

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian di atas. Detik dan Kompas, sama-sama objektif. Buktinya mereka mencapai skor objektivitas tinggi, Detik memperoleh skor 8,84 dan Kompas 9,64, dapat disimpulkan juga, bahwa Kompas lebih netral dari Detik.com. Ada beberapa hal mengenai objektivitas berita Kompas dan Detik, yang seperti dugaan awal peneliti terdapat unsur ketidakobjektifan, seperti dramatisasi dan berita tidakimbang. Dan pada pembahasan juga terbukti, bahwa ada berita dari kedua media yang tidak memenuhi standar objektivitas.

Misalnya Detik yang pada penelitian ini memperoleh nilai objektivitas lebih rendah dari Kompas. Detik memiliki berita yang mengandung unsur dramatisasi, seperti berita ini “Kala Crazy Rich Aguan Turun Gunung Bawa Rombongan Investor ke IKN”. Pada berita tersebut, letak dramatisasi pada penulisan judulnya, yang menggunakan kata ‘Turun Gunung’.

Lalu pada Detik juga terdapat berita yang tidak *cover both sides*. Pada berita “PD Soroti Anggaran IKN di RUU APBN 2024: Sangat Besar dan Kontras”. Detik hanya mencantumkan satu kutipan dari Partai Demokrat, sehingga berita itu tidak netral.

Sementara Kompas.com, telah memenuhi seluruh indikator objektivitas. Tetapi, lemah dalam pemuatan unsur berita. Kompas kurang mencantumkan unsur *significance* dan *proximity*. Bahkan tak ditemukan berita dari Kompas yang mengandung unsur *proximity*. Maka skor

objektivitas mereka berkurang dan tidak bisa mencapai nilai sempurna, karena hal tersebut.

Selain itu analisis isi juga ingin membandingkan bagaimana karakteristik kedua media. Sapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan karakteristik antara kedua media tersebut.

Detik.com memiliki karakter yang bisa digolongkan ‘liar’. Mereka ingin menraup pembaca dengan melanggar beberapa unsur objektivitas. Misalnya dramatisasi, cover both sides, dan kesesuaian judul. Karakter lain yang menonjol adalah pada indikator *relevance*, yang membedakan Detik dengan Kompas adalah, Detik lebih banyak mencantumkan unsur *proximity*.

Sedangkan Kompas memiliki karakter yang lebih halus. Kompas sangat patuh terhadap unsur objektivitas berita. Sehingga skor mereka, nyaris sempurna. Tetapi pada unsur *relevance*, ada beberapa berita Kompas yang mengandung unsur *relevance* yang minim. Hal itulah yang membuat skor Kompas menjadi turun. Lalu perbedaan karakter Kompas dan Detik, bisa dilihat juga pada *relevance*. Kompas lebih banyak memuat berita dalam bentuk data angka beserta ulasan yang detail. Itulah yang ingin ditonjolkan Kompas pada pemberitaannya.

V.2. Saran

V.2.1. Akademis

1. Semoga setelah dilakukan penelitian ini, hasil penelitian bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan subjek maupun objek yang berbeda, untuk menilai objektivitas.

2. Bisa menjadi acuan penelitian yang lebih spesifik, dengan menggunakan pendekatan dan juga metode lainnya, misalnya *agenda setting* dan analisis *framing*.

V.2.2. Praktis

Semoga peneitian ini menjadi bawah evaluasi bagi media *online* Detik.com dan Kompas.com. Karena meskipun kedua media *online* sudah dinlai objektif, ditemukan beberapa berita yang tidak memenuhi unsur objektivitas berita. Seperti indikator *relevance* yang kurang, adanya unsur dramatisasi berita, dan berita yang tidak *cover both side*. Apalagi ditengah kemajuan teknologi informasi yang menuntut berita untuk cepat diunggah, objektivitas berita tetap tidak boleh dilupakan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Strategi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya .
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Gandhi, M. L. (1985). *Undang-Undang Pokok Pers : Proses Pembentukan dan Penjelasaannya* . CV. Rajawali.
- Hartono, D. I. (2012). *Infotainmen : Proses Produksi dan Praktik Jurnalistik*. Akademia.
- Junaidi, M. (2016). *Ilmu Negara : Sebuah Konstitusi Ideal Hukum Negara*. Setara Press.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* . Kencana Prenadamedia Group.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2012). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2019). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Moerdijati, S. (2016). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi* . Revka Petra Media.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa* . PT. Rajagrafindo Persada.
- Nurudin. (2020). *Jurnalisme Masa Kini*. Rajawali Pers.
- Rivers, W. L., & Matthews, C. (1994). *Etika Media Massa dan Kecenderungan untuk Melanggarnya*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Romli, A. S. M. (2020). *Jurnalistik Online : Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Siahaan, H. M. dkk. (2001). *Pers Yang Gamang : Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur*. Lembaga Studi Perubahan Sosial.

JURNAL

- Abkoryyah, H., & Dewi, T. T. (2017). OBJEKTIVITAS BERITA DI HARIAN KOMPAS DAN KOMPAS.COM (ANALISIS ISI PEMBERITAAN KASUS PEMBUNUHAN ENGELINE). *Jurnal Coverage* , 7(2).
- Budiantari, I. D. A. D., Suryawati, I. G. A. A., & Pradipta, A. D. (2021). Objektivitas Tayangan Mata Najwa Trans 7 Pasca Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2019. *Jurnal Medium* , 2(1).
- Ciu, S., & Susanto, E. (2014). Analisis Isi Pemberitaan Event Internasional di Indonesia Mengacu Pada Konsep Objektivitas. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, 6(1).
- Fransiska, N. K. E. (2009). OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN PESERTA PARTAI POLITIK TAHUN 2009 DALAM PERIODE KAMPANYE PEMILIHAN LEGISLATIF DI KORAN NASIONAL. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 3(2).
- Gafar Yoedtadi, M., & Adi Pribadi, M. (2017). UPAYA REDAKSI TELEVISI MENJAGA OBJEKTIVITAS DALAM PEMBERITAAN PILKADA DKI JAKARTA. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2).
- Handiyani, P., & Hermawan, A. (2017). Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Bom Sarinah Tahun 2016 (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Kompas.com Periode 14 Januari- 14 Februari 2016). *Jurnal Komunikasi Universitas Islam Indonesia*, 12(1).
- Juditha, C. (2013). Objektivitas Berita Korupsi Pada Surat Kabar (Analisis Isi Berita Pada Surat Kabar Kompas Periode Januari-Oktober 2012). *Jurnal Pekommas*, 16(1). www.gutenberg.org.
- Puspita, B. B. (2011). Kecenderungan Objektivitas Pemberitaan Epidem Virus H5N1 dalam International Herald Tribune Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi Unimversitas Atma Jaya* , 8(1). www.iht.com
- Rumata, V. M. (2017). OBJEKTIVITAS BERITA PADA MEDIA DALAM JARINGAN (Analisis Isi Berita Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada Detiknews selama Masa Kampanye Periode I). *Jurnal KOMINFO*, 5(3).
- Sumartono. (2005). OBJEKTIVITAS KONFLIK AMBON PADA PEMBERITAAN KOMPAS DAN REPUBLIKA. *Jurnal Komunikologi*, 2(2).

- Suratno, G., & Suryawati, I. (2019). OBJEKTIVITAS BERITA BENCANA GEMPA LOMBOK DI MEDIA ONLINE. *Communication* , 1. <https://bnpb.go.id/potensi-nasional->
- Yosia, B. (2021). OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN COVID-19 PADA MEDIA DARING OKEZONE.COM. *JURNAL KOMUNIKASI DAN KAJIAN MEDIA*, 5(1). www.alex.com.
- Yusuf, A. J., & Sonni, A. F. (2016). Pilkada Dalam Pemberitaan Di Harian Radar Selatan (Analisis Isi Objektivitas Berita Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Bulukumba Di Harian Radar Selatan). *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(1).

INTERNET

- Farisa, F. C. (2022). *Pemindahan Ibu Kota Negara: Gagasan Soekarno, Mimpi Soeharto, dan Upaya Jokowi* . <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/02/21161811/pemindahan-ibu-kota-negara-gagasan-soekarno-mimpi-soeharto-dan-upaya-jokowi>
- Google Trend. (2023). *Grafik Pencarian IKN di Google*. <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today%201-m&geo=ID&q=ikn&hl=id>
- Pahlevi, R. (2022). *Ini Media Online Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/ini-media-online-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>
- Puspariana, A. (2023). *Berkat Mantra Sri Mulyani, Jepang Minat Investasi di IKN!* <https://video.kompas.com/watch/256519/berkat-mantra-sri-mulyani-jepang-minat-investasi-di-ikn>
- Putri, C. A. (2022). *Pindah ke Ibu Kota Baru, PNS Bakal Dapet “Bonus” Gede*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220224092903-4-317863/pindah-ke-ibu-kota-baru-pns-bakal-dapet-bonus-gede>
- Republika.co.id. (2022). *Peringkat 20 Besar Situs Berita (Media Online) di Indonesia Versi Semrush*. <https://jouron.republika.co.id/posts/33830/peringkat-20-besar-situs-berita-media-online-di-indonesia-versi-semrush>
- Riyadi, A. (2023). *Banyak Barang Masuk ke IKN, Komplotan Curanmor Naik Kasta Jadi Pencuri Panel Alat Berat di IKN* . <https://regional.kompas.com/read/2023/02/03/105338278/banyak->

[barang-masuk-ke-ikn-komplotan-curanmor-naik-kasta-jadi-pencuri-panel](#)

Yanwardhana, E. (2022). *Jokowi Jualan IKN ke Investor: Belum Ada Ini di Negara Lain*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221018195207-4-380735/jokowi-jualan-ikn-ke-investor-belum-ada-ini-di-negara-lain>

Yanwardhana, E. (2023). *Mantap! Tol Balikpapan Rampung Akhir 2024, Tembus Jantung IKN*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230222174622-4-416128/mantap-tol-balikpapan-rampung-akhir-2024-tembus-jantung-ikn>