

**Objektivitas Media Daring dalam Pemberitaan Polemik Revisi Peraturan
Menteri Perhubungan No. 32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia**

Oleh:

MIFTAHUL IKHSAN

NIM. 14321001

PUJI RIANTO, S.IP., M.A

NIDN: 0503057601

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

OBJEKTIVITAS MEDIA DARING DALAM PEMBERITAAN POLEMIK REVISI PERATURAN MENTERI PERHUBUNGAN NO 32 TAHUN 2016 DAN TARIF BARU TAKSI DARING

Miftahul Ikhsan

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Menyelesaikan Studi Pada Tahun 2018

PUJI RIANTO, S.IP., M.A

Staff Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Abstract

This study refers to the value of objectivity in the online media coverage. The news will be analyzed on three different online media, they are Detik.com, Kumparan.com and Merdeka.com which contains the polemical revision of Minister of Transportation Regulation No. 32/2016 and the new tariff of online taxi. In this research, researcher choose the period of the news is from March 20, 2017 to April 10, 2017. The objectivity were measured by using Imparsiality that there are two dimensions. The two dimensions are Balance and Neutrality. In the dimensions of balance there are sub dimensions of the balance of sources (source bias) and criticism and praise in the news (slant). While on Neutrality there are sub dimensions of news sensationalism, Hyperbolic sentences, Stereotype or the use of attributes, Juxtapostion which means 2 different facts in news that look the same and the circages.

The research method used in this research is quantitative content analysis. The results and discussion shows that the news on the three online media (Detik.com, Kumparan.com and Merdeka.com) has been proven to violate the objective news criteria. The violation is found in the dimensions of Imparsiality in the news of the

three online media, especially in the dimensions of Source Bias and Slant. From these results are show that the news media online Kumparan.com is clean and objective online media during the polemic revision period of ministerial of Transportation regulation number 32/2016 and new ratesof taxis online.

Key Word: *polemical,objectivity,impasilatity,balance and neutrality*

Objektivitas dalam pemberitaan sangatlah penting karena masyarakat sebagai pengonsumsi media massa harus mengetahui tentang apa yang sebenarnya terjadi. Pada dasarnya, arti kata objektivitas adalah tidak memihak pihak manapun. Ada banyak tokoh mendefinisikan tentang apa itu objektivitas, salah satunya Walter Cronkite yang dalam bukunya Knowlton medefisinikan objektitivas secara singkat, bagaimanaa seorang jurnalis harus melaporkan realitas yang terjadi sesuai dengan fakta dan tanpa adanya suntikan prasangka dari pendapat pribadi¹. Maka seharusnya, jurnalis dalam menuliskan beritanya yang kemudian di terbitkan haruslah menyampaikan dengan fakta. Fakta yang sesungguhnya terjadi di lapangan dan tidak menambahkan pendapat pribadinya. Hal tersebut penting agar berita yang sampai kepada pembaca (masyarakat) tidaklah bercampur dengan emosi dari penulis, tetapi masyarakat mengetahui peristiwa yang terjadi sebenarnya, sehingga tidak adanya masyarakat yang membangun presepsi baru, karena jika itu terjadi akan berakibat menimbulkan konflik yang baru berikutnya.

Tidak hanya media cetak saja dalam pemberitaanya harus menggunakan nilai berita objektivitas. Melainkan media daring juga harus menggunakan nilai objektivitas dalam pemberitaan. Jurnalisme daring tentunya sudah lama ada di Indonesia. Pada saat itu diawali dengan munculnya detik.com sebagai media daring pertama. Menurut Romli, Jurnalistik Daring merupakan proses pengumpulan,

¹ Steven Maras, *Objectivity in Journalism* (politt press , 2013) , Hal 7

penulisan, penyuntingan, dan penyerbarluasan berita secara daring di Internet². Dari pengertiannya sebenarnya sama dengan jurnalistik media cetak, hanya saja cara menerbitkan beritanya saja yang berbeda secara medianya.

Pemberitaan di media daring tentunya banyak sekali terlebih media daring jika ada peristiwa yang sedang *booming* akan segera keluar di media daring. Salah satu pemberitaan yang tidak luput dari pemberitaan media daring yaitu polemik revisi peraturan menteri perhubungan no. 32/2016 dan tarif baru taksi daring Peraturan menteri perhubungan no. 32/2016 tersebut dibuat untuk perusahaan taksi daring dengan tujuan sebagai solusi atas keributan antar taksi daring dan taksi konvensional. Tetapi pada saat dilapangan, yang terjadi bukan sebagai solusi karena menurut taksi daring adanya peraturan baru tersebut justru menjadi masalah baru untuk perusahaan taksi daring. Hal ini menyebabkan adanya konflik baru antara taksi daring dengan Kementrian Perhubungan. Bukan itu saja, Kementrian Perhubungan juga terus mendapat dorongan dari taksi konvensional untuk tetap diberlakukan peraturan tersebut sebagai bentuk keadilan bagi mereka.

Melalui konflik yang melibatkan 3 pihak yang saling berkaitan peneliti menemukan keberlangsungan berita secara terus menerus yang di lakukan oleh media daring Detik.com. Terbukti pada tanggal 20-26 Maret 2017 menjadikan topik pada pemberitaan polemik revisi peraturan menteri perhubungan no 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring. Topik pemberitaan tersebut kemudian dijadikan oleh Detik.com fokus berita didalam *fiture* pada webnya. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji isi berita untuk mengetahui nilai objektivitas berita yang terdapat di dalam media daring terpilih Detik.com. Detik terkenal dengan kecepatannya menyajikan berita berita terhangat.

² Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Daring :Panduan Praktis Mengelola Media Daring* (Bandung, Nuansa Cindekia,2012) hal 11.

Selain Detik.com, kemudian ada media daring Merdeka.com yang peneliti pilih. Peneliti menemukan berita terbitan dari merdeka.com ini dengan judul yang mengandung dengan keberpihakan pada salah satu pihak. Terbukti dengan pemberitaan pada tanggal 29 Maret 2017 dengan judul berita **“Aturan Pemerintah yang Merugikan Penumpang”**. Dengan judul dan isinya, peneliti beranggapan Merdeka.com telah melakukan keberpihakan pada taksi daring. Karena Merdeka.com dengan jelas menuliskan, sebenarnya aturan baru taksi tersebut hanya akan merugikan masyarakat dengan tarif yang semula murah menjadi lebih mahal. Maka dengan salah satu bukti diatas, peneliti ingin mengkaji isi berita untuk mengetahui nilai objektivitas berita yang terdapat di dalam media daring terpilih Merdeka.com

Terakhir media yang di pilih adalah media daring Kumparan.com. Peneliti menemukan ada beberapa berita mengenai polemik revisi peraturan menteri perhubungan ini yang tidak sesuai. Karena dari yang peniliti temukan beberapa berita terdapat unsur keberpihakan kepada taksi daring. Dengan cara mencari narasumber dari para petinggi-petinggi (pejabat). Contoh saja berita pada tanggal 27 Maret 2017. Yaitu berjudul **“Demokrat Kritik Kebijakan Pemerintah soal Transportasi Daring”**. Peneliti beranggapan bahwa hal yang semacam ini yang dapat menimbulkan presepsi keberpihakan oleh media kumparan.com ini.. Peniliti akan melakukan analisis isi terhadap media daring terpilih (Detik.com, Merdeka.com dan Kumparan.com) pada periode pemberitaan tanggal 20 Maret 2017 – 10 April 2017.

Analisis isi yang di lakukan oleh penulis pada ketiga media daring tersebut agar mengerti bagaimana objektivitas dalam isi pemberitaan. Yang akan menarik kesimpulan dari sebuah fenomena yang terjadi dan di beritakan oleh media daring tersebut. Dengan analisis isi diharapkan peniliti bisa mempelajari bagaimana gambaran sebenarnya dari isi suatu karakteristik pesan. Selain itu, dapat peneliti lihat juga mana yang diuntungkan atau dirugikan, pihak mana yang menindas maupun tertindas

Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan hasil dari perbandingan isi berita dan melihat ke objektivitas dari ketiga media daring (Detik.com, Merdeka.com dan Kumparan.com) pada pemberitaan Polemik Revisi Peraturan Menteri Perhubungan No 32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk pengembangan pada kajian di bidang komunikasi massa dan analisis media massa (Analisis isi).

2. Manfaat Sosial

- Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah koreksi bagi lembaga media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com untuk dapat tetap berpegang teguh pada isi berita yang objektif dan tetap melayani masyarakat dengan kebenaran dari suatu peristiwa.

Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 penelitian terdahulu sebagai tinjauan pustaka sebagai acuan untuk membantu dalam pembuatan penelitian ini. Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya adalah pertama penelitian yang berjudul *Objektivitas Media Daring Republika.co.id dalam Pemberitaan Kasus “Penolakan Ahok Sebagai Gubernur Jakarta (Analisis Isi Deskriptif Pemberitaan Mengenai Penolakan Ahok Sebagai Gubernur DKI Jakarta Edisi September – Desember 2014 di Media Daring Republika.co.id)”* penelitian ini ditulis oleh

Hadrus Salam mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung pada tahun 2015.

Peneliti mengambil sebuah penarikan sampel dengan menggunakan sample purposive. Dan sample yang diambil hanya sepuluh berita dari media daring Republika.co.id. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa unsur objektivitas pada pemberitaan penolakan Ahok. Bahwa media berita daring Republika.co.id sebagai media yang bercitra islam. Menyikapi permasalahan keyakinan seseorang dalam penolakan Ahok sebagai gubernur dinyatakan telah memenuhi syarat objektivitas.

Penelitian terdahulu yang kedua yaitu jurnal yang berjudul **“Objektivitas Pemberitaan PT Merpati Nusantara di Media Daring”** Penelitian ini di tulis oleh Simon Agus P. R dan Saifuddin Zuhri . Tulisan ini berasal dari program studi ilmu komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur. Dimuat didalam jurnal ilmu komunikasi (VoL. 7 No. 2 Oktober 2015). Penelitian ini mempunyai tujuan. Tujuan tersebut untuk mengetahui seberapa objektivitas pemberitaan yang di terbitkan oleh Tempo.com dalam pemberitaan pailit yang di alami oleh PT Merpati Nusantara. Dalam penelitian penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Yang menggunakan analisis isi yang telah di kategorikan oleh Rachmad Ida.

Hasil dari penelitian ini bahwa dalam pemberitaan mengenai pailit PT Merpati Nusantara oleh Tempo.com yaitu objektif. Dari 4 berita yang telah di analisis oleh peneliti terbukti bahwa ketiga berita yang di pilih telah memenuhi syarat masuk dalam berita yang objektif. Yang mana ini telah di buktikan dengan adanya ketidakberpihakan yang seimbang. Hal tersebut di karenakan karena dalam memberi pendapat kepada PT Merpati Nusantara sudah cukup seimbang. Selain itu unsur akurasi dan validitasi dalam pemberitaan yang telah di pilih sudah sesuai dengan objektivitas. Namun ada

1 berita terpilih yang tidak sesuai dengan syarat berita objektif. Ini di karenakan dalam judul tidak sama dengan isi berita yang disajikan. Selain itu kategori *fairness* tidaklah seimbang. Karena dalam kolom-koloh pihak-pihak yang terlibat, terlalu menonjolkan dari pihak PT Merpati Nusantara.

Jurnal dengan judul “ ***Kecenderungan Objektivitas Pemberitaan Epidemii Virus H5N1 dalam International Herald Tribune Daring***” juga menjadi penelitian terdahulu ketiga. Dalam penelitian ini, jurnal tersebut di tulis oleh Briggita Bestari Puspita dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Jurna dimuat didalam Jurnal Komunikasi (Volume 8, Nomor 1, Juni 2011: 1-16). Tujuan penulis melakukan penelitian ini yaitu untuk mengukur seberapa kecenderungan objektivitas berita mengenai virus H5N1 yang melanda Indonesia pada tahun 2013. Pada media internasional terpilih yaitu *International Herald Tribune Daring*.

Dari hasil akhir penelitian ini dapat membuktikan bahwa *Internatinal Herald Tribune Daring* telah dengan baik memenuhi jenis fakta. Kelengkapan 5w dan 1H, dimensi berita yang diangkat, nilai berita yang terkandung, pernyataan narasumber yang seimbang, tipe liputan serta netralitas pemberitaan juga sudah benar. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Internatinal Herald Tribune Daring* dalam pemberitaanya sudah cenderung objektif.

Kemudian yang keempat penelitian terdahulu yang dipilih dalam penelitian ini ini berjudul “***Tingkat Objektivitas VOA-Islam.com Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok***”. Peneltian ini di tulis oleh Georgene Suryani dan Ambang Priyonggo mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2015. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian analisis isi. Yang mana populasi

yang dipakai pada penelitian ini yaitu pemberitaan VOA-Islam selama periode September hingga Oktober 2014.

Hasil dari penelitian ini yaitu membahas bahwa terbukti VOA-Islam dalam pemberitaan mengenai aksi penolakan terhadap Ahok pada portal media *daring* tidaklah objektif. Ini dikarenakan pemberitaan VOA-Islam mengenai aksi penolakan Ahok hanya mampu memenuhi unsur prinsip relevansi saja. Sedangkan untuk prinsip keseimbangan di dalam kolom berita dan netralitas belum dapat di penuhi oleh VOA-Islam .

Jurnal yang terakhir yang dipilih sebagai penelitian terdahulu berjudul ***“Objektivitas Berita Lingkungan Hidup di Harian Kompas”***. Penelitian ini di tulis oleh Hendrika Windaryati dan Yohanes Widodo S.sos., M.sc. dari Progam Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya pada tahun 2013. Penelitian ini di tulis oleh peneliti bertujuan untuk mengukur penerapan objektivitas pemberitaan pada berita lingkungan hidup. Media yang terpilih sendiri adalah Kompas.com. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan. Bahwa 63 berita yang dipilih telah menarik hasil berita lingkungan hidup yang telah diterbitkan oleh Kompas telah menerapkan prinsip objektivitas. Ini di karenakan hampir seluruh pemberitaan di kompas telah sesuai berdasarkan kategori objektivitas Rahma Ida. Hasil terakhir menunjukkan bahwa dalam penggunaan nilai objektivitas dalam pemberitan, Kompas.com sudah baik dan benar.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengukur adanya aspek tertentu didalam teks berita yang dilakukan secara kuantitatif.³ Prosesnya dengan menghitung akumulasi dari suatu pesan yang telah dikodekan.⁴ Penelitian ini juga menggunakan tipe deskriptif dengan metode analisis isi. Analisis isi digunakan untuk mengukur sebuah teks dimana nantinya akan diketahui hasil pesan yang objektif dan dikaji dengan kuantitatif. *Manifest* (tampak) merupakan sifat dari analisis isi, dimana teks yang diteliti nyata dari adanya proses komunikasi.⁵

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan sample tidak acak (*non-probability sample*). Pengertian dari teknik sample tidak acak ini adalah sebuah teknik penarik sample yang tidak menggunakan dari hukum probabilitas itu sendiri.⁶ Jadi populasi yang terpilih menjadi sample maka itu didapatkan dari pertimbangan peneliti. Pada akhirnya, populasi yang telah diambil sebanyak 147 judul berita dari pemberitaan terkait akan ditarik menjadi sample yang di analisis. Sample penelitian ini akan terkaji di dalam tabel sebagai berikut :

³ Ashadi Siregar.et.al *METODE RISET KOMUNIKASI: Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi* (BBPI dan PKMBP, Yogyakarta ,2008) Hal 103

⁴ Eriyanto. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan IlmuOllmu Sosial Lainnya* (Jakarta, Kencana,2011) Hal 15

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.* Hal 115

Tabel 1 Sample Penelitian

Frekuensi Berita Polemik Revisi Permenhub No 32/2016 dan Tarif Baru Taksi Daring

No	Periode Tanggal Pemberitaan	Detik.com	Merdeka.com	Kumparan.com	Jumlah Berita
1	20 Maret 2017 – 10 April 2017	71	36	40	147

Pada penelitian ini konsep yang di operasikan dalam instrument analisis yaitu **Imparsialitas**. Dimensi imparsialitas juga memiliki sub dimensi untuk mengukurnya. *Pertama* yaitu dimensi **Keseimbangan (Balance)**. **Balance** dimaknai dengan penyajian suatu aspek-aspek ruang dan waktu (komentar, pendapat dan penjelasan dari suatu pihak-pihak tertentu). Dalam dimensi balance tentunya pemberitaan harus memiimalkan aspek sumber berita, dimana kedua belah pihak (sumber berita) haruslah seimbang (*source bias*). Penghindaran dari kritik dan pujian yang berlebihan (*slant*) juga penting, karena keduanya dapat menonjolkan aspek tidak *balance* dari suatu pemberitaan .

Kedua yaitu dimensi **Netralitas** yang bisa diartikan sebagai suatu aspek dari presentasi berita. Ini bisa di ukur adanya **sensasionalisme**, dimana bisa dilihat melalui kata-kata dalam suatu berita yang bisa memunculkan efek penuh sensasi dan emosi. Selain itu netralitas juga akan diukur melalui 3 komponen, yaitu *stereotype*, *juxtapotion* , dan *linkages*. Dimana ketiganya adalah pengukuran dengan menganalisis adanya atribut tertentu dan aspek teknik penulisan berita.

Uji reabilitas yang dilakukan peneliti pada sample menunjuka hasil reabilitas sebesar 80%. Dalam pengukuran menggunakan rumus Holsti, angka

minimum yang dapat ditoleransi yaitu 0,7 atau 70% .⁷ Pemahamannya yaitu jika perhitungan mencapai angka 0,7 maka data terbilang reliabel. Maka hasil reabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti telah mencapai hasil minum tersebut.

Hasil dan Pembahasan

A. Dimensi *Source bias* Pemberitaan Detik.co, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 4.1 temuan *source bias* pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Tidak Berimbang	9	13%	7	17%	8	22%
Berimbang	69	87%	33	83%	28	78%
Tidak Jelas	0	0%	0	0%	0	0%
Total Jumlah	71 Berita	100%	40 Berita	100%	36 Berita	100%

Dari tabel 4.1, dapat dibuktikan dengan hasil penelitian , yang menunjukkan bahwa dalam media daring Detik.com terdapat 13% dimensi *source bias* dari 71 judul berita dan 87% berita yang tidak terdapat dimensi *source bias* . Sedangkan untuk Kumparan.com selisih lebih banyak sebesar 4 angka, yaitu dengan persentase 17% dari 40 judul berita dan 83% yang tidak terdapat adanya dimensi *source bias* . Berbeda dengan kedua media sebelumnya, Merdeka.com ternyata jauh lebih banyak terdapat dimensi *source bias* didalamnya yaitu dengan persentase 22% dari 36 judul berita. Dari hasil penelitian maka pemberitaan yang paling banyak melakukan peliputan satu sisi yaitu Merdeka.com, kedua adalah Kumparan.com dan yang paling sedikit adanyalah Detik.com.

⁷ *Ibid.*

B. Dimensi *Slant* Pemberitaan Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 4.2 temuan *slant* pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Tidak Berimbang	30	42%	10	30%	16	46%
Berimbang	41	58%	30	75%	20	54%
Tidak Jelas	0	0%	0	0%	0	0%
Total Jumlah	71 Berita	100%	40 Berita	100%	36 Berita	100%

Dari tabel 4.2, hasil penelitian menunjukkan bahwa media daring Detik.com mempunyai 30 judul berita dari 71 judul berita yang diteliti mengandung *slant* didalamnya. Angka tersebut kemudian merujuk pada jumlah presentase sebesar 42% angka temuan. Berbeda dengan dengan Detik.com, Kumparan.com jauh lebih sedikit berita yang kepadatan adanya dimensi *slant*. Jumlah berita yang terdapat *slant* yaitu sebesar 30% dari 40 judul berita yang diteliti. Angka tersebut menunjukkan bahwa adanya angka selisih sebesar 12% antara keduanya.

Sedangkan untuk media daring yang ke tiga yaitu Merdeka.com, ditemui dimensi *slant* dalam pemberitanya sebesar 46% dari 36 judul berita yang dianalisis. Angka persentase tersebut menunjukkan bahwa media daring Merdeka.com kepadatan *slant* lebih banyak dari kedua media daring Detik.com dan Kumparan.com. Dari hasil temuan tersebut pada ketiga media daring (**Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**) membuktikan bahwa penulis (wartawan) dengan sengaja memberikan kiritkan dan pujian mereka pada pemberitaan polemik revisi permen no 32/2016.

Kritikan dan pujian dituliskan berbeda-beda dari masing-masing ketiga media daring. Seperti halnya pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com dengan contoh kalimat kritiknya yaitu:

“Dengan adanya aturan baru tersebut, tarif taksi *daring* ang selama ini dinilai murah bakal tak jauh beda dengan tarif taksi konvensional alias beda tipis.”(21 Maret 2017, “Tarif Taksi *Online* Naik, Masyarakat Yang dirugikan” **Detik.com**)

“Pembatasan tarif batas bawah dan atas besar kemungkinan muncul setelah layanan semacam uber, grab, dan gojek memotong harga sangat murah untuk tarif minimum, sebesar Rp 10.000”.(21 Maret 2017, “Grab: Revisi aturan Taksi *Online* Ketinggalan Zaman”, **Kumparan.com**)

“Apalagi dalam undang-undang nomor 22 tahun 2009 tentang lalu lintas angkutan jalan, kendaraan roda 2 tidak diizinkan sebagai kendaraan angkutan umum, tapi faktanya motor kini dijadikan usaha untuk mengangkut penumpang” (27 Maret 2017, “Ada Aturan, Tak Ada Bentrokan ”, **Merdeka.com**)

Melalui kutipan diatas, penulis (wartawan) Detik.com mengkritik kebijakan pemerintah mengeluarkan Permen no 32/2016. Karena menurutnya kebijakan tersebut akan berpengaruh terhadap tarif taksi daring yang semakin mahal dan dianggap bisa merugikan masyarakat. Berbeda dengan Detik.com, penulis (wartawan) Kumparan.com menulis kritikan yang ditujukan untuk pihak taksi daring. Ia menilai bahwa adanya peraturan yang mengatur tarif taksi daring dilatarbelakangi oleh taksi *daring* itu sendiri karena terlalu memberikan tarif yang sangat murah.

C. Dimensi *Sensasionalisme* Pemberitaan Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 4.3 temuan *sensasionalisme* pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Tidak Berimbang	11	15%	0	0%	2	6%
Berimbang	60	85%	40	100%	34	94%
Tidak Jelas	0	0%	0	0%	0	0%
Total Jumlah	71 Berita	100%	40 Berita	100%	36 Berita	100%

Dari tabel 4.3 hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan pada media *daring* Detik.com mendapatkan 15% berita mengandung *sensasionalisme* dari 71 judul berita yang dianalisis. Untuk pemberitaan pada Detik.com yang berimbang atau bebas dari *sensasionalisme* sebesar 85%. Sedangkan pada Merdeka.com, jauh lebih sedikit dibandingkan dengan Detik.com yaitu berita yang mengandung *sensasionalisme* hanya 6% saja dari 36 judul berita yang diteliti. Untuk berita yang bebas dari dimensi *sensasionalisme* pada Merdeka.com sejumlah 94%.

Dari kedua media *daring* diatas jika dibandingkan, Kumparan.com menunjukkan pemberitaannya bersih tidak mengandung *sensasionalisme*. Karena angka temuannya hanya 0% dan secara langsung berita yang masuk kategori berimbang sebesar 100% dari 40 judul berita yang dianalisis. Temuan berita yang mengandung *sensasionalisme* kebanyakan ditemukan pada judul berita dan masuk dalam alat ukur emosionalisme. Dibawah ini peneliti memberikan contoh kategori emosionalisme didalam pemberitaan Detik.com dan Merdeka.com yang berbeda cara penulisanya :

“Hidup Morat Marit, Tarif Taksi Konvensional Pasti Turun Sendiri” (23 Maret 2017, **Detik.com**).”

“Menguak alasan pemerintah jokiwi ngotot tarif taksi online kudu naik” (29 Maret 2017, **Merdeka.com**)

Dari kalimat judul diatas, menunjukkan bahwa penulis Detik.com menuliskan unsur emosionalisme kesedihan dan kesusahan yang digambarkan untuk pihak taksi konvensional. Sedangkan Merdeka.com, penulis menuliskan dengan unsur emosionalisme tetapi berbeda, yaitu dengan memberikan aspek emosi ketegasan dari tindakan yang dilakukan oleh Jokowi.

D. Dimensi *Hiperbolik* Pemberitaan Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 4.4 temuan *hiperbolik* pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Tidak Berimbang	17	24%	2	5%	2	6%
Berimbang	54	76%	38	95%	34	94%
Tidak Jelas	0	0%	0	0%	0	0%
Total Jumlah	71 Berita	100%	40 Berita	100%	36 Berita	100%

Dari tabel 4.4 diatas, pada pemberitaan Detik.com, peneliti telah menemukan berita yang mengandung kalimat *hiperbolik* sebesar 24% dari 71 judul berita yang telah dianalisis. Dengan begitu maka berita yang berimbang (bebas kalimat *hiperbolik*) pada media daring Detik.com yaitu sebesar 76%. Jumlah tersebut jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan Kumparan.com yang mendapatkan temuan berita yang mengandung kalimat *hiperbolik* hanya 5% saja dari 40 judul berita yang dianalisis. Dengan jumlah berita berimbang (bebas kalimat *hiperbolik*) sebesar 95%. Sama dengan Kumparan.com,

Merdeka.com jika dibandingkan dengan Detik.com selisihnya jauh lebih banyak tetapi hanya selisih 1 angka jika dibandingkan Kumparan.com.

Merdeka dalam pemberitaannya mengandung kalimat *hiperbolik* sebesar 6% dari 36 judul berita yang dianalisis. Maka secara langsung berita pada Merdeka.com yang bersih dari kalimat *hiperbolik* sebesar 94% dari 36 judul berita yang dianalisis. Masing-masing penulis dari ketiga media daring telah menuliskan kalimat *hiperbolik* dengan kalimat yang berbeda-beda. Penulisan tersebut menuliskan pemberitaan dengan kalimat metaforis yang dapat menyebabkan fakta menjadi bermakna kias dan terkesan dilebih-lebihkan. Dibawah ini adalah salah satu contoh pemberitaan yang mengandung kalimat *hiperbolik* dengan kalimat yang dituliskan yaitu:

“Menurutnya (Menkominfo), teknologi digital adalah suatu keniscayaan dan telah masuk kedalam lini kehidupan” (21 Maret, “Menkominfo; PM 32/2016 Legalkan Transportasi *Online* di Indonesia”,**Detik.com**).

“Dalam sebuah pernyataan resmi, Grab berkata sejumlah poin revisi yang diajukan pekan lalu oleh Kementerian Perhubungan bernuansa proteksionis dan tidak pro terhadap konsumen”(21 Maret 2017, dengan judul berita “GRAB:Revisi Aturan Taksi *Online* Ketinggalan Zaman”, **Kumparan.com**)

“Peraturan menteri tersebut tidak memberi jaminan kepastian hukum, tetapi malah membelenggu bisnis yang sifatnya disruptive ini” (1 April 2017, “Peraturan Menhub Tak Ramah Pada Layanan Transportasi *Online*”,**Merdeka.com**)

Pada kalimat diatas penulis (wartawan) Detik.com menuliskan kalimat *hiperbolik* yang bersifat metaforis dengan menggunakan kalimat **keniscayaan** dan **menggodok**. Dimana kalimat tersebut bisa dimaknai dengan ketidakmungkinan dan memproseskan kedalam hal untuk dimatangkan. Sedangkan Kumparan.com menggunakan kata **proteksionis** dan **meruncing** yang merujuk kedalam kalimat *hiperbolik* didalam pemberitaannya. Kalimat

tersebut jika dimaknai sebenarnya yaitu memberikan batasan dan membesar untuk kata sambung pada kalimat sebelumnya. Dan Merdeka.com menggunakan kata metaforis **membelunggu** yang jika dimakanai yaitu mengikat.

E. Dimensi *Stereotype* Pemberitaan Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 4.5 temuan *Stereotype* pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Tidak Berimbang	8	11%	8	20%	4	11%
Berimbang	63	89%	32	80%	32	89%
Tidak Jelas	0	0%	0	0%	0	0%
Total Jumlah	71 Berita	100%	40 Berita	100%	36 Berita	100%

Dari tabel 4.5 diatas temuan dimensi *stereotype* di media daring Detik.com yaitu berjumlah 11% dari 71 judul berita yang analisis, maka secara langsung berita yang berimbang (bersih dari stereityope) sejumlah 89% dari 71 judul berita. Sedangkan untuk media *daring* Kumparan.com, memperoleh angka temuan dimensi *stereotype* sebesar 20% dari 40 judul berita dianalisis dan berita yang berimbang sebesar 80%. Perolehan angka tersebut berbeda selisih angka sebesar 9 jika dibandingkan pada temuan dimensi *stereotype* Detik.com dan Merdeka.com. Dengan begitu maka perolehan angka temuan dimensi *stereotype* pada Merdeka.com sebesar 11% dari 36 judul berita dan berita yang bersih dari dimensi *stereotype* mencapai 89%

“Sejak munculnya perusahaan teknologi informasi yang menyimpatakan aplikasi transportasi *online*, timbul polemik yang tidak berkesudahan”(23 Maret 2016,Judul,**Detik.com**)

“Langkah kementerian perhubungan melakukan revisi peraturan menhub nomor 32 tahun 2016 telah mengundang kontra dari pengusaha penyedia layanan mobil panggilan berbasis aplikasi dan bagi para penegemudi”(21 Maret 2017, “Jika Tak Diatur,Taksi *Online* Bisa Bikin Situasi Tak Kondusif”,**Kumparan.com**)

“Sejauh ini, menurut YLKI, mobil panggilan berbasis aplikasi baru menjawab terhadap satu poin saja, yakni aksesibilitas” (21 Maret 2017, “ Ditolak taksi *online*, Menhub Budi sebut aturan berkaku 1 Apri”’,**Merdeka.com**)

Dari kutipan diatas, membuktikan bahwa penulis dari ketiga media daring (**Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**) telah dengan sadar menuliskan *stereotype* kelompok untuk perusahaan taksi *daring*. Walaupun temuan *stereotype* pada ketiga media daring terbilang sedikit, tetapi pemberitaan yang masuk kategori netral dan objektivitas tidak mengandung *stereotype* didalamnya.

F. Dimensi *Juxtapostion* Pemberitaan **Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**

Tabel 4.6 temuan *juxtapostion* pada Detik.com,Kumparan.com dan Merdeka.com.

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Tidak Berimbang	1	1%	1	2%	0	0%
Berimbang	70	99%	39	98%	36	100%
Tidak Jelas	0	0%	0	0%	0	0%
Total Jumlah	71 Berita	100%	40 Berita	100%	36 Berita	100%

Melalui tabel 4.6 diatas ketiga media daring (**Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**) jika dibandingkan yang bersih dari dimensi *juxtaposition* adalah Merdeka.com . Maka secara langsung jumlah berita berimbang pada Merdeka.com sebesar 100% dari 40 judul yang diteliti. Tentunya berbeda dengan Detik.com yang memperoleh angka temuan 1% dari 71 judul berita yang diteliti dan 99% berita yang masuk dalam kategori berita yang berimbang (bersih *juxtaposition*). Sedangkan Merdeka.com hanya selisih 1 angka dengan Detik.com, yaitu mendapatkan temuan 2% dimensi *juxtaposition* dari 36 judul berita, maka secara langsung berita berimbang (bersih *juxtaposition*) mendapatkan angka temuan 98% dari 36 judul beritayang dialisis

“Sebelumnya diberikan, kepala Biro Komunikasi dan informasi menyatakan peraturan tersebut sebenarnya tertunda sejak 6 bulan.” (30 Maret 2017, “Komisi V DPR Dukung Aturan Soal Transportasi *Online* Mulai 1 April”.,**Detik.com**)

“Operator taksi terbesar di Indonesia, Blue Bird, menyatakan setuju dengan revisi peraturan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek”(31 Maret 2017, “Menhub,Sebut Jokowi Setuju Revisi Taksi *Online*, Tapi dengan Transisi”. ,**Kumparan.com**)

Pada pemberitaan di Detik.com, awalnya pemberitaan berbicara mengenai dukungan dari komisi V DPR untuk penerapan peraturan baru taksi daring pada 1 April 2017, dengan menghadirkan Michael Wattimena sebagai narasumber dari perwakilan DPR komisi V. Sedangkan pada Kumparan.com yaitu membahas pendapat Budi Karya Sumadi (Menhub) tentang Jokowi yang meminta untuk adanya masa transisi selama 3 bulan untuk menerapkan peraturan baru taksi daring. Namun pada kedua media daring Detik.com dan Kumparan.com penulis menyematkan fakta sesuai dengan kutipan diatas. Penulis menuliskan fakta tersebut bisa saja karena kurangnya narasumber dan deadline terbit berita.

Penutup

1. Balance (Keseimbangan Berita)

A. Source bias

Pada media daring Detik.com memiliki berita masuk kedalam kategori berita yang tingkat objektivinya paling tinggi, ini ditinjau dari temuan peliputan satu sisi hanya 13% dari 71 judul berita. Dengan jumlah berita berimbang sebesar 87% dari 71 judul berita yang dianalisis. Sedangkan media daring Kumparan.com adalah urutan kedua masuk dalam kategori berita yang objektif, ditinjau dari temuan peliputan satu sisi lebih banyak selisih 4 angka dari Detik.com yaitu 17% dari 40 judul berita yang dianalisis. Maka berita berimbang pada Kumparan.com yaitu sebesar 83% dari 40 judul berita yang dianalisis.

Merdeka.com memiliki tingkat objektivitas pemberitaan paling rendah dibandingkan kedua media daring Detik.com dan Kumparan.com. Ini ditinjau dari banyaknya temuan berita dengan peliputan satu sisi sebesar 22% dari 36 judul berita yang dianalisis. Dan mempunyai berita berimbang sebesar 78% dari 36 judul yang dianalisis. Maka jika disimpulkan berita yang paling objektif ditinjau dari dimensi *Source bias* dalam pemberitaan adalah Detik.com.

B. Slant

Pada media daring Kumparan.com memiliki berita dengan tingkat objektivinya paling tinggi, ini ditinjau dari temuan kritikan dan pujian yang ditulis oleh wartwa (*slant*) hanya 30% dari 40 judul berita. Dengan jumlah berita berimbang sebesar 70% dari 40 judul berita yang dianalisis. Sedangkan media daring Detik.com adalah urutan kedua masuk dalam kategori berita yang objektif setelah Kumparan.com, ditinjau dari temuan kritikan dan pujian yang ditulis oleh wartawan lebih banyak yaitu 42% dari 71 judul berita yang dianalisis. Maka berita

berimbang pada Detik.com.com yaitu sebesar 58% dari 71 judul berita yang dianalisis.

Merdeka.com memiliki tingkat objektivitas pemberitaan paling rendah dibandingkan kedua media daring Kumparan.com dan Detik.com. Ini ditinjau dari banyaknya temuan berita dengan peliputan satu sisi sebesar 46% dari 36 judul berita yang dianalisis. Dan mempunyai berita berimbang sebesar 54% dari 36 judul yang dianalisis. Maka jika disimpulkan berita yang paling objektif ditinjau dari adanya kritikan dan pujian ddalam pemberitaan adalah Kumparan.com.

2. Netralitas

A. *Sensasionalisme*

Pada media daring Kumparan.com memiliki berita dengan tingkat objektivinya paling tinggi, ini ditinjau dari berita dengan temuan *sensasionalime* 0% dari 40 judul berita. Dengan jumlah berita berimbang sebesar 100% dari 40judul berita yang dianalisis. Sedangkan media daring Merdeka.com adalah urutan kedua masuk dalam kategori berita yang objektif setelah Kumparan.com, ditinjau dari temuan dimensi sensasionalisme lebih banyak yaitu 6% dari 36 judul berita yang dianalisis. Maka berita berimbang pada Merdeka.com.com yaitu sebesar 94% dari 36 judul berita yang dianalisis.

Detik.com memiliki tingkat objektivitas pemberitaan paling rendah dibandingkan kedua media daring Kumparan.com dan Merdekacom. Ini ditinjau dari banyaknya temuan berita dengan temuan sensasionalisme sebesar 11% dari 36 judul berita yang dianalisis. Dan mempunyai berita berimbang sebesar 89% dari 71 judul yang dianalisis. Maka jika disimpulkan berita yang paling objektif ditinjau dari adanya dimensi *sensasionalisme* didalam pemberitaan adalah *Kumparan.com*.

B. Kalimat Hiperbolik

Pada media daring Kumparan.com memiliki berita dengan tingkat objektivitasnya paling tinggi, ini ditinjau dari berita dengan temuan penggunaan kalimat hiperbolik oleh wartawan sebesar 5% dari 40 judul berita. Dengan jumlah berita berimbang sebesar 95% dari 40 judul berita yang dianalisis. Sedangkan media daring Merdeka.com adalah urutan kedua masuk dalam kategori berita yang objektif setelah Kumparan.com, ditinjau dari temuan penulisan kalimat *hiperbolik* oleh wartawan lebih banyak selisih 1 angka yaitu 6% dari 36 judul berita yang dianalisis. Maka berita berimbang pada Merdeka.com.com yaitu sebesar 94% dari 36 judul berita yang dianalisis.

Detik.com memiliki tingkat objektivitas pemberitaan paling rendah dibandingkan kedua media daring Kumparan.com dan Merdekacom. Ini ditinjau dari banyaknya temuan penulisan kalimat *hiperbolik* oleh wartawan sebesar 24% dari 36 judul berita yang dianalisis. Dan mempunyai berita berimbang sebesar 76% dari 71 judul yang dianalisis. Maka jika disimpulkan berita yang paling objektif ditinjau dari adanya dimensi sensasionalisme didalam pemberitaan adalah Kumparan.com.

C. Stereotype

Pada media daring Merdeka.com memiliki berita dengan tingkat objektivitasnya paling tinggi, ini ditinjau dari berita dengan temuan penulisan *stereotype* wartawan sebesar 11% dari 36 judul berita. Dengan jumlah berita berimbang sebesar 89% dari 36 judul berita yang dianalisis. Sedangkan media daring Detik.com adalah urutan kedua masuk dalam kategori berita yang objektif setelah Merdeka.com, ditinjau dari temuan penulisan *stereotype* oleh wartawan sama yaitu sebesar 11% dari 71 judul berita yang dianalisis. Maka berita berimbang pada Merdeka.com.com yaitu sebesar 89% dari 71 judul berita yang dianalisis.

Kumparan.com memiliki tingkat objektivitas pemberitaan paling rendah dibandingkan kedua media daring Detik.com dan Merdekacom. Ini ditinjau dari banyaknya temuan penulisan *stereotype* oleh wartawan sebesar 20% dari 40 judul berita yang dianalisis. Dan mempunyai berita berimbang sebesar 80% dari 40 judul yang dianalisis. Maka jika disimpulkan berita yang paling objektiv ditinjau dari adanya dimensi sensasionalisme didalam pemberitaan adalah Merdeka.com.

D. Juxtapostion

Pada media daring Merdeka.com memiliki berita dengan tingkat objektivnya paling tinggi, ini ditinjau dari berita dengan temuan yg kontraskan 2 fakta yang berbeda oleh wartawan sebesar 0% dari 36 judul berita. Dengan jumlah berita berimbang sebesar 100% dari 36 judul berita yang dianalisis. Sedangkan media daring Detik.com adalah urutan kedua masuk dalam kategori berita yang objektiv setelah Merdeka.com, ditinjau dari temuan menyandingkan 2 fakta yang berbeda oleh wartawan sebesar sebesar 1% dari 71 judul berita yang dianalisis. Maka berita berimbang pada Merdeka.com.com yaitu sebesar 99% dari 71 judul berita yang dianalisis.

Kumparan.com memiliki tingkat objektivitas pemberitaan paling rendah dibandingkan kedua media daring Detik.com dan Merdekacom. Ini ditinjau dari temuan menyandingkan 2 fakta yang berbeda oleh wartawan sebesar 2% dari 40 judul berita yang dianalisis. Dan mempunyai berita berimbang sebesar 98% dari 40 judul yang dianalisis. Maka jika disimpulkan berita yang paling objektiv ditinjau dari adanya dimensi sensasionalisme didalam pemberitaan adalah Merdeka.com.

Saran

1. Saran Akademik

Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya jika akan melakukan penelitian terkait topik hal yang sama maka harus dengan periode yang panjang. Ini dikarenakan polemik revisi peraturan Menteri Perhubungan adalah polemik dengan masa penyesuaian aturan baru yang panjang bagi taksi daring. Selain peneliti juga menyarankan ditambahkannya alat ukur media siber jika menggunakan media daring sebagai objek penelitiannya.

Selain itu peneliti menyarankan jika ingin mengetahui letak perbedaan tingkat objektivitas pada suatu media pemberitaan, lebih baik menggunakan 2 media daring saja. Ini agar peneliti selanjutnya dapat lebih mudah dalam mengolah hasil temuan dan mendapatkan kesimpulan dengan mudah.

2. Saran Praktis

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti kepada media pemberitaan yaitu menjunjung tinggi kualitas pemberitaan dengan menggunakan prinsip objektivitas. Melakukan kegiatan untuk wartawan seperti pelatihan khusus terkait pentingnya objektivitas didalam pemberitaan. Dengan adanya kegiatan pelatihan tersebut diharapkan dapat meminimalisir wartawan melakukan kecurangan-kecurangan yang mengarah kepada ketidakobjektivan suatu pemberitaan. Selain itu peneliti juga menyarankan agar mengutamakan masyarakat untuk sebagai penerima informasi dengan sebenar-benarnya, karena media pada hakekatnya adalah melakukan pelayanan kepada masyarakat dengan memberika konsumsi informasi yang sehat.

Daftar Pustaka

- Siregar., Ahadi .et.al. 2008. *METODE RISET KOMUNIKASI: Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: BBPI dan PKMBP.
- Maras, Steven. 2013. *Objectivity in Journalism*. politt press
- M Romli,Asep. 2012. *Jurnalistik Online :Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung :Nuansa Cindekia.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Rahayu, et.al. 2006 *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*. Yogyakarta: PKMBP, Dewan Pers, dan Departemen Komunikasi dan Informasi.