysis

PENDAHULUAN

Komisi Pemilihan Umum Indonesia mengumumkan pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak gelombang kedua tahun 2017, yaitu 15 Februari 2017. Pilkada diadakan di tujuh provinsi, 18 kota dan 76 kabupaten. Namun, pemilihan Gubernur (Pilgub) DKI Jakarta yang menjadi satu-satunya Pilkada yang paling menyita perhatian publik. Isu suku, agama, dan ras (SARA) menjadi sentral opini publik yang terbangun, bahkan demonstrasi besar-besaran yang digerakan oleh Organisasi Masyarakat berbasis agama, mewarnai pesta demokrasi di Ibu Kota negara Indonesia ini.

Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Provinsi DKI Jakarta menetapkan tiga calon Gubernur dan Wakil Gubernur, berdasarkan Surat Keputusan nomor 55/Kpts/KPU-Prov-010/TAHUN 2016, yaitu (1) Agus Harimukti Yudhoyono-Sylviana Murni; (2) Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat; (3) Anies Baswedan-Sandiaga Uno. Polemik Pilgub DKI diawali dari pernyataan Calon Gubernur (Cagub) Basuki Tjahaja Purnama atau ‘Ahok’ yang diduga menyinggung umat Islam ketika melakukan kunjungan kerja di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta, September 2016. Di dalam pernyataannya, Ahok menyebutkan Surat Al Maidah 51.

“...Jadi jangan percaya sama orang. Kan bisa saja dalam hati kecil bapak ibu enggak bisa pilih saya. Karena Dibohongin pakai surat Al Maidah 51 macem-macem gitu lho...”
(Detiknews online, 2016)

Video tersebut kemudian diunggah dan menjadi viral di media sosial. Buni Yani adalah orang yang diduga mengunggah video tersebut ke dalam akun *facebook* pribadinya, awal Oktober 2016, dan menjadi viral baik di media dalam jaringan (*daring/ online*) maupun media massa.

Ucapan dan konten yang viral memicu kemarahan publik yang meminta agar Cagub sekaligus Gubernur Petahana tersebut ditahan. Ahok dilaporkan ke pihak berwajib oleh petinggi ormas Islam, Front Pembela Islam (FPI) pada 7 Oktober 2016 serta ditetapkan menjadi tersangka pada 16 November 2016 (*liputan6.com.*, 2016). Unjuk rasa “Gerakan Nasional Pengawal Fatwa Majelis Ulama Indonesia (GNPF-MUI), yang diprakarsai oleh tokoh Islam serta Petinggi FPI, Riziq Shihab, dan beberapa politisi kenamaan, mendesak percepatan proses penahanan Ahok. Setidaknya ada dua unjuk rasa besar telah dilakukan yang kemudian dikenal dengan istilah “411” dan “212” yang terjadi pada November dan Desember 2016 lalu.

Detiknews merupakan pelopor media online di Indonesia yang didirikan sejak tahun 1997. *Detiknews* diprakarsai oleh jurnalis Budiono Darsono dan beberapa rekan jurnalis lainnya yang bergabung dalam perusahaan pengelolaan web Agranet Multicitra Siberkom yang eksis sejak awal 1990an. Pada tahun 2011, media mogul Chairul Tanjung – pemilik dari Para Group (Trans TV, TRANS 7, Transvision) – mengakuisisi *Detiknews* senilai 60 juta USD atau setara dengan Rp. 540 miliar (Republikpos online, 2016). Dari segi popularitas, *Detik.com* menduduki posisi situs keempat populer di Indonesia setelah *Google.com*; *Google.co.id*; dan *Youtube.com* dan menduduki ranking ke 134 untuk skala dunia (Alexa, 2017). Jumlah *pageviews Detik.com* per pengunjung adalah 4.83 *pageviews*, serta rata-rata waktu yang dihabiskan pengunjung adalah 10

menit 46 detik. *Detik.com* memiliki beberapa kanal-kanal seperti *detikNews*, *detikFinance*, *detikHot*, *detiki-Net*, *detikSport*, *detikOto*, *detikTravel*, *detikFood*, *detikHealth*, dan *Wolipop*. Dengan popularitas seperti ini, *Detik.com* termasuk salah satu media daring sebagai rujukan utama sumber berita bagi, khususnya, pengguna internet di Indonesia.

Penelitian ini mengkaji objektivitas media daring *Detik News* terhadap pemberitaan Pilgub DKI Jakarta. Pertanyaan penelitian ini adalah

“Bagaimana objektivitas berita Pilkada DKI Jakarta oleh media daring *Detiknews*?”

Metode penelitian ini adalah analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Prosedur pemilihan berita dilakukan melalui *detiksearch* dengan kata kunci “Pilkada DKI Jakarta”. Periode waktu untuk analisa isi dibatasi yaitu sepanjang kampanye putaran pertama Pilgub DKI Jakarta yaitu dari tanggal 26 Oktober 2016 hingga 11 Februari 2017. Dalam periode ini, juga diadakan tiga putaran Debat Publik calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur yaitu 13, 27 Januari 2017 serta 10 Februari 2017.

Penelitian ini dilakukan di saat sorotan media terhadap perkembangan dugaan kasus penistaan agama yang mewarnai Pilkada DKI Jakarta sangat tinggi. Disamping itu, penggunaan media sosial yang tinggi khususnya di wilayah Jakarta, menyebabkan penyebaran berita bohong (*hoax*) ataupun sarat kebencian (*hate speech*) menjadi tidak terhindarkan. Di sinilah, media daring (sama halnya media konvensional) memiliki peran untuk menyeimbangkan pemberitaan bohong yang terlanjur viral di media sosial. Objektivitas berita sangat penting agar opini publik yang terbentuk dapat berdasarkan data dan fakta.

Kegunaan penelitian ini diharapkan tidak saja memberikan kajian analisis isi terkait isu yang tengah berkembang, tetapi juga mendorong regulator khususnya Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Ditjen IKP), Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk memasukkan analisis objektivitas berita online sebagai salah satu program monitoring media yang dilakukannya.

Internet dan Berita Online

Internet merupakan medium yang bersifat terbuka, inklusif, dan interaktif yang telah menyebabkan produksi dan distribusi konten atau informasi menjadi lebih cepat dan murah. Garis pembatas antara produsen dan konsumen informasi, dalam medium ini, semakin tidak jelas. Setiap orang dapat memproduksi, mendistribusi serta mengkonsumsi konten melalui internet atau lebih dikenal dengan istilah “Prosumer”.

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bagi industri media adalah digitalisasi konten. Digitalisasi ini mengubah cara produksi dan distribusi konten dalam industri media. Digitalisasi serta perilaku konsumsi media digital mempengaruhi keberlangsungan industri media cetak. Produksi oplah cetak mengalami penurunan di Indonesia setidaknya sejak tahun 2014. Hal ini terlihat dari penurunan jumlah oplah media cetak (surat kabar harian) yang mengalami penurunan sejak 2014 dari sebesar 9.597.127 menjadi 8.791.301 oplah di tahun 2015 (Serikat Perusahaan Pers, 2016). Jumlah tersebut diprediksi akan terus

menurun di tahun-tahun berikutnya. Tren yang sama juga terlihat pada surat kabar mingguan, majalah dan tabloid.

Selain perkembangan teknologi, penetrasi media sosial dan *smartphones* – yang dikuasai oleh generasi *digital native* – turut mempengaruhi perubahan konsumsi media dari cetak ke bentuk digital. Dalam surveinya, APJII (2016) menemukan bahwa usia pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 25 hingga 34 tahun (75.8%). Tidak hanya itu, studi tersebut juga menemukan bahwa “*update* informasi” merupakan motivasi dominan seseorang mengakses internet. Ada tiga klasifikasi konten yang sering dikunjungi oleh pengguna internet, berdasarkan studi yang sama, yaitu: media sosial (97.4%), hiburan (96.8%) dan berita (96.4%) (hal.22). Sumber informasi di era digital akan dikuasai oleh media daring.

Media daring (atau juga disebut ‘media siber’) diartikan sebagai “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” (Sudiby, 2013:96). Meski secara sistem kerja berbeda dengan media cetak konvensional, media daring memiliki etika serta kewajiban yang harus dipenuhi sama dengan media cetak pada dasarnya. Selama media tersebut melakukan kegiatan jurnalistik dan tunduk pada kode etik jurnalistik, maka berita yang disajikan harus berimbang dan terverifikasi (hal. 90)

Objektivitas

Kata ‘objektivitas’ melekat pada kinerja dan etika jurnalis media. Objektivitas – dan juga ketidakberpihakan (*impartiality*) – merupakan norma bagi jurnalis profesional untuk menghindari bias ataupun subyektivitas serta mendorong kepercayaan bagi profesi jurnalisisme itu sendiri (Sambrook, 2012).

Objektivitas merupakan topik yang masih diperdebatkan di kalangan ilmuwan sosial. Tidak sedikit perdebatan tersebut menyinggung pada bidang jurnalisisme ketika mendefinisikan objektivitas secara operasional untuk mendukung pekerjaannya. Sebagai contoh, André dan koleganya (1979 dalam Wien, 2005) mendefinisikan objektivitas secara operasional yaitu objektivitas akan tercapai apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

- (I) *it contains true assertions*
- (II) *it is not misleading*
- (III) *it contains essential assertions*
- (IV) *it is thorough* (Wien, 2005:9)

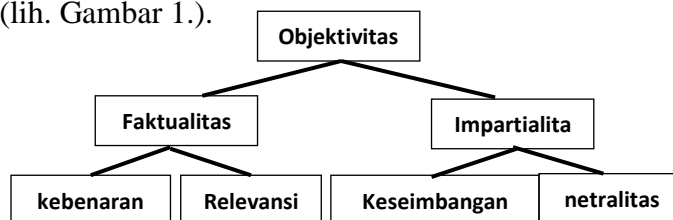
Definisi operasional ini tentu mengundang perdebatan di kalangan jurnalis: siapa yang menentukan pernyataan tersebut benar atau tidak? Serta kapan dan bagaimana produk berita dikatakan menyesatkan (*misleading*) atau mengandung pernyataan yang esensial?

Perdebatan lainnya terkait objektivitas adalah konsep keberimbangan (*balance*). Dalam bukunya “*Advanced Reporting: Discovering Patterns in News Events*”, Shaw dan koleganya (1979) berpendapat bahwa jurnalis harus memaparkan argumen yang berimbang terkait isu yang diangkat dalam berita. Wien (2005:9) berpendapat bahwa pernyataan Shaw ini menimbulkan adanya derajat atau level keberimbangan. Jurnalis yang satu dapat lebih berimbang daripada

yang lain. Untuk itu, perlu ada definisi yang jelas terkait seberapa jauh seorang jurnalis dapat dikatakan berimbang dan juga akurat. Hal ini juga sangat bergantung pada pemahaman pribadi jurnalis yang bersangkutan untuk menilai apakah berita yang disajikan tersebut berimbang atau tidak.

Konsep ‘benar’ (*truth*) dan ‘realitas’ (*reality*) merupakan bagian yang tidak lepas dari objektivitas. Wien (2005) berpendapat bahwa jurnalis, sama halnya dengan ilmuwan sosial, menggunakan pendekatan positivis dalam memahami ‘objektivitas’. Menurut pendekatan positivis, pengetahuan hanya dapat diperoleh melalui indera (*sense*) manusia. Objektivitas dengan pendekatan positivis ditandai oleh dua bagian: objektif dan subjektif. Subjektif artinya ada campur tangan penilaian pribadi dalam pengetahuan atau kebenaran. Sementara, objektif artinya memaparkan fakta tanpa mengikutsertakan opini pribadi (hal.4). Sambrook (2012:5) mengartikan objektivitas sebagai upaya untuk menghindari pertimbangan atau sangkaan pribadi (*subjective judgment*) dengan mempresentasikan fakta dan data. Jadi, jurnalis yang objektif dalam pendekatan positivis adalah mereka yang menulis berita berdasarkan fakta atau hasil pengamatan suatu kejadian. Dalam hal ini, seorang jurnalis bertanggung jawab atas kebenaran dan ketidakbenaran dari data-data yang didapatnya di lapangan. Namun, permasalahan yang dihadapi oleh jurnalis ketika menempatkan fakta dalam konteks yang tidak mungkin lepas dari pemahaman pribadi (hal.5).

Westerståhl (1983) berpendapat bahwa mempertahankan objektivitas dapat dilakukan dengan cara patuh terhadap sebuah standar atau norma. Untuk itu, Westerståhl menyusun sebuah skema atau standar objektivitas meski mengadopsi peraturan yang berlaku pada perusahaan penyiaran Swedia (lih. Gambar 1.).



Gambar 1. Skema Konsep Objektivitas
Sumber: Westerståhl (1983:405)

Model Westerståhl ini mengkomodir nilai-nilai dan juga fakta yang sudah melewati prosedur evaluasi terlebih dahulu (McQuail, 2010:774). Faktualitas (*factuality*) merujuk pada pemberitaan yang berkaitan dengan kejadian ataupun pernyataan yang dapat diverifikasi kepada narasumber, tanpa ada opini pribadi. Faktualitas terdiri dari dua subdimensi: kebenaran (*truth*) dan relevansi (*relevance*). Indikasi kebenaran pada berita adalah kelengkapan (*completeness*) dan akurasi. Sementara, relevansi sulit untuk didefinisikan serta dicapai dengan cara objektif (hal. 775). Relevansi berkaitan dengan proses pemilihan topik atau isu apa yang relevan bagi pembaca atau publik secara umum. Dimensi objektivitas lainnya adalah impartialitas (ketidakberpihakan) yang memiliki arti netralitas atau sikap yang netral. Impartialitas memiliki dua subdimensi yaitu keseimbangan (*balance*) dan netralitas (*neutral presentation*) (hal.777).

Obyektivitas Berita Daring

“Kesegeraan” (*immediacy*) menjadi sifat alamiah dari media daring. Kecepatan ini tidak diimbangi dengan prosedur verifikasi terhadap isi berita karena ketiadaan atau minimnya peran aktor pengendali konten (*gatewatch*) lainnya dalam prosedur produksi media cetak. Karena sifatnya yang terbuka dan serba cepat, internet mengubah sistem kerja jurnalis dan editor menjadi lebih cepat sehingga kurang melakukan pengecekan kembali terhadap isi berita (Osborn, 2001 dalam Akpan et al., 2012:716).

Faktor lain yang mempengaruhi obyektivitas berita daring yang semakin kritis adalah faktor penyajian konten digital. Konten berita daring sangat berbeda dengan konten berita cetak, yang lebih memberatkan pada berita sensasional dengan gaya seperti majalah (Celik, 2012). Hal ini wajar untuk merebut perhatian pembaca daring di lingkungan *hypertext* dan *hypermedia* seperti internet, yakni lingkungan di mana informasi yang disajikan tidak saja terhubung dengan *multi links*, tetapi juga memungkinkan adanya fitur seperti infografis, audio dan video. Penyajian teks tidak perlu sepanjang yang ada di media cetak, yang terpenting berita terus *update*, ringkas, dan cepat dalam hitungan menit, bahkan detik.

Pola kerja seperti ini berdampak pada profesionalisme jurnalis dan media. Setidaknya ada tiga hal: akurasi, transparansi, serta minimnya penghargaan terhadap jurnalis (Himawan, 2011:39). Akurasi sulit dicapai karena jurnalis daring cenderung tidak melakukan proses verifikasi pada informan yang terlibat. Tidak jarang juga, siaran pers dari instansi tertentu dijadikan berita, tanpa verifikasi pada pihak lain yang mungkin terlibat atau terkena dampak dari siaran pers tersebut. Transparansi semakin meningkat pada media daring, termasuk metode pengumpulan berita yang dilakukan jurnalis. Terakhir, penghargaan terhadap karya jurnalis semakin melemah akibat hadirnya *co-production* yang melibatkan non-jurnalis profesional dalam produksi berita (*co. jurnalisme warga* atau *citizen journalism*).

Obyektivitas menjadi perhatian bagi regulator di Indonesia. Dewan Pers mengeluarkan “Pedoman Pemberitaan Media Siber” tahun 2012 yang berisi prosedur atau pedoman verifikasi dan keberimbangan berita pada media siber dan juga isi buatan pengguna (*user generated content*). Pada poin (2) yaitu “Verifikasi dan Keberimbangan Berita” disebutkan bahwa setiap berita wajib diverifikasi, kecuali beberapa ketentuan sebagai berikut:

1. Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
2. Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;
3. Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
4. Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang dupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring).

Sudibyo (2013:91) berpendapat bahwa semua ketentuan-ketentuan tersebut bersifat saling melengkapi, bukan menggantikan. Meskipun, ketentuan poin 1 sudah terpenuhi, berita daring

perlu memastikan poin-poin lainnya. Artinya, media siber perlu memastikan adanya upaya untuk menghubungi informan yang kredibel untuk berita tersebut.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif, yaitu mendapatkan gambaran dari isi berita *Detiknews* terkait pemilihan Gubernur DKI putaran pertama secara apa adanya, tanpa ada campur tangan atau subyektivitas dari peneliti (Eriyanto, 2011:16). Sistematika prosedur analisis isi terdiri atas:

- (I) Tujuan analisis isi (desain riset)
- (II) Pengukuran (konseptualisasi&operasionalisasi, *coding sheet*)
- (III) Unit analisis dan sampel
- (IV) Coding dan Validitas Alat Ukur
- (V) Reliabilitas
- (VI) Analisis Data (Eriyanto, 2011:57)

Kerangka operasional objektivitas yang diadopsi dalam penelitian ini adalah kerangka objektivitas oleh Westerståhl (1983). Konsep Objektivitas terdiri dari dua subdimensi yaitu: Faktualitas dan Ketidakberpihakan. Faktualitas memiliki dua aspek: kebenaran dan relevansi (lih. Tabel 1.)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh berita yang ada dalam kanal DetikNews periode 26 Oktober 2016 hingga 11 Februari 2017 yang terjaring melalui fitur detiksearch dengan kata kunci “Pilkada DKI Jakarta”. Jumlah keseluruhan populasi mencapai 944 dokumen berita, di luar foto dan video yang tidak termasuk dalam analisa penelitian ini. Sampel ditentukan melalui teknik probabilitas atau acak. Untuk mendapatkan deraja akurasi dari pengambilan sampel, diperlukan penentuan sampling eror terlebih dahulu. Pada penelitian ini tingkat kepercayaan yang ditentukan adalah 90% dengan derajat kesalahan sebesar 10%. Rumus yang digunakan untuk menentukan besaran sampel adalah sebagai berikut (Eriyanto, 2011: 167)

$$n = \frac{Z^2 \cdot [p(1-p)] \cdot N}{Z^2 \cdot [p(1-p)] + (N-1) \cdot E^2}$$

Dimana:

- Z : Nilai tingkat kepercayaan. Karena tingkat kepercayaan 90%, maka nilai z=1,65
- P(1-p) : Variasi populasi dinyatakan dalam bentuk proporsi dengan total 100% (atau 1). Jadi, proporsi populasi beragam (50:50)

- E : Kesalahan sampel yang dikehendaki yaitu sebesar 5% atau 0.05
- N : Jumlah populasi yaitu 944 berita

Tabel 1. Lembar *Coding*

No	Dimensi	Variabel	Indikator dan Definisi Operasional	Item
1	Faktualitas (Factuality)	Kebenaran (Truth)	Faktual: berita yang disajikan adalah fakta, bukan opini. Fakta terdiri dari fakta sosiologis dan psikologis.	1. Fakta Sosiologis (berita bersumber pada peristiwa nyata bukan opini) 2. Fakta Psikologis (berita berdasarkan opini seseorang terhadap fakta dalam bentuk pernyataan, penilaian dan pendapat)
			Akurasi : Verifikasi terhadap fakta dengan melakukan cek dan ricek terhadap narasumber yang relevan	1. Narasumber yang dikutip dalam berita relevan dengan isi berita a. Ya b. Tidak
			Kelengkapan berita	1. Berita memiliki unsur 5 W + 1 H (<i>Who, Where, When, What, Why, dan How</i>) a. Ya b. Tidak
		Relevansi (Relevance)	Kesesuaian judul, isi dan narasumber	1. Apakah judul dan isi berita sesuai a. Ya b. Tidak 2. Apakah sumber dan isi berita sesuai? a. Ya b. Tidak
2	Impartialitas (Impartiality)	Keberimbangan (Balance)	Proporsional : berita yang disajikan memuat dua sisi yang berlawanan secara bersamaan dan seimbang	1. Berita memuat dua sisi (<i>cover both sides</i>) 2. Berita memuat satu sisi saja 3. Berita memuat multi sisi (<i>cover both sides plus pihak yang netral</i>)
		Netralitas (Neutral Presentation)	Berita tidak berpihak. Berita tidak menonjolkan dukungan (pro) ataupun kontra terhadap tokoh yang diberitakan.	1. Berita bersifat netral atau tidak memihak serta menonjolkan sisi positif dan negatif terhadap tokoh yang diberitakan 2. Berita bersifat positif atau pro terhadap pihak yang diberitakan 4. Berita bersifat negatif atau kontra terhadap pihak yang diberitakan
			Non –evaluatif : berita yang disajikan tidak menilai salah satu sisi	1. Apakah berita yang disajikan berisi opini yang memberikan penilaian benar atau salahnya terhadap pihak yang diberitakan? a. Ya b. Tidak
			Non - sensasional : berita yang disajikan menggunakan bahasa yang berlebihan atau sensasional	1. Apakah fakta yang disajikan menggunakan bahasa kiasan atau berlebihan (bombastis) di dalam berita? a. Ya b. Tidak

Dari perhitungan rumus di atas, maka besaran sampel untuk penelitian ini adalah 211.48 (pembulatan menjadi 212). Rasio interval sampling ditentukan untuk mempermudah pengambilan berita dalam

rentang waktu masa kampanye PilGub DKI putaran I yaitu 26 Oktober 2016 hingga 11 Februari 2017. Rumus rasio interval sampling adalah pembagian antara populasi dengan besaran sampel, maka didapat

hasilnya adalah 4.4. Maka untuk interval selanjutnya adalah perhitungan hasil interval berikutnya dengan hasil interval pertama hingga mendapatkan besaran sampel sebesar 211 buah.

Interval II: $4.4 + 4.4 = 8.8$ (pembulatan 9).

Interval III: $4.4 + 8.8 = 13.2$ (pembulatan 13)

Interval IV: $4.4 + 13.2 = 16.6$ (pembulatan 17), dan seterusnya (Judhita, 2013:27)

Dalam proses analisis isi, lembar koding harus melalui tahap pengujian reliabilitas (keandalan). Uji reabilitas ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana alat ukur (lembar koding) menghasilkan kesimpulan yang sama. Artinya, lembar koding tersebut tidak menimbulkan penafsiran subyektif yang berbeda-beda antara koder-koder yang terlibat. Sebanyak dua orang peneliti (di luar penulis) terlibat sebagai koder yang mengkodekan sebanyak 20 berita daring *Detiknews* yang telah dipilih secara purposif oleh penulis. Uji reliabilitas menggunakan rumus 'Formula Hosti' yaitu menghitung presentasi persamaan antar koder (Eriyanto, 2011:290).

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

catatan:

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh masing-masing coder)

N1 : Jumlah coding yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh *coder 2*

Rumus ini diaplikasikan ke dalam tiap-tiap 20 berita tersebut dengan 16 variabel yang diuji (lih. tabel 2.).

Tabel 2. Hasil *Coding* atas 20 berita

Berita	M	Hasil Coding
Berita 1	13	0.8125
Berita 2	13	0.8125
Berita 3	12	0.75
Berita 4	11	0.6875
Berita 5	16	1
Berita 6	14	0.875
Berita 7	13	0.8125
Berita 8	12	0.75
Berita 9	11	0.6875
Berita 10	10	0.625
Berita 11	15	0.9375
Berita 12	12	0.75
Berita 13	12	0.75
Berita 14	12	0.75
Berita 15	13	0.8125
Berita 16	13	0.8125
Berita 17	11	0.6875
Berita 18	11	0.6875
Berita 19	13	0.8125
Berita 20	13	0.8125

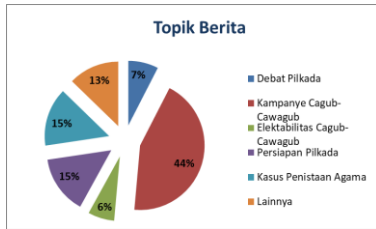
Kriyantono (2006) mengungkapkan nilai minimal untuk hasil uji reliabilitas adalah 0.75. Secara keseluruhan hasil pengujian reliabilitas lembar koding telah memenuhi syarat.

PEMBAHASAN

Temuan Data

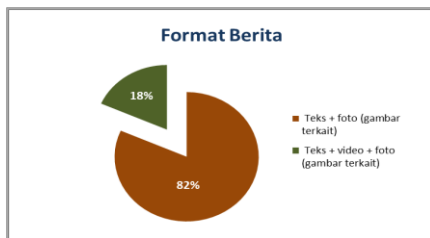
Sepanjang kampanye Pilkada DKI Jakarta periode pertama, pemberitaan *Detiknews* didominasi oleh kampanye Cagub-Cawagub dengan persentase sebesar 43,9 persen atau sebanyak 93 berita. Sementara, berita terkait kasus penistaan agama yang melibatkan salah satu Cagub serta persiapan menjelang Pilkada menduduki peringkat kedua dengan masing-

masing sebesar 14,6 persen atau sebanyak 31 berita (Gambar 2.).



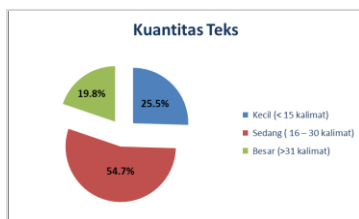
Gambar 2. Isu atau Topik Berita

Format berita *Detiknews* terkait Pilkada DKI Jakarta didominasi oleh teks + foto yaitu sebesar 81,6 persen atau sebanyak 173 berita. Sementara, format teks + video + foto sebesar 18,4 persen atau sebanyak 39 berita (Gambar 3.)



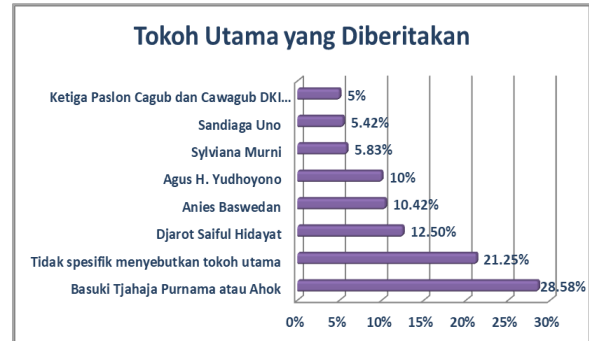
Gambar 3. Format Berita

Sementara, panjang teks berita didominasi oleh kategori sedang yaitu antara 16 sampai 31 kalimat (54,7 persen atau 116 berita). Sementara terendah adalah format berita besar dengan jumlah teks lebih dari 31 kalimat (19,8 persen atau 42 berita) (Gambar 4.). Panjang teks mengindikasikan kapasitas cakupan *cover* berita. Bila kuantitas teks tergolong rendah, ada kemungkinan bila kutipan tidak mencakup banyak pihak.



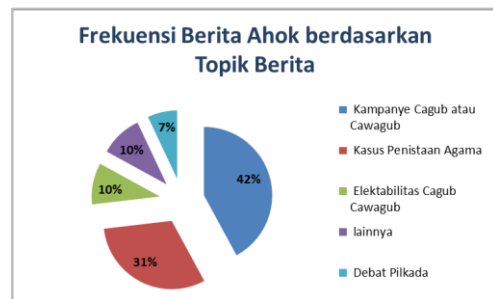
Gambar 4. Presentase Kuantitas Teks Berita

Kandidat Gubernur Basuki Tjahaja Putra atau Ahok merupakan tokoh paling dominan diberitakan pada *Detiknews* sepanjang masa kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran pertama, dibandingkan dengan kedua Cagub lainnya (Tabel 3.).



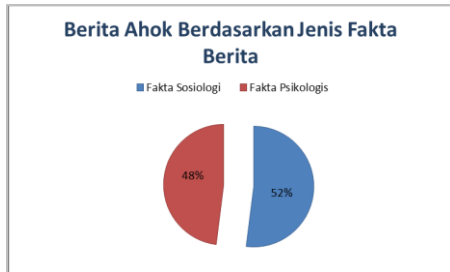
Tabel 3. Tokoh Utama dalam Berita

Meski saat itu kasus penistaan tengah melilit Ahok, bukan berarti pemberitaan mengenai topik tersebut mendominasi. Justru, topik berita terkait kampanye yang dilakukannya bersama dengan calon Wakil Gubernur Djarot Saiful Hidayat paling banyak diberitakan (Gambar 5.).



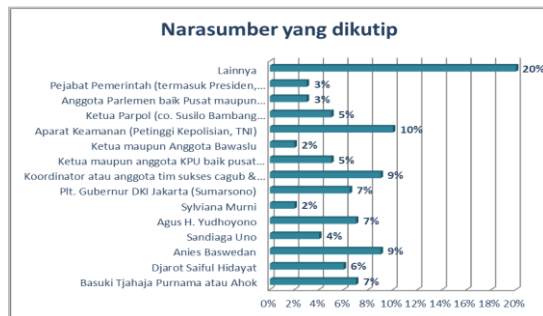
Gambar 5. Frekuensi Berita Ahok berdasarkan Topik (n=71 berita)

Di samping itu, jenis fakta baik secara sosiologi maupun psikologi yang ditampilkan dalam pemberitaan terkait Ahok juga berimbang (Gambar 6.)



Gambar 6. Frekuensi berita Ahok berdasarkan topik (n=71 berita)

Penelitian ini menemukan bahwa 97,2 persen (206 berita) berita mengutip narasumber. Narasumber yang dikutip dalam berita tidak selamanya merupakan tokoh utama yang diberitakan. Temuan terkait ini yaitu aparat keamanan seperti petinggi Kepolisian ataupun TNI merupakan narasumber yang sering dikutip dalam pemberitaan terkait Pilkada DKI Jakarta (Tabel 4.).

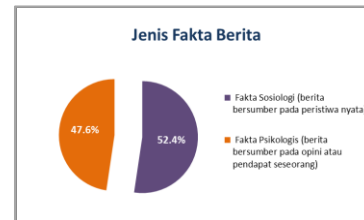


Tabel 4. Narasumber yang dikutip dalam Berita

Sementara itu, Anies Baswedan merupakan narasumber yang paling sering dikutip dibandingkan kedua calon Gubernur DKI Jakarta lainnya yakni Ahok dan Agus Yudhoyono walau angkanya tidak signifikan. Kategori 'lainnya' meliputi diantaranya seperti lembaga survei, masyarakat umum, ataupun tim kuasa hukum memiliki frekuensi tertinggi secara akumulasi.

Dimensi Faktualitas

Dimensi Faktualitas diukur dengan dua variabel: kebenaran dan relevansi. Kebenaran terdiri dari tiga indikator: 1) faktualitas; 2) akurasi; dan 3) kelengkapan berita. Jenis fakta yang disajikan dalam *Detiknews* selama masa kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran pertama cukup berimbang antara Fakta Sosiologis (52.4% atau 111 berita) dan Fakta Psikologis (47.6% atau 101 berita) (Gambar 7.)



Gambar 7. Jenis Fakta dalam Berita

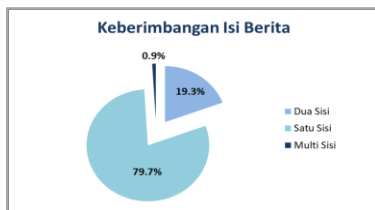
Tiga subdimensi Faktualitas berita *Detiknews*, yaitu relevansi, kelengkapan berita, dan kesesuaian judul, sangat signifikan temuannya (Tabel 2.). Tingkat akurasi berita yang disajikan dari sisi relevansi narasumber yang dikutip dalam berita cukup tinggi yakni sebanyak 98.6 persen (209 berita). Meski dalam format *daring*, berita yang disajikan dalam *Detiknews* memiliki kelengkapan 5W + 1H yang tinggi, yaitu sebesar 97.2% (sebanyak 206 berita). Relevansi judul dengan isi dan narasumber yang dikutip sangat tinggi. Hal ini terlihat dari dominannya berita yang memiliki kesesuaian antara judul dengan isi, yakni sebesar 96,2 persen

Tabel 2. Relevansi, Kelengkapan Berita, dan Kesesuaian Judul

Dimensi Faktualitas	Ya	Tidak
Relevansi	98.6%	1.4%
Kelengkapan Berita	97%	3%
Kesesuaian Judul	96.2%	3.8%

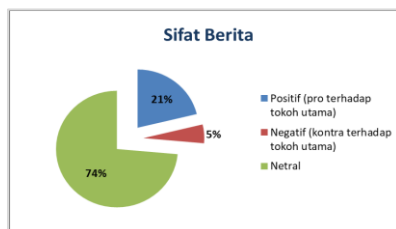
Dimensi Impartialitas

Dimensi Impartialitas terdiri dari dua variabel: keberimbangan dan netralitas. Keberimbangan diukur dengan indikator proporsional sisi-sisi yang berkepentingan (pro dan kontra) secara seimbang (*cover both sides*). Selain itu, berita juga mengutip pihak lain yang tidak terlibat langsung, akan tetapi memiliki kapasitas untuk mengomentari isu yang dibahas dalam berita (multi sisi). Berita terkait kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran satu pada *Detiknews*, banyak memuat satu sisi saja (Gambar 8.). Artinya, berita lebih banyak mengutip satu narasumber. Jikapun ada sumber lain yang dikutip, cenderung keberpihakan yang sama. Artinya, keberimbangan berita *Detiknews* masih rendah.



Gambar 8. Keberimbangan Isi Berita

Variabel dimensi impartialitas lainnya adalah netralitas. Indikator untuk mengukur netralitas dilihat dari tiga hal. Pertama, sifat berita yang paling menonjol sepanjang masa kampanye Pilkada DKI Jakarta putaran pertama adalah berita netral, artinya tidak menonjolkan nilai positif (pro) ataupun negatif (kontra) dengan tokoh yang diberitakan (Gambar 12.).



Gambar 12. Sifat Berita

Subdimensi Impartialitas lainnya yaitu penyajian opini dan penggunaan bahasa “bombastis” di dalam tubuh berita (Tabel 3.). Netralitas berita tercermin dari minimnya opini yang menggiring pembaca untuk membenarkan atau menyalahkan tokoh yang diberitakan di dalam berita yang disajikan. Sebanyak 92 persen berita di *detiknews* tidak menampilkan opini yang menggiring. Sementara itu, berita dikatakan netral apabila penggunaan bahasa berlebihan atau bombastis rendah. Hampir seluruh berita terkait Pilkada DKI Jakarta putaran pertama pada *Detiknews*, tidak menggunakan bahasa yang berlebihan atau bombastis

Tabel 3. Penyajian Opini dan Bahasa “Bombastis”

Dimensi Faktualitas	Ya	Tidak
Penyajian Opini	8%	92%
Penggunaan bahasa berlebihan/ bombastis	0.9%	99.1%

Diskusi

Akurasi merupakan aspek penting dalam jurnalisme. Akan tetapi, akurasi dalam jurnalisme media daring cukup kritis. Kecepatan proses produksi dan distribusi informasi, serta sifatnya yang terbuka dan inklusif – bagi non-jurnalis – membuat proses verifikasi informasi menjadi sulit dilakukan. Tingkat akurasi berita daring *Detiknews*, baik dari segi peliputan dua sisi (*cover both sides*) serta keberimbangan (*balance*), berdasarkan temuan analisis isi ini, sangat rendah. Hal ini tentu berdampak pada tingkat objektivitas berita, khususnya keberimbangan menampilkan ‘suara’ dari segala pihak yang terlibat dalam pemberitaan, serta keakuratan dari berita itu sendiri. Dalam studi analisis isi terhadap

media daring *VOA-Islam* selama September hingga Oktober 2014 terkait penolakan terhadap Wakil Gubernur (saat itu) Ahok, Suryani dan Priyonggo (2015) menemukan bahwa media tersebut lebih banyak mengutip satu narasumber. Jikapun mengutip lebih dari narasumber, media tersebut tetapi tidak memberikan porsi yang seimbang.

Terlepas dari isu berita, media daring memiliki tantangan dalam menjaga akurasi beritanya. Salah satu penyebab akan hal ini adalah minimnya proses *gatekeeping* yaitu penyeleksian informasi di dalam organisasi media daring. Bruns (2003: 32) berpendapat bahwa proses *gatekeeping* dalam media daring telah bergeser seiring dari organisasi media menuju individu yang menjadi produsen informasi (termasuk pembaca media daring itu sendiri). Oleh sebab itu, istilah “gatekeeping” kurang relevan dalam produksi berita di media daring, akan tetapi lebih kepada “*gatewatching*”. *Gatewatching* ini melibatkan tidak saja jurnalis, tetapi juga spesialis lain (dalam hal ini Burns merujuk pada pustakawan) yang memiliki kemampuan untuk menghubungkan temuan di lapangan dengan informasi sekunder lainnya yang dapat diakses oleh pembaca berita daring nantinya (hal. 34)

Lebih lanjut, Riordan (2014: 57) mengemukakan beberapa alternatif solusi untuk mengatasi akurasi pada berita daring, diantaranya: 1) menggunakan *hyperlinks* yang relevan dengan topik berita; dan 2) transparansi (*open data, open source, open code*) dengan melibatkan partisipasi dan kolaborasi dengan para pembaca maupun narasumber terkait.

Detiknews masih menjaga netralitas dalam pemberitaannya terkait Pilkada DKI Jakarta putaran pertama. Setidaknya, ada upaya untuk meminimalisir opini –yang menggiring pembaca untuk membenarkan atau menyalahkan tokoh utama yang diberitakan – dalam penyajian fakta di setiap beritanya. Meski demikian, perdebatan seputar netralitas pada media daring bukan sekadar memisahkan fakta dan opini oleh organisasi media daring. Melainkan, kemerdekaan secara intelektual (‘*intellectual independence*’), yaitu mempresentasikan berbagai cara pandang (*multiple viewpoints*) secara seimbang kepada pembaca sehingga pembaca dapat menentukan kebenaran dengan sendirinya (Allan, 2006: 138)

Kajian analisis isi ini memang difokuskan pada *straight news*, berita yang diposting oleh *Detiknews* tiap harinya. Netralitas yang dimaksud oleh Allan mungkin sulit ‘tertangkap’ pada format *straight news*. Allan (2006) sendiri mengkontekstkan kebijakan netralitas (*neutrality point of view/ NPOV*) dalam format utamanya adalah *open collaborative* seperti *Wikinews* ataupun kolom ‘Wikitorial’ pada website *Los Angeles Times* (hal. 138-139). Meski demikian sebagai media daring yang mengedepankan layanan jasa konten internet, *Detiknews* menyediakan fitur yang memungkinkan adanya kolaborasi atau partisipasi dari pembacanya, diantaranya: platform *blog* (<http://blog.detik.com/>); kolom “opini Anda” (<https://news.detik.com/opini-anda>). Perlu ada kajian lanjutan terkait kebijakan *Detiknews* dalam menjaga netralitas untuk kolom-kolom opini seperti ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menganalisis objektivitas berita Pilkada DKI Jakarta putaran pertama pada media daring *Detiknews*. Teknik analisis isi kuantitatif digunakan untuk mengukur objektivitas berdasarkan dimensi faktualitas dan impartialitas. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan fitur *detiksearch* pada laman *Detiknews* selama 26 Oktober 2016 hingga 11 Februari 2017.

Dimensi faktualitas diukur melalui dua variabel: kebenaran dan relevansi. Variabel kebenaran diukur melalui tiga indikator: faktualitas, akurasi, dan kelengkapan berita. Pemberitaan dari sisi jenis fakta yang disajikan, baik itu fakta sosiologi dan psikologis, cukup berimbang. Kelengkapan berita (unsur 5W+1H) juga tinggi.

Dimensi impartialitas diukur dengan dua variabel: keberimbangan dan netralitas. Keberimbangan *Detiknews* dalam menampilkan dua sisi (*cover both sides*) cukup rendah, di mana dominasi berita yang hanya mengutip satu narasumber ataupun lebih tetapi memiliki keberpihakan yang sama, cukup tinggi. Meski demikian, *Detiknews* masih menjaga netralitas dalam pemberitannya. Netralitas dimaksud adalah minimnya opini yang menggiring pembaca untuk membenarkan atau menyalahkan tokoh utama yang diberitakan.

Berdasarkan temuan tersebut, pemberitaan Pilkada DKI Jakarta putaran I pada *Detiknews* cukup komprehensif, kecuali peliputan dua sisi. penulis menyarankan adanya pengembangan dari kerangka ini, khususnya indikator netralitas untuk konten yang sifatnya *open*

collaborative seperti media sosial, *kompasiana*, *blogs*, *wikis*, ataupun kolom serupa lainnya pada laman berita daring yang memungkinkan pembaca menjadi penulis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Christiany Judhita serta Olivia Nelar yang dengan sukarela menjadi koder, serta Bima Hariaputra atas bimbingannya dalam menggunakan sistem input data.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S., dan Zuhri, S. (2015) Objektivitas Pemberitaan PT Merpati Nusantara di Media Online (Analisis isi Objektivitas Pemberitaan Tentang Pailit PT Merpati Nusantara di Media Online Tempo.com)
- Akpan, C.S., Ifeanyi, A. L., Martin, O.P., Alexander, O.C., dan Uchenna, A. (2012) Rethinking Objectivity in News Reporting in the Digital Age. *Journal of Alternative Perspective in the Social Science*. 4(4):711-729
- Allan, S. (2006) *Online News: Journalism and the Internet*. Open University Press. New York.
- Alexa (2017) detik.com Traffic Statistics. <http://www.alexametrics.com/siteinfo/detik.com> (diakses pada 10 Maret 2017)
- APJII (2016) Infografis: Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Survey 2016. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bruns, A. (2003) Gatewatching, not Gatekeeping: Collaborative Online News. *Media International Australia*

- Incorporating Culture and Policy*. 107(1):31-44
- Celik, H. (2012) The Myth of Objectivity in the News and Internet Journalism in Turkey. *International Journal of Turcologia*. 114(7):113-129
- Detiknews online (2016) Ini Video Utuh Ahok Pidato Singgung Surat Al Maidah 51 yang Jadi Polemik. <http://bit.ly/2iZB6jY> (diakses pada 10 Maret 2017)
- Himawan, I.Q. (2011) Soal Etika dalam Jurnalisme Online. *Jurnal Dewan Pers*. Edisi 4. Januari 2011. Hal. 35-44
- Judhita, C. (2013) Objektivitas Berita Korupsi pada Surat Kabar (Analisis Isi Berita Pada Surat Kabar Kompas Periode Januari-Oktober 2012). *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa*. 16(1):23-34
- Liputan6.com (2016) Kronologi Ahok Ditetapkan sebagai Tersangka. <http://bit.ly/2ksV1rN> (diakses pada 10 Maret 2017).
- McQuail, D. (2010) *McQuail's Mass Communication Theory* (sixth edition). Sage Publication. London. E-book version
- Republikpos Online (2017) Detik.com Hari Ini dan Sejarahnya <http://bit.ly/2j1mkcs> (diakses pada 10 Maret 2017)
- Riordan, K. (2014) Accuracy, Independence, and Impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age. Reuters Institute Fellowship Paper.
- Sambrook, R. (2012) *Delivering Trust: Impartiality and Objectivity in the Digital Age*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Juli. 2012.
- Serikat Perusahaan Pers (2016) *Media Directory: Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia Tahun 2016* (ed. Asmono Wikan, L. Hadi Pranoto, Sekhudin ND, Hisyam Zaini). Serikat Perusahaan Pers (SPS) Pusat. Jakarta.
- Sudibyoy, A. (2013) *50 Tanya-Jawab Tentang Pers: Panduan Praktis untuk Pejabat, Politisi, Selebritas, Pengusaha dan Wartawan*. Keputstakaan Populer Gramedia. Jakarta.
- Suryani, G., dan Priyonggo, A. (2015) Tingkat Objektivitas Voa-Islam.Com Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok. *Dinamika Media dalam Masyarakat Kontemporer Indonesia*. hal 550-580.
- Westerståhl, J. (1983) Objective News Reporting: General Premises. *Communication Research*. 10(3): 403-424
- Wien, C. (2005) Defining Objectivity within Journalism. *NORDICOM review*. 26(2): 3-15. <http://bit.ly/2o1xDqI> (diakses pada 14 Maret 2017).
- Dokumen
- Pedoman Pemberitaan Media Siber. Dewan Pers 2012.
 - Surat Keputusan nomor 55/Kpts/KPU-Prov-010/TAHUN 2016 tentang tentang Penetapan Pasangan Calon Dalam Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 2017