

Objektivitas Tempo.co dalam Memberitakan Sosok Jokowi (Analisis Isi Kuantitatif Berita Jokowi di Bulan September-Desember 2019)

Anastasia Yunita¹, Salman²

Ilmu Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹Email: 2016102587@student.kalbis.ac.id

²Email: salman.naning@kalbis.ac.id

Abstract: President Jokowi elected as president for the 2nd time on 2019's election. Before that, he was already known both nationally and internationally as a modest and hardworking person. Public pay attention to his policies and works. Although, there are still parties who is agree or disagree with him. This research has a purpose to analyze objectivity of Tempo.co in reporting Jokowi's figure by using quantitative analysis method and Westerstahl's Objectivity. The result of this research shows Tempo.co is 51.03% objective. Furthermore, it shows that the news which report about his works are most widely unobjective.

Keywords: news, objectivity, online media, quantitative content analysis

Abstrak: Presiden Jokowi menjadi presiden terpilih untuk kedua kalinya pada pemilu serentak di tahun 2019. Sebelumnya, ia telah dikenal bukan di rancah nasional namun juga internasional sebagai sosok yang sederhana dan pekerja keras. Kebijakan dan kinerjanya menjadi perhatian publik. Namun, tentu masih terdapat pihak yang pro ataupun kontra dengan Jokowi, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa objektivitas Tempo.co. dalam memberitakan sosok Jokowi dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif dan mengaplikasikan kerangka Objektivitas Westerstahl. Hasil penelitian menunjukkan tingkat objektivitas Tempo.co adalah sebesar 51.03%. Selain itu, berita yang paling banyak diberitakan secara tidak objektif adalah berita dengan tema kinerja.

Kata kunci: analisis isi kuantitatif, berita, media daring, objektivitas

I. PENDAHULUAN

Objektivitas merupakan salah satu prinsip yang berkaitan dengan kode etik media massa yang menjadi pedoman untuk mengatur pembuatan berita. Hal tersebut berkaitan dengan kualitas informasi yang memberikan pengaruh yang baik pula kepada para pembacanya. Saat ini, masih dapat kita temui beberapa media yang mengabaikan prinsip ini dan lebih mementingkan kepentingan dari media itu sendiri baik itu berkaitan dengan agenda media, clickbait ataupun untuk tujuan tertentu.

Dari berita-berita yang diterbitkan ini menumbuhkan opini di benak pembaca. Tentu opini tersebut juga terbentuk berdasarkan persepsi, latar belakang ataupun pengetahuan yang dimiliki. Opini yang terbentuk terkait dengan berita itu sendiri yakni bisa saja pro ataupun kontra. Selain berita itu sendiri, opini mengenai media yang menerbitkan berita tersebut juga terbentuk.

Penelitian ini berfokus pada pemberitaan Jokowi di tempo.co. Berawal dari sebuah adanya opini yang menyatakan media Tempo tidak objektif

yang dimulai dari adanya penerbitan majalah dengan sampul Presiden Jokowi dengan siluet pinokio. Hal ini membuat pihak JoMan (Joko Mania), sebutan untuk sekelompok simpatisan Presiden Jokowi melaporkan pihak Tempo kepada dewan pers.

Sosok Presiden Jokowi sendiri sudah dikenal oleh masyarakat sebelum ia menjadi presiden selama dua periode. Sejak ia menjabat sebagai walikota solo dan ketika ia terpilih sebagai gubernur DKI, Jokowi sudah dikenal sebagai sosok yang sederhana dan pekerja keras. Kepemimpinannya diakui secara global melalui penghargaan yang ia dapatkan serta peliputan dari media internasional

Tempo.co telah melakukan berbagai peliputan terkait sosok Jokowi, baik tentang kehidupan pribadi, kinerja, ataupun segala agenda atau aktivitas yang ia lakukan sebagai pemimpin negara. Jika dilihat, peliputan berita yang dilakukan didominasi oleh berita terkait kebijakan yang telah dibuat, isu HAM serta pemberantasan korupsi.

Dari berita-berita telah diterbitkan oleh tempo.co, kita dapat menemukan berita yang sifatnya netral (objektif) dan juga yang tidak objektif. Salah

satu berita yang tidak objektif yaitu tentang Jokowi menunda penerbitan RKUHP yang diterbitkan oleh Tempo.co pada tanggal 20 September 2019 dengan judul “Jokowi Minta Tunda RKUHP, KontraS: Tak Usah Dipuji, Tetap Waspada”

Berita ini menampilkan kesan negatif dari pihak KontraS yang tidak puas terhadap penundaan RUU KUHP. Pihak kontra sendiri menyatakan terdapat masalah yang ditemukan pada RUU KUHP dan menyebut Jokowi sebagai barisan oligarki sehingga menimbulkan kesan negatif (Aji,2019:1). Selain itu, pada berita ini tidak ditampilkan juga perspektif dari pihak lain untuk menciptakan kesan yang berimbang.

Meskipun begitu, terdapat juga berita-berita yang diterbitkan oleh Tempo yang dikemas secara netral. Salah satunya adalah berita dengan judul “Walhi: Jokowi Harusnya Tak Sekedar Ancam Copot Kapolda. Tapi...” di mana memberitakan tentang pihak Walhi menagih Janji Jokowi yang mengatakan akan mencopot kapolda dan pangdam jika gagal mengatasi kebakaran hutan dan lahan (Arigi,2019:1). Pada berita ini, terdapat pengungkapan fakta dari kedua pihak baik dari Walhi ataupun Jokowi. Sehingga, dapat dikatakan berita ini ditulis secara objektif.

Meskipun, isu ini berawal dari opini publik yang terbentuk atas majalah empo tetapi dengan pertimbangan tempo.co yang lebih mudah diakses oleh orang awam dan menjangkau khalayak yang luas berkat akses internet, dipilihlah tempo.co

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur objektivitas media dalam jaringan Tempo.co dalam memberitakan Jokowi. Berita yang digunakan adalah berita yang dipublikasikan adalah berita dari bulan September-Oktober 2019.

A. Media Baru

Media baru memiliki kaitan yang erat dengan keberadaan internet. Seperti yang dinyatakan oleh Bailey Socha dan Barbara Eber Schmid, media baru (new media) merupakan segala macam benda yang berkaitan dengan internet, teknologi Gambar dan suara (Wahid, 2018: 80).

Dengan adanya akses internet, masyarakat dapat mengakses berbagai macam konten yang mereka inginkan dan berinteraksi dengan sesama penikmat konten. Media baru pun menyajikan konten dengan lebih menarik menggunakan Gambar, video serta suara dan sifat interaktif dapat dirasakan dari bagaimana pengguna media baru dapat secara langsung berinteraksi dengan sesama pembaca konten ataupun dengan perusahaan media itu sendiri

Flew (2005:15) mengungkapkan sebagai media baru, internet juga memunculkan beberapa teknologi di antaranya (Wahid, 2018: 86): Convergence (Konvergensi); Digital Networking (Jaringan Digital); Global Reach (Cakupan Global); Interactivity (Interaktivitas); Many to many communication (komunikasi dari beberapa orang ke beberapa orang lainnya); Konsumen dan produser yang saling memengaruhi isi media; dan Menciptakan pasar (sistem pasar) baru

Jenkins dalam Krisnawati (2013:590) menyebut konvergensi sebagai peredaran konten ke berbagai platform media, kerja sama antara berbagai industri media serta perilaku migrasi audiensi yang senantiasa mencari pengalaman hiburan dari konten media yang mereka konsumsi.

Konvergensi dilakukan untuk menyesuaikan dengan perubahan cara atau kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mencari informasi. Dengan adanya akses internet, banyak media yang melakukan konvergensi media dengan membuat platform media dalam jaringan untuk menjangkau masyarakat lebih luas dikarenakan masyarakat banyak yang berpindah haluan mengakses informasi melalui media online.

B. Media Dalam Jaringan

Menurut Sudiby (2013:96) Media dalam jaringan didefinisikan sebagai segala bentuk media yang menggunakan jaringan internet dan melakukan kegiatan jurnalistik yang memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar yang ditetapkan oleh Dewan Pers.

Media dalam jaringan memiliki beberapa karakteristik (Ward, 2002:21): Immediacy (Kesegeeraan). Berita sangat cepat dan mudah untuk diperbaharui bahkan dapat dilakukan berkali-kali dalam beberapa menit; Multiple Pagination (Sejumlah halaman). Terdiri atas beberapa halaman yang dapat diakses oleh khalayak dengan pemberitaan yang bervariasi topik dan peristiwanya; Multimedia. Menyediakan berbagai variasi konten dari teks, audio, Gambar, suara hingga video yang mudah diakses dan mampu menjangkau berbagai kalangan; Flexible Delivery Platforms (Perangkat Pengiriman yang Fleksibel). Dapat menjadi perangkat untuk mempublikasikan berita dan menjadi tempat penyimpanan berita yang dapat dicari lagi di masa depan serta penyebarannya yang mudah; Archiving (Tempat Penyimpanan). Menjadi sumber informasi yang berharga bagi para pembacanya baik sebagai tempat penyimpanan dan dapat dicari kembali; The Relationship with Reader (Relasi dengan para

pembaca). Berita dikonsumsi secara non-linier (tidak satu arah); Interactivity (Interaktivitas). Interaktivitas yang terjadi dalam media dalam jaringan bervariasi; dan Linkage (Tautan). Dapat menghubungkan antara situs berita media dalam jaringan dan situs lainnya yang berkaitan dengan berita tersebut.

C. Berita

Berita telah menjadi salah satu kebutuhan dasar bagi masyarakat modern di berbagai belahan dunia. Kehadiran berita memberikan informasi serta edukasi bagi para audiensnya. Menurut Jay Friedlander dalam Kusumaningrat & Kusumaningrat (2014: 39), berita merupakan sesuatu yang harus kita ketahui namun kita tidak ketahui, yang baru saja terjadi dan penting dalam hidup kita, sesuatu yang membuat kita terkesan dan menggemparkan, baik itu yang terjadi secara lokal, nasional dan internasional memberikan dampak kepada hidup kita, sebuah kejadian baik ataupun buruk yang tidak terduga.

Definisi lainnya menyatakan berita sebagai sebuah laporan yang paling cepat disajikan dan di dalamnya terdapat fakta ataupun gagasan terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar audiens yang diterbitkan melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi ataupun media online (Sumadria, 2014: 65). Dari kedua Definisi tersebut, berita dapat dinyatakan sebagai sebuah laporan yang harus diketahui, yang cepat dipublikasikan setelah terjadi serta sesuatu yang menarik yang dapat membuat sebagian besar audiens terkesan dan diterbitkan oleh berbagai jenis media.

D. Etika Media Massa

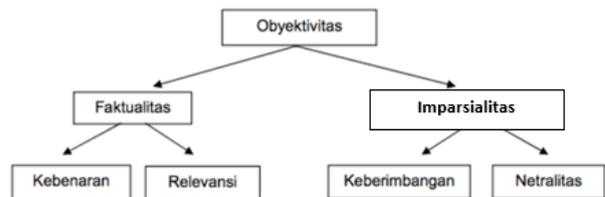
Dalam kehidupan sehari-hari, etika telah menjadi landasan bagi kita untuk berperilaku dan bertindak. Etika merupakan pedoman untuk membedakan mana hal yang baik dan yang buruk. Hal ini pun kita temukan juga pada media massa. Seperti yang pernah dinyatakan oleh Shoemaker & Reese (1991) dalam Nurudin (2015: 252), terdapat beberapa butir penting etika yang berhubungan dengan masalah etika media massa yaitu: Tanggung jawab; Kebebasan pers; Masalah etis; Ketepatan dan objektivitas; Tindakan adil untuk semua orang

E. Objektivitas

Konsep objektivitas erat kaitannya dengan kualitas informasi yang diproduksi oleh media dan menjadi landasan bagi media dalam menyusun berita agar masyarakat dapat teredukasi dengan baik dengan memberikan informasi yang berkualitas.

Menurut Nurudin (2015: 261) Objektivitas merupakan pemberitaan yang berdasarkan fakta-fakta atau realitas di lapangan bukan berdasarkan pandangan ataupun opini wartawan. Sehingga, dengan adanya objektivitas media dapat memberikan batasan antara opini dengan fakta.

Ciri utama dari Objektivitas adalah (McQuail, 2011: 222): Menerapkan posisi keterlepasan dan netralitas terhadap objek yang diliput; Berupaya menghindari untuk terlibat serta tidak memperlihatkan bias atau memihak dalam sebuah perselisihan; dan Objektivitas membutuhkan keterikatan yang kuat pada akurasi dan kriteria kebenaran lainnya (seperti relevansi dan keutuhan), tidak ada agenda tersembunyi atau melayani pihak ketiga. Terdapat beberapa kata kunci yang dapat kita tekankan yang berhubungan dengan objektivitas yakni netralitas, pernyataan yang benar, tidak memihak, tidak menyesatkan, adanya pernyataan yang esensial dan terperinci serta terikat secara kuat pada kriteria kebenaran.



Gambar 1. Skema Objektivitas Westersthal (McQuail, 2011:224)

Skema objektivitas Westersthal pada Gambar 1, merumuskan dimensi-dimensi dari objektivitas. Westersthal menggunakan skema Objektivitas untuk mengukur tingkat keseimbangan dan netralitas sebuah pemberitaan. Skema tersebut terdiri atas dua dimensi yaitu aspek kognitif yang bertautan dengan kualitas informasi atau faktualitas serta aspek evaluatif (imparsialitas).

Untuk referensi lebih baik skema objektivitas dijabarkan secara detail. Berikut adalah penjabarannya (Siahaan, 2001:66):

1. Dimensi Faktualitas. Faktual. Berkaitan dengan sifat fakta yang terbagi atas dua yaitu fakta sosiologis dan fakta psikologis. Fakta sosiologi sendiri merupakan pemberitaan yang berisikan tentang sebuah peristiwa atau kejadian nyata. Sementara itu, Fakta psikologi mencakup pemberitaan berupa pernyataan ataupun opini terhadap suatu kejadian maupun gagasan. Akurasi. Melakukan cek dan re-check untuk mengetahui kecermatan atau ketepatan data dengan menguji kebenaran serta mengkonfirmasi data terhadap subjek, objek atau saksi kejadian sebelum berita dipublikasikan.

Pemberitaan yang dibuat memiliki kaitan dengan standar jurnalistik atau memenuhi enam nilai berita yakni Proximity psikografis (kedekatan secara psikologis), proximity geografis (kedekatan secara geografis), timeliness (kesegeraan), significance (kepentingan), prominence (tokoh yang terlibat), magnitude (luasnya dampak).

2. Dimensi Imparsialitas. Sejauh mana jengjang ulasan subjektivitas wartawan baik dari segi penilaian, interpretasi dan opini pribadi. Agar hal tersebut tidak diikutsertakan saat menggarap fakta menjadi berita.

Sub-dimensi Netralitas. Seberapa jauh sikap wartawan untuk tidak memihak dalam menulis berita. Hal ini dapat dinilai melalui beberapa indikator, yaitu penggabungan antara opini dan fakta, kesesuaian isi serta judul dan dramatisasi yang dapat dijabarkan sebagai berikut: Penggabungan antara opini & fakta. Adanya penyajian opini pribadi dari wartawan selain fakta dari peristiwa yang diberitakan. Di mana penggabungan antara fakta dan opini tersebut tidak sesuai dengan netralitas yang harus diterapkan. Kesesuaian isi & judul. Adanya kesesuaian antara judul artikel berita dengan isi artikel berita yang dapat dilihat pada setiap paragraf berita.

3. Dramatisasi. Fakta yang disajikan dalam berita tidak proporsional dan memunculkan impresi berlebihan setelah membaca berita. Hal ini terlihat dari bagaimana wartawan mengolah informasi yang didapatkan menjadi berita serta ilustrasi yang digunakan dalam berita tersebut.

Menyajikan segi evaluatif dari pendapat, komentar, pemaknaan fakta-fakta yang didapatkan dari pihak-pihak tertentu. Keseimbangan ini dapat dilihat dari dua indikator: Akses proporsional atau setara. Wartawan mengakses informasi secara setara dengan mengungkap fakta dari dua sisi terkait sebuah peristiwa. Nurudin (2018:91) menegaskan bahwa dua sisi tidaklah cukup, akan lebih baik lagi jika dapat diliput dari berbagai segi dan sisi sehingga dapat melihat alur peristiwa secara mendalam; dan Evaluasi yang diberikan setara. Wartawan mampu menyajikan hasil evaluasi dari dua sisi, baik itu positif ataupun negatif terkait fakta ataupun pihak-pihak yang menjadi bahan berita secara berimbang dan proporsional. Sehingga, berita dapat dikatakan sebagai berita yang netral dan tidak memihak.

II. METODE PENELITIAN

A. Landasan Teori

Teori tanggung jawab sosial dinyatakan sebagai kebebasan positif yang menekankan bahwa hak

penyiaran harus berjalan bersama dengan kewajiban bagi masyarakat luas (tujuan sosial) yang lebih penting dari kepentingan media itu sendiri (McQuail, 2011:204).

Teori tanggung jawab sosial merupakan salah satu dari Teori Normatif Media yang dibagi atas menjadi empat model. Model tanggung jawab sosial sendiri merupakan alterasi dari teori liberitarian atau modal pluralis liberal.

Menurut Kusumaningrat & Kusumangirngat (2014: 21), Teori tanggung jawab sosial ini juga dipaparkan berdasarkan asumsi bahwa prinsip-prinsip dalam teori pers libertarian terlalu menyederhanakan permasalahan, tidak berhasil memahami permasalahan yang ada, hanya menyiarkan berita demi profit.

Oleh karena itu, Teori tanggung jawab sosial menjadi sebuah jawaban bagi media dalam memenuhi perannya. Teori ini dikatakan sebagai kebebasan positif yang menekankan bahwa hak penyiaran harus berjalan bersama dengan kewajiban bagi masyarakat luas (tujuan sosial) yang lebih penting dari kepentingan media itu sendiri (McQuail, 2011:204).

B. Paradigma Penelitian

Paradigma dari penelitian ini adalah positivistik (empiris). West & Turner (2011:75) menyatakan paradigma positivistik memiliki asumsi bahwa realita harus dilihat secara objektif, sehingga penelitian yang dilakukan harus bebas dari nilai subjektif dan sesuai dengan konsep penting yang ada dalam teori.

Penelitian ini akan melihat realita yakni berita Jokowi yang diberitakan oleh Tempo.co untuk menilai Objektivitas dari media dalam jaringan Tempo.co tanpa adanya subjektivitas dari peneliti atau lepas dari nilai serta pandangan yang dimiliki oleh peneliti.

C. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Di mana pendekatan ini mengubah data yang diamati oleh peneliti dan mengolahnya menjadi dalam bentuk angka lalu kemudian menganalisis angka-angka tersebut (West & Turner, 2011:75).

Penggunaan pendekatan kuantitatif diharapkan dapat mengukur fenomena dan mengaitkan fenomena tersebut dengan teori yang akan digunakan sebagai variabel-variabel untuk diukur yang menghasilkan sebuah data dalam bentuk angka.

Fokusnya pada mengkaji konten dalam bentuk artikel pemberitaan Jokowi yang dipublikasikan oleh tempo.co, untuk melihat apakah tempo.co telah menjalankan perannya sebagai media yang objektif sesuai dengan kode etik yang berlaku.

D. Metode Penelitian

Menurut Kriyantono (2014:60), analisis isi merupakan metode yang digunakan untuk Menurut Kriyantono (2014:60), analisis isi merupakan metode yang digunakan untuk

Sehingga, analisis isi dapat disimpulkan sebagai metode riset yang terdiri atas prosedur yang terstruktur dan bersifat objektif untuk mendapatkan kesimpulan. Analisis isi juga memiliki enam ciri-ciri, berikut adalah ciri-ciri analisis isi menurut Eriyanto (2015:16-30): Objektif; Sistematis; Replikabel; Isi yang tampak; Perangkuman; dan Generalisasi

E. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan mengamati artikel tentang Presiden Jokowi yang diterbitkan oleh tempo.co dari tanggal 16 September 2019 sampai dengan 17 Desember 2019. Hal ini ditentukan berdasarkan adanya opini yang beredar mengenai media tempo setelah tempo.co menerbitkan majalah bersampul Jokowi dengan bayangan pinocchio pada edisi 16 september-22 september 2019.

F. Teknik Pengumpulan Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah berita Jokowi yang telah dipublikasikan oleh Tempo.co sepanjang 16 September 2019 sampai dengan 17 Desember 2019 yang dikumpulkan melalui mesin pencari situs google. Total dari populasi sebanyak 391 artikel.

Penentuan sampel akan menggunakan rumus untuk metode penelitian analisis isi (Eriyanto, 2015:167):

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

Keterangan:

Z : Nilai tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% maka nilai z= 1,96

P(1-P) : Variasi populasi. Dinyatakan dalam bentuk proporsi yang dibagi menjadi dua bagian dengan total 100% yaitu 50:50

E : Kesalahan sampel yang dikehendaki. Penelitian ini menggunakan sampling error 5% atau 0,05

N : Jumlah Populasi

$$n = \frac{1.96^2 \cdot [0.5(1 - 0.5)] \cdot 391}{1.96^2 \cdot [0.5(1 - 0.5)] + (391 - 1) \cdot 0.05^2}$$

$$n = 194$$

Berdasarkan perhitungan rumus, jumlah sampel yang digunakan adalah sejumlah 194 artikel.

G. Teknik Pengumpulan Data

Data Primer akan dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi dengan mengunduh artikel Jokowi yang dipublikasikan oleh Tempo.co dari 16 September 2019-17 Desember 2019. Proses dokumentasi menggunakan application programming interface (API) atau biasa disebut antarmuka pemrograman aplikasi pada mesin pencari situs milik google dengan menggunakan perintah site: tempo.co dan melakukan pengaturan pada tanggal untuk mengerucutkan pada hasil yang diinginkan.

Berupa sumber literatur seperti jurnal, buku, skripsi serta data lainnya yang dapat melengkapi penelitian ini dan akan dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi juga.

H. Uji Validitas & Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur keabsahan alat ukur yang akan digunakan. Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan oleh seorang ahli dari Dewan Pers. Eriyanto (2015:259) menyatakan validitas ada hubungannya dengan apakah alat ukur yang dipakai sudah tepat untuk mengukur konsep yang ingin diukur. Dengan menggunakan alat ukur yang valid, maka hasil temuan-temuan yang dihasilkan akan terjamin kualitasnya serta dapat dipercaya.

2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengukur hasil koding yang dilakukan oleh kedua koder mendapatkan hasil dengan kesimpulan yang sama tanpa menampilkan penafsiran subyektif yang berbeda-beda antar para koder yang terlibat (Rumata,2017:119). Eriyanto menegaskan bahwa alat ukur yang digunakan selain valid harus juga memiliki tingkat handal yang tinggikan tidak boleh terdapat perbedaan tafsir antara satu orang koder dengan koder yang lain untuk hasil penelitian yang objektif. (2015:281)

Uji reliabilitas menggunakan rumus Holsti (Eriyanto,2015: 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

Di mana setiap kategori harus mendapatkan hasil di atas 75% agar dapat dinyatakan reliabel (Kriyantono, 2014: 240). Proses ini dibantu oleh dua koder dengan kriteria mahasiswa ilmu komunikasi dengan IPK di atas 3.50

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Melalui hasil uji validitas yang dilakukan oleh Ahli, indikator dari konsep objektivitas yang digunakan ini dinilai baik dan relevan oleh ahli. Seperti pada Tabel 1.

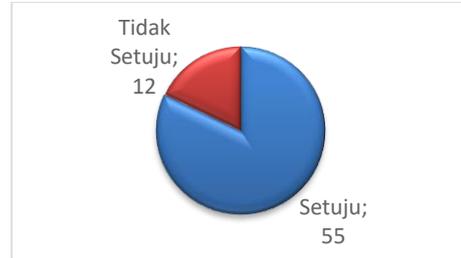
Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konsep Objektivitas

Indikator	Keterangan
Fakta sosiologis yakni fakta akurat terkait peristiwa yang diberitakan dengan elemen 5w+1H	Sangat Relevan
Fakta psikologis berupa komentar ataupun pernyataan dari narasumber terkait berita yang diberitakan	Relevan
Penggabungan dari kedua fakta sosiologis dan psikologis	Relevan
Mencantumkan atribusi berupa nama, jabatan ataupun pekerjaan dari narasumber agar dapat melakukan proses <i>check & re-check</i>	Sangat Relevan
Berita memenuhi standar jurnalistik dengan memenuhi salah satu dari enam <i>news value: significance, magnitude, prominence, timeliness, proximity</i>	Sangat Relevan
Tidak adanya penggabungan antara fakta dengan opini wartawan yang sifatnya tidak netral	Sangat Relevan
Judul dan isi berita sesuai di mana judul utama ditulis berdasarkan kalimat yang digunakan pada isi berita ataupun kutipan yang ditampilkan pada berita	Sangat Relevan
Judul dan Isi berita tidak menggunakan bahasa yang dilebih-lebihkan (hiperbola)	Sangat Relevan
Mengungkap fakta dari berbagai sisi dan pihak yang terlibat secara mendalam dan proporsional	Sangat Relevan
Berita bersifat netral dengan tidak memberikan kesan mendukung ataupun menyudutkan tokoh yang diberitakan melalui penyajian fakta ataupun pernyataan positif dan negatif secara berdampingan	Sangat Relevan

Di mana dari delapan dari sepuluh indikator dinilai sangat relevan dan dua lainnya dinilai relevan. Jika dihitung dengan menggunakan presentase masa keseluruhan indikator dapat dinilai 95 dari 100.

B. Uji Reliabilitas

1. Kategori Kebenaran Faktual



Gambar 2. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Kebenaran Faktual

Pada Gambar 2. Melalui hasil uji reliabilitasterdapat 55 sampel artikel yang hasilnya disetujui dari kedua koder dengan dari 67 artikel. Dengan perhitungan rumus holsti, pada kategori kebenaran faktual mendapatkan hasil 82%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita.

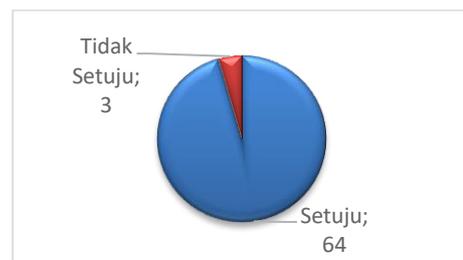
2. Kategori Kebenaran Akurasi



Gambar 3. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Kebenaran Akurasi

Berdasarkan Gambar 3. hasil uji reliabilitias terdapat 66 artikel yang hasilnya disepakati oleh kedua koder dan melalui perhitungan rumus holsti, kategori ini mencapai 98%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita.

3. Kategori Relevansi

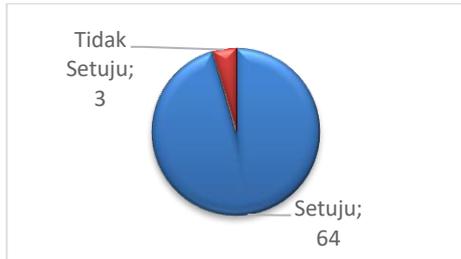


Gambar 4. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Relevansi

Pada Gambar 4 kategori relevansi terdapat 64 artikel yang hasilnya disepakati oleh kedua koder.

Melalui perhitungan rumus holsti, kategori ini mencapai 95%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita.

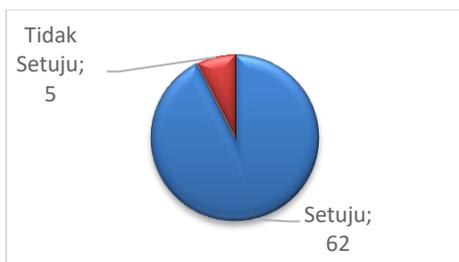
4. Kategori Penggabungan antara Fakta dan Opini



Gambar 5. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Penggabungan antara Opini dan Fakta

Berdasarkan Pada Gambar 5. hasil uji reliabilitas terdapat 58 artikel yang hasilnya disepakati oleh kedua koder dan melalui perhitungan rumus holsti, kategori ini mencapai 86%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita.

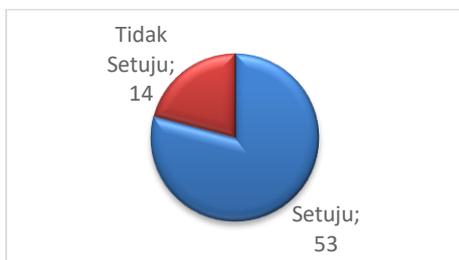
5. Kategori Kesesuaian Isi dan Judul



Gambar 6. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Kesesuaian Isi dan Judul

Pada Gambar 6 kategori ini terdapat 62 artikel yang hasilnya disepakati oleh kedua koder. Melalui perhitungan rumus holsti, kategori ini mencapai 92%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita.

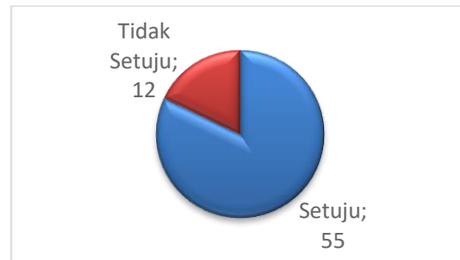
6. Kategori Dramatisasi



Gambar 7. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Dramatisasi

Berdasarkan Pada Gambar 7 hasil uji reliabilitas terdapat 53 artikel yang hasilnya disepakati oleh kedua koder dan melalui perhitungan rumus holsti, kategori ini mencapai 79%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita.

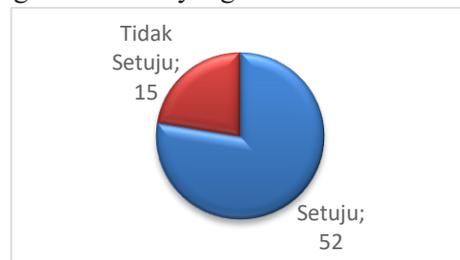
7. Kategori Mengungkap dari Berbagai Sisi



Gambar 8. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Mengungkap dari Berbagai Sisi

Pada Gambar 8 kategori mengungkap dari berbagai sisi terdapat 55 artikel yang hasilnya disepakati oleh kedua koder. Melalui perhitungan rumus holsti, kategori ini mencapai 82%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita

8. Kategori Evaluasi yang Setara



Gambar 9. Diagram Uji Reliabilitas Kategori Evaluasi yang Setara

Berdasarkan Pada Gambar 9 hasil uji reliabilitas terdapat 52 artikel yang hasilnya disepakati oleh kedua koder dan melalui perhitungan rumus holsti, kategori ini mencapai 77%, sehingga kategori ini dinyatakan reliabel untuk menganalisis sampel berita.

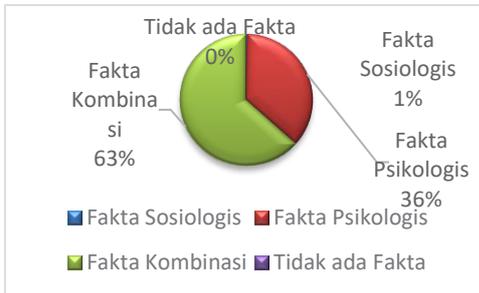
C. Objektivitas Berita Jokowi

Dari seluruh sampel berita ditemukan terdapat delapan tema terkait pemberitaan sosok Jokowi yaitu kinerja, aktivitas atau agenda, kesan, penyusunan kabinet, politik, penghargaan dan kehidupan pribadi. Tema yang mendominasi adalah terkait dengan kinerja di mana terbagi lagi menjadi tujuh topik yakni kebijakan, korupsi, HAM, infrastruktur, ekonomi, bencana alam dan umum. Dari ketujuh topik tersebut, topik yang paling sering diliput adalah terkait kebijakan serta penanganan korupsi dan HAM.

1. Kategori Kebenaran Faktual

Berdasarkan Pada Gambar 10 hasil koding yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat 123 sampel atau sebesar 63% yang memiliki Fakta Kombinasi. Sedangkan untuk fakta sosiologis hanya terdapat satu sampel berita atau 1%. Berita dengan fakta psikologis menjadi kedua terbanyak dengan jumlah 70 sampel

berita atau 36% dan tidak ada berita yang memuat tanpa fakta. Jika dilakukan analisis berdasarkan tema, berita dengan tema kinerja menjadi berita terbanyak yang menampilkan fakta kombinasi dan fakta psikologis.



Gambar 10. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Kebenaran Faktual

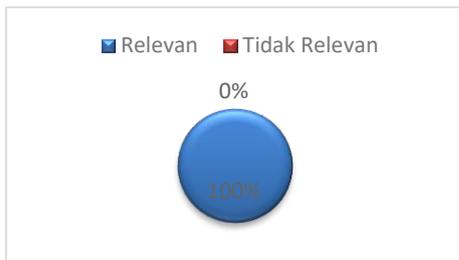
2. Kategori Kebenaran Akurasi



Gambar 11. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Kebenaran Akurasi

Pada Gambar 11 kategori kebenaran akurasi, seluruh sampel berita mampu menampilkan atribusi untuk dilakukan verifikasi ulang.

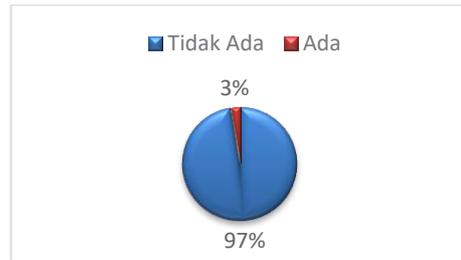
3. Kategori Relevansi



Gambar 12. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Relevansi

Berdasarkan Pada Gambar 12 hasil koding yang telah dilakukan oleh peneliti seluruh 194 sampel mampu memenuhi kategori ini. Seluruh berita yang dipublikasi memenuhi salah satu dari nilai berita (proximity, timeliness, significance, prominence, magnitude. Seluruh berita sendiri merupakan pemberitaan sosok Jokowi yang sudah memenuhi nilai prominence atau penokohan. Jika dilihat dari tema-tema yang diliput pun mampu memenuhi salah satu ataupun lebih dari satu nilai berita.

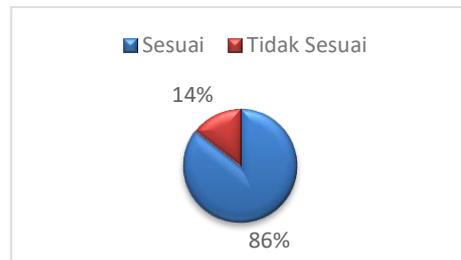
4. Kategori Penggabungan antara Fakta dan Opini



Gambar 13. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Penggabungan antara Fakta dan Opini

Pada Gambar 13 kategori penggabungan antara fakta dan opini peneliti menemukan sebanyak 189 sampel berita (97%) yang tidak ditemukan adanya penggabungan antara fakta dengan opini pribadi wartawan. sedangkan lima sampel lainnya (3%) dapat ditemukan adanya penggabungan antara fakta dengan opini pribadi wartawan. Berita yang tidak memenuhi kategori tersebut adalah berita bertema kinerja dan pidato. Di mana empat dari lima berita yang ditemukan adanya opini pribadi wartawan merupakan berita terkait kinerja.

5. Kategori Kesesuaian Isi dan Judul



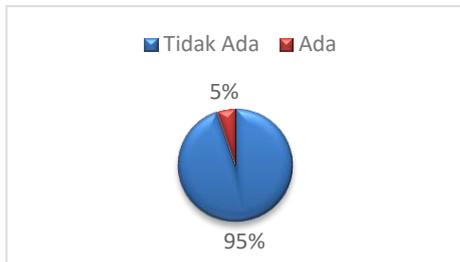
Gambar 14. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Kesesuaian Isi dan Judul

Berdasarkan Pada Gambar 14 hasil koding yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat 166 sampel atau sebesar 86% yang judul dengan isi beritanya sesuai. Sedangkan untuk 28 sampel lainnya tidak sesuai karena pada judul berita tidak berasal dari kalimat ataupun kutipan yang ditampilkan dalam berita. Lima tema berita dapat ditemukan dari sampel berita yang tidak dapat memenuhi kategori ini yaitu tentang kinerja, penyusunan kabinet, pidato, politik dan kesan. Berita terkait kinerja masih menjadi yang paling dominan dalam tidak memenuhi kategori.

Sampel berita yang tidak memenuhi kategori ini adalah berita yang tidak adanya sinkronasi atau adanya perbedaan antara judul dengan isi berita. Kesesuaian antara isi dan judul ditandai dengan penggunaan kutipan ataupun sepenggal kalimat dari isi berita pada judul. Seperti pada salah satu sampel yang berjudul “Kawal Progres Iklim Investasi di Indonesia,

Jokowi Gelar Ratas” isi artikel beritanya mengenai upaya penanaman modal untuk meningkatkan iklim investasi.

6. Kategori Dramatisasi



Gambar 15. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Dramatisasi

Pada Gambar 15 kategori dramatisasi peneliti menemukan sebanyak 184 sampel berita (95%) yang tidak ditemukan dramatisasi, sedangkan 10 sampel lainnya (5%) dapat ditemukan adanya dramatisasi atau penggunaan bahasa yang berlebihan pada judul ataupun isi berita. Berita dengan tema kinerja, pidato dan penyusunan kabinet dapat ditemukan pada sampel berita yang tidak memenuhi kategori dramatisasi. Tema kinerja menduduki posisi pertama dari ketiga tema tersebut. Dari tema kinerja tersebut membahas tentang topik kebijakan dan bencana alam.

Berita yang masuk pada kategori ini ditemukan adanya penggunaan bahasa yang terlalu berlebihan. Dari seluruh sampel ditemukan baik dari judul ataupun isi berita namun, penggunaan bahasa hiperbola tersebut masih lebih didominasi pada isi berita.

7. Kategori Mengungkap dari Berbagai Sisi



Gambar 16. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Mengungkap dari Berbagai Sisi

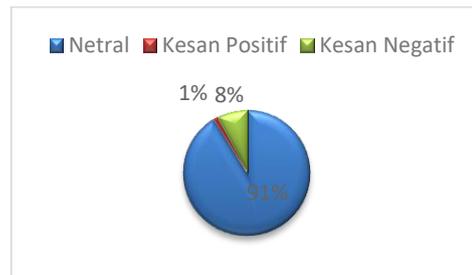
Berdasarkan Pada Gambar 16 hasil koding yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat 117 sampel atau sebesar 60% yang melakukan pengungkapan dari berbagai sisi Sedangkan untuk 77 sampel lainnya hanya melakukan pengungkapan dari satu sisi saja. Kategori ini menjadi kategori yang paling banyak tidak dapat dipenuhi oleh sampel berita yaitu sebanyak 40% tidak memenuhi kategori ini. Tema kinerja masih menjadi yang tema yang paling

dominan tidak memenuhi kategori pengungkapan dari berbagai sisi.

Secara lebih mendetail, dari tema kinerja terdapat tiga topik yang mendominasi yaitu terkait kebijakan, korupsi dan HAM dengan jumlah berita untuk masing-masing topik sebanyak 10-15 berita.

Berita yang tidak memenuhi kategori adalah berita yang meliput dari berbagai pihak. Dari sampel berita, dapat terlihat banyak berita yang dibuat berdasarkan pernyataan satu orang narasumber ataupun dari satu pihak saja.

8. Kategori Evaluasi yang Setara



Gambar 17. Diagram Hasil Pengujian Objektivitas Kategori Evaluasi yang Setara

Pada Gambar 17 kategori evaluasi yang setara peneliti menemukan sebanyak 177 sampel berita (91%) yang memberikan kesan pemberitaan yang netral dengan adanya pemberitaan yang tidak terkesan menyudutkan ataupun mendukung tokoh yang diberitakan. Selain itu terdapat hanya 2 berita (1%) yang memberikan kesan positif ataupun pro terhadap tokoh ataupun peristiwa yang diberitakan. Sedangkan 15 sampel lainnya (8%) merupakan berita yang memberikan kesan negatif atau kontra.

Sehingga dapat disimpulkan pada kategori evaluasi yang setara, sampel berita Tempo.co secara yang tidak dapat memenuhi kategori ini secara dominan menerbitkan berita yang sifatnya negatif. Berita dengan tema kinerja menjadi berita yang dominan diberitakan secara negatif. Dari 15 sampel berita negatif, 14 sampel merupakan berita dengan tema kinerja. Selain itu, topik pada tema kinerja yang diberitakan secara negatif adalah topik mengenai korupsi dan HAM.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap pemberitaan Jokowi pada Tempo.co, dapat dinyatakan secara keseluruhan tingkat objektivitas Tempo.co adalah sebesar 51.03%. Hal tersebut dikarenakan dari 194 sampel yang telah diambil 391 populasi, sebanyak 99 sampel berita yang objektif.

Tempo.co tidak mampu memenuhi seluruh kategoripada dimensi Imparsialitas yaitu kategori penggabungan antara fakta dan opini,kesesuaian isi dan judul, dramatisasi,pengungkapan dari berbagai sisi serta evaluasi yang setara.

Kategori pengungkapan dari berbagai sisi menjadi kategori yang paling banyak yang tidak dapat dipenuhi oleh sampel berita. Sebanyak 77 berita atau 40% dari sampel tidak memnuhi kategori tersebut. Selain itu, pada kategori evaluasi yang setara di mana masih terdapat berita yang tidak netral didominasi oleh berita yang sifatnya negatif yang terkesan kontra ataupun memojokkan sosok Jokowi.

Dari berita yang sudah diklasifikasikan berdasarkan tema, tema yang paling banyak tidak dapat memenuhi konsep objektivitas adalah berita terkait kinerja. Apabila dilihat secara detail, tiga topik teratas pada tema kinerja yang paling sering tidak dapat memenuhi konsep objektivitas adalah topik mengenai kebijakan yang dibuat, penanganan korupsi dan isu HAM.

Berita terkait penanganan korupsi menjadi berita yang paling banyak tidak memenuhi kategori dalam dimensi imparsialitas yaitu kategori pencampuran fakta dan opini, kesesuaian isi dan judul, pengungkapan dari berbagai sisi serta evaluasi yang setara. Selain itu, berita tentang isu korupsi dan HAM menjadi berita yang memberikan kesan negatif.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi saran bagi wartawan Tempo.co untuk menerapkan prinsip objektivitas dalam menyusun sebuah berita. Selain itu, Tempo.co dapat menghadirkan fitur tautan yang lebih mudah dan jelas untuk digunakan oleh pengguna agar dapat membaca artikel-artikel yang saling berkaitan.

V. DAFTAR RUJUKAN

- Aji, M R.(2019).” Jokowi Minta Tunda RKUHP, KontraS: Tak Usah Dipuji, Tetap Waspada”.[online].Diakses 11 Februari 2021 dari <https://nasional.tempo.co/read/1250376/jokowi-minta-tunda-rkuhp-kontras-tak-usah-dipuji-tetap-waspada>
- Arigi, F. (2019).” Walhi: Jokowi Harusnya Tak Sekedar Ancam Copot Kapolda. Tapi...”.[online].Diakses 11 Februari 2021 dari <https://nasional.tempo.co/read/1249365/walhi-jokowi-harusnya-tak-sekedar-ancam-copot-kapolda-tapi/full&view=ok>

- Eriyanto. (2015). Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Krisnawati, A. (2013). ”The Repotition of Communication in The Dynamic of Convergence -Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi”. KONVERGENSI DAN KONGLEMARASI BISNIS MEDIA. hlm 588-602.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kusumaningrat, Hikmat, Purnama, Kusumaningrat. (2014). *Jurnalistik Teori & Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi* McQuail Ed.6. Jakarta: Salemba Humanika
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Nurudin. (2018). *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: Rajwali Pers
- Rumata, V. M.. (2017).”Journal of Strategic Communication,Vol. 7, No. 2Maret 2017 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila”.OBJEKTIVITAS BERITA DI HARIAN KOMPAS DAN KOMPAS.COM (ANALISIS ISI PEMBERITAAN KASUS PEMBUNUHAN ENGELINE). hlm 40-53
- Siahaan, H. M, dkk. 2001. *Pers yang Gaman, Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur*. Surabaya : Lembaga Studi Perubahan Sosial
- Sudibyo, A. (2013). *50 Tanya-Jawab Tentang Pers: Panduan Praktis untuk Pejabat, Politisi, Selebritas, Pengusaha dan Wartawan*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia
- Sumadria, A S H. (2014). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Wahid, U. (2018). *Komunikasi Politik: Teori, Aplikasi, Konsep pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ward, Mike. (2002). *Journalism Online*. Oxford: Focal Press.
- West, R, Turner, L. H. (2011). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.Prenadamedia Group.