

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Jurnalisme seharusnya memiliki tujuan penyebaran muatan informasi kebenaran dalam sebuah berita, dalam kata lain tidak memihak siapa pun (objektivitas). Menurut Merril produk jurnalistik sukar untuk objektif karena pada dasarnya bentuk jurnalistik, mulai dari penggalian berita, penentuan narasumber, peliputan, penelitian sampai pada penyuntingan isi berita melalui banyak rangkaian yang melibatkan banyak juga orang. Sedangkan menurut Dennis, proses karya jurnalistik dapat terukur melalui nilai-nilai objektivitas, misalnya dalam membangun fakta dan opini dalam melihat pandangan dan memberikan prinsip seimbang dan adil, serta melihat sebuah berita melalui dua sudut pandang (Siahaan, 2001, p. 61).

Jurnalistik online atau digital merupakan *new generation* dari jurnalistik konvensional yang menggunakan media cetak dan jurnalistik penyiaran yang menggunakan radio atau televisi (A. Romli, 2012). Denis menambahkan, jurnalisme dapat bertindak secara objektif jika tidak membangun subjektivitas jurnalis dan redaktur (Siahaan, 2001, p. 61). Menurut Glasser, objektivitas dapat dinilai melalui ideologi, dengan kata lain

fungsi the watchdog role of press, pemikiran bebas, dan tanggung jawab pers akan tampak bias (Siahaan, 2001, p. 62).

Pers pada dasarnya harus berpihak kepada nilai-nilai yang mengutamakan kepentingan masyarakat luas. Sedangkan pandangan dan opini yang tidak sesuai dengan nilai-nilai kepentingan masyarakat umum seharusnya dipertimbangkan agar tidak timbul subjektivitas pemberitaan (Siahaan, 2001, p. 62). Terdapat dua (2) aspek penting dalam objektivitas, yaitu validitas dan reliabilitas. Validitas mengukur apa yang benar-benar ingin diukur atau tidak. Sedangkan reliabilitas berhubungan dengan apakah analisis isi menghasilkan temuan yang serupa meskipun dilakukan oleh orang yang berbeda dan waktu yang berbeda pula (Eriyanto, 2011).

J. Westerstahl (1983) mengembangkan sebuah bentuk konseptual dasar dalam meneliti dan mengukur objektivitas pemberitaan. McQuail melanjutkan dari Westerstahl berpendapat bahwa prinsip objektivitas memiliki fungsi yang tidak dapat dianggap mudah karena objektivitas mengandung sekian banyak penjelasan berupa disiplin profesi wartawan. Dalam mengukur tingkat objektivitas sebuah berita, menurut Ashadi Siregar, objektivitas menakar sejauh mana sebuah fakta sosial identik dengan wacana fakta media. Sebab berita adalah fakta sosial yang direkonstruksikan untuk

setelahnya diceritakan. Prinsip utama dalam jurnalisme adalah objektivitas yang mengasumsikan khalayak media menuntut wacana yang tertangkap dari suatu berita (fakta media) yang identik dengan fakta sosial.

Menurut McQuail, konsep utama dari teori hubungan media adalah untuk melihat kualitas informasi yang objektif terutama dalam penerapan informasi berita. Objektivitas adalah bentuk tertentu dari praktek media dan juga etika tertentu untuk mengumpulkan informasi, proses dan penyebaran. Secara umum, audience dari sebuah media terlihat memahami cara kerja objektif cukup baik dan membantu meningkatkan kepercayaan dan kepercayaan publik terhadap informasi tersebut serta opini yang ditawarkan oleh media.

Freda Morris (1996) menjelaskan bahwa sebuah berita memiliki prinsip kebaruan dan mempunyai dampak pada masyarakat. Sebuah berita pada dasarnya memiliki tiga (3) unsur dasar yaitu kebaruan, bermanfaat dan memiliki dampak pada masyarakat sekitar (Fachruddin, 2017, p. 49). Berita pada umumnya tersedia pada media cetak (koran) dan media massa konvensional (televisi dan radio). Namun, perkembangan zaman juga berdampak pada perkembangan sebuah pemberitaan. Pemberitaan pada masa modern lebih sering ditemukan pada media siber atau *new media*. *New media*

melakukan pemusatan antar teknologi komunikasi terbaru yang dapat menghubungkan ke dalam mekanisme jejaring.

Karakteristik *new media* yaitu tidak memihak, dapat dimanipulasi, memiliki sifat berjaringan, padat dan interaktif (Fachruddin, 2019, p. 38). Segala jenis kejadian atau peristiwa tidak dapat digolongkan menjadi sebuah berita. Dilansir dari beberapa ahli, setidaknya ada 11 nilai yang dapat dikategorikan sebagai berita. Beberapa diantaranya adalah pengaruh (*magnitude*) dan kefaktualan. Kedua nilai berita (*News Value*) ini menjadi faktor penting dan utama dalam pembahasan topik utama mengenai #percumalaporpolisi yang mencuat pada akhir tahun 2021. Topik pemberitaan #percumalaporpolisi trending pada pertengahan bulan oktober di berbagai platform media sosial, diantaranya adalah Twitter dan TikTok. Asal usul trending-nya topik #percumalaporpolisi, didasarkan pada pemberhentian penyelidikan kasus dugaan pemerkosaan terhadap anak di Luwu, Sulawesi Selatan. Kasus ini sebagai pemicu netizen untuk terlibat pada isu dan menyampaikan pengalamannya dalam berhubungan laporan polisi. Netizen twitter menyampaikan bagaimana lemah dan lamanya respons dari kepolisian untuk mengeksekusi kasus-kasus pidana. Akibatnya, muncul tagar percuma lapor polisi yang langsung memicu netizen dalam penggunaan tagar tersebut.

Sudah beberapa kali kita lapor ke polisi peretasan model begini baik pada media atau mereka yang bersuara, ujungnya mentok gak ada lanjutan. Emang #percumalaporpolisi kalau yg model begini; (@erasmus70/twitter.com)

Penggunaan hastag Percuma Lapor Polisi menjadi salah satu tagar yang viral di tahun 2021 akhir. Dampak yang dirasakan oleh Kepolisian Indonesia adalah citra negatif yang membayang-bayangi kepolisian Indonesia. Melalui detik.com dengan artikel berjudul Kapolda Metro Respons #PercumaLaporPolisi: Cambuk untuk Berbenah, Kapolda Metro Jaya Irjen Fadil Imran menanggapi tagar #PercumaLaporPolisi sebagai cambuk agar kepolisian semakin berbenah dan memperbaiki diri

Itu jadi cambuk buat kami terus berbenah. Ini menjadi energi buat saya untuk terus memperbaiki jajaran; (detik.com)

Masyarakat menjadi beranggapan bahwa lapor ke polisi merupakan tindakan percuma karena tidak ada tindakan pidana yang akan dilakukan. Jika dilihat dari awal mula terjadinya tagar #PercumaLaporPolisi viral, terdapat dua oknum polisi yang tidak menjalankan tugasnya untuk mengayomi masyarakat. Dua oknum tersebut menyepelekan kasus-kasus “kecil” yang menurut mereka dapat diselesaikan oleh korban sendiri. Dampak yang dirasakan dari dua oknum polisi ini adalah citra polisi yang “tercemar”. Masyarakat me-generalisir bahwa laporan kepada polisi merupakan tindakan

percuma. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian Indonesia semakin berkurang. Antisipasi yang dilakukan kepolisian Indonesia dirasa cukup telat, sehingga masyarakat sudah geram dan membagikan cerita saat laporan kepada polisi.

#percumalaporpolisi pak yang ada bukannya di tanggapi, malah bisa bisa dijadikan tersangka dan dilaporkan balik dengan tuduhan pencemaran nama baik fitnah juga perbuatan yang tidak menyenangkan terus dipenjara; (@slametkasan/twitter.com)

Media mengambil peran kontrol pada opini masyarakat. Masyarakat atau *audience* yang akan dicapai oleh sebuah media massa tidak dapat dibatasi dan dikotak-kotakkan. Media massa menimbulkan keserempakan, dimana *audience* akan memahami sebuah konteks informasi dan akan menganggap kebenaran sebuah informasi berdasarkan media yang *audience* gunakan (K. Romli, 2017, p. 5). Media komunikasi massa modern menjadi instrumen yang kompleks sehingga saat digunakan, media akan memiliki dampak kepada *audience*. Media memiliki momentum dimana mereka membuat sebuah badan/organisasi jauh lebih sedikit posisinya daripada (Scannell, 2020, p. 34).

Berdasarkan arti media menurut para ahli, menyimpulkan bahwa media mengambil peran penting terhadap serempaknya informasi yang akan diterima oleh *audience* dan dapat memberikan momentum dimana membuat

organisasi berposisi minoritas. Media pemberitaan modern sering dijumpai dalam bentuk *website*. *Website* merupakan lembar-lembar yang berfungsi untuk memaparkan sebuah data, wujud diam maupun bergerak, suara, *animation*, atau gabungan dari keseluruhan, yang dihubungkan oleh masing-masing jaringannya bernama *Hyperlink* (Hidayat, 2010, p. 2). Berdasarkan data melalui *website* Semrush.com, terdapat delapan *website* berkategori *news media* yang menduduki peringkat teratas, yang memiliki objektivitas pemberitaan tersendiri. Adapun periode penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah selama kurun waktu dari 1 Oktober 2022 – 31 Januari 2022. Penentuan periode penelitian tersebut didasarkan pada isu #PercumaLaporPolisi timbul pertama kali pada tanggal 13 Oktober 2021 dan isu mulai menurun di akhir bulan Januari dan hilang di awal bulan Februari.

Media yang dipilih oleh penulis merujuk pada portal media online, Kompas.com, Detik.com, Suara.com, Pikiran-Rakyat.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, Merdeka.com dan Kumparan.com untuk mengetahui tingkat objektivitas sebuah media dalam memberitakan isu #percumalaporpolisi. Disisi lain, latar pemilihan delapan portal media online tersebut karena bagaimana beberapa media tersebut mengkonstruksikan sebuah judul kedalam isi artikel yang tampak tidak ada korelasi, media yang mengambil

proporsi pihak tertentu sebagai sesuatu yang penting, dan yang mencampurkan opini dengan realitas fakta.

Tabel Peringkat 8 Portal Berita Online Menurut Semrush.com

Portal Berita Online	Posisi 8 Besar	Update Berita	Jumlah Berita
Detik.com	1	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	9
Kompas.com	2	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	9
Liputan6.com	3	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	5
Suara.com	4	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	13
Tribunnews.com	5	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	5
Pikiran-Rakyat.com	6	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	12
Merdeka.com	7	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	7
Kumparan.com	8	1 Oktober 2021 sampai 31 Januari 2022	10
Total			70

Table 1 Semrush.com

Penulis memilih delapan portal berita online, yaitu Kompas.com, Detik.com, Suara.com, Pikiran-Rakyat.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, Merdeka.com dan Kumparan.com dikarenakan delapan portal berita online tersebut termasuk kedalam situs portal media online terbanyak yang dikunjungi oleh netizen menurut Semrush.com, dengan posisi

Detik.com berada di posisi pertama, Kompas.com diposisi dua dan Liputan6.com berada di posisi ketiga dengan diikuti oleh beberapa portal berital online lainnya. Delapan portal berita online tersebut memberitakan isu #percumalaporpolisi dengan cepat dan up-to-date. Melalui pengamatan penulis, beberapa artikel di sejumlah portal media online memberitakan isu yang tidak sesuai fakta (pencampuran opini), memberitakan isu yang tidak korelasi antara judul dan isi artikel dan membentakan isu yang tidak berimbang (menyoroti pihak tertentu).

Melalui artikel-artikel yang diterbitkan oleh media siber Detik.com dengan topik #percumalaporpolisi, dapat diamati bahwa Detik.com selalu update terkait perkembangan isu seputar #PercumaLaporPolisi dengan total artikel sebanyak 9 berita. Melalui pengamatan penulis, Detik lebih banyak menampilkan proporsi pihak polisi yang disoroti. Bagaimana sudut pandang korban atau pihak pelapor tidak memiliki porsi pada website Detik.com. Namun, Detik dapat menjadi wadah media untuk mencari informasi dari sudut pandang kepolisian beserta pihak-pihak terkait.

Pada artikel-artikel dengan topik #percumalaporpolisi yang diterbitkan oleh Kompas.com, melalui pengamatan penulis ditemukan bahwa Kompas.com memiliki kecenderungan menampilkan isi artikel yang sesuai dengan judul atau topik pemberitaan. Setiap tulisan jurnalis selalu

menampilkan antara latar belakang permasalahan atau respon dari pihak terkait. Hal inilah menjadikan Kompas.com menurut pengamatan penulis mengandung unsur *cover both sides*. Porsi munculnya artikel yang menyorot respon polisi dan pihak terkait atau masyarakat seimbang. Total sembilan artikel yang memuat topik dan isu #percumalaporpolisi.

Artikel-artikel dengan topik #percumalaporpolisi yang ditampilkan oleh media online Suara.com, melalui pengamatan penulis bahwa Suara.com memuat kesesuaian judul dengan penulisan artikel oleh jurnalis yang ditujukan dengan judul menjadi informasi penting dalam setiap artikel. Suara.com juga memuat bagaimana porsi polisi dan pihak terkait atau masyarakat memiliki porsi yang seimbang. Hal ini yang menjadikan Suara.com memiliki unsur *cover both sides* agar informasi yang disampaikan seimbang. Bagaimana informasi yang disampaikan adalah fakta dengan tidak menyampuradukan opini penulis dengan fakta

Melalui artikel-artikel dengan topik #percumalaporpolisi yang ditampilkan oleh media online Pikiran-Rakyat.com, pengamatan penulis menemukan bahwa Pikiran-Rakyat.com tidak ada korelasi judul pemberitaan dengan isi artikel. Hal ini menyebabkan pembaca artikel seakan-akan terkena “clickbait” agar membaca artikel tersebut dan media mendapat *reach* dari pengguna platform berita online. Total dua belas (12) artikel pemberitaan isu

#PercumaLaporPolisi yang ditampilkan pada periode 1 Oktober 2021 – 31 Januari 2022. Pada Pikiran-Rakyat.com tidak menampilkan fakta dan data dari pihak tertentu sehingga menimbulkan fakta yang timpang.

Pada artikel-artikel dengan topik #percumalaporpolisi oleh media siber Tribunnews.com, melalui pengamatan penulis bahwa Tribunnews.com memiliki kemiripan dengan portal berita online Detik.com karena menampilkan keberpihakan posisi tertentu. Hal ini membuat Tribunnews.com terlihat memiliki kecederungan dalam menyajikan sebuah informasi atau tidak seimbang. Porsi yang ditampilkan oleh media siber Pikiran-Rakyat.com untuk isu #PercumaLaporPolisi cukup banyak di angka dua belas (12) artikel. Namun, Tribunnews juga dapat menjadi wadah media untuk mencari informasi dari sudut pandang kepolisian beserta pihak-pihak terkait.

Artikel-artikel dengan topik #percumalaporpolisi yang diterbitkan oleh Liputan6.com, melalui pengamatan penulis bahwa Liputan6.com menggunakan proporsi yang seimbang dalam penayangan isu #PercumaLaporPolisi. Terlihat pada judul artikel dan isi disetiap artikel menggunakan berbagai sudut pandang terkait sebagai penunjang data. Dalam menyajikan sebuah artikel, Liputan6.com menggunakan data dan tidak mencampurkan dengan opini redaksi. Total artikel yang diterbitkan pada

portal berita online Liputan6.com untuk isu #PercumaLaporPolisi sebanyak lima (5) artikel.

Melalui artikel-artikel yang diterbitkan oleh media siber Merdeka.com dengan topik #percumalaporpolisi, melalui pengamatan penulis dapat diamati bahwa Merdeka.com selalu update terkait perkembangan isu seputar #PercumaLaporPolisi. Melalui artikel-artikel yang ditampilkan, Merdeka.com banyak menggunakan diksi “polisi” daripada menggunakan korban serta latar belakang peristiwa yang menimbulkan narasi “percuma lapor polisi”. Disisi lain, jarang adanya feedback ataupun sanggahan (respond) dari pihak lain sebagai penunjang data. Pada Merdeka.com, total terdapat tujuh (7) artikel yang memberitakan isu #PercumaLaporPolisi

Pada artikel-artikel dengan topik #percumalaporpolisi oleh media siber Kumparan.com, melalui pengamatan penulis dapat diamati bahwa Kumparan.com menggunakan diksi “polisi” daripada menggunakan korban serta latar belakang peristiwa yang menimbulkan narasi “percuma lapor polisi”. Ketidakseimbangan narasi yang dibangun menyebabkan Kumparan.com lebih cenderung memberitakan dengan sudut pandang pihak tertentu. Terdapat sepuluh (10) artikel yang diterbitkan oleh Kumparan.com dalam menyajikan isu #PercumaLaporPolisi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu. Pertama, penulis menggunakan penelitian terdahulu milik mahasiswa pascasarjana Ilmu Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta yaitu Daniel Deha dengan judul Representasi Ideologi Populisme Dalam Gerakan Sosial Jelang Pilpres 2019 (Analisis Framing Pemberitaan #2019GantiPresiden pada Tempo.co). Penelitian terdahulu berfokus kepada isu Populisme dalam Gerakan Sosial menjelang Pilpres 2019 melalui media massa siber (Tempo.co), berbeda dengan penelitian penulis saat ini yang mengambil isu #percumalaporpolisi melalui delapan media massa (siber) digital.

Kedua, penulis menggunakan penelitian terdahulu milik dosen Universitas Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yaitu Nora Meilinda Hardi dengan judul Tingkat Kepatutan Berbahasa Jurnalistik Pada Jurnalisme Online di Situs Detikbandung.com (Studi Deskriptif dengan Teknik Analisis Isi Terhadap Penerapan Kaidah Bahasa Jurnalistik Media Langsung (*Straight News*) di Detikbandung.com). Penelitian terdahulu menggunakan metode analisis isi hanya dengan satu (1) media siber saja sedangkan penelitian penulis sekarang menggunakan metode analisis isi komparatif dengan tiga (3) media siber. Subjek yang digunakan berbeda dimana penelitian sebelumnya menggunakan subjek isi penerapan kaidah bahasa jurnalistik

sedangkan pada penelitian penulis menggunakan komparatif kecenderungan pemberitaan.

Ketiga, penulis menggunakan penelitian terdahulu milik dosen Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia yaitu Praptika Handiyani dan Anang Hermawan dengan judul Kredibilitas Media Online Dalam Pemberitaan Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari-14 Februari 2016). Penelitian terdahulu menggunakan isu bom Sarinah dalam topik utama pembahasan sedangkan penelitian penulis menggunakan isu #percumalaporpolisi sebagai topik utama pembahasan. Penelitian terdahulu dan penelitian penulis sama menggunakan media siber Kompas.com namun penelitian penulis terdapat dua (2) media siber yaitu Tribunnews.com dan Pikiran-Rakyat.com. Isi portal berita menjadi subjek utama dalam penelitian terdahulu sedangkan pada penelitian penulis menggunakan subjek komparatif kecenderungan penyajian pemberitaan.

Keempat, penulis menggunakan penelitian terdahulu milik mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul Analysis of The Framing of Apostasy News in Langkat Regency via Viva.Co.Id and Antara Sumut Penelitian terdahulu menggunakan media siber yaitu Viva.co.id dan Antara Sumut sedangkan penelitian penulis menggunakan

media siber (massa) yaitu Kompas.com, Tribunnews.com Detik.com, Kumparan.com, Merdeka.com, Pikiran-Rakyat.com, Liputan6.com dan Suara.com. Penelitian terdahulu juga mengangkat pemberitaan namun isu yang diangkat adalah berita apotasy sedangkan penelitian penulis mengangkat isu #percumalaporpolisi.

Terakhir, penulis menggunakan penelitian terdahulu milik dosen Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom yaitu Nadya Istighfarina dan Ratih Hasanah Sudrajat dengan judul Analisis Isi Daya Tarik Pesan Iklan Berdasarkan Elemen *Print Ad* pada Iklan Sabun Mandi di Majalah Femina. Penelitian terdahulu mempunyai subjek isi daya Tarik pesan iklan sedangkan penelitian penulis menggunakan subjek komparatif kecenderungan penyajian pemberitaan. Isu yang akan diambil oleh penelitian terdahulu adalah iklan sabun mandi di majalah Femina sedangkan penelitian penulis mengangkat isu #percumalaporpolisi. Penelitian terdahulu menggunakan media cetak sebagai objek penelitian sedangkan penelitian penulis menggunakan media siber (massa) sebagai objek penelitian. Penelitian penulis membandingkan antara tiga (3) media siber (massa) sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan satu (1) media cetak saja.

Penelitian yang dilakukan penulis menggunakan konsep analisis isi komparatif dengan menguji objektivitas portal media berita siber. Penulis menguji tingkat objektivitas sebuah artikel dari delapan portal berita siber. Pemilihan delapan portal media siber didasarkan pada pemeringkatan dan jumlah kunjungan pembaca netizen online pada portal media siber yang mencari sebuah pemberitaan tertentu. Penulis memilih keseluruhan portal media online dengan kunjungan terbanyak pada September 2022 karena ingin melihat tingkat objektivitas sebuah portal berita online yang sering dikunjungi oleh pembaca digital untuk mencari sebuah informasi. Hal ini menjadi tujuan penulis dalam melakukan penelitian untuk mengetahui delapan portal berita online dengan posisi tertinggi untuk melihat bagaimana sebuah media massa digital membawakan sebuah berita yang objektif atau subjektif terhadap sesuatu karena ada kepentingan-kepentingan pihak tertentu.

I.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Analisis Isi Komparatif Objektivitas Pemberitaan #Percumalaporpolisi Di Kompas.com, Detik.com, Suara.com, Pikiran-Rakyat.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, Merdeka.com dan Kumparan.com?

I.3 Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah Analisis Isi Komparatif Objektivitas Pemberitaan #Percumalaporpolisi Di Media Siber Kompas.com, Detik.com, Suara.com, Pikiran-Rakyat.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, Merdeka.com dan Kumparan.com Mengenai Kepolisian Indonesia

I.4 Batasan Masalah

Upaya penelitian ini sesuai dengan tujuan topik pembahasan, maka penulis melakukan pembatasan penelitian antara lain:

1. Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai objektivitas pemberitaan #percumalaporpolisi media siber di Kompas.com, Detik.com, Suara.com, Pikiran-Rakyat.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, Merdeka.com dan Kumparan.com.
2. Subjek penelitian adalah media siber Kompas.com, Detik.com, Suara.com, Pikiran-Rakyat.com, Tribunnews.com, Liputan6.com, Merdeka.com dan Kumparan.com
3. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi komparatif

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjelaskan dan menguji teori mengenai pemberitaan media siber. Serta menganalisis perbandingan kecenderungan penyajian pemberitaan mengenai kepolisian Indonesia melalui topik #percumalaporpolisi.

I.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Kepolisian Indonesia terhadap menanggapi setiap laporan masyarakat dan memantau setiap anggotanya untuk mengayomi masyarakat agar tidak timbul isu negatif.