

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

Winda Hardyanti

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas 246 Malang

winda86@gmail.com

ABSTRAK

Media bisa melakukan dua strategi dalam agenda setting. Yaitu melakukan framing atau melakukan black out. Operasi black out media melibatkan scenario tertentu untuk ‘menenggelamkan’ berita tertentu. Namun berdasarkan kaidah jurnalistik, pemberitaan harus tetap diberitakan dengan cara-cara profesionalisme. Penelitian ini bermaksud untuk meneliti isi media pasca Reuni 212. Peneliti menganalisis dengan pendekatan ilmiah sesuai kajian content analysis dalam ilmu komunikasi, seperti apa media cetak dan media online (portal berita online) arus utama mengkonstruksikan beritanya dalam konteks pasca kejadian Reuni 212. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis isi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa jika detik.com dan okezone.com dalam menyajikan pemberitaan belum bisa menjalankan profesionalisme sebagai jurnalis karena masih ditemui unsur berita yang tidak lengkap. Detik.com dan okezone.com dalam menyajikan pemberitaan masih memihak dan belum bisa bersikap netral. Fenomena Talking Journalism dan fenomena Pseudo-Journalism dalam pemberitaan di portal berita online ditemukan dalam penelitian ini. Jurnalisme semu atau dikenal sebagai pseudo journalism memanfaatkan sumber berita dari satu sisi saja dan tidak cover both sides, padahal kaidah jurnalistik memastikan bahwa berita itu kredibel jika memiliki minimal dua narasumber.

Kata kunci: *media performance, analisis isi, media online*

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

COMPARISON OF PERFORMANCE MEDIA IN TOLDING OF POST REUNI

212

ABSTRACT

The media can carry out two strategies in the agenda setting. Namely doing framing or black out. Black out media operations involve certain scenarios to 'drown' certain news. However, based on journalistic principles, reporting must still be reported in professional ways. This study intends to examine the media content after Reunion 212. Research methods used is a type of quantitative research with content analysis techniques. The results of the study stated that if detik.com and okezone.com in presenting the news could not run professionalism as a journalist because there were still incomplete news elements. Detik.com and okezone.com in presenting the news are still impartial and have not been able to be neutral. The phenomenon of Talking Journalism and the phenomenon of Pseudo-Journalism in reporting on online news portals was found in this study. Pseudo journalism, known as pseudo journalism, utilizes news sources from one side only and does not cover both sides, even though journalistic rules ensure that the news is credible if it has at least two sources.

Keywords: media performance, content analysis, online media

PENDAHULUAN

Seorang konsultan politik dan media, Hersubeno Arief menulis sebuah artikel yang berjudul Aksi Bunuh Diri Massal Pers Indonesia yang dimuat di kumparan.com. Tulisan tersebut mengulas apa saja yang terjadi di media massa di Indonesia pasca Reuni 212. Menurut Arief, pers Indonesia menunjukkan tanda-tanda sedang melakukan bunuh diri massal. Pemberitaan media massa tentang Reuni

212 yang berlangsung telah membuka tabir yang selama ini pers coba tutup-tutupi. Kooptasi penguasa, kepentingan ideologi, politik dan bisnis membuat pers menerapkan dua rumus baku, framing, dan black out. Peristiwa besar yang menjadi sorotan media-media internasional itu sama sekali tidak “menarik” dan tidak layak berita, bagi sebagian besar media nasional yang terbit di Jakarta. Sejumlah pembaca Harian Kompas pada Senin

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

(3/12) pagi dibuat terkejut ketika mendapati koran nasional itu sama sekali tidak memuat berita jutaan orang yang berkumpul di Monas. Halaman muka Kompas bersih dari foto, apalagi berita peristiwa spesial tersebut (Arief, n.d.)

Di harian Kompas misalnya, salah satu koran terbesar di Indonesia ini, peristiwa reuni 212 'hanya' terselip di halaman 15 dengan judul kecil "Reuni Berlangsung Damai". Halaman 15 Kompas adalah halaman sambungan alias untuk berita yang 'dibuang sayang'. Kompas hanya memberi porsi berita sekitar seperempat halaman atau sekitar 2000an karakter saja, tanpa foto lautan manusia yang jamak diberitakan oleh stasiun televisi. Koran nasional lain yaitu Rakyat Merdeka, memuat berita dan foto Reuni 212 di halaman muka. Rakyat Merdeka menulis judul '212 Makin Lama, Makin Besar Kenapa Ya?', Republika menulis judul Reuni 212 Damai sementara Harian Warta Kota memuat foto suasana Monas dengan judul utama Ketua RW Wafat Usai Reuni.

Lain media cetak, lain pula di media online. Portal berita terkemuka di Indonesia, detik.com, memuat sejumlah berita terkait Reuni 212. Detik.com beberapa kali memuat topik Reuni 212. Beberapa judul yang mencolok diantaranya adalah (1) Hanura: Reuni 212

Giring Umat Pilih Capres yang Tak Pahami Islam (dimuat tanggal 3/12 pukul 08.30), (2) Timses Jokowi: Reuni 212 Bukti Jokowi Demokratis (dimuat tanggal 3/12 pukul 18.33), (3) PDIP: Faktanya Reuni 212 Kampanye Ajak Pilih Prabowo (dimuat tanggal 3/12 pukul 08.15), (4) Gerindra: Hanya Pengkritik Reuni 212 yang Tak Suka Umat Islam Bersatu (dimuat tanggal 3/12 pukul 20:56), (5) Ada Reuni 212, Tim Jokowi Tak Takut Suara Pemilih Muslim Berkurang (dimuat tanggal 3/12 pukul 19,32), (6) Fakta-fakta Reuni 212 di Monas (dimuat tanggal 2/12 pukul 12.06), (7) Lagu 'Astaghfirullah Punya Presiden Si Raja Bohong' Diputar di Reuni 212 (dimuat tanggal 2/12 pukul 10.47). Bahkan berita-berita yang berjudul Gerindra: Hanya Pengkritik Reuni 212 yang Tak Suka Umat Islam Bersatu ; Ada Reuni 212, Tim Jokowi Tak Takut Suara Pemilih Muslim Berkurang ; Fakta-fakta Reuni 212 di Monas; Lagu 'Astaghfirullah Punya Presiden Si Raja Bohong' Diputar di Reuni 212 masuk dalam kategori *most popular news* dan *most commented news* versi detik.com

Sementara itu portal berita terkemuka lainnya viva.co.id pada tanggal 3 Desember juga memuat empat berita pasca reuni 212. Diantaranya adalah (1) Kubu Jokowi Tak Khawatir Dukungan Umat Islam Tergerus usai Reuni 212

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

(dimuat tanggal 3/12 pukul 19.44), (2) Kubu Jokowi Akui Massa 212 Memang Pilih Prabowo (dimuat 3/12 pukul 13.16), (3) Reuni 212 Dihadiri Prabowo, Apakah Langgar Aturan Kampanye? (dimuat 3/12 pukul 09.21), (4) Empat Catatan TKN Jokowi-Ma'ruf soal Pelaksanaan Reuni 212 (dimuat 3/12 pukul 08.15). Viva.co adalah portal berita online milik jaringan media Aburizal Bakrie.

Dengan mengamati berbagai halaman muka media dan beberapa judul dalam portal berita online kita bisa mendapat gambaran apa yang terjadi di balik semua itu? Media bisa melakukan dua strategi dalam agenda setting. Yaitu melakukan framing atau melakukan black out. Framing secara harfiah artinya adalah pembingkai berita, secara praktis framing bisa dipahami sebagai upaya media menyusun atau mengkonstruksi berita dengan tujuan untuk mengarahkan opini publik atau persepsi pembaca media. Framing bukan merupakan upaya pembohongan publik, namun framing adalah strategi media yang membelokkan secara halus persepsi pembaca melalui penyeleksian informasi, pilihan kata, penonjolan aspek tertentu hingga melakukan peniadaan informasi yang seharusnya disampaikan. Sedangkan black out adalah peniadaan berita tertentu di laman berita atau koran cetak. Media

dengan sengaja tidak memuat berita tertentu dengan alasan tertentu, meski berita tersebut sebenarnya memiliki news value. Operasi black out media melibatkan scenario tertentu untuk ‘menenggelamkan’ berita tertentu. Biasanya operasi semacam itu hanya bisa dilakukan oleh kekuatan super power dan bisa melibatkan biaya yang cukup besar. Althausen dan Gramsci berpendapat bahwa media massa bukanlah sesuatu yang bebas dan independen tetapi erat kaitannya dengan realitas sosial, ada berbagai kepentingan dalam setiap media seperti kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan ekonomi dll. Adanya kepentingan-kepentingan dalam institusi media massa menyebabkan institusi media menjadi tidak netral (Suprobo, Siahainenia, & Sari, 2016)

Dalam kasus Reuni 212 pada 2 Desember 2018 yang diadakan di Lapangan Monas, Jakarta sejumlah media terindikasi melakukan upaya framing bahkan blackout berita di medianya. Sebagai contoh misal pada halaman muka Harian Media Indonesia milik Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh bersih dari foto dan berita Reuni 212. Mereka memilih berita utama dengan judul “ PP 49/2018 Solusi bagi Tenaga Honorar.” Harian Sindo Milik Ketua Umum Partai Perindo Hary Tanoë memilih berita utamanya “Pesona Ibu Negara di

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

Panggung G-30” dengan foto-foto mereka dalam ukuran besar. Koran Tempo memilih berita utama “Menuju Ekosistem Digital” yang ditampilkan dalam seluruh halamannya. Hanya Koran Rakyat Merdeka, Republika yang memuat berita dan foto peristiwa Reuni 212 di halaman muka. Rakyat Merdeka menulis Judul “212 Makin lama, Makin Besar Kenapa Ya?” Republika menulis Judul “Reuni 212 Damai.” Sementara Harian Warta Kota memuat foto lepas, suasana di Monas dengan judul berita yang dengan berita utama yang sangat besar “Ketua RW Wafat Usai Reuni.” (Arief, n.d.)

Kompas dan Media Indonesia terindikasi melakukan black out dengan ‘meniadakan’ atau menganggap tidak penting berita Reuni 212. Padahal jika diamati dan disesuaikan dengan prinsip news value peristiwa Reuni 212 memenuhi unsur luasnya pengaruh (*magnitude*) karena melibatkan orang banyak seluruh Indonesia (ada sejumlah versi terkait peserta Reuni 212, ada yang menyebut angka 40 ribu orang, 500 ribu orang dan 11 juta orang. Konon jumlah peserta reuni jauh lebih banyak daripada moment 212 yang asli). Berita reuni 212 juga memenuhi unsur *proximity* bagi koran-koran di Jakarta, unsur actual, dampak (karena memberikan dampak secara ekonomi pada masyarakat Jakarta,

khususnya pedagang kecil dan sector perhotelan di sekitar Monas). Bahkan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan di portal berita tribunnews.com pada 2 Desember 2018 menyatakan bahwa kegiatan Reuni 212 menjadi berkah bagi rakyat kecil. Berkumpulnya massa di Monas dalam jumlah besar menggerakkan perekonomian rakyat (Andriyani, n.d.)

Berdasarkan latar belakang dan asumsi dari konsultan politik dan media di atas, peneliti tertarik untuk meneliti isi media pasca Reuni 212. Peneliti akan menganalisis dengan pendekatan ilmiah sesuai kajian content analysis dalam ilmu komunikasi, seperti apa media cetak dan media online (portal berita online) arus utama mengkonstruksikan beritanya dalam konteks pasca kejadian Reuni 212. Analisis yang akan dilakukan adalah analisis terkait media performance dalam pemberitaan yang muncul pasca kejadian reuni 212. Peneliti akan memfokuskan pada kejadian pasca reuni, yaitu untuk berita-berita yang dimuat tanggal 3 Desember 2018 saja. Peneliti memilih portal berita detik.com dan Okezone.com sebagai representasi portal berita online arus utama (*mainstream*). Peneliti memilih media mainstream karena media mainstream lah yang menjadi rujukan bagi pembaca dalam hal referensi bacaan.

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana media performance pada pemberitaan pasca Reuni 212 di detik.com dan Okezone.com edisi 3 Desember 2018? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media performance pada pemberitaan pasca Reuni 212 di detik.com dan Okezone.com

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif

merupakan metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Lewat analisis isi, penelitian ini dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi. Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi. Analisis terutama dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak ataupun elektronik. Di luar itu, analisis isi juga dipakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi, baik komunikasi antarpribadi, kelompok, ataupun organisasi. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan (Eriyanto, 2011)

Analisis isi kuantitatif lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak (tersurat/manifest/nyata). Sedangkan untuk menjelaskan hal-hal yang tersirat (latent), misalnya ideologi apa yang ada di balik suatu berita, maka dilakukan riset analisis isi ku Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu tehnik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011). Sedangkan

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

menurut Berelson & Kerlinger analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak.

Melalui metode analisis isi kuantitatif peneliti ingin melihat bagaimana media performance yang dilakukan oleh Detik.com dan Okezone.com terhadap pemberitaan pasca reuni 212. Upaya untuk memberikan penilaian (assesment) secara ilmiah terhadap kualitas kerja (*performance*) media massa merupakan salah satu topik penting dalam studi mengenai media massa. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan standar *media performance* yang dikemukakan oleh McQuail yaitu pada dimensi faktualitas dan imparialitas. Dimensi faktualitas meliputi kebenaran (*factualness, accuracy, completeness, informativeness*) dan relevansi (*normative theory, journalistic, audience, real world*). Sedangkan dimensi imparialitas akan meliputi *balance criteria (equal proportional access, even handed evaluation)* dan *neutral presentation (non-evaluate dan nonsensational)*(Quail, 1992). Dari dimensi-dimensi tersebut akan dianalisis dengan teknik *content analysis* untuk mendapatkan data kuantitatif presentase masing-masing dimensi. Sehingga dari hasil penelitian ini dapat

dilihat bagaimana obyektivitas media dalam memberitakan sebuah isu. Peneliti berharap penelitian ini bisa menguatkan kajian keilmuan khususnya kajian dengan metode *content analysis* sehingga bisa menjadi dasar dalam membuat analisis konten media, agar tidak hanya berdasar asumsi atau ujaran-ujaran keberpihakan. Sehingga temuan penelitian ini bisa memberikan sumbangsih bagi tercapainya standing academic Ilmu Komunikasi.

PEMBAHASAN

Media Performance Pada Portal Berita Detik.com

Media performance merupakan sebuah bentuk evaluasi terhadap kinerja pemberitaan yang dilakukan oleh sebuah media massa. Sesuai prinsip media performance yang dikemukakan oleh McQuail, dimensi faktualitas meliputi kebenaran (*factualness, accuracy, completeness, informativeness*) dan relevansi (*normative theory, journalistic, audience, real world*). Sedangkan dimensi imparialitas akan meliputi *balance criteria (equal proportional access, even handed evaluation)* dan *neutral presentation (non-evaluate dan nonsensational)*(Quail, 1992). Berikut ini temuan data unsur-unsur tersebut pada media detik.com dan okezone.com

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

Unsur Faktualitas Dalam Berita Pada Detik.com

Tabel 1

Unit Kategori	Jumlah Berita	Dikutip dengan isi berita	Presentase
Fakta sosiologis	3	10%	
Fakta psikologis	27	93%	
Relevansi narasumber dengan isi berita	27	59%	
Unsur 5W+1H dalam berita	11	38%	
Kesesuaian judul dan isi berita	26	90%	
Relevansi sumber dan isi berita	28	97%	

Dari data di atas dapat diketahui bahwa unsur faktualitas pada berita detik.com dilihat dari sisi fakta sosiologis memiliki angka yang cukup rendah yaitu sekitar 10 %. Presentase tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar berita yang dimuat di detik.com adalah berita yang berdasarkan opini. Sebanyak 27 berita dari total keseluruhan berita pada edisi 3 Desember 2018 berlandaskan pada fakta psikologis yang artinya berita berdasar pada opini seseorang. Detik.com cenderung untuk menggunakan prinsip *talking journalism* dimana reporter hanya menggunakan narasi berdasarkan opini seseorang dan tidak berdasarkan kejadian di lapangan.

Berkaitan dengan relevansi berita pada detik.com cukup tinggi yakni sebesar 93%.

Dapat diartikan jika narasumber yang dikutip dalam berita detik.com relevan dengan isi berita. Dalam hal Kelengkapan unsur 5W+1H pada berita detik.com menunjukkan angka yang rendah yakni sebesar 38%. Dari 29 berita detik.com yang diteliti hanya 11 berita yang mengandung unsur kelengkapan berita. Dari data tersebut dapat dikatakan jika detik.com 97% tidak menjalankan profesionalisme jurnalistik. Dimana seharusnya media yang profesional akan memastikan unsur kelengkapan dalam beritanya.

Berdasarkan relevansi kesesuaian judul dengan isi dalam berita detik.com menunjukkan hasil yang tinggi yakni sebesar 90%. Dari presentase ini dapat diartikan jika detik.com tidak membuat pemberitaan yang *clickbait*. Sedangkan, relevansi sumber dan isi berita dalam detik.com juga memperlihatkan presentase yang tinggi yaitu 97%. Dari data tersebut dapat diketahui jika detik.com memperhatikan unsur kesesuaian judul, isi dan narasumber.

Imparsialitas Dalam Berita Pada Detik.com

Tabel 2

Unit Kategori	Jumlah Berita
---------------	---------------

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

Berita memuat dua sisi (cover both side)	16	menyajikan 55% berita dari dua sisi yang berlawanan dan seimbang.
Berita memuat satu sisi saja	14	Dari 48% sisi netral atau tidak memihaknya berita dalam detik.com
Berita memuat multi sisi	0	menunjukkan angka yang cukup tinggi
Berita bersifat netral atau tidak memihak	12	yakni 41% dapat dipahami jika detik.com belum bersifat netral atau tidak memihak
Berita bersifat positif	11	serta menonjolkan sisi positif ataupun
Berita bersifat negative	8	negatif dari tokoh yang diberitakan.
Berita yang disajikan berisi opini yang memberikan penilaian benar atau salah	26	Sebanyak 97% berita bersifat positif sedangkan 8 berita bersifat negatif yang diartikan jika pemberitaan yang disajikan oleh detik.com menonjolkan dukungan (pro) terhadap aksi 212 yang diberitakan
Fakta yang disampaikan menggunakan bahasa kiasan atau berlebihan	3	10% meskipun presentase yang ditunjukkan tidak terlalu besar.

Terkait sisi non-evaluatif

Berdasarkan data di atas dapat diketahui unsur impartialitas dalam berita detik.com jika dilihat dari sisi berita memuat dua sisi (cover both side) menunjukkan presentase 55%. Dari data tersebut dapat diartikan jika berita yang disajikan oleh detik.com masih memperhatikan untuk menampilkan narasumber yang berlawanan. Terdapat 14 berita yang memuat satu sisi saja. Ini menunjukkan jika berita yang dibuat tidak proporsional karena masih jumlah berita yang memuat satu sisi saja masih banyak. Sedangkan angka 0% terdapat dalam sisi berita memuat unsur multi sisi, yakni dapat diartikan jika detik.com belum dapat

menunjukkan angka 97% yang diartikan jika berita yang disajikan oleh detik.com tidak hanya berisi fakta namun juga berisi opini yang memberikan penilaian terhadap pihak yang diberitakan tersebut.

Dari 29 berita yang diteliti terdapat 3 berita yang menggunakan bahasa kiasan atau berlebihan. Dapat diartikan jika fakta yang disampaikan oleh detik.com masih ada yang menggunakan bahasa bombastis.

Unsur Faktualitas Dalam Berita Pada Okezone.com

Tabel 3

Unit Kategori	Jumlah Berita	Presentase
Fakta	4	36%

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

sosiologis		
Fakta psikologis	7	64%
Relevansi narasumber dengan isi berita	10	91%
Unsur 5W+1H dalam berita	6	55%
Kesesuaian judul dan isi berita	11	100%
Relevansi sumber dan isi berita	11	100%

Dari data di atas dapat diketahui bahwa unsur faktualitas pada berita okezone.com dilihat dari sisi fakta sosiologis memiliki angka yang sedang yaitu sekitar 36 %. Prosentase tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar berita yang dimuat di okezone.com adalah berita yang berdasarkan opini dengan total 64%. Sebanyak 11 berita dari total keseluruhan berita pada edisi 3 Desember 2018 berlandaskan pada fakta psikologis yang artinya berita berdasar pada opini seseorang. Okezone.com cenderung untuk menggunakan prinsip *talking journalism* dimana reporter hanya menggunakan

narasi berdasarkan opini seseorang dan tidak berdasarkan kejadian di lapangan.

Berkaitan dengan relevansi berita, okezone.com memiliki prosentase sebanyak 91% yang mengartikan bahwa kesesuaian antara narasumber dengan isi berita cukup tinggi. Sedangkan, profesionalisme jurnalis yang diukur dari berita yang memuat 5W+1H masih terbilang sedang dengan prosentase 55% saja. Artinya, berita okezone.com masih kurang dalam kelengkapan informasi sebagai suatu berita yang utuh.

Okezone.com memiliki nilai lebih dalam kesesuaian dan isi berita serta relevansi sumber dan isi berita dengan prosentase 100%. Hal ini menunjukkan bahwa okezone.com memuat berita yang kredibel dalam poin kesesuaian antara judul, sumber, dan isi berita meskipun data menunjukkan informasi kurang lengkap dari segi kaidah jurnalistik yaitu mencakup 5W+1H.

Imparsialitas Dalam Berita Pada Okezone.com

Tabel 4

Unit Kategori	Jumlah Berita	Prosentase
Berita memuat dua sisi (cover both side)	0	0%
Berita	11	100%

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

memuat satu sisi saja		
Berita memuat multi sisi	0	0%
Berita bersifat netral atau tidak memihak	3	27%
Berita bersifat positif	5	45%
Berita bersifat negative	4	36%
Berita yang disajikan berisi opini yang memberikan penilaian benar atau salah	8	73%
Fakta yang disampaikan menggunakan bahasa kiasan atau berlebihan	0	0%

Dari data imparialitas berita okezone.com di atas dapat disimpulkan bahwa 11 berita atau 100% dari total

keseluruhan yang dimuat sejak edisi 3 Desember 2018 menunjukkan bahwa berita hanya memuat satu sisi saja. Padahal dalam kaidah jurnalistik, suatu berita bisa kredibel apabila memuat minimal dua sisi narasumber (*cover both sides*) sehingga berita bisa berimbang dan tidak memihak.

Keberpihakan media okezone.com bisa dilihat melalui sifat berita yang sudah diteliti, dari total 11 berita berupa 27% berita netral, 45% berita positif, dan 36% berita negatif menggambarkan jika okezone.com cenderung berpihak atau pro kepada pemuatan berita aksi 212.

Sudah dijelaskan sebelumnya jika okezone.com memuat berita *talking journalism*, salah satu data yang mendukungnya yaitu sajian berita berisi opini yang memberikan penilaian benar atau salah sebanyak 73%. Sebab opini benar atau salah tersebut bisa menunjukkan ketidak berimbangan dan menunjukkan ke arah mana berita tersebut berpihak. Beruntungnya, okezone.com dalam menyampaikan fakta tidak menggunakan bahasa kiasan atau berlebihan.

Diskusi Teori

Dari data yang telah didapatkan dari detik.com maka dapat disimpulkan jika detik.com dalam menyajikan pemberitaan aksi 212 dari dimensi

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

faktualitas masih berdasarkan pada opini tokoh dan tidak bersumber dari lapangan. Meski demikian ada pula pembetaan yang bersumber dari lapangan namun kebanyakan berita berdasarkan opini seseorang terhadap aksi 212.

Detik.com yang merupakan salah satu media online terbesar di Indonesia belum bisa menjalankan profesionalisme sebagai jurnalis karena masih ditemui unsur berita yang tidak lengkap. Walaupun begitu, sebagai media online detik.com tidak mengikuti trend clickbait yang biasa dilakukan oleh media online saat ini.

Detik.com dalam menyajikan pemberitaan masih memihak dan belum bisa bersikap netral. Uniknya, detik.com yang berpihak kepada Jokowi-Ma'ruf saat itu justru pemberitaan yang dibuat lebih berpihak positif pada aksi 212 yang dilakukan.

Sedangkan dari portal berita okezone.com dapat diketahui bahwa media tersebut memanfaatkan sumber berita dari satu sisi saja dan tidak *cover both sides*, padahal kaidah jurnalistik memastikan bahwa berita itu kredibel jika memiliki minimal dua narasumber. Situs berita okezone.com menjurus pada *talking journalism*, sebab apa yang dikatakan oleh narasumber itulah beritanya, tanpa menggali lebih jauh informasi tambahan apa yang terjadi di lapangan. Selain itu,

unsur berita berupa 5W+1H sebagai syarat berita yang utuh juga belum memenuhi 11 berita yang diteliti sejak 3 Desember 2018.

Netralitas berita dari okezone.com juga masih minim, sebab data menunjukkan bahwa berita lebih condong ke arah pro atau positif terhadap pemberitaan aksi 212. Selain itu, berita yang disajikan berisi opini yang memberikan penilaian benar atau salah masih cukup tinggi sebesar 73%. Artinya, keberimbangan berita dari okezone.com juga masih dipertanyakan. Beruntungnya, media tersebut dalam menyampaikan fakta berita tidak menggunakan Bahasa kiasan ataupun berlebihan.

Kemudahan situs berita dalam publikasi berita inilah yang bisa mengganggu profesionalitas kerja jurnalis, sebab dengan mudahnya membuat berita melalui opini dari satu sisi narasumber serta tidak memenuhi kriteria 5W+1H, hal itu tidak bisa menentukan kelengkapan dan keberimbangan sebuah berita yang kredibel.

Ada fenomena menarik dalam penelitian ini. Yaitu adanya fenomena Talking Journalism dan fenomena Pseudo-Journalism dalam pemberitaan di portal berita online. Jurnalisme semu atau dikenal sebagai pseudo journalism, berasal dari bahasa pseudo yang berarti tidak nyata, semu atau dibuat-buat dan jurnalisme yang

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

berarti aktivitas penulisan atau pencarian suatu informasi untuk kemudian disebarluaskan melalui medium tertentu. Jurnalisme semu dapat diartikan sebagai suatu aktivitas atau kegiatan penulisan dan pencarian informasi yang dibuat-buat sehingga menjadi sesuatu yang terlihat seperti aktivitas jurnalistik demi upaya penggiringan opini masyarakat terhadap suatu isu yang diangkat (Harsono, 2010).

Jurnalisme semu mulai beredar di Indonesia, hal ini dilakukan demi keuntungan politik atau ekonomi. Bhumika Ghimire dalam laman media korea berbahasa inggris menjelaskan bahwa, media seringkali menuliskan pemberitaan terkait berita luar negeri tanpa benar-benar mengirimkan reporter keluar negeri demi menghemat keuangan mereka (Ghimire, 2006). Dalam tulisannya yang berjudul *Technology and Pseudo Journalism*, dia menggambarkan dilematis seorang reporter yang membaca informasi melalui media sosial dan kemudian meneruskannya menjadi semacam berita yang dipublikasikan pada media massa.

Hal ini terjadi pula pada portal berita detik.com dan okezone.com. Beberapa berita juga menggunakan pseudo-journalism. Sumber berita menggunakan data sepihak dari cuitan di twitter. Hal ini tentu memberi catatan buruk bagi jurnalistik yang seharusnya

menekankan kaidah-kaidah jurnalistik dalam proses peliputannya. Menurut kaidah jurnalistik, berita jurnalistik harus diperoleh melalui reportage atau reportase adalah pemberitaan suatu peristiwa, pernyataan, keterangan, pendapat atau ide melalui teknik liputan langsung ke tempat kejadian, wawancara atau studi literasi.

Dalam kode etik jurnalistik di pasal 2 disebutkan bahwa wartawan Indonesia harus menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik. Penafsiran cara-cara yang profesional dalam pasal tersebut diartikan sebagai upaya jurnalis untuk menunjukkan identitas diri kepada narasumber, menghormati hak privasi, tidak menyuap, dan menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya dalam proses pencarian beritanya. Jikalau jurnalis melakukan rekayasa pengambilan dan pemuatan atau penyiaran gambar, foto, suara harus dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang, menghormati pengalaman traumatis narasumber dalam penyajian gambar, foto, suara serta tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri. Sehingga berdasarkan penjelasan di atas jurnalisme di portal berita di Indonesia, masih memiliki pekerjaan rumah untuk membenahi prinsip-prinsip peliputan yang

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

benar dan sesuai kaidah jurnalistik agar menghasilkan karya jurnalistik yang berkualitas.

SIMPULAN

Dari data yang telah didapatkan maka dapat disimpulkan bebrapa hal sebagai berikut,

1. Detik.com dalam menyajikan pemberitaan aksi 212 dari dimensi faktualitas masih berdasarkan pada opini tokoh dan tidak bersumber dari lapangan.
2. Detik.com yang merupakan salah satu media online terbesar di Indonesia belum bisa menjalankan profesionalisme sebagai jurnalis karena masih ditemui unsur berita yang tidak lengkap.
3. Detik.com dalam menyajikan pemberitaan masih memihak dan belum bisa bersikap netral.
4. Okezone.com memanfaatkan sumber berita dari satu sisi saja dan tidak cover both sides.
5. Situs berita okezone.com menjurus pada talking journalism, sebab apa yang dikatakan oleh narasumber itulah beritanya, tanpa menggali lebih jauh informasi tambahan apa yang terjadi di lapangan.

6. Kenetralitasan berita dari okezone.com juga minim, sebab data menunjukkan bahwa berita lebih condong ke arah pro atau positif terhadap pemberitaan aksi 212.
7. Fenomena Talking Journalism dan fenomena Pseudo-Journalism juga masih ditemukan dalam pemberitaan di portal berita online.
8. Jurnalisme di portal berita di Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah untuk membenahi prinsip-prinsip peliputan yang benar dan sesuai kaidah jurnalistik agar menghasilkan karya jurnalistik yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, F. (n.d.). Dampak Reuni 212: Anies Sebut Berkah untuk Ekonomi Rakyat Kecil, Sandi: Pemesanan Hotel Meningkat - Tribunnews.com. Retrieved March 11, 2019, from <http://www.tribunnews.com/section/2018/12/03/dampak-reuni-212-anies-sebut-berkah-untuk-ekonomi-rakyat-kecil-sandi-pemesanan-hotel-meningkat>
- Arief, H. (n.d.). Aksi Bunuh Diri Massal Pers Indonesia (II). Retrieved March 11, 2019, from <https://kumparan.com/hersubeno->

KOMPARASI MEDIA PERFORMANCE DALAM PEMBERITAAN PASCA REUNI 212

- arief/aksi-bunuh-diri-massal-pers-indonesia-ii-1543836710540308269
- Dominick, R. D. W. dan J. R. (2000). *Mass Media Research An Introduction* (6th ed.). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ghimire, B. (2006). Technology and Pseudo-Journalism - OhmyNews International. Retrieved December 6, 2019, from http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?at_code=366611&no=308711&rel_no=4
- Harsono, A. (2010). *Agama Saya adalah Jurnalisme*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Quail, D. M. (1992). *Media Performance Mass Communicaton and Public Interest*. New York: SAGE Publication.
- Suprobo, T., Siahainenia, R., & Sari, dan D. K. (2016). ANALISIS FRAMING MEDIA ONLINE DALAM PEMBERITAAN PROFIL DAN KEBIJAKAN MENTERI SUSI PUDJIASTUTI (Studi Pada Situs Berita Detik.com, Kompas.com dan Antaranews.com periode Oktober - Desember 2014) | Cakrawala. *Cakrawala, 1*. Retrieved from <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/499>
- Teori Komunikasi Massa McQuail - Konsep - Karakteristik - PakarKomunikasi.com. (n.d.). Retrieved March 13, 2019, from <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-massa-mcquail>