

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Objektivitas dalam pemberitaan sangatlah penting karena masyarakat sebagai pengkonsumsi 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 mendefinisikan objektivitas secara singkat, bagaimana 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 persepsi baru, karena jika itu terjadi akan berakibat menimbulkan konflik yang baru berikutnya.

Pemberitaan yang mengandung objektivitas dalam suatu peristiwa tentunya harus ada juga di dalamnya seorang jurnalis yang berpegang teguh pada nilai objektivitas di berita yang akan ia tulis. Karena menurut Subianto, jika seorang jurnalis sudah menerapkan prinsip objektivitas di dalam dirinya sudah di lakukan dengan benar otomatis tanpa berpihakpun pemberitaan pers akan menguntungkan publik atau masyarakat². Didalam perusahaan media sering ditemui beberapa berita yang menjadikan penting menurut jurnalis untuk

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

² Rahayu, et al., *Menyingkap Profesionalisme Surat Kabar Di Indonesia* (PKMBP, Dewa Pers dan DPI, 2006) Hal 133

dijadikan *headline* pada halaman pertama. Pemilihan ini tergantung bagaimana isi berita yang sedang hangat di bicarakan atau layak dibicarakan untuk dapat mencapai isu yang akan naik yang kemudian di terima oleh masyarakat umum. Dalam hal ini tentunya wartawan sangat jelas sekali menggunkan subjektivitas dirinya dalam pemilihan berita dan meyebarkan berita itu kepada masyarakat³.

Menurut Puji Rianto, sesungguhnya tidak ada objektivitas di dalam berita yang obsolut. Ia juga mengatakan bahwasanya dalam menyajikan berita harus seobjektif mungkin karena itu sudah menjadi kewajiban dari seorang wartawan⁴. Dalam menghindari berita yang mengandung subjektivitas dari seorang jurnalis, maka seorang jurnalis dalam menuliskan berita harus sesuai dengan prosedur. Prosedur yang dimaksud yaitu mengarah kedalam nilai berita yang mengandung objektivitas. Karena pada dasarnya objektivitas bukan hanya sekedar nilai berita, tetapi lebih kepada sebuah prosedur yang di lakukan oleh jurnalis dalam menulis berita. Prosedur yang harus di lakukan seorang jurnalis ini yaitu meliputi memberikan sudut pandang yang kontras kemudian menyeimbangkan dan memberikan alternatif, menggunakan beberapa bukti pendukung serta memastikan pengaitan erat dengan mengutip dan kemudian menjadikan runtutan cerita tersebut kedalam format berita⁵.

Semua prosedur yang di lakukan baiknya memang di laksanakan dengan baik oleh seorang jurnalis, tetapi sering kali banyak ditemui berita-berita dari surat kabar yang memihak. Dan mengikuti sesuai dengan ideologi dari terbitan perusahaan surat kabar yang dinaungi seorang jurnalis. Seorang jurnalis terkadang harus bekerja dengan mempertimbangkan menjadi pelayan kantornya atau pelayan masyarakat dengan menyajikan berita yang sebenar-benarnya dan tidak memihak.

³ Puji Rianto , *PERS INDONESIA KONTEMPORER : Antara Profesionalisme dan Tanggung Jawab Sosial* (Yogyakarta , PKMBP, 2007) , Hal 56

⁴ *Ibid*

⁵ Steven Maras, *Objectivity in Journalism* (politt press , 2013) , Hal 9

Tidak hanya media cetak saja dalam pemberitaannya 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, penulisan, penyuntingan, dan penyerbarluasan berita secara daring di Internet⁶. Dari pengertiannya sebenarnya sama dengan jurnalistik media cetak, hanya saja cara menerbitkan beritanya saja yang berbeda secara medianya.

Tuntutan menjadi seorang jurnalis daring tentunya juga berbeda dengan media cetak. Karena cara kerja yang dilakukan oleh jurnalis daring harus lebih cepat, ini sesuai dengan prinsip media daring yang harus menyajikan beritanya dengan cepat. Selain itu siapapun bisa menjadi jurnalis daring, karena siapapun dapat mengirimkan informasi yang berupa berita kepada media daring. Hal ini yang terkadang membuat media daring mendapatkan banyak kritik pada pemberitaan yang diterbitkan. Karena banyaknya pelanggaran pelanggaran yang dilakukan oleh media daring, termasuk masalah keberpihakan pada suatu peristiwa yang terjadi di dalam masyarakat.

Kinerja di dalam media daring terkenal dengan kecepatannya, maka dari itu sering di temukan media daring yang mengesampingkan nilai-nilai berita yang diterbitkan. Lebih memilih kecepatannya dalam memunculkan sebuah berita. Terbukti pada awal kemunculannya media daring sampai sekarang terkenal dengan reporter dan editornya yang menjalani pekerjaannya dengan adu kecepatan dengan kantor media daring lainnya. Reporter bekerja dikejar kejar oleh editornya dan editor beradu cepat menulis berita agar mendahului dengan media daring yang lain⁷. Proses kerja yang cepat inilah menimbulkan kerja jurnalis daring terkesan teledor tanpa mementingkan benar atau salah. Asal mengirimkan

⁶ Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Daring :Panduan Praktis Mengelola Media Daring* (Bandung, Nuansa Cindekia,2012) hal 11.

⁷ Heru Margianto , Asep syaefullah , *Media Daring : Pembaca, Laba , dan Etika* (Jakarta Pusat : Aji Indonesia Indonesia) , Hal 16

berita tanpa mengetahui kebenaran selanjutnya. Namun yang lebih memiriskan lagi. Terkadang demi mengejar kecepatannya sering terdengar bahwa media daring telah merekayasa jam tayangnya demi mendapatkan predikat pertama memunculkan berita atau peristiwa tertentu⁸.

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 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring Peraturan menteri perhubungan no32/2016 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 Kementerian Perhubungan. Bukan itu saja, Kementerian 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 dilakukan 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 *future* 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.

Selain Detik.com, kemudian ada media daring Merdeka.com yang pada saat munculnya peristiwa direvisinya peraturan taksi daring nomor 32 tahun 2017 dan tarif baru taksi daring juga ikut meraimaikan dengan memuat peristiwa

⁸ *Ibid* hal 17

tersebut sebagai beritanya. Merdeka.com telah menerbitkan beritanya dengan runtut tetapi dengan jumlah yang jauh lebih sedikit dibandingkan dengan Detik.com. Namun 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. Ini tentunya sama dengan alasan penolakan yang dilakukan oleh taksi daring bahwa naiknya tarif akan mengurangi jumlah konsumen. 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. Dalam hal pemberitaan konflik melibatkan beberapa pihak ini tentunya Kumparan.com juga harus mampu menyajikan berita yang objektif. Namun setelah ditemui ada beberapa berita mengenai polemik revisi peraturan menteri perhubungan ini yang tidak sesuai. Karena dari yang peneliti 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 persepsi keberpihakan oleh media kumparan.com ini. Karena tidak ada perbandingan dari narasumber petinggi-petinggi lain untuk mengungkapkan nasib pihak dari taksi konvensional. Padahal secara nyata bahwa revisi peraturan tersebut adalah sebagai penengah atas konflik dari keduanya. Peneliti 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 dilakukan 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 peneliti 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.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di paparkan diatas maka rumusan masalah penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana objektivitas Pemberitaan Polemik Revisi Peraturan Menteri Perhubungan No 32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring di detik.com, Merdeka.com dan Kumparan.com (periode pemberitaan tanggal 20 Maret 2017 – 10 April 2017) ? “

C. 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.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- Penelitian di harapkan mampu memberikan manfaat untuk pengembangan pada kajian di bidang komunikasi massa dan analisis media massa (Analisis isi)
- Penelitian ini bermanfaat untuk wawasan pribadi peneliti
- Penelitian ini di harapkan mampu untuk di jadikan acuan oleh mahasiswa/i untuk riset selanjutnya

2. Manfaat Sosial

- Penelitian ini di harapkan mampu menjadi sebuah koreksi bagi lembaga media daring untuk dapat tetap berpegang teguh pada isi berita yang objektif dan tetap melayani masyarakat dengan kebenaran dari suatu peristiwa.
- Untuk masyarakat diharapkan dapat belajar dan selektif memilih media daring, karena bagaimana sebuah media mempunyai sifat, kepentingan, bahkan ideologi masing-masing dalam menulis dan menerbitkan beritanya .

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 penelitian terdahulu sebagai tinjauan pustaka sebagai acuan untuk membantu dalam pembuatan penelitian ini. Penelitian yang pernah di lakukan sebelumnya adalah pertama penelitian yang berjudul *Objektivitas Media Daring Republika.co.id dalam Pemberitaan Kasus “Penolakan Ahok Sebagai Gubernur Jakarta (Analisis Isis Deskriptif Pemberitaan Mengenai Penolakan Ahok Sebagai Gubernur DKI Jakarta Edisi September – Desember 2014 di Media Daring Republika.co.id)”* penelitian ini di tulis oleh Hadrus Salam mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung pada tahun 2015.

Penelitian ini ditulis bertujuan untuk mengetahui aspek kebenaran, aspek relevansi, aspek keseimbangan, aspek netralitas. Pada pemberitaann penolakan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta pada media Republika.co.id. Metode pada penelitian yaitu metode kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis isi. Dalam penelitian ini peneliti menocba menjelaskan tentang fakta yang ditemukannya. Yang mana ini terdapat dalam suatu isi pesan komunikasi yang objektif, sistematis bahkan

deskriptif. Peneliti juga 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. Syarat objektivitas yang dilakukan oleh peneliti yaitu menguji objektivitas dengan membuat kategori dan sembilan sub kategori. Dari kesembilan sub kategori tersebut hampir semuanya bernilai tinggi dan masuk lolos uji untuk dimasukan. Syarat objektivitas adalah kebenaran meliputi (faktualitas, akurasi dan kelengkapan). Relevansi (meliputi relative slience dan relative priority. Keberimbangan (cover both side) dan Netralitas (meliputi non-evaluatif dan non-sensasional).

Dari sembilan sub tersebut hanya ada 1 sub yang tidak memenuhi syarat profesional. Namun hal tersebut tidak menjadi pengaruh. Karena secara keseluruhan mendapatkan temuan-temuan dari hasil uji menyimpulkan bahwa pemberitaan penolakan Ahok pada pemilihan gubernur Jakarta, di anggap sudah objektif. Karena sudah memenuhi syarat-syarat kategori objektivitas yang terenuhi melalui perhitungan koding serta frekuensi.

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 Tribun Daring*.

Metode penelitian analisis isi adalah metode penelitian yang digunakan penulis untuk dijadikan pedoman dalam melakukan analisis dalam penelitian ini. Dari hasil akhir penelitian ini dapat membuktikan

bahwa *Internatinal Herald Tribun 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 Tribun Daring* dalam pemberitaannya sudah cenderung objektif. Dalam mengemas pemberitaan mengenai H5N1 (flu burung) di Indonesia periode Januari 2005 - Desember 2006. Namun tidak memungkinkan untuk melakukan evaluasi. Karena masih dibutuhkan perhatian serius pada sifat fakta, dimensi berita dan tipe liputan yang diangkat dalam pemberitaan.

Kemudian yang keempat penelitian terdahulu yang dipilih dalam penelitian ini ini berjudul ***“Tingkat Objektivitas VOA-Islam.com Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok”***. Penelitian 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. . Kasus yang dipililpun yaitu tentang kebakaran hutan dan laham gambut yang sering terjadi di Indonesia. Kemudia pemilihan periode pemberitaan pada berita kasus tersebut yaitu Februari – September 2012. Metode yang di gunakan pada penelitian ini yaitu metode analisis isi. Dalam mengukurnya peniliti memilih menggunakan kategori objektivitas media kepunyaan Rahma ida. Dimana Populasi yang telah diambil 63 berita terpilih yang dimuat pada periode pemberitaan Februari0 September 2012 oleh 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.

Perbedaan dari kelima peneltian terdahulu, yaitu pada penelitian pertama dan keempat lebih menekankan media terpilih yang kental dengan ideologi agamanya yaitu Republika.com dan VOA-Islam. Serta pemberitaan yang sensitif masalah terkait pilkadan dengan agama. Kemudian perbedaan pada penelitian yang ketiga terletak pada objek penelitian terpilih. Karena menggunakan media daring internasional (*Internatinal Herald Tribun Daring*). Sedangkan dalam penilitian ini menggunakan media *daring* yang menekankan pada kelebihan kecepta penerbitanya (Detik.com,Merdeka.com dan Kumparan.com). Pada penelitian kedua dan kelima juga memilih objek penelitian yang berbeda. Karena penelitian kedua Tempo.com yang terkenal dengan media politik. Sedangkan yang kelima memilih Kompas.com pada berita lingkungan hidup.

Selain perbedaan yang telah dipaparkan diatas. Penelitian ini juga mempunyai perbedaan sendiri dari kelima penelitian terdahulu terpilih. Karena kasus yang dipilih dalam penelitian objektivitas cenderung baru di Indonesia. Yaitu kasus di bidang transportasi yang berujung konflik antara 2 pihak armada transportasi umum. Transportasi konvensional dan transportasi daring. Kedua transportasi ini mengalami konflik. Dimana ini terjadi semenjak kemunculan transportasi berbasis daring. Sebelum-sebelumnya belum pernah terjadi kasus konflik dibidang transportasi umum yang sedemikian besarnya. Melibatkan beberapa pihak, dimana pemerintah juga ikut turun dalam menangani kasus ini. Banyaknya pihak yang terlibat dalam peristiwa konflik tersebut. Maka objektivitas didalam pemberitaan kasus konflik antar transportasi tersebut sangatlah penting. Karena untuk mengetahui isi teks dan dapat ditemukan mana saja pihak-pihak yang benar-benar dirugikan.

Kelima penelitian terdahulu yang sudah di paparkan di atas sangat berpotensi untuk penelitian ini. Melalui kelima penelitian terdahulu bisa di pahami bahwa objektivitas di dalam pemberitaan suatu media dalam tema kasus apapun yang di angkat sesungguhnya sangatlah penting. Ini di karenakan berita adalah sumber informasi. Yang mana media harus melayani masyarakat dalam hal kebenaran dan ketidakberpihakan didalam pemberitaannya. Dari kelima penelitian yang sudah di paparkan sama-sama membahas dalam kajian nilai-nilai berita yang harus mengandung unsur objektivitas. Meskipun objek dan metode yang di tawarkan pada kelima penelitian terdahulu berbeda. Ini tidak mengurangi peneliti untuk melakukan penelitian ini yang berjudul "*Objektivitas Media Daring dalam Pemberitaan Polemik Revisi Peraturan Menteri Perhubungan No 32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring*".

Penelitian ini di harapkan dapat menemukan isi dari berita media daring terpilih. Yang mana dengan mempertimbangkan objektivitas dalam pemberitaan terkait. Nantinya hasil dari pemberitaan Objektivitas Media

Daring dalam Pemberitaan Polemik Revisi Peraturan Menteri Perhubungan No 32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring . Akan mengetahui pihak-pihak yang dirugikan maupun diuntungkan dari polemik tersebut.

2. Kerangka Teori

2.1 Berita

2.1.1 Definisi Berita

Berita pada umumnya adalah sebuah laporan peristiwa, yang dilaporkan oleh jurnalis yang mana berisi tentang fakta dan opini. Berita sendiri memang dikenal sebagai karya dari seorang jurnalis. Dimana jurnalis bekerja untuk memberikan atau mengungkap peristiwa. Kemudian peristiwa tersebut dilaporkan kepada masyarakat untuk memberikan kebenaran yang terjadi. Edward Jaw dkk memberi definisi berita yaitu sesuatu yang tidak diketahui menjadi tahu, sesuatu yang terjadi yang mempengaruhi hidup kita, dan berita adalah kejadian tak terduga yang untuk tidaknya, memang sudah terjadi.⁹

Jadi berita memang pada dasarnya memberikan informasi bagi pembacanya dan diharapkan bisa memahaminya. Sedangkan menurut Mitchell V. Charnley adalah sebuah laporan yang berisi fakta dan dibalik itu mempunyai kepentingan maupun tidak penting untuk sebagian orang¹⁰. Bisa di pahami bahwa berita berisi tentang fakta dan seharusnya tidak berisi tentang opini dari penulis.

2.1.2 Unsur Layak Berita

Sebelum berita di terbitkan di dalam media harus mempunyai unsur layak berita. Yang mana seorang jurnalis harus paham kode etik jurnalistik. Karena kode etik jurnalistik tersebut sebagai pedoman agar dapat memenuhi unsur layak berita. Unsur layak berita ini paling tidak

⁹ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori & Praktik* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya,2005) Hal 39

¹⁰ *ibid*

sebagai bentuk pelayanan kepada masyarakat penerima informasi. Agar dapat memperoleh informasi sebenarnya-benarnya.

Menurut Kusumaningrat, lengkap, adil dan berimbang, objektif, ringkas, jelas dan hangat adalah ketujuh unsur layak berita.¹¹ Berikut pengertian ketujuh unsur berita menurut Kusumaningrat¹².

a. Berita Harus Akurat

Yang di maksud dengan berita harus akurat adalah berita yang tulis oleh wartawan harus dengan benar dalam hal data yang didapat. Selain itu juga harus hati-hati dalam penulisan nama, pangkat, tanggal, usia dll. Serta harus mengedepankan fakta sesuai dengan keaslian fakta-faktanya.

b. Berita Harus Lengkap, Adil dan Berimbang

Adalah dalam penulisan berita yaitu bagaimana wartawan harus menyeimbangkan antara dua narasumber terkait. Untuk memintai keterangan dalam hal permasalahan yang dialami oleh duanya. Agar pembaca tahu yang sebenarnya terjadi antar kedua pihak dan tentunya otomatis dikatakan lengkap.

c. Berita Harus Objektif

Dalam hal ini tentunya dalam menuliskan berita wartawan tidak boleh subjektif. Melainkan harus seobjektif mungkin dalam mengungkap kebenaran pada peristiwa yang terjadi.

d. Berita Harus Singkat dan Jelas

Berita yang telah diterbitkan harusla dapat dicerna dengan cepat. Itu karena wartawan harus menulisnya dengan singkat dan jelas. Dalam artian mempunyai hal informatif yang singkat namun mudah dipahami.

e. Berita Harus Hangat

Berita yang layak tentunya harus hangat. Yaitu pelaporan peristiwa yang cepat pada saat peristiwa itu terjadi. Agar tidak terbilang dengan berita basi yang mengulur pelaran peristiwa,

¹¹ *Ibid.*, Hal. 49

¹² *Ibid.*, Hal 48-56

2.1.3 Nilai Berita

Nilai berita sangatlah penting karena sebagai alat pengukur seberapa menarik berita yang ditulis oleh seorang wartawan. Banyak media mementingkan nilai beritanya. Agar pembaca juga tertarik untuk membaca pada media yang menarik dalam hal pengolahan berita. Menurut Kusumaningrat ada 4 nilai berita untuk menarik pembaca.¹³ Nilai berita menurut kusumaningrat sebagai berikut :

Aktualitas adalah berita yang disajikan harus hangat sesuai dengan peristiwa yang terjadi pada hari itu; **Kedekatan** adalah unsur yang kedua. Yaitu berita yang disajikan harus mempunyai kedekatan dengan kebiasaan pembacanya; **Dampak** yaitu peristiwa yang terjadi mempunyai dampak bagi pembaca itu sendiri; **Human interest** yaitu beritanya mampu menarik perhatian dari pembacanya. Itulah ke empat nilai berita yang dikemukakan oleh Kusumaningrat.¹⁴

2.2 Jurnalisme Daring

2.2.1. Karakteristik Jurnalisme Daring

Dalam praktik kerja jurnalisme ataupun jurnalistik cetak tentunya sangat berbeda dengan praktek jurnalisme daring (*online*). Karena jurnalisme daring merupakan sebuah inovasi baru di dalam dunia praktik kerja jurnalistik. Jurnalisme daring salah satu cirinya yang sering di ketahui oleh netizen adalah masalah kecepatannya dan kemudahan di dalam mengakses berita yang akan di baca oleh netizen. Tentunya dalam hal ini jurnalisme daring juga memiliki karakteristik tersendiri sebagai suatu media unggulan dalam dunia pers untuk sebagai pembeda antara jurnalisme konvensional dengan jurnalisme daring itu sendiri .

Jurnalisme daring juga menepiskan tradisi pada jurnalisme cetak. Bahwa “kebenaran faktual” dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat tradisi lama wartawan atau seorang jurnalislah

¹³ *Ibid.*, Hal 60

¹⁴ *Ibid.*, Hal 61-64

yang menentukan. Berbeda dengan jurnalisme daring yang mana seorang jurnalis dan publik sama-sama menukarkan pikiran dalam satu konten¹⁵. M Romli mengatakan menurut Mike Ward dalam menyebutkan bahwa, ada 6 karakteristik Jurnalisme Daring.¹⁶ Karakteristik inilah yang nantinya akan membedakan media daring dengan media konvensional :

- a. **Immediacy:** umumnya jurnalisme daring menerapkan kesegaran atau kecepatan penyampain informasi di didalam praktik kerjanya di bandingkan dengan media-media lainnya (Radio,Tv,Cetak) yang sama-sama menerapkan unsur kecepatan namun melewati proses dan intruksi yang panjang.¹⁷
- b. **Multiple Pegination:** dalam media yang di sediakan untuk menyampakain informasi dari kerja Jurnalisme Daring (media daring) biasanya mempunyai ratusan *page* yang terkait satu sama lain.¹⁸
- c. **Multimedia:** mampu menyajikan beberapa teks maupun gabungan dari sebuah teks, beberapa gambar,audi,video,dan grafis pada konten yang diterbitkan.¹⁹
- d. **Flexibility Delivery Platform:** seorang jurnalis dalam menuliskan beritanya di (media daring) dapat kapan saja, dimana saja.²⁰
- e. **Archieving:** konten yang telah di buat oleh seorang jurnlis dapat tersimpan dan terarsipkan dengan memberi kategori dan mengelompokan ataupun kata kunci tertentu yang kemudian dapat diakses kapanpun.²¹
- f. **Relationship with reader :** adanya interaksi dengan publik secara “langsung” melalui fasilitas kolom komentar maupun yang lainnya.²²

¹⁵ Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Daring :Panduan Praktis Mengelola Media Daring* (Bandung, Nuansa Cindekia,2012) hal 14-15

¹⁶ *Ibid.*, Hal 14

¹⁷ *Ibid.*, Hal15

¹⁸ *Ibid.*,

¹⁹ *Ibid.*,

²⁰ *Ibid.*,

²¹ *Ibid.*,

²² *Ibid.*,

2.2.2. Prinsip-Prinsip Jurnalisme Daring

Sebagai suatu trobosan yang terbaru di dalam dunia pers tentunya Jurnalisme daring juga mempunyai prinsip yang harus diterapkan didalam praktik kerja jurnalisme daring itu sendiri agar apapun yang dilakukan daripada jurnalis itu sendiri mempunyai pakem-pakem dalam menjalankan praktik kerja Jurnalisme Daring. Romli mengatakan menurut Paul Bradshaw , B-A-S-I-C adalah singkatan dari 6 prinsip jurnalisme daring pada “*Basic Principal of Daring Journalism*”.²³ Dengan kepanjangannya yaitu:

- a. **Keringkasan (*Brevity*)**: Dalam hal keringkasan, berita daring harus dituntut untuk selalu ringkas, ini karena pembaca atau *netizen* mempunyai waktu yang cukup sedikit dan sukar untuk membaca tulisan yang panjang.²⁴ Maka dari itu jurnalisme daring sebaiknya didalam tulisannya menerapkan tulisan yang ringkas, agar sesuai dengan terapan kaidah bahasa jurnalistik KISS.
- b. **Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)**: Seorang jurnalis harus dituntut menyajikan berita sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dengan kemajuan teknologi yang sudah ada jurnalis juga harus mampu menyajikan berita dengan berbagai format konten (audio,video,gambar,dll).²⁵
- c. **Dapat di pindai (*Scannability*)**: Dalam memudahkan netizen sebaiknya berita yang disajikan hendaknya bisa di akses dan agar netizenpun jauh dari istilah terpaksa untuk membaca berita yang tersaji²⁶.
- d. **Interaktivitas (*Interactivity*)**: Adanya interaksi antara seorang jurnalis dengan netizen. Ini penting agar netizen juga merasa di libatkan dalam

²³ *Ibid.*, Hal 13

²⁴ *Ibid.*,

²⁵ *Ibid.*,

²⁶ *Ibid.*,

proses itu yang kemudian ia akan merasa penting dan berkesan dalam hatinya membaca berita tersebut.²⁷

- e. **Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*):** Seorang jurnalis harus mampu melakukan komunikasi timbal balik kepada netizen yang melontarkan pertanyaan atau pernyataan agar dapat timbul sebuah jaringan komunitas.²⁸

Prinsip yang harus dipegang jurnalis daring dalam kerjanya praktiknya di media daring harus dibenar-benar diterapkan dengan konsisten agar sebagai pembeda isi dari media konvensional.

2.3 Objektivitas berita

Seorang jurnalis dalam menuliskan sebuah berita tentang peristiwa apapun haruslah dengan seobjektif mungkin, objektif dalam sebuah pemberitaan itu sangatlah penting ini karena masyarakat sebagai penerima informasi harus mendapatkan haknya memperoleh informasi yang disertai dengan kebenaran atas peristiwa yang sedang terjadi. Itulah artinya objektivitas bisa dikatakan sebuah penyelidikan peristiwa yang kemudian dilaporkan²⁹.

Dalam praktiknya seorang jurnalis terkadang sulit untuk menuliskan berita yang objektif. Namun objektivitas adalah sebuah tujuan yang mana ini membutuhkan ketrampilan dan sumber daya yang cukup dan bukan dilakukan oleh individu saja melainkan harus dari keseluruhan organisasi berita.³⁰ Menurut Mc Quail ada 6 elemen utama objektivitas yang berasal dari pernyataan Boyer (1981) tentang arti objektivitas.³¹

²⁷ *Ibid.*, Hal 14

²⁸ *Ibid.*,

²⁹ Denis McQuail, *MEDIA PERFORMANCE: Mass Communication and the Public Interest* (London, Sage Publication, 1992) 184

³⁰ *Ibid* Hal 183

³¹ *Ibid.* Hal 184

1. Keseimbangan dan kewaspadaan dalam menghadirkan berbagai sisi masalah
2. Akurasi dan realisme pelaporan.
3. Penyajian sesuai dengan point utama
4. Adanya pemisahan fakta dari opini yang diberikan , namun perlu adanya pendapat itu adalah sebuah hal yang relevan
5. Minimalkan pengaruh dari sikap opini dalam keterlibatan menuliskan berita.
6. Hindari adanya dendam atau maksud lain seperti tujuan yang licik.

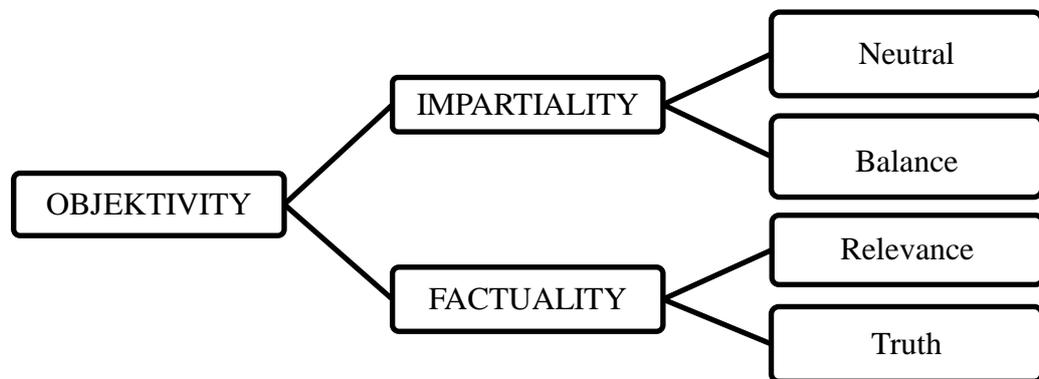
Pada dasarnya konsep objektivitas adalah tidak mencampurkan subjektivitas diri dari seorang jurnalis didalam berita peristiwa yang akan ditulisnya, melainkan melaporkan sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan agar masyarakat mengetahui akan kebenaran. Laporan dari seorang jurnalis mampu dikatakan sebagai berita jika sudah mempunya ke 5 unsur berita. Unsur berita ini salah satunya Berita harus Objektif.³²

Objektivitas model Westersthall (1983) menjelaskan bahwa ada 2 bidang yang terdapat didalam bagan yang dibuatnya yaitu ada dbidang kognitif (*factuality*) yang terbagi menjadi 2 yaitu ada kebenaran (truth) dan relevansi (relevance) dan yang ke dua adanya bidang evaluatif yang mana bidang evaluatif ini di bagi menjadi 2 ada netralitas (netrality) dan keseimbangan (balance).³³ Dari masing-masing perbedaan tersebut nantinya dapat memisahkan antar nilai dan fakta sehingga objektivitas di dalam pemberitaan dapat diketahui. Berikut skema model objektivitas menurut Westershal's³⁴.

³² Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori & Praktk* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya,2005) Hal 54

³³ Denis McQuail , *MEDIA PERFORMANCE : Mass Communication and the Public Interest* (London , Sage Publication,1992)hal 196

³⁴ *Ibid* hal. 196



Angka 15.1 Skema objektivitas Westerhall (1983) sumber Mc Quail (1992:196)

Berdasarkan skema diatas bahwa **Factuality** mempunyai dua dimensi. Dimensi yang pertama yaitu **Truth**. **Truth** adalah pengukuran sebuah berita berdasarkan reabilitas dan kredibilitas dari sebuah fakta yang terjadi.³⁵ Dimana **Truth** ini dapat diukur menggunakan; **Factfulness** membedakan antara fakta dan pendapat pribadi; **Accuracy** adalah akurat dalam hal fakta (jumlah,nama,tempat dll); **Completeness** yaitu penunjang asumsi sumber informasi yang relevan.³⁶ Dimensi yang kedua adalah **Relevance**. Adalah kunci untuk menilai sebuah kualitas pemilihan berita. Relevance sendiri juga termasuk standar untuk memilih konten secara umum maupun ada pilihan topik.³⁷

Impartiality yaitu tidak adanya keberpihakan wartawan dalam suatu berita. Ini biasanya karena ada kepentingan-kepentingan dibalik semua itu untuk membawa pembaca ke arah tersebut.³⁸ **Impartiality** juga mempunyai 2 dimensi. **Balance** adalah dimensi pertama. Yang diartikan dengan melibatkan fakta dari kedua belah pihak mengenai peristiwa yang terjadi.³⁹ Jadi seorang wartawan harus memintai keterangan dari kedua belah pihak yang berseteru dalam masalah

³⁵ *Ibid.*, Hal 197

³⁶ *Ibid.*

³⁷ *Ibid.*, Hal 198

³⁸ *Ibid.*, Hal 200-201

³⁹ *Ibid.*

tersebut. **Neutral** sebagai dimensi terakhir dari *Impartiality*. **Neutral Presentation** berarti tidak memihak antar kedua belah pihak yang terkait peristiwa itu. Ini dapat diukur tidak secara spesifik, melainkan diukur melalui konten yang diberikan oleh media yang menyajikan.⁴⁰

F. Definisi Konseptual dan Operasional

A Konseptual

Konsep (*Concept*) adalah sebuah bahasa tersendiri dari seorang peneliti atau ahli untuk di gunakan sebagai penggambaran atau pengabstrakan dari gejala-gejala yang terjadi⁴¹. Konsep juga bisa di katakan dengan teks yang merupakan suatu penggambaran reaktitas sosial dari seorang peneliti. Penelitian ini menggunakan konsep sebagai berikut :

1. Jurnalisme Daring

Jurnalisme Daring merupakan sebuah praktik kerja jurnalis yang bermedia secara online. Jurnalisme daring ini terkenal dengan kecepatannya dalam menerbitkan berita. Istilah jurnalisme daring sering disebut dengan media *online*. Media daring yaitu media yang didalamnya berisi konten teks, gambar, video, audio diakses secara *online*. Menurut M Romli media *online* (*online* media) atau yang biasa disebut *cyber* media (media siber), internet media (media internet) dan new media (media baru) semua dapat diartikan dengan media yang tersaji secara online melalui situs web (website) internet.⁴²

Media daring yang akan dipilih dan dibahas pada penelitian ini adalah Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com. Ketiga media daring tersebut dipilih karena ketiganya mempunyai tempat

⁴⁰ *Ibid.*, Hal 201-202

⁴¹ Eriyanto. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta, Kencana, 2011) Hal 175

⁴² Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung, Nuansa Cindekia, 2012) hal 30

sebagai portal berita yang banyak dipilih oleh masyarakat. Selain itu ketiganya juga mempunyai reputasi yang cukup baik dikalangan masyarakat umum.

2. Objektivitas

Objektivitas yang di maksud adalah objektifitas di dalam suatu pemberitaan. Berita yang objektif adalah berita yang tidak berpihak dalam memberitakan gejala sosial apapun. Walter Cronkite dalam bukunya Knowlton medefinisikan objektivitas secara singkat yaitu proses dari seorang jurnalis harus melaporkan realitas yang terjadi sesuai dengan fakta dan tanpa adanya suntikan prasangka dari pendapat pribadi⁴³. Jadi keobjektivitas dari sebuah berita dapat diukur dengan tidak adanya unsur subjektivitas atau opini dari seorang jurnalis, namun berisi tentang pelaporan dari realitas yang terjadi di lapangan. Objektivitas mempunyai dimensi yaitu salah satunya adalah Imparsialitas. Imparsialitas adalah tidak adanya suatu keberpihakan didalam suatu pemberitaan. Ketidakberpihakan ini bisa diukur melalui adanya menonjolkan satu sisi pada pemberitaan yang kontroversial sehingga dapat megarahkan pembaca untuk ke arah tertentu.⁴⁴

Dalam penelitian ini **Imparsialitas** akan menjadi alat ukur. Dikarenakan dimensi objektivitas yang cangkupannya cukup luas jika dijadikan sebagai alat ukur. Maka peneliti memilih salah satu dari dua dimensi objektivitas yaitu mengkrucut kedalam dimensi **Imparsialitas**. Selain itu, penelitian ini menggunakan dimensi imparsialitas, karena dengan menggunakan dimensi ini sudah sangat cukup untuk mengetahui seberapa keberpihakan dari ketiga media yang sudah terpilih.

Dimensi imparsialitas juga memiliki sub dimensi untuk mengukurnya. *Pertama* yaitu dimensi **Keseimbangan (Balance)**.

⁴³ Steven Maras, *Objectivity in Journalism* (politt press , 2013) , Hal 7

⁴⁴Rahayu,et al., *Menyingkap Profesionalisme Surat Kabar Di Indonesia* (PKMBP,Dewa Pers dan DPI,2006)Hal 10

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**. **Netralitas** 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 4 komponen, yaitu kalimat **hiperbolik**, *stereotype*, *juxtapotion* dan *linkages*. Dimana ketiganya adalah pengukuran dengan menganalisis adanya atribut tertentu dan aspek teknik penulisan berita.

B. Operasional

a. Nomor Koding, Media dan Koder

Pada lembar koding terdapat kolom nomor koding yang kemudian koder harus mengisi sesuai dengan urutan tanggal pemberitaannya. Kolom media diisi sesuai dengan media online yang koder pilih. Kemudian untuk Koder disisi sebagai nomor dari pengkoder yang sebelumnya telah disetujui dari masing-masing pengkoder dengan nomor urut 1 dan 2.

b. Judul Berita dan Rubrik Berita

Pada lembar koding terdapat kolom judul berita yang kemudian diisi oleh pengkoder dengan judul berita pada media daring yang akan dianalisis. Sedangkan pada rubrik berita diisi

pengkoder dengan melihat berita yang dianalisis masuk pada rubrik berita sesuai dengan media online. Karena masing-masing berita dengan media online yang berbeda, maka berbeda juga dengan rubrik beritanya. Contoh pada Detik.com yaitu **Detikfinance** sedangkan pada Merdeka.com yaitu **Uang**.

c. Tanggal Pemberitaan dan Waktu

Pada lembar koding terdapat kolom tanggal pemberitaan dan waktu yang akan diisi oleh pengkoder sesuai dengan tanggal pemberitaan dan waktu yang sudah tercantum pada berita. Tanggal dan waktu pemberitaan tersebut biasanya terletak pada kiri atas pemberitaan.

d. Penulis dan Editor

Pada lembar koding terdapat kolom penulis dan editor yang akan diisi oleh pengkoder sesuai dengan penulis dan editor pada pemberitaan tersebut. Jika pada pemberitaan tidak terdapat adanya editor maka pengkoder hanya menuliskan penulis yang sudah tercantum pada pemberitaan tersebut.

e. Bentuk Berita

1. Hard News

Berita yang harus di sampaikan kepada publik pada saat peristiwa itu terjadi. Jika ada sedikit keterlambatan dalam menyiarkan berita tersebut bisa dikatakan berita itu sudah tidak hangat. Kemudian Hard News merupakan berita yang penyampaian dengan lugas dan tegas. Maka jika pemberitaan yang akan dikoding oleh pengkoder masuk kedalam bentuk berita Hard News akan dikodekan dengan melingkari Angka 1.

2. Soft News

Menggunakan bahasa yang cenderung lebih luwes dan tidak terlalu berat jika dibaca. Umumnya soft news itu bertuliskan tulisan pembertaan yang cenderung lebih panjang. Maka jika pemberitaan yang akan dikoding oleh pengkoder masuk kedalam bentuk berita Soft News akan dikodekan dengan melingkari Angka 2.

3. Developing News

Developing news merupakan sebuah laporan berita yang harus segera disampaikan apabila peristiwa yang terjadi datang secara tidak terduga. Sehingga berita tersebut harus segera dilaporkan kepada publik. Namun pada bentuk berita developing news cenderung kedalam berita yang dibahas secara mendalam dan dikembangkan dengan mengkait-kaitnya suatu hal tertentu. Maka jika pemberitaan yang akan dikoding oleh pengkoder masuk kedalam bentuk berita Developing News akan dikodekan dengan melingkari Angka 3.

f. Balance

Balance adalah adanya keseimbangan dari sebuah penyajian berita.⁴⁵ *Balance* bisa diukur dengan seberapa banyak ruang opini pihak-pihak dari peristiwa yang terkait dan bersebrangan dalam konflik.⁴⁶ Dalam penelitian ini aspek *balance* akan dilihat melalui ada atau tidak adanya penggunaan *source bias* pada berita yang telah dipilih, dan aspek yang kedua akan mengavaluasi mengenai penonjolan berita melalui kritik dan pujian pada pihak-pihak (*slant*) tertentu didalam satuan berita terpilih.

Pada pengukuran *source bias*, maka bisa di indikasikan dengan melihat apakah sumber berita atau gagasan dari pihak-pihak yang termuat dalam satuan berita sudah seimbang atau belum. Ini bisa

⁴⁵ *Ibid.*, Hal 22

⁴⁶ *Ibid.*

dilakukan dengan memperbandingkan gagasan dari sumber-sumber berita yang termuat dalam satuan berita. Idealnya didalam satuan pemberitaan haruslah berimbang dalam hal penyajian dan pengutipan sumber berita. Ini penting karena dalam penelitian ini berita yang dipilih adalah berita yang kontroversi, sehingga harus benar-benar seimbang dalam pengutipan sumber berita untuk mencegah adanya kontroversi baru yang termuat dalam satuan berita. Maka didalam lembar koding jika satuan berita teridentifikasi adanya *source bias*, jika “ada” maka akan dikodekan dengan angka “1” dan jika “tidak ada” maka bisa dikodekan dengan angka “0”.

Pengukuran pada *slant* bisa dilakukan dengan menganalisa dalam satuan berita apakah teridentifikasi adanya pujian atau kritikan yang berlebihan ditujukan untuk “aktor-aktor” didalam pemberitaan kontroversi yang telah terpilih. Penempatan *slant* ini dapat ditemui di judul berita, *lead* dan *body* berita. Penggunaan *Slant* pada pemberitaan tentunya akan mengurangi keberimbangan pemberitaan itu sendiri. Selain itu dapat teridentifikasi bahwa jika penggunaan *Slant* yang berlebihan berarti seorang penulis berita secara tidak langsung memasukan opininya baik pro maupun kontra dalam polemik kontroversi yang diberitakan. Sehingga pentingnya mengevaluasi penggunaan *slant* pada pemberitaan terpilih. Maka di lembar koding, jika memang satuan berita teridentifikasi “ada” *Slant* maka akan dikodekan dengan “1” dan akan ditulis kutipan beritanya pada kolom yang tersedia, dan jika “tidak ada” maka akan dikodekan dengan angka “0”.

g. Netralitas.

Netralitas ini sama dengan ketidakberpihakan. Namun netralitas ini yaitu menyangkut konten yang disajikan oleh berita. Bisa dilihat melalui itu apakah ada unsur memihak atau tidak. Menurut Rahayu ada berapa hal yang bisa dilihat pada dimensi *neutrality* , seperti penempatan, keutamaan relatif , *headlining* dan penempatan kata.⁴⁷

Netralitas dapat di ukur berdasarkan 4 hal. Yaitu *sensasionalisme*, *stereotype*, *juxtaposition* dan *linkage*.⁴⁸ Sensasionalisme diartikan dengan berita yang menimbulkan sensasi ; *Stereotype* adalah pemberian atribut pada suatu individu atau kelompok tertentu ; *juxtaposition* diartikan dengan menyandingkan dengan dua hal yang berbeda dan yang terakhir *linkage* adalah menyandingkan dua fakta yang berlainan dengan maksud menimbulkan asosiatif.⁴⁹ Di dalam penelitian ini pengukuran netralitas akan menggunakan keempat dari sub dimensi yang telah disebutkan diatas.

Pada pengukuran kategori **sensasionalisme** ada 3 sub dimensi untuk menjadi alat ukur. *Pertama* yaitu dijumpai didalam satuan berita ada personalisasi. Yang berarti, akan ada ditemuinya cara pandang yang berlebihan terhadap suatu individu yang dianggap aktor penting dalam peristiwa tersebut. Personalisasi akan merujuk kedalam adanya pandangan tertentu sebagai suatu yang mereduksi individu kedalam suatu peristiwa, sehingga menimbulkan suatu pandangan baru bahwa seolah-olah aktor yang disebutkan terletak sebagai “sipenengah” dari peristiwa yang terjadi. Efek yang ditimbulkan jika personalisasi dibangun didalam surat kabar maka akan terjadi kultus individu. Dimana akan ada pemujaan khusus atau berlebihan terhadap kepada

⁴⁷*Ibid.*, Hal 24

⁴⁸*Ibid.*

⁴⁹*Ibid.*, Hal 24-26

manusia yang dijadikan aktor atas kelebihan yang dimiliki dalam satuan peristiwa tersebut. Contohnya, berita keberhasilan/kegagalan tentang revisi permenhub no 32 tahun 2016 ini, maka nantinya tidak adanya konflik lagi antara kedua belah pihak taksi *online* dan taksi konvensional (ataupun terjadi sebaliknya) adalah suatu kerja keras dari menteri perhubungan sebagai pemimpin lembaga tersebut. Disini akan terlihat adanya personalisasi dalam satuan berita.

Kedua yaitu Emosionalisme yang ini diartikan sebagai penonjolan emosi (sedih,suka,benci,gembira,marah dan sebagainya) yang berlebihan dibandingkan munculnya aspek logis rasionalis pada satuan berita. Penonjolan emosionalisme memang digunakan untuk “menghidupkan” berita itu sendiri, namun didalam berita yang netral serta objektif tidak membutuhkan itu tetapi lebih kedalam informasi yang dingin netral adanya. Pada lembar koding, personalisasi dan emosionalisme akan digabung menjadi 1 tabel menjadi sub-dimensi sensasionalisme. Maka jika didalam satuan berita dihadiri oleh personalisasi dan emosionalisme atau salah satunya, jika “ada” akan dikodekan dengan angka “1” lalu kemudian dikutip beritanya dikolom dibawah tabel dan jika ‘tidak ada maka akan dikode angka “0”

Ketiga dalam pengukuran **sensasionalisme** yaitu dengan ada atau tidaknya dramatisasi dalam satuan berita. Dramatisasi disini diartikan sebagai melebih-lebihkan fakta yang terjadi dengan menggunakan kata-kata atau **kalimat hiperbolik**. Ini digunakan supaya pembaca dapat merasakan yang terjadi pada suatu peristiwa. Contohnya “*Jajaran supir taksi konvensional mengerahkan puluhan ribu anggotanya untuk berdemo atas kebijakan revisi permenhub yang baru*”, pada contoh tersebut tentunya sangatlah berlebihan jika memang faktanya supir taksi yang datang tidak lebih dari 50 orang. Maka jika dalam satuan berita dihadiri oleh kalimat hiperbolik pada lembar koding jika “ada” akan dikodekan dengan angka “1” lalu

kemudian dikutip berita yang mengandung kata atau **kalimat hiperbolik** dikolom dibawah tabel dan jika ‘tidak ada maka akan dikode angka “0”’.

Stereotype yang selanjutnya sebagai alat ukur dari netralitas. *Streotype* ini diartikan yaitu pemberian atribut tertentu pada suatu kelompok ataupun individu berdasarkan atribut mereka. Atribut ini bisa saja mengarah kedalam persepsi positif maupun negatif. Jelasnya pemberian atribut tidaklah bersifat netral namun lebih kedalam memihak walauun itu bersifat negatif. Sering kali *streotype* dapat ditemui didalam satuan berita, dikarenakan adanya persepsi tersendiri dari seorang penulis berita. Contoh, “*pemberian atribut kepada taksi konvensional yang cenderung arogan, terlebih banyak kasus yang mengarah tentang nakalnya taksi konvensional yang memanipulasi harga dimesin argonya*”. Dari contoh bisa dikatakan bahwa kebiasaan kasus yang terjadi pada taksi konvensional yang membuat pemberian atribut “arogan” sudah terbiasa didengar. Maka pada lembar koding jika dihadiri *streotype*, jika “ada” akan dikodekan dengan angka “1” lalu kemudian dikutip beritanya yang mengandung *streotype* dikolom dibawah tabel dan jika “tidak ada” maka akan dikode angka “0”.

Kemudian pada pengukuran berikutnya ada *juxtapotion*. Ini diartikan bahwa seorang wartawan menyandingkan 2 fakta yang berbeda dengan maksud untuk mengkontraskan keduanya, sehingga pembaca dapat berfikir bahwa kedua fakta tersebut sangatlah sama. Wartawan menggunakan *juxtapotion* untuk menambah kesan dramatisasi pada berita yang ditulisnya. Bahkan sekalipun kedua fakta yang disandingkan keduanya sangatlah tidak kontras dan berbeda. Maka pada lembar koding jika “ada” *juxtapotion* akan dikodekan dengan angka “1” lalu kemudian dikutip beritanya yang mengandung *juxtapotion* dikolom dibawah tabel dan jika “tidak ada” maka akan dikode angka “0”.

Pengukuran terakhir dari dimensi netralitas adalah *linkages*. *Linkages* diartikan sebagai penyandingan tentang dua hal yang menyebabkan asosiatif atau memunculkan terkait sebab dan akibat. Maka pada lembar koding jika “ada” *linkages* akan dikodekan dengan angka “1” dan jika “tidak ada” maka akan dikode angka “0”.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menganut paham paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Paradigma positivisme mampu mengidentifikasi fenomena sosial dengan jelas, sehingga dapat dipahami kemudian dilakukannya perbandingan. Fenomena sosial dalam penelitian ini menganut fenomena sosial yang berupa konsep tekstual berita. Penelitian ini ingin mengkaji isi berdasarkan pada nilai-nilai berita yang objektif. Karena pada paradigma positivisme akan muncul adanya suatu pendekatan kuantitatif yang mana objek penelitian harus memiliki keberaturan yang naturalistik, empiris dan behavioristik.⁵⁰ Yang berarti objek penelitian harus berupa fakta yang sebenarnya mengenai fenomena yang terjadi, harus bebas dengan subjektivitas dan murni dengan unsur objektif.⁵¹

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.⁵² Prosesnya dengan menghitung akumulasi dari suatu pesan yang telah dikodekan.⁵³ Penelitian ini juga menggunakan tipe deskriptif dengan metode analisis isi.

⁵⁰ Burhan Bungin . *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Prenada Media, 2005). Hal 31

⁵¹ *Ibid.*, Hal 32

⁵² Ashadi Siregar et.al *METODE RISET KOMUNIKASI: Panduan Untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi* (BBPI dan PKMBP, Yogyakarta, 2008) Hal 103

⁵³ Eriyanto. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta, Kencana, 2011) Hal 15

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.⁵⁴

2. Waktu dan lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Oktober 2017 sampai dengan selesai dan dengan lokasi penelitian di Yogyakarta.

3. Populasi, sample dan teknik penarikan sample

a. Populasi

Populasi adalah semua anggota dari objek yang akan diketahui isinya.⁵⁵ Objek dari penelitian ini adalah pemberitaan konflik Polemik Revisi Peraturan Menteri Perhubungan No 32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring pada media daring Detik.com, Merdeka.com dan Kumparan.com. Periode pemberitaan yang di ambil yaitu pada periode pemberitaan pada tanggal 20 Maret 2017 – 10 April 2017. Dari objek penelitian kemudian di simpulkan menjadi populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah berita . Pemberitaan pada batasan tanggal yang sudah terpilih tersebut, maka keseluruhan berita yang didapat berjumlah 147 judul. Maka jumlah yang terpilih adalah populasi.

b. Sample dan Teknik penarikan sample

Berdasarkan populasi yang telah ditentukan, maka kemudian dtentukannya sample . Dalam penelitian analisis isi penarikan sample ada 2 macam. Ada penarikan sample acak (*random/probability* sample) dan tidak acak (*non-probability* sample). Peneliti dalam penelitian ini menggunakan sample tidak

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ *Ibid.*) Hal 109

acak (*non-probability sample*). Pengertian dari teknik sample tidak acak ini adalah sebuah teknik penarik sample yang tidak menggunakan dari hukum probabilitas itu sendiri.⁵⁶ Jadi populasi yang terpilih menjadi sample maka itu didapatkan dari pertimbangan peneliti.

Pada akhirnya, populasi yang telah di ambil sebanyak 147 judul berita dari pemberitaan terkait akan ditarik menjadi sample yang di analisis. Sample penelitian ini akan terkaji di dalam tabel sebagai berikut :

Tabel Sample Penelitian

Frekuensi Berita Polemik Revisi Peraturan Menteri Perhubungan No 32 Tahun 2017 dan Tarif Baru Taksi Daring

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

4. Jenis data

a. Data Primer

Data primer di dalam penelitian ini yaitu data yang sudah diambil melalui media daring dan secara langsung . Data diambil berdasarkan hasil analisa dari pemberitaan terkait yang telah di muat Detik.com,Merdeka.com dan Kumparan.com pada periode pemberitaan 20 Maret 2017 -10 April 2017.

⁵⁶ *Ibid.* Hal 115

b. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini menggunakan berupa buku-buku. Buku terkait adalah buku yang banyak membahas masalah kinerja jurnalisik, analisis isi, objektivitas berita, media daring. Yang mana buku-buku tersebut di dapatkan melalui banyak tempat yaitu Perpustakaan pusat Universitas Islam Indonesia dan Perpustakaan Prodi Ilmu Komunikasi UII, Perpustakaan Sanata Dharma, Pr2Media.

5. Unit Analisi Data

a. Unit Pencatatan (*Recording Units*)

Unit pencatatan di dalam penelitian analisis isi sangat penting. Karena unit pencatatan adalah mencatat bagian-bagian penting yang akan catat, dihitung dan di analisis.⁵⁷ Pada penelitian ini unit pencatatannya adalah berita yang telah terpilih.

Berdasarkan berita yang terpilih sebagai unit pencatatan, maka dalam penelitian ini akan merujuk kedalam sumber berita sebagai unit terpenting dalam unsur berita. Sumber berita yang terpilih didalam penelitian ini merujuk kedalam suatu kelompok. Kelompok yang terhubung oleh sumber berita berjumlah 4 kelompok. *Pertama* yaitu kelompok dalam bidang pemerintahan yang mengru cut kedalam kementerian perhubungan. Dimana kementerian perhubungan yang mengatur segala urusan mengenai Permenhub nomor 32 tahun 2016 dan mempunyai hak atas dasar revisi Permenhub nomor 32 tahun 2016 tersebut. Dalam hal ini berita yang ada, jika banyak menyebut nama kementerian perhubungan dalam beritanya maka bisa dipungkiri bahwa berita itu berpihak ke kementerian perhubungan.

Kelompok yang terpilih kedua adalah kelompok ternasuk dari pihak taksi daring. Yang mana pihak taksi daring ini adalah pihak yang

⁵⁷ *Ibid.* Hal 59

terdampak dari revisi Permenhub nomor 32 tahun 2016. Karena revisi Permenhub akan berujung kedalam tarif baru taksi daring yang akan merugikan pihak ini mengenai dengan konsumen. Jika didalam sumber berita atau berita tertulis sering mengedepankan nama taksi daring dalam menyebutkan korban makan bisa jadi media tersebut tidak objektif dan berpihak ke taksi daring. *Ketiga* yaitu pihak taksi konvensional. Dimana taksi konvensional adalah pihak yang konflik dengan taksi daring. Taksi konvensional adalah pihak menerima dampak positif mengenai revisi Permenhub tersebut. Dalam hal ini jika sumber berita atau berita terkait terlalu sering mengedepankan pihak taksi konvensional berarti bisa diduga bahwa berita tersebut tidak objektif.

Keempat yaitu kelompok masyarakat umum. Masyarakat umum sebagian besar adalah pelanggan taksi daring. Yang mana jika taksi daring naik maka akan berimbas ke masyarakat karena berarti taksi daring bukan lagi menjadi pilihan transportasi murah. Maka bisa dikatakan berita tidak objektif jika berita terlalu sering menyebut kerugian yang di alami oleh masyarakat umum.

b. Unit Kontes (Context Units)

Unit konteks ini penting agar dari hasil unit pencatatan dapat mempunyai arti yang sesuai dan dapat merambah kedalam konteks yang lebih besar . Maka unit konteks di dalam penelitian ini adalah revisi permenhub no 32 tahun 2016 ini bertujuan untuk meredakan konflik anatar taksi daring dan taksi konvensional.

6. Pengolahan data

a. Tahap pengumpulan data

Pada tahapan pengumpulan data untuk menarik sebuah kesimpulan, peneliti menggunakan beberapa tahap-tahap yaitu :

1. Melakukan pengamatan pada isi pemberitaan mengenai polemik revisi pertauran menteri no 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring periode pemberitaan 20 Maret – 10 April 2017.
2. Kemudian mengumpulkan data melalui kategori-kategori dengan menggunakan tabel *coding sheet*.
3. Melakukan analisis pada berita-berita yang sudah di dapatkan..

b. Pengolahan data

1.Editing

Pada proses pertama pengolahan data yaitu adanya editing. Editing adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh peneliti setelah dilakukannya tahap pengumpulan data.⁵⁸ Tahapan editing ini penting agar tidak adanya data yang tertinggal atau terlupakan, sehingga data yang didapatkan sesuai dengan kriteria dan lengkap .

2.Coding

Setelah melakukan tahap editing kemudian dilakukannya tahap coding atau lembar coding. Pada lembar coding yaitu berisi kategori dan aspek-aspek yang dicari didalam analisis isi.⁵⁹ Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan lembar coding dengan metode lembar cetak. Dimana akan menyediakan masing-masing 1 lembar coding pada 213 jumlah sample berita yang akan di analisis isi. Proses lembar coding ini mempermudah peneliti ada proses pencatatan kategori dan aspek dalam berita sebagai objek dalam penelitian ini .

3.Tabulasi

⁵⁸ Burhan Bungin . *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Prenada Media, 2005).Hal 165

⁵⁹ Eriyanto. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta, Kencana,2011) Hal 221

Tahap terakhir yang dilakukan yaitu tahap tabulasi. Tabulasi adalah sebuah tahap dimana memasukan data pada tabel-tabel tertentu yang kemudian mengatur angka-angka tersebut dan menghitungnya.⁶⁰ Tabulasi juga dapat diartikan sebagai sebuah penggambaran dari data yang telah diperoleh, sehingga dapat mengrucut didalam sebuah tabel deskriptif yang mana itu akan memerpermudah peneliti dalam memahami data.

c. Analisis data

Dalam penelitian ini ,peneliti melakukan pengumpulan data pertama dengan menggunakan penacriam judul berita sesuai masa periode yang telah ditentukan. Seluruh berita mengenai kasus polemik revisi permenhub no 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring dipilih sesuai dengan keterkaitannya dan kemudian dihitung berapa jumlah selama masa sebelum dan sesudah berlakunya revisi permenhub no 32 tahun 2016. Kemudian setelah itu peneliti menarik sample dari jumlah populasi berita yang telah didapat untuk dianalisis. Diambilnya sample ini menurut periode pemberitaan tanggal 20 Maret-1 April 2017, untuk mengukur objektivitas didalam media daring dari fenomena yang terjadi sebelum dan sesudah revisi permenhub no 32 tahun 2016 diberlakukan

Selanjutnya setelah data terkumpul lalu akan dilakukannya pengkodean dengan menggunakan lembar koding. Lembar koding ini berisi semua kategori-kategori sesuai dengan prosedur didalam lembar koding. Data yang sudah diterkoding dimasukan didalam tabel frekuensi, yang selanjutnya peneliti akan menganalisis, menginterpretasi lalu membandingkan sesuai nilai-nilai yang telah sesuai pada kriteria terpilih.

Untuk menghasilkan data yang tetap kredibilitas dan objektivitas, peneliti dalam hal itu melakukan realibilitas data. Realibilitas data yang dilakukan yang menggunakan pengkoder 1 dan pengkoder 2. Digunakannya 2 pengkoder agar hasil yang dicapai bisa kredibilitas yang

⁶⁰ Burhan Bungin . *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Prenada Media, 2005).Hal 168

tinggi dan dapat adanya persetujuan 1 sama lain, sehingga dapat menerima masukan antar keduanya. Uji Reabilitas data ini yaitu untuk mengetahui pengukuran yang salah, sehingga bisa diperbaiki melalui pengkode yang telah dipilih. Proses terakhir yaitu menarik kesimpulan dan peneliti memberikan rekomendasi dalam penelitian ini

d. Reabilitas data

Untuk menghasilkan data yang mempunyai realibilitas maka dalam penelitian ini akan dilakukannya reabilitas data. Realibilitas data dilakukan untuk mengetahui dari pengukuran sebelumnya yang terjadi kesalahan. Dimana akan dilakukan dengan 2 pengkode. 2 pengkode ini disebut dengan pengkode 1 dan pengkode 2, yang keduanya harus saling setuju untuk menghasilkan data yang objektif dan tidak subjektif. Untuk melakukan reabilitas data, peneliti menggunakan rumus perhitungan reabilitas data yang diusung oleh Holsti (1969).⁶¹ Rumus tersebut yaitu sebagai berikut :

$$C.R = \frac{2M}{N1+N2}$$

C.R = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah coding yang disetujui oleh kedua pengkode

N1 dan N2 = Jumlah pernyataan yang dikode oleh pengkode

⁶¹Eriyanto. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta, Kencana, 2011) Hal 290

Dalam pengukuran menggunakan rumus Holsti, angka minimum yang dapat ditoleransi yaitu 0,7 atau 70%.⁶² Pemahamannya yaitu jika perhitungan mencapai angka 0,7 maka data terbilang reliabel. Namun, sebaliknya jika perhitungan tidak dapat mencapai 0,7 maka tidak reliabel. Setelah menghitung reabilitas data, selanjutnya akan disusun dengan membuat laporan secara akademis dengan ketentuan-ketentuan tertentu.

Didalam penelitian terdapat 3 kategori yang akan diukur untuk menguji reabilitas. Yang pertama yaitu Berimbang, selanjutnya ada Tidak Berimbang, dan yang terakhir ada tidak jelas. Dari ketiganya akan dijelaskan definisi operasional, berikut penjelasnya:

1. **Berimbang:** Berita yang telah diukur melalui dimensi *balance* dan *neutrality* cenderung bersifat netral. Tidak adanya unsur memihak atau pro dan kontra terhadap revisi permenhub nomor 32 tahun 2016.
2. **Tidak berimbang:** Berita yang telah diukur dengan menggunakan dimensi *balance* dan *neutrality* cenderung terdapat unsur memihak atau pro dan kontra terhadap revisi permenhub nomor 32 tahun 2016. Baik itu mendukung peraturan menteri yang terbaru ataupun kontra terhadap peraturan menteri dengan mendukung taksi daring.
3. **Tidak Jelas:** Berita yang telah diukur dengan menggunakan dimensi *balance* dan dikategorikan kedalam *neutrality* ternyata sulit untuk dikategorikan kedalam berita yang berimbang atau tidak. Biasanya ditemui akan adanya ketidakjelasan berita untuk masuk kedalam dimensi *balance* atau *neutrality*.

⁶² *Ibid.*

Pada penelitian ini, peneliti dalam melakukan uji reabilitas data dibantu oleh Wira Junanda. Wira merupakan seorang mahasiswa dari prodi Teknik Kimia, Fakultas Teknik Industri Universitas Islam Indonesia angkatan 2014. Dari hasil yang di peroleh melalui uji reabilitas data ini maka dihasilkan persentase persetujuan sebesar 80%. Sehingga hasil tersebut bisa melebihi angka reabilitas minimum yang sebesar 70%. Berikut adalah hasil pemaparan hasil dari uji reabilitas data yang menkankan pada dimensi impasialitas didalam pemberitaan.

No	Nomor Koding Berita	Koder 1 (Wira)	Koder 2 (Ikhsan)	Setuju (S)/ Tidak Setuju (TS)
1.	1D	2	2	S
2.	9D	1	1	S
3.	10D	1	1	S
4.	11D	1	1	S
5.	13D	1	1	S
6.	3M	1	1	S
7.	4M	1	1	S
8.	5M	1	2	TS
9.	16M	1	1	S
10.	8M	2	2	S
11.	2K	1	1	S
12.	17K	1	2	TS
13.	14K	1	1	S
14.	15K	1	1	S
15.	16K	1	2	TS
				Total S = 12 Total TS = 3
$\text{Reabilitas} = 2M/(N1+N2) = 2(12)/(15+15) = 0.8 \text{ (80\%)}$				

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Pemberitaan Polemik Revisi Peraturan Menteri No.32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring di Media Daring

Adanya taksi daring telah menjadi idola transportasi umum yang harganya terjangkau membuat banyak masyarakat mengapresiasi hal tersebut. Selain menawarkan harga murah dengan adanya taksi daring masyarakat dengan mudah memesan taksi daring mereka hanya dengan menggunakan aplikasi di *gadget* yang masyarakat miliki. Dengan munculnya polemik revisi PM nomor 32 tahun 2016 yang akan melibatkan kenaikannya harga tarif taksi daring, tentunya membuat masyarakat banyak yang memprotes akan hal itu.

Terlebih perusahaan taksi daring dalam eksistensinya juga telah mengandalkan tarif yang jujur dan murah. Wajar jika 3 perusahaan taksi daring tidak setuju dengan revisi PM no.32 tahun 2016 itu. Perusahaan taksi daring juga tidak setuju jika mitranya harus balik nama STNK kendaraan mereka dengan mengganti nama perusahaan. Karena perusahaan yakin jika hal itu dilakukan akan memberatkan para mitra mereka. Bukan hanya perusahaan saja yang memprotes namun secara langsung para pengemudi taksi daring (mitra) juga akan memprotes revisi PM no.32 tahun 2016 tersebut. Kebanyakan mereka meminta keadilan, agar mereka tetap bisa mengemudi taksi daring tanpa harus mengganti balik nama STNK dengan nama perusahaan.

Polemik antara perusahaan taksi daring dengan Kementerian Perhubungan tentunya menjadi perbincangan yang hangat di media-media pemberitaan. Media tersebut hampir semua membahas tentang polemik ini, termasuk didalamnya ada media daring. Karena polemik revisi PM 32

tahun 2016 ini banyak melibatkan berbagai pihak pemerintahan, lembaga-lembaga dan para ahli.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil 3 media daring yang akan diteliti dan dianalisis. 3 media tersebut yaitu Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com. Masa pemberitaan yang akan dianalisis tentunya sesuai dengan sample penelitian, 20 Maret 2017- 10 April. Peneliti mengambil tanggal tersebut karena ingin mengetahui isi pemberitaan sebelum dan sesudah masa pemberlakuan revisi PM no 32 tahun 2017 itu berlaku.

B. Detik.com

1. Sejarah Detik.com

Sejarah Detik.com tentunya tidak jauh-jauh dari seorang milyader sukses yang lahir dari bisnis *dotcom* yaitu Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo). Abdul Rahman yang hobinya mengutak-atik komputer membukan perusahaan pendesain situs bersama dengan dua temannya, Budiono Darsono (eks wartawan Detik.com) dan Didi Nugrahadhi. Perusahaan tersebut berdi pada September 1995 yang kemudian diberi nama Agronet Multicitra Siberkom atau disingkat Agrakom. Modal yang digunakan untuk membuat perusahaan tersebut hanya seratus juta atau setara 40 ribu dolar AS pada saat itu.⁶³

Singkat cerita sukses Agrakom dihajar badai krisis moneter yang pada saat itu banyak menyerang negara Asia termasuk Indonesia. Karena itu biaya operasional membengkak dan turunan order membuat Abdul Rahman menjadi was-was mengingat banyak perusahaan *dotcom* yang gulung tikar. Dengan penurunan order di Agrakom membuat Abdul Rahman terpirkan mengungsi situs sendiri, meniru Yahoo.com sebagai *search engine global*. Berbeda pendapat dengan Abdul Rahman, Budiono

⁶³ “Kupas Tuntas Detik.com” <http://www.anneahira.com/detik.htm>, (diakses tanggal 27 Mei 2018)

ternyata mengusulkan untuk mengusung situs berita dengan konsep *breaking news* yang selalu terupdate.

Gambar 2.1. Logo Detik.com



Sumber:<http://www.Detik.com/>, diakses tanggal 27 Mei 2018

Pada tanggal 30 Mei 1998, Detik.com sebenarnya sudah mempunyai *server* sendiri. Namun pada 9 Juli 1998 dengan tenaga awal 3 orang reporter pada saat itu Detik.com memulai debutnya sebagai media daring. Maka dari itu pada tanggal 9 Juli 1998 tersebut sering diperingati sebagai hari lahir Detik.com. Dari awal kelahirannya, Detik.com semula hanya fokus pada berita politik, ekonomi saja, namun kemudian Detik.com mulai merambah untuk menyajikan berita hiburan dan olahraga.

Melejitnya prestasi Detik.com dengan penyajian *breaking news* terecepat membuat Detik.com menjadi idola situs informasi digitas dikalangan pengguna Internet. Pada 3 Agustus 2011 Detik.com di akuisisi oleh CT Corp. Dengan begitu pada tanggal tersebut secara resmi Detik.com berada di bawah Trans Corp. Setelah diambilnya alih, kemudian jajaran direksi juga diganti oleh pihak-pihak dari Trans corp sebagai meluaskan jangkauan CT Corp dibidang ranah media.

Gambar 2.2 Tampilan Detik..com



Sumber:<http://www.Detik.com/>, diakses tanggal 27 Mei 2018

2. Struktur Organisasi Detik.com

Direktur Pemberitaan	:	Ahmad Ridwan Dalimunthe
Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab	:	Iin Yumiyanti
Wakil Pemimpin Redaksi	:	Andi Abdullah Sururi, Ardhi Suryadhi, Elvan Dany Sutrisno Ahmad Toriq (Jakarta), Triono
Kepala Peliputan	:	Wahyu Sudibyo (Daerah dan Luar Negeri) Fajar Pratama (Redaktur Pelaksana), Hestiana Dharmastuti (Wakil Redaktur Pelaksana) Aditya Fajar Indrawan, Aditya Mardiastuti, Andi Saputra, Bagus Prihantoro Nugroho, Bahtiar Rifai, Bisma Alief, Danu Damarjati, Dhani Irawan, E Mei Amelia
DetikNews	:	Rahmat, Edward Febriyatri Kusuma, Elza Astarti Retaduari, Erwin Dariyanto, Ferdinan, Herianto Batubara, Idham Khalid, Indah Mutiara Kami, Jabbar Ramdhani, Kartika Sari Tarigan, M Taufiqurrahman, Nathania Riris Michico, Nograhany Widhi K, Novi Christiastuti Adiputri, Ray

Jordan, Rina Atriana, Rita Uli
Hutapea, Rivki, Ahmad Ziaul
Fitrahudin, Muhammad Fida Ul
Haq, Niken Purnamasari, Andhika
Prasetia, Noval Dhwinuari Antony,
Bartanius Dony A, Arief
Ikhsanudin, Ibnu Haryanto, Gibran
Maulana, Haris Fadhil, Galang Aji
Putro, Ahmad Bil Wahid, Dewi
Irmasari, Heldania Utri Lubis,
Kanavino, Cici Marlina

Angga Aliya ZRF (**Redaktur
Pelaksana**)

Hans Henricus B.S.A, Dana
Aditiasari, Zulfi Suhendra, Ardan
Adhi Chandra, Eduardo
Simorangkir, Fadhly Fauzi
Rachman, Hendra
Kusuma, Danang Sugianto, Puti
Aini Yasmin, Sylke Febrina
Laucereno, Trio Hamdani, Selfie
Miftahul Jannah, Achmad Dwi
Afriyadi

DetikFinance

:

Doni Wahyudi (**Redaktur
Pelaksana**), Kris Fathoni (**Wakil
Redaktur Pelaksana**)

DetikSport

:

Amalia Dwi Septi, Femi Diah N,
Fredy Meylan Ismawan, Lucas
Aditya, Mercy Raya, Mohammad

		Resha Pratama, Novitasari Dewi Salusi, Okdwitya Karina Sari, Rifqi Ardita Widiyanto
DetikHot	:	Nurul Ken Yunita (Redaktur Pelaksana), Nugraha Rodiana (Wakil Redaktur Pelaksana) Asep Syaifullah, Delia Arnindita Larasati, Desy Puspasari, Devy Octafiani, Dicky Ardian, Komario Bahar, Mahardian Prawira Bhisma, Mauludi Rismoyo, Prih Prawesti, Tia Agnes Astuti, Febriyantino Nur Pratama, Dyah Paramita Saraswati, Hanif Hawari, Veynindia Esaloni
DetikInet	:	Achmad Rouzni Noor II (Redaktur Pelaksana), Fino Yurio Kristo (Wakil Redaktur Pelaksana) Anggoro Suryo Jati, Rachmatunnisa, Josina, M. Alif Goenawan, Adi Fida Rahman
DetikHealth	:	AN Uyung Pramudiarja (Redaktur Pelaksana) Firdaus Anwar, M Reza Sulaiman, Radian Nyi Sukmasari, Rahma Lillahi Sativa, Suherni
Wolipop	:	Eny Kartikawati (Redaktur

		<p>Pelaksana), Hestianingsih (Wakil Redaktur Pelaksana) Alissa Safiera, Daniel Ngantung, Kiki Oktaviani, Rahmi Anjani, Mohammad Abduh</p>
DetikFood	:	<p>Odilia Winneke (Redaktur Pelaksana) Lusiana Mustinda, Maya Safira, Andi Annisa Dwi Rahmawati</p>
DetikTravel	:	<p>Fitraya Ramadhanny (Redaktur Pelaksana), Afif Farhan (Wakil Redaktur Pelaksana) Johanes Randy, Kurnia Yustiana, Wahyu Setyo Widodo, Ahmad Masaul Khoiri</p>
DetikOto	:	<p>Dadan Kuswaraharja (Redaktur Pelaksana), M. Luthfi Andika (Wakil Redaktur Pelaksana) Khairul Imam Ghozali, Dina Rayanti, Rangga Rahadiansyah</p>
DetikX	:	<p>Irwan Nugroho (Redaktur Pelaksana), Spto Pradityo (Wakil Redaktur Pelaksana) Aryo Bhawono, Deden Gunawan, Ibad Durrohman, Melisa Mailoa , M Rizal Maslan, Pasti Liberti Mappapa</p>

DetikFoto : Dikhy Sasra (**Redaktur Pelaksana**)
Rachman Haryanto, Agus Purnomo, Aries Suryono, Agung Pambudhy, Ari Saputra, Grandyos Zafna, Rengga Sancaya, M. Ridho Suhand

3 Rubrikasi Detik.com

Detikcom merupakan portal kepada situs-situs:

- **detikNews** (news.detik.com) Berisi informasi berita politik-peristiwa
- **detikFinance** (finance.detik.com) Memuat berita ekonomi dan keuangan
- **detikFood** (food.detik.com) Informasi tentang resep makanan dan kuliner
- **detikHot** (hot.detik.com) Berisi info gosip artis/celebriti dan infotainment
- **detiki-Net** (inet.detik.com) Memuat informasi teknologi informasi
- **detikSport** (sport.detik.com) Berisi info olahraga termasuk sepakbola
- **detikHealth** (health.detik.com) Memuat info dan artikel kesehatan
- **detikTV** (tv.detik.com) Memuat info mengenai berisi berita video (tv berita)
- **detikFoto** (foto.detik.com) Yang memuat berita Foto
detikOto (oto.detik.com) Memuat informasi mengenai otomotif

- **detikTravel** (travel.detik.com) Memuat informasi tentang liburan dan pariwisata
- **detikSurabaya** (surabaya.detik.com) Info Surabaya dan Provinsi Jawa Timur
- **detikBandung** (bandung.detik.com) Informasi tentang Bandung dan Provinsi Jawa Barat
- **detikforum** (forum.detik.com) Tempat diskusi daring antar komunitas pengguna Detikcom
- **blogdetik** (blog.detik.com) Tempat pengakses mengisi info atau artikel, foto, video di halaman blog pribadi
- **wolipop** (wolipop.detik.com) Berisi informasi tentang wanita dan gaya hidup
- **TanyaSaja** (tanyasaja.detik.com) Tempat para pengakses bertanya jawab mengenai hal apa pun
- **DetikMap** (map.detik.com) Semacam alat/tool untuk melihat Peta lokasi
- **IklanBaris** (iklanbaris.detik.com) Berisi Iklan yang langsung diisi konsumen
- **Harian Detik** (harian.detik.com) Berisi berita dalam bentuk koran digital yang diterbitkan 2x sehari pada pukul 06:00 WIB & 16:00 WIB (untuk edisi akhir pekan terbit 1x sehari pada pukul 06:00 WIB).

4. Sample Berita Detik.com

Tabel dibawah ini, ialah tabel penjelasan judul berita dan diklompokan sesuai dengan tanggal pemberitaannya pada media daring Detik.com. Judul pemberitaan yang terdapat pada tabel tentunya sudah melalui metode penarikan sample yang telah di lakukan sebelumnya. Dalam pemberitan yang sudah diambil terdapat berbagai macam topik pembahasan Mengenai adanya polemik revisi PM No.32 Tahun 2016

tersebut. Berbeda pembahasan topik, tentunya berbeda juga dengan narasumber yang dihadirkan pada setiap pemberitaan.

Tabel 2.1. Sampel Berita Detik.com

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita
1.	20 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ombudsman Panggil Dirjen Hubdar Terkait Tarif Baru Taksi Daring ➤ Kenaikan Tarif Usulan dari Pengemudi Taksi Daring ➤ Seperti Angkot, Tarf Baru Taksi Daring Ditetapkan Pemda ➤ Tarif Taksi Daring Diatur Pemda, Ojek Daring Bagaimana? ➤ Tarif Ojek Daring Ikut Diatur? ➤ Ombudsman; Tarif Taksi Daring Naik untuk Keselamatn ➤ Ada Aturan Tarif Taksi Onlne, Siapa yang Diuntungkan?
2.	21 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kapolri, Menhub dan Menkominfo Sosialisasi Aturan Taksi Daring ➤ Menhub Tegaskan 1 April Aturan Baru Taksi Daring Berlaku ➤ Menkominfo: PM 32/2016 Legalkan Transportasi Daring di Indonesia ➤ Usai Atur Taksi Daring, Ojek Daring Kapan? ➤ Cegah Gesekan Angkutan, Kapolri: Lakukan Deteksi Dini dan Dialog ➤ Go-Jek, Grab dan Uber Minta Aturan Taksi Daring Ditunda 9 Bulan ➤ Menhub: PM 32/2016 Bermanfaat Buat Taksi Daring dan Konvensional ➤ Tarif Taksi Daring Naik, Masyarakat yang Dirugikan ➤ Pemerintah Harus Pikirkan Konsumen

		<p>Sebelum Atur Tarif Taksi Daring</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tarif Taksi Daring Naik, Masyarakat Balik Lagi Naik Mobil Pribadi
3.	22 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kemenhub: Persaingan Terjadi di Sesama Taksi Daring ➤ Tarif Taksi Daring Diatur, Masyarakat Pikir-Pikir Bawa Kendaraan Sendiri
4.	23 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Taksi Express Pertanyakan Cara Pemerintah Batasi Tarif Taksi Daring ➤ Hidup Morat-Marit, Tarif Taksi Konvensional Pasti Turun Sendiri ➤ YLKI Setuju Tarif Diatur karena Kadang Taksi Daring Lebih Mahal ➤ Permenhub ‘Penyetaraan’ dan Kebutuhan Akan Transportasi Terjangkau ➤ Berlaku 1 April, Masa Transisi Aturan Taksi Daring Selama 3 Bulan ➤ Wejangan Walkot Semarang Agar Transportasi Daring-Konvensional Akur ➤ YLKI: Taksi Daring Diatur Agar Tak Ada Tarif Predator ➤ YLKI: Taksi Daring Belum Beri Jaminan Perlindungan Konsumen ➤ Taksi Daring Belum Jamin Perlindungan Konsumen
5.	24 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gojek; Kami Pro Persaingan Sehat dan Inovasi ➤ Tak Patuhi Aturan Tarif Baru, Aplikasi Taksi Daring Akan Diblokir ➤ Kata Go-Jek Soal Aturan Baru Taksi Daring
6.	25 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Angkutan Konvensional dan Daring Harus Diperlakukan Setara ➤ KPPU Kaji Dugaan Tarif Predator Taksi Daring ➤ Pelaksanaan PM 32/2016 Molor Setengah Tahun ➤ Kemenhub Pelaksanaan ‘Permen Taksi Daring’ Sudah di Tunda 6 Bulan ➤ Organda Minta Pemerintah Segera Atur Ojek Daring ➤ Menhub Sosialisasi Aturan Baru Angkutan Umum, Ini Hasilnya ➤ Organda Protes Tarif Murah Ojek Daring ➤ Sosialisasi Aturan Angkutan Umum, Menhub; Demi Kesetaraan

7.	26 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menhub Kumpulkan Ratusan Pengemudi Daring di Balai Kota DKI ➤ Tarif Taksi Daring Dibatasi, Menhub: Kita sama-sama Cari Penghidupan
8.	27 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sumarsono Pastikan Pemprof DKI Siap Terapkan Aturan Taksi Daring
9.	28 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 3 Rekomendasi KPPU Ke Pemerintah Soal Kisruh Taksi Daring ➤ Revisi Tarif Taksi Daring, Menhub: Ada Jeda Waktu Setelah 1 April
10.	29 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asosiasi Driver Daring Mengadu Ke DPR soal Payung Hukum ➤ Komentar Bos Blue Bird Soal Tarif Taksi Daring ➤ Sumarsono Ancam akan Kandangkan Taksi Daring Yang Tak Berstiker
11.	30 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Komisi V DPR Dukung Aturan Soal Transportasi Daring Mulai 1 April. ➤ Angkutan Umum Jabar Tuntu Gubernur Nonaktifkan Transportasi Daring
12.	31 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sudah Tepatkah Aturan Tarif Batas Atas dan Bawah untuk Taksi Daring? ➤ KPPU Rekomendasikan soal Polemik Taksi Daring Versus Konvensional ➤ Gubernur Jabar Masih Godok Pergub Taksi Daring ➤ Tarif Taksi Daring Diatur. Sri Mulyani: Agar Tak Ada yang Dirugikan ➤ Catatan Joki Soal Aturan Taksi Daring
13	1 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hari ini aturan Taksi Daring di Revisi Permenhub Mulai Berlaku! ➤ Takut Pelanggan Hilang, Taksi Daring Belum Naikan Tarif ➤ Tarif Disamakan, Driver Taksi Daring; Biar Sama-sama Bersaing ➤ Aturan Taksi Daring Berlaku, Beberapa Poin Perlu Masa Transisi ➤ Atur Transportasi Daring, Pemerintah Diminta Belajar Dari Negara Tetangga
14.	3 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tarif Taksi Daring Diatur, Bagaimana Laju Saham Operator Taksi ? ➤ Ada Tarif Baru Taksi Daring, Saham-saham Taksi Masih Lesu ➤ Tarif Taksi Daring Diatur, Omzet Taksi Biasa Bisa Naik ? ➤ Aturan Tarif Taksi Daring Bisa Picu Inflasi

		<p>April 11, 2018</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pergub Jatim Soal Taksi Daring Belum Digatedok ➤ Tarif Taksi Daring Diatur, Menhub: Angkutan Lama Tidak Boleh Mati
15.	4 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Masa Tenggang Aturan Baru Taksi Daring Sebaiknya 6 Bulan
16.	7 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kenalkan Aturan Taksi Daring, Kemenhub Undang Gojek-Uber-Grab ➤ Kenalkan Atura Taksi Daring, Kemenhub Undang Gojek Cs ➤ Tarif Taksi Daring Diatur, Bagaimana Dengan Ojek ?
17.	9 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tarif Taksi Daring Diatur, Bagaimana dengan Ojek?
18.	10 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hipmi Dukung KPPU Minta Jokowi Hapus Tarif Batas Bawah Taksi Daring
Jumlah Berita		71 Judul Berita

Pemberitaan pada media daring Detik.com yang dianalisis oleh peneliti sejumlah 71 judul berita. Dengan paling banyak pemberitaannya pada tanggal 23 Maret 2017, sebanyak 12 judul berita/hari. Salah satu judulnya dari tanggal pemberitaan tersebut yaitu “Hidup Morat-Marit, Tarif Taksi Konvensional Pasti Turun Sendiri”.

Sedangkan paling sedikit pemberitaana yaitu pada tanggal 27 Maret, 4,9,10 April 2017. Dengan jumlah palng sedikit hanya 1 pemberitaan/harinya. Pada penarikan sample, terdapat adanya tanggal pemberitaan yang media Detik.com tidak memposting berita. Untuk tanggal pemberitaan yang tidak adanya pemberitaan pada periode yang telah ditentukan yaitu 2,5,6 dan 8 April 2017.

Pemberitaan pada tanggal 20 Maret 2017, yaitu membahas topik tentang “Kemenhub serahkan ke Pemda perihal peraturan baru” , Sedangkan untuk tanggal pemberitaan 21 Maret 2017 topik pemberitaanya mengenai “Sosialisasi berlakunya aturan baru taksi daring dan respon

masyarakat”. Untuk tanggal pemberitaan 22 Maret dan 23 Maret 2017 mempunyai topik pemberitaan “Dampak dari aturan baru taksi daring dan YLKI telah setuju dengan aturan baru taksi daring”. Untuk topik pemberitaan tanggal pemberitaan 24 Maret dan 25 Maret 2017 yaitu membahas mengenai “Gojek angkat bicara soal aturan baru taksi daring dan 6 bulan ditundanya aturan tersebut maka harus segera diberlakukan”.

Tanggal pemberitaan 26 Maret dan 27 maret 2017 juga mempunya topik bahasan pemberitaan, topiknya adanya “ Sosialisasi aturan baru kepada driver taksi onkine dan Aturan taksi daring di DKI Jakarta”. Untuk selanjutnya yaitu tanggal 29 dan 28 mempunya tpik pembahasan yaitu “Aduan driver taksi daring hingga sanksi tegas untuk yang melanggar aturan dan Jeda waktu setelah tanggal pemberlakuan aturan”. Sedangkan untuk tanggal 30 dan 31 Maret 2017 topik bahasan beritanya adalah “ Dukungan DPR, Presiden dan Menteri Keuangan”. Memasuki bulan April berbeda topik pembahasan pada bulan Maret.

Pada tanggal 1 dan 3 April mempunyai topik pemberitaan yaitu “Aturan baru taksi daring yang mulai berlaku dan Tarif baru serta dampaknya”. Sedangkan untuk pemberitaan pada tanggal 3 dan 4 topik pemberitaanya ialah “Masa tenggang aturan baru taksi daring dan Adanya sosialisasi setelah tanggal pemberlakuan aturan” . Dan untuk pemberitaan terakhir pada media daring Detik.com yaitu tanggal 9 dan 10 April 2017 dengan bahasan topik pemberitaanya adanya “Tarif ojek daring dan Duungan dari Hipmi”

C. KUMPARAN.COM

1. Sejarah Kumparan.com

Budiono Darsono, Abdul Rahman, dan Calvin Lukmantara yang sukses mendirikan Detik.com pada tahun 1998, ternyata mempunyai ide untuk eksistensi media *daring* di Indonesia. 3 tokoh tersebut berpendapat

bahwa dalam mengkonsumsi berita, pembaca di Indonesia telah mempunyai perubahan dan perlunya antisipasi oleh media. Pendapat tersebut ternyata juga di latar belakang karena memang pada dasarnya media daring di Indonesia belum berevolusi selama dua puluh tahun. Tergerak untuk perubahan 3 tokoh tersebut dan bersama para mantan karyawan detik (Hugo Diba (CEO), Ine Yordenaya (COO), Heru Tjatur (CTO), Arifin Asyhad (Editor in Chief), dan Yusuf Arifin (Chief of Engagement), mendirikan *startup* baru yang dinamai dengan KUMPARAN.⁶⁴

Gambar 2.1. Logo Kumparan.com



Sumber:<http://www.Kumparan.com/>, diakses tanggal 27 Mei 2018

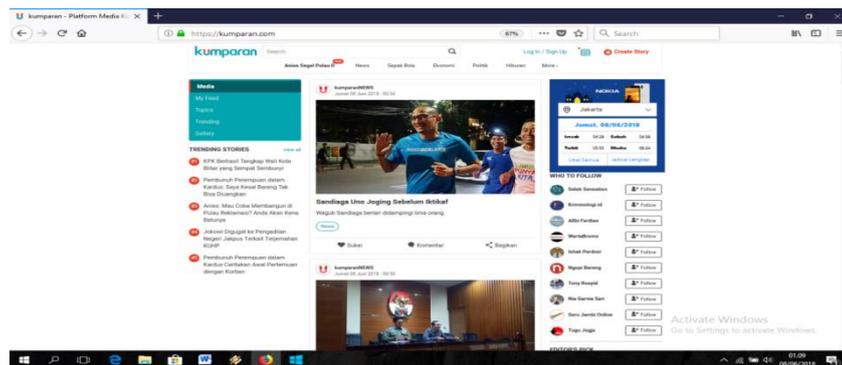
Selain tokoh-tokoh yang telah disebutkan diatas, ada Andrias Ekoyuono mantan VP of *Business Fevelopment Ideosource* juga turut bergabung. Ia bergabung dengan jabatan sebagai CMO. Pada pertengahan tahun 2016 merupakan awal memulai pengembangan dengan meluncurkan versi beta yang dalam bentuk situs. Untuk menyeteran dengan kemajuan teknologi, kumparan.com membuat aplikasi Android dan iOS pada bulan Januari 2017. Dengan bekal pengalaman para *founder*, merekapun mempunya niat mendobrak bisnis media di Indonesia.

Kumparan.com sebagai media daring yang baru tentunya mempunyai perbedaan dengan media lain. Perbedaan tersebut yaitu para *founder* tidak menganggap teknologi sebagai alat pendukung, tetapi sebagai fondasi utama. Alasan tersebut yang mendasari Kumparan.com

⁶⁴ Aditya Hadi Pratama, "Pendiri dan Mantan Karyawan detik Bangun Kumparan, <https://uzone.id/pendiri-dan-mantan-karyawan-detik-bangun-kumparan>, (diakses tanggal 27 Mei 2018)

sebagai platform yang menggabungkan situs berita dengan media sosial. Ini terbukti dengan tampilan Kumparan.com, yang menghadapkan pengguna pada saat membuka dengan tampilan berbentuk *timeline*. Dengan menggabungkan dengan media sosial tentunya pengguna juga dapat mem-*follow* penulis atau topik tertentu.⁶⁵

Gambar 2.4. Tampilan Kumparan.com



Sumber:<http://www.Kumparan.com/>, diakses tanggal 27 Mei 2018

2. Struktur Organisasi Kumparan.com

Pemimpin Redaksi / Penanggung Jawab	:Arifin Asydhad
Wakil Pemimpin Redaksi	:Indra Subagja dan Rachmadin Ismail
Kepala Bahasa Hidayati	: Nurul
Kepala Peliputan Khabibi	: Ikhwanul
Kepala Jurnalisme Kolaborasi	: Yusuf Arifin

⁶⁵ Andika Kurniantoro, “Tentang Kumparan dan Misi Besarnya Meredefinisi Media” <https://blog.kurio.co.id/2017/05/18/redefinisi-media-dengan-kumparan/>, (diakses pada tanggal 27 Mei 2018)

Kepala Program : **Rachmadin**
Ismail

Kepala Liputan Khusus : **Anggi**
Kusumadewi

Kepala Kolaborasi : **Dhini**
Hidayati

Kepala Tim Media Sosial : **Anton**
William

Redaktur : **Wiji Nur HayatM Iqbal ,Ananda**
Teresia,Nur Khafifah,Caroline
Pramantie,Denny Armandhanu,Angga
Sukmajaya,Dewi Rachmat,Taufik
Rahadian,Haikal Pasya,Rina
Nurjanah,Aditia Noviansyah, Salmah
Muslimah

Asisten : **Yoga Cholandha,Bergas Agung**
Brilianto,Yudhistira Amran
Saleh,Pranamy Dewati,M Edy
Sofyan,Jofie Yordan,Achmad Rafiq,Anissa
Maulida,Intan Kemalasar,
Rini Friastuti,Andari Novianti,Andreas
Gerry Tuwo,Michael Agustinus,Ahmad
Redaktur : **Romadoni,Adhi Muhammad**
Daryono,Andrian Gilang,Marini
Saragih,Anju Christian,Rivan
Dwiasiono,Wisnu Prasetyo,Yufienda
Novitasari,Jihad Akbar,Teuku
Muhammad,Valdy Arief, Fina Prichilia.

Reporter : **Nadia Jovita Injilia Riso, Marcia Audita,**
Akbar Ramadhan, Stephanie Elia, Johanes
Baginda Doli Hutabarat, Wandha Nur
Hidayat, Abrar Firdiansyah, Fahrian
Saleh, Bili Pasha Hermani, Kevin
Septama Kurnianto, Nicha Muslimawati,
Amanaturrosyidah, Aria Rusta Yuli

Pradana, Aprilandika Hendra Pratama, Wahyuni Sahara, Alan Kusuma, Prabarini Kartika, Ainul Qalbi, Muhammad Fikrie, Teuku Muhammad Valdy Arief, D.N Mustika Sari, Luthfa Nurridha, Jihad Akbar, Nurlaela, Kelik Wahyu, Aditia Rizki Nugraha, Regina Kunthi Rosary, Diah Harni Saputri, Ferio Pristiawan Eka Nanda, Maulana Ramadhan, Nabilla Fatiara, Muchammad Resya Firmansyah, Muhammad Fadjar Hadi, Adhim Mugni Mubaroq, Lolita Valda Claudia, Abdul Latif, Paulina Herasmaranindar, Andreas Ricky Febrian, Rafiq Alkandy Ahmad Panjaitan, Raga Imam Masykur, Ricad Saka, Moh. Fajri, Mirsan Simamora, Rizki Mubarak, Soejono Ebenezer Saragih, Fachrul Irwinsyah, Adinda Githa Muti Sari Dewi, Alexander Vito Edward Kukuh, Sarah Yulianti Purnama, Okky Ardiansyah, Arif Prawira Utama, Karina Nur Shabrina, Sandy Firdaus, Aditya Pratama Niagara, Citra Pulandi Utomo, Astrid Rahadiani Putri, Bianda Ludwianto, Yuana Fatwalloh, Siti Maghfirah, Selfy Sandra Momongan, Adisty Putri Utami, Gina Yustika Dimara, Shika Arimasen Michi, Bella Cynthia Ratnasari, Ratmia Dewi, Muhammad Fadjar Hadi Cakra, Tamara Anastasia Wijaya, Alfons Yoshio, Sari Kusuma Dewi, Tio Ridwan Utama, Utomo Priyambodo, Ulfa Rahayu, Maria Sattwika Duhita, Niken Anggun Nurani, Ardhana Pragota, M. Lutfan Darmawan, Hesti WIdianingtyas, Muhammad Fadli Rizal, Rizki Baiquni, Eka Nurjanah, Nesia Qurrota A'Yuni, Kartika Pamujiningtyas, Agritama Prasetyanto, Nurul Nur Azizah, Dwi Herlambang, Sayid Muhammad Mulki Razqa, Zahrina Yustisia Noorputeri, Elmalisa Bancin, Masajeng Rahmiasri, Maria Gabrielle Putrinda, Elsa Olivia Karina L Toruan, Iqbal Dwiharianto, Marissa Krestianti, Mela Nurhidayati Syamsiah, Ema Fitriyani,

		Giovanni, Helinsa
Daerah	:	Iqbal Tawakal (Bandung) Ade Nurhaliza (Medan) Zuhri Noviandi (Aceh)
Luar Negeri	:	Edi Santoso (Belanda)
Fotografer dan Videogrfer	:	Resnu Dwi Andika,Cornelius Bintang,Ridho Robby,Prima Gerhard,Jafriant,Fitra Andriyanto ,Intan Alfitry Novian,Iqbal Firdaus,Puti Cinintya Arie Safitri,amal Ramadhann, Irfan,Adi Saputra,Nugroho Sejati,Helmi Afandi Abdullah,Garin Gustavian Irawan,CharlesBrouwson,Nugraha Satia,Permana, Irfan Adi Saputra,Nugroho Sejati,Helmi Afandi Abdullah Garin Gustavian, Irawan,Charles Brouwson Nugraha Satia Permana,Tommy Wahyu Utomo Satrio Rifqi Firmansyah,Andam Annisa
Desainer	:	M. Faisal Nu'man,Sabryna Putri Muviola,Chandra Dyah Ayuningtias, Lidwina Win Hadi

3. Rubrikasi Kumparan.com

- News (<http://www.kumparan.com/news/terkini/>) memuat berita peristiwa apapun yang diterbitkan dengan cepat.
- Politik (<http://www.kumparan.com/politik/terkini>) memuat berita mengenai politik.
- Ekonomi (<http://www.kumparan.com/ekonomi/terkini>) memuat berita ekonomi dan keuangan
- Hiburan (<http://www.kumparan.com/hiburan/terkini>) memuat informasi terkait dunia entertainment.
- Lifestyle (<http://www.kumparan.com/lifestyle/terkini>) memuat informasi seputar mode dan gaya hidup.
- Selebritis (<http://www.kumparan.com/selebritis/terkini>) memuat informasi terkait dunia selebritis.
- Sport (<http://www.kumparan.com/Sport/terkini>) memuat berita dibidang olahraga.
- Sepak Bola (<http://www.kumparan.com/SepakBola/terkini>) memuat berita olahraga namun hanya seputar sepak bola saja.
- Teknologi (<http://www.kumparan.com/teknologi/terkini>) memuat informasi seputar pengetahuan teknologi.
- Internasional (<http://www.kumparan.com/internasional/terkini>) memuat informasi dengan jangkauan luar negeri.
- Otomotif (<http://www.kumparan.com/otomotif/terkini>) memuat informasi seputar dunia otomotif.
- Galeri Foto (<https://kumparan.com/topic/galeri-foto/terkini>) memuat informasi dengan menggunakan foto menarik.
- Travel (<https://kumparan.com/topic/travel/terkini>) memuat informasi mengenai dunia traveling dan pariwisata.

- Kpop (<http://www.merdeka.com/kabaranda/>) memuat informasi dari dunia hiburan di Korea.
- Sains (<https://kumparan.com/topic/sains/terkini>) memuat informasi pengetahuan secara sains.
- Viral (<https://kumparan.com/topic/viral/terkini>) memuat informasi yang sedang diramai dibicarakan atau biasa disebut dengan viral.
- Media Sosial (<https://kumparan.com/topic/media-sosial/terkini>) memuat informasi pemberitaan yang berkaitan dengan media sosial apapun.
- MotoGP (<https://kumparan.com/topic/moto-gp/terkini>) memuat informasi pemberitaan olahraga yang berfokus pada MotoGP saja.
- InfoGrafik (<https://kumparan.com/topic/infografis/terkini>) memuat informasi dengan menggunakan grafik

4. Sample Berita Kumparan.com

Media daring yang kedua yang dipilih oleh peneliti adalah Kumparan.com. Dibawah adalah tabel yang berisikan judul pemberitaan yang dikelompokan sesuai dengan tanggal pemberitaan. Tanggal pemberitaan yang diambil sesuai dengan metode penarikan sample yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam pemberitaan dibawah ini tentunya setiap tanggal pemberitaan berbeda pembahasan topik pemberitaanya.

Tabel 2.2. Sampel Berita Kumparan.com

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita
1.	20 Maret 2017	➤ Kemenhub; Tarif Promo Taksi Daring Boleh, Asal Jangan Murah Banget
2.	21 Maret 2017	➤ Jika Tak Diatur, Taksi Daring Bisa Bikin

		<p>Situasi Tak Kondusif</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pendapat Sopir Angkutn dan Taksi soal Revisi Aturan Grab, Uber,Gocar ➤ 3 Keberatan Grab,UbermGo-Jek di Revisi Aturan Taksi Daring ➤ Revisi Permenhub 32/2016 Cuma untuk Taksi Daring, bukan Ojek Daring ➤ Dishub DKI: Aturan Tarif Transportasi Daring untuk Lindungi Konsumen ➤ Menko Darmin: Aturan Taksi Daring untuk Standar Harga ➤ Menhub Bikin Aturan Baru Taksi Daring karena Kompetisi Sudah Tak Sehat ➤ Revisi Permenhub Nomor 32 Akan Akhiri Masalah Transportasi ➤ Grab: Revisi Aturan Taksi Daring Ketinggalan Zaman
3.	22 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Polemik Taksi Umum vs Daring yang Kiang Meruncing
4.	23 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ YLKI: Revisi Aturan Taksi Daring Belum Jsmin Perlindungan Konsumen ➤ Pemprov DKI Konsultasi Tarif Taksi Daring dengan Daerah Penyangga ➤ Luhut: Taksi Daring dan Konvensional Tidak Boleh Jalan Sendiri-Sendiri
5.	24 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Luhut: Tarif Taksi Daring Diatr Agar Tak Mematikan Taksi Konvensional
6.	25 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menhub Sosialisasikan Aturan Transportasi Daring di tangerang ➤ Kemenhub: Murahnya Tarif Taksi Daring Harus Nalar
7.	26 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Penentuan Tarif Atas-Bawah Taksi Daring Untungkan Mitra Pengemudi ➤ Menteri Perhubungan: Tolong Jaga Transportasi Konvensional
8.	27 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asosiasi Driver Daring Mengeluh Soal Status Hukum ke Fraksi PPP ➤ Demokrat Kritik Kebijakan Pemerintah soal Transportasi Daring ➤ Deddy Mizwar: Jabar Butuh Waktu Tetapkan Tarif Taksi Daring
9.	29 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Blue Bird: Revisi Permenhub Taksi Daring Untungkan Semua Pihak

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kemenhub dan DPRI Sepakat Ojek Daring Akan Diatur di UU Lalu Lintas ➤ Anggota Komisi V Dukug Revisi UU Lalu Lintas Demi Ojek Daring ➤ Komisi V DPR Dukung Tuntutan Asosiasi Ojek Daring ➤ Empat Butir Pertemuan Asosiasi Ojek Daring dan Komisi V ➤ Pemprov DKI Akan Beri Kelonggaran Soal Uji Kir Taksi Daring ➤ Dirut Blue Bird Tanggapi Pembatasan Tarif Atas- Bawah Taksi Daring
10	30 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kemenhub Serahkan Aturan Ojek Daring ke Pemda ➤ Menhub: Kolaborasi Go-Jek dan Blue Bird Bisa Cairkan Suasana
11	31 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menhub Sebut Jokowi Setuju Revisi Taksi Daring, Tapi dengan Transisi ➤ KPPU Apresiasi Sikap Presiden Terkait Usulannya di Aturan Taksi Daring ➤ KPPU Usul Tak Usah Ada Kuota dan Balik Nama STNK Taksi Daring ➤ Sri Mulyani; Pajak Taksi Daring dan Konvensional Harus Sama
12	3 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ BPS: Penetapan Tarif Taksi Daring Berpengaruh pada Inflasi April 2017
13	7 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aturan Baru Taksi Daring Berlaku Masa Transisi Sampai 1 Juni 2017 ➤ Mobil Grabcar, UberX, Go-Car, Wajib Pasang Stiker RFID Sebelum 1 Juni ➤ Kemenhub Tak Tutup Kemungkinan Tarif Uber X dkk Lebih Mahal Dari Taksi
JUMLAH BERITA		40 Judul Berita

Pemberitaan pada media daring Kumparan.com telah diambil sebanyak 40 judul berita. Yang mana pemberitaan yang paling banyak terdapat pada pemberitaan pada tanggal 21 Maret 2017. Yaitu sebanyak 9 judul berita. Sedangkan untuk yang paling sedikit yaitu pada tanggal pemberitaan 20, 22 Maret dan 3 April 2017. Dengan jumlah yang paling sedikit yaitu 1 judul berita/harinya.

Topik pemberitaan yang telah dikelompokkan sesuai dengan tanggal pemberitaannya akan berbeda-beda. Pada tanggal 20 dan 21 Maret 2017 topik pemberitaannya adalah “Tarik promo taksi daring dan Pro kontra tentang aturan baru taksi daring”. Sedangkan untuk tanggal 22 dan 23 Maret 2017 topik pemberitaannya yaitu “Perlu aturan untuk taksi daring dan konvensional dan Memanasnya polemik aturan baru taksi daring”. Untuk tanggal pemberitaannya 24 dan 25 Maret 2017 yaitu mengenai “Tarif taksi daring bunuh taksi konvensional dan Tarif taksi daring yang harus masuk akal”

Pada saat pemberitaan tanggal 26 dan 27 Maret 2017, juga terdapat topik pembahasan pemberitaan pada saat itu, yaitu mengenai “Tarif baru taksi daring untuk menjaga taksi konvensional dan Keluhan serta demo driver taksi daring”. Untuk tanggal 29, 30 dan 31 Maret 2017, yaitu dengan topik pemberitaan mengenai “Kolaborasi taksi daring dan konvensional, Pendapat Presiden dan menteri keuangan dan Kelonggaran aturan untuk ojek daring” Dan yang terakhir yaitu topik pemberitaan pada tanggal 3 dan 7 April 2017, mengenai “Berpengaruhnya tarif baru taksi daring pada inflasi dan Berlakunya aturan baru taksi daring”

D. Merdeka.com

1. Sejarah Merdeka.com

Merdeka.com adalah media daring yang terbilang cukup baru. Karena Merdeka.com mulai terbit pada bulan Februari 2013 dengan alamat webnya yaitu www.merdeka.com. PT Intergra Ventura selaku perusahaan yang terafiliasi dalam kelompok usaha Kapanlagi.com merupakan penerbit dari Merdeka.com. Sedangkan untuk pendiri, didirikan oleh para pelaku usaha dan praktisi media. Maka dari itu Merdeka.com terlahir dari perpaduan antara media dan teknologi.

Rata-rata media daring dibangun melalui bagian dari pengembangan perusahaan media, atau dibangun oleh orang-orang yang

bergerak dibidang media. Tetapi berbeda dengan Merdeka.com, Merdeka.com dibangun oleh orang-orang yang mengerti PHP & Aoache/FreeBSD lebih dulu daripada ilmu jurnalistik. Belajar dari pengalaman KapanLagi.com yang berusaha menjadi a pure internet player yang artinya yaitu organisasi yang berfokus pada menyediakan layanan di internet yang dapat dinikmati oleh banyak orang dan kemudian menjadi perusahaan teknologi dan media dengan fokus entertainment. Dengan begitu langkah yang dilakukan orang-orang PT Intergra Ventura berkerjasama sama dengan orang orang jurnalistik dapat melahirkan Merdeka.com.⁶⁶

Gambar 2.5. Logo Merdeka.com



Sumber:<http://www.merdeka.com/>, diakses tanggal 27 Mei 2018

Melalui logo yang warna-warni yang diusung, Merdeka.com ingin membuat simbol kebebasan menyampaikan informasi tak terikat pahan atau kepentingan tertentu. Karena menurut Merdeka.com tidak ada yang lebih berharga dari pada menjadi merdeka. Warna dasar putih (atau hitam pada saat tertentu) mendasari itikad untuk berjalan pada jalur yang benar, bukan berjalan dengan kemauan sendiri. Kemudian warna-warni merdeka.com menggambarkan diri dari sekumpulan anak-anak muda yang berani berkreasi, memberi inspirasi dan kontribusi untuk Indonesia.

Selain warna-warni pada logonya, Merdeka.com juga mengusung rubrik berita sesuai minat untuk pembaca agar berpikir Merdeka.com. Rubrik tyang disajikan yaitu Ada peristiwa, politik, jakarta, uang, dunia, khas, gaya, artis, sport, bola, teknologi, sehat, otomotif, foto,video, edu,

⁶⁶ Rita Sugihardiyah, "Sambut Warna-Warni Merdeka.com!", <https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebri/sambut-warna-warni-merdecom.html>, (diakses pada tanggal 27 Mei 2018)

property, travel dan profil. Kemudian dalam memfasilitasi pembaca dalam berbagi informasi yang berupa teks ataupun foto, Merdeka.com menyediakan rubrik kabar ada dan. Fitur *share* dan memberikan komentar untuk pembaca juga turut diberikannya.

Gambar 2.6 Tampilan Merdeka.com



Sumber:<http://www.merdeka.com/>, diakses tanggal 27 Mei 2018

2. Struktur Organisasi

Pemimpin Redaksi / Penanggungjawab: Mohamad Teguh

Wakil Pemimpin Redaksi : Ramadhian Radillah

Redaktur Eksekutif : Didi Syafirdi

Channel Manager : Dwi Zain Musofa

Redaktur Pelaksana : Muhammad hasits dan Anwar Khumaini

Koordinator Liputan : Wisnoe Moerti

Tim Redaksi Jakarta : Dewi Pratiwi (Sekred), Achmad Fikri Faqih Haq, Angga Yudha Pratomo, Adriana Megawati, Aryo Putranto Saptohutomo, Anisyah Al Faqir, Desi Aditia Ningrum, Eko Prasetya, Eko Nugroho, Faiq Hidayat, Farah Fuadona, Fauzan Jamaludin, Hana Adi Perdana, Harwanto Bimo Pratomo, Henny Rachma Sari, Hery Winarno, Idris Rusadi Putra, Iqbal Fadil, Iqbal Septian Nugroho, Intan Umbari Prihatin, Juven M Sitompul,

Lia Harahap, Marcellus Gual, Mardani, Marcheila Ariesta, M Syakur Usman, Muhammad Zul Atsari, Muhammad Agil Aliansyah, Muhammad Luthfi Rahman, Muhammad Sholeh, Muhammad Taufik , Megawati, Nanda Farikh Ibrahim, Novita Intan Sari, Nuryandi Abdurohman, Pandasurya Wijaya, Raynaldo Ghiffari Lubabah, Randy Ferdy Firdaus, Rizky Andwika, Ronald, Syifa Hanifah, Saugi Riyandi, Siti Nur Azzura, Supriatin, Ya'cob Billiocta. Yulistyo Pratomo, Yunita Amalia

Tim Redaksi Malang : Febrianti Diah Kusumaningrum, Indra Cahya, Ovan Zaihnudin, Rizky Wahyu Permana, Siti Rutmawati, Tantri Setyorini, Yoga Tri Priyanto

Tim Media Sosial : Yudi Suryanto dan Niko Jofani

Tim Litbang : [Djoko Poerwanto](#) , [Angga Yudha Pratomo](#), [Anisyah Al Faqir](#), [Dwi Zain Musofa](#)

3. Rubrikasi Merdeka.com

- Peristiwa (<http://www.merdeka.com/peristiwa/>) Memuat berita peristiwa apapun yang diterbitkan dengan cepat.
- Politik (<http://www.merdeka.com/politik/>) memuat berita mengenai politik.
- Jakarta (<http://www.merdeka.com/Jakarta/>) memuat berita apapun yang terjadi sekitar wilayah DKI Jakarta.
- Uang (<http://www.merdeka.com/uang/>) memuat berita ekonomi dan keuangan

- Dunia (<http://www.merdeka.com/dunia/>) memuat berita dengan jangkauan luar negeri.
- Khas
- Gaya (<http://www.merdeka.com/gaya/>) memuat informasi seputar mode dan gaya hidup.
- Artis (<http://www.merdeka.com/Artis/>) memuat informasi terkait dunia entertainment.
- Sport (<http://www.merdeka.com/Sport/>) memuat berita dibidang olahraga.
- Bola (<http://www.merdeka.com/SepakBola/>) memuat berita olahraga namun hanya seputar sepak bola saja.
- Teknologi (<http://www.merdeka.com/teknologi/>) memuat informasi seputar pengetahuan teknologi.
- Sehat (<http://www.merdeka.com/sehat/>) memuat informasi seputar dunia kesehatan.
- Otomotif (<http://www.merdeka.com/otomotif/>) memuat informasi seputar dunia otomotif.
- Foto (<http://www.merdeka.com/Foto/>) memuat informasi dengan menggunakan foto menarik.
- Profil (<https://profil.merdeka.com/>) memuat informasi mengenai tokoh-tokoh tertentu.
- Kabar Anda (<http://www.merdeka.com/kabaranda/>) memuat informasi dari masyarakat (netizen) yang berupa teks ataupun foto.
- Travel

4. Sample Berita Pada Merdeka.com

Media daring yang ke 3 yang dipilih oleh peneliti ialah Merdeka.com. Pada media daring sub media daring Merdeka.com terdapat tabel yang berisi judul berita yang sudah di ketagorikan sesuai dengan tanggal pemberitaan. Tanggal pemberitaan yang telah dipilih,

sama dengan metode penarikan sample yang telah dilakukan sebelumnya. Pada pemberitaan di Merdeka.com juga tentunya sama dengan kedua media daring sebelumnya, yaitu mempunyai topik pemberitaan yang berbeda pada setiap tanggal pemberitaan

Tabel 2.3. Sampel Berita Merdeka.com

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita
1.	20 Maret 2017	➤ Dishub DKI klaim belum terima protes soal revisi aturan taksi daring
2.	21 Maret 2017	➤ Ditolak taksi daring, Menhub Budi sebut aturan tetap berlaku 1 April ➤ Menkominfo: Transportasi daring boleh hanya ditata
3.	22 Maret 2017	➤ Masih dikaji, DKI belum tentukan sikap soal aturan angkutan daring ➤ 4 Pembelaan pemerintah saat Grab cs tolak aturan baru taksi daring ➤ Aturan tarif daring buat masyarakat kembali pakai kendaraan pribadi ➤ Menhub sebut tarif taksi daring harus naik agar persaingan sehat ➤ Pengamat: Ada Kepentingan lain dibalik aturan taksi daring
4.	23 Maret 2017	➤ Ini 4 dampak buruk penerapan aturan baru taksi daring ➤ Menko Luhut ke Grab Cs: Kalau menolak, silahkan pergi dari sini! ➤ Menguak alasan Pemerintah Jokowi ngotot tarif taksi daring kudu naik
5.	24 Maret 2017	➤ Menko Luhut sebut aturan baru taksi daring tak matikan Grab cs ➤ DPR ingatkan GO-JEK,Grab,Uber berjasa tekan pengangguran ➤ GO-Jek siap ikuti aturan baru pemerintah soal tarif ➤ 4 Fakta galaknya pemerintah ke Grab cs, persilahkan pergi jika nakal
6.	25 Maret 2017	➤ Taksi daring dan konvensional harus

		<ul style="list-style-type: none"> kolaborasi agar konsumen untung ➤ Pengemudi mitra Gras cs dukung aturan baru taksi daring ➤ Pengamat : Pemerintah sadar keberadaan taksi daring harus diatur
7.	26 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menhub janjikan transportasi pembatasan tarif transportasi daring
8.	27 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Perlu aturan agar tak terjadi gesekan soal transportasi aplikasi ➤ Aturan pemerintah yang merugikan penumpang ➤ Ada Aturan, tak ada bentrokan ➤ KPPU: Ada aduan masyarakat soal predatory pricing taksi aplikasi ➤ KPPU: Pemerintah harus tegas atur taksi konvensional dan aplikasi
9.	29 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ DPR akan panggil perusahaan transportasi daring soal keluhan driver ➤ Angkutan daring diwajibkan berbenah mulai 1 April, batasnya 3 bulan
10	30 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ YLKI soroti perlindungan data konsumen transportasi daring ➤ Aliansi angkot se-Jabar desa Aher buat aturan soal angkutan daring ➤ BI yakin kenaikan tarif taksi daring tak kerek inflasi
11.	31 Maret 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ini pesan Jokowi Terkait revisi aturan transportasi daring ➤ Sri Mulyani : Taksi daring atau konvensional harus kena pajak sama ➤ Komisi V DPR sepakat revisi aturan keberadaan transportasi daring
12.	1 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Peraturan Menhub tak ramah pada layanan transportasi daring ➤ Hari pertama pemberlakuan aturan taksi daringm tarif belum naik
13.	7 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Juli 2017, tarif taksi daring lebih mahal dibandingkan konvensional
14.	9 April 2017	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kuota taksi daring berpotensi jadi proyek basah kepala daerah
JUMLAH BERITA		36 JUDUL BERITA

Dalam media onlie Merdeka.com judul berita yang akan di anlisis sebanyak 36 judul berita. Dengan judul berita terbanyak yaitu pada tanggal

pemberitaan 22 dan 27 Maret sebanyak 5 berita/harinya. Sedangkan untk yang paling sedikit terdapat pada tanggal 20,26 Maret 2017 dan 7,9 April 2017. Jumlah berita Merdeka.com memang tidak sebanyak pada kedua media daring sebelumnya.

Setiap pada tanggal pemberitaan, media daring Merdeka.com mempunyai topik pemberitaan yang berbeda. Terbukti pada tanggal 20 dan 21 Maret 2017 yaitu dengan topik pemberitaan “Pemerintah DKI belum menerima protes aturan baru taksi daring da Aturan taksi daring akan tetap berlaku”. Untuk pemberitaan tanggal 22 dan 23 Maret 2017 yaitu dengan topik pemberitaan “Pro Kontra berbagai pihak dan Dampak buruk jika aturan tetap berlaku dan Sanksi jika melanggarnya”. Sedangkan untuk tanggal pemberitaan 24 dan 25 Maret yaitu “Keuntungan dari aturan baru taksi daring dan Solusi untuk aturan baru taksi daring”

Selain tanggal yang disebutkan diatas, tanggal 26 dan 27 Maret juga mempunyai topik pemberitaan yang berbeda yaitu “Janji Kemenhub dan Aturan baru otomatis konsumen dirugikan” Kemudian untuk tanggal berikutnya yaitu ada tanggal 29 dan 30 Maret 2017 topik pemberitaanya iala “DPR akan terima keluhan driver dan Pentingnya perlindungan konsumen dan Pengaruh tarif baru taksi daring pada inflasi” Sedangkan tanggal terakhir dibulan Maret 2017, yaitu tanggal 31 dengan topik “Pesan Jokowi dan Menteri Keuangan”. Untuk tanggal 1, 7 dan 9 april topik pemberitaanya yaitu “ Pemberlakuan aturan baru taksi daring dan Juli tarif taksi online mulai mahal serta Proyek dibalik kuota taksi daring yang ikut diatur”.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

1. Temuan Penelitian

Pada bab temuan penelitian ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang didapatkan dari pengisian lembar koding sebelumnya. Pemaparan hasil temuan kemudian akan dipaparkan sesuai dengan urutan klasifikasi didalam lembar koding. Tabulasi linear akan digunakan oleh peneliti sebagai pendeskripsian yaitu dengan memaparkan gambaran umum dari data-data yang sudah didapatkan. Data-data yang sudah didapatkan akan disajikan diantaranya menggunakan diagram batang dan tabel frekuensi agar memudahkan pembaca memahami hasil penemuan penelitian. Berikut ini adalah pendeskripsian tabulasi linear dari data yang sudah didapatkan dari portal berita Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com serta perbandingan hasil dari kedua portal berita tersebut.

2. Hasil Temuan Bentuk Berita

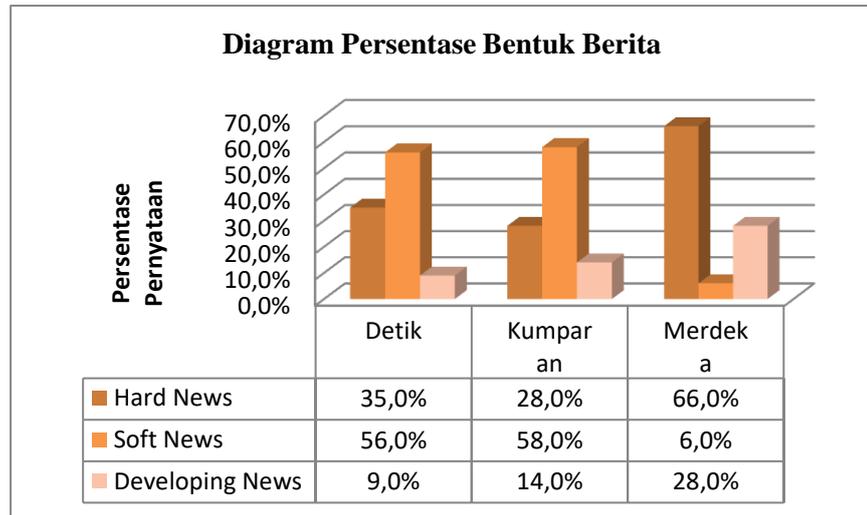
Pada sub bentuk berita, peneliti menemukan bahwa adanya jumlah yang berbeda dalam satuan bentuk berita pada ketiga media daring Detik.com, Kumparan dan Merdeka.com. Dimana masing-masing bentuk berita yang telah ditemukan oleh peneliti mempunyai jumlah sendiri dan tidaklah seimbang antar 1 sama lain. Bahkan beberapa kategori bentuk berita tidak ditemukan sama sekali atau 0 (nihil) didalam satuan berita media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Tabel 3.1 temuan frekuensi bentuk berita pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
Hard News	25	35%	10	28%	10	30%
Soft News	40	56%	25	58%	25	67%
Developing News	6	9%	5	14%	1	3%

Dari tabel 3.1 diatas, peneliti menemukan bahwa didalam berita media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com ada kategori bentuk berita *developing news* adalah bentuk berita yang ditemui paling sedikit dari kategori bentuk berita lainnya. Jumlah bentuk *developing news* didalam media daring Detik.com yaitu berjumlah 6 judul berita dari 71 berita. Sedangkan Kumparan.com berjumlah 5 judul berita dari 40 judul berita. Dan untuk Merdeka.com berjumlah 1 judul berita dari 36 judul berita. Masing dengan presentase sejumlah 9%, 14% dan 3%.

Kemudian disusul dengan adanya jumlah temuan yang sedikit lebih banyak dari bentuk berita *developing new*, yaitu pada kategori bentuk berita *hard news*. *Hard news* yang terdapat pada media daring Detik.com berjumlah 25 judul berita yang ditemukan oleh peneliti, dengan persentase 35%. Sedangkan pada Kumparan.com sejumlah 10 judul berita dari 40 judul berita, dengan persentase 28%. Dan media daring terakhir yaitu Merdeka, yaitu terdapat pada 10 judul berita dan dengan persentase 30%. Berikut diagram persentase temuan bentuk berita:



Grafik 3.1 Presentase Bentuk Berita

Temuan terbanyak pada media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com., ditemukan dengan kategori bentuk berita *soft news*. Pada kategori berita *soft news* di media Detik.com yaitu dengan jumlah 40 judul berita dari 71 judul berita, dengan persentase sejumlah 56%. Sedangkan pada media yang kedua Kumparan.com kategori berita *soft news* ada pada 25 judul berita dari 40 judul berita, dan dengan persentase 58%. Sama dengan Kumparan.com, Merdeka.com mendapatkan temuan sebesar 25 judul berita dengan persentase 67%.

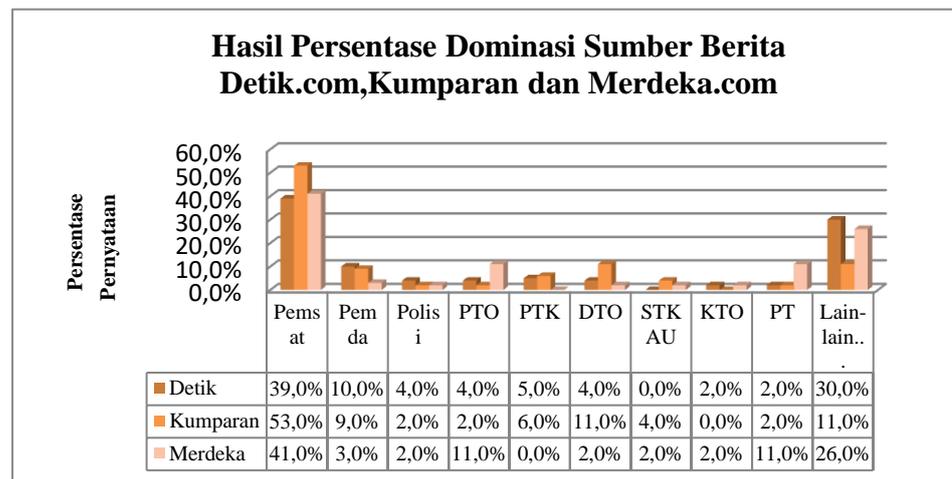
3. Sumber Berita (Narasumber)

Pada sub dominasi sumber berita, peneliti akan menjelaskan hasil temuan pada banyaknya sumber berita yang mendominasi didalam pemberitaan. Dominasi sumber berita atau yang biasa disebut narasumber, merupakan unsur penting dalam suatu pemberitaan. Karena dengan adanya sumber berita, berita yang kita dapatkan dapat secara langsung kita percayai karenanya adanya narasumber. Namun jika ada pemberitaan polemik antara kedua pihak tetapi salah satu pihak mendominasi sebagai narasumber, ini bisa memicu ketidak berimbangan didalam pemberitaan. Berikut paparan hasil temuan

dominasi sumber berita dalam media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Pada pemberitaan polemik revisi permenhub nomor 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring, peneliti telah mendapatkan temuan narasumber yang telah mendominasi dalam pemberitaan ke 3 media daring (Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com). Pada media daring Detik.com, dominasi narasumber yang paling banyak ditemui yaitu kategori pemerintah pusat dengan persentase sebesar 39% dari 71 judul berita. Sama halnya dengan kedua media daring Kumparan.com dan Merdeka.com yang didominasi dengan perolehan terbanyak pada kategori pemerintah pusat. Perolehan kategori pemerintah pusat persentasenya Kumparan.com sebesar 53% dari 40 judul berita, sedangkan Merdeka.com 41% dari 36 judul berita.

Grafik 3.2 Presentase Dominasi Sumber Berita



Ket: kategori narasumber di singkat sesuai dengan urutan pada tabel kategori narasumber dibawah.

Untuk perolehan dari kategori narasumber yang tidak terdapat dalam pemberitaan, pada setiap media daring ternyata berbeda-beda. Peneliti memperoleh temuan pada Detik.com yang tidak dicantumkan narasumber yaitu kategori supir taksi daring dan angkutan umum dengan persentase 0%. Sedangkan pada Kumparan.com, ditemui tidak adanya narasumber pada kategori Konsumen Taksi Daring dengan persentase 0%. Dan Merdeka.com yaitu kategori narasumber perusahaan taksi konvensional yang tidak dihadirkan dalam pemberitaan, maka secara langsung angka persentase sebesar 0%. Berikut adalah nama-nama narasumber menurut berdasarkan pengkelompokan kategorinya:

Tabel 3.2 Kategori narasumber berita pada Detik.com.

No	Kategori Narasumber	Narasumber
1.	Pemerintah Pusat	Kementrian Perhubungan <ul style="list-style-type: none"> ➤ Budi Karya Sumadi (Menteri Perhubungan) ➤ Pudji Hartanto (Direk Jendral Hubdar) ➤ Cucu Mulyana (Direktur Angkutan dan Multimoda) ➤ JA Barata (Informasi Publik) Kementrian Komunikasi dan Informatika <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rudiantara (Menkominfo) Kementrian Keuangan <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sri Mulyani (Menteri Keuangan) DPRI <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fery Djemis (Ketua Komisi V) Michele Watimena (Wakil Ketua Komisi V)
2.	Pemerintah Daerah	PLT Gubernur DKI <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sumarsono Walikota Tangerang

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Arief Rachadiono Gubernur Ja-Bar <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ahmad Heryawan Walikota Semarang <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hendrian Prihadi Gubernur Ja-Tim Soekarwo
3.	Polisi	Kapolri Tito Karnavian
4.	Perusahaan Taksi Daring	GRAB <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dewi Nuraini Go-Jek Monica (HRD Go-Jek)
5.	Perusahaan Taksi Konvensional	PT Taxi <ul style="list-style-type: none"> ➤ Herman Gozali PT. Blue Bird <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sigit Priawan (Direktur) Michael Tane (Hade of Infestor Relation)
6.	Driver Taksi Daring	Asosiasi Driver Daring <ul style="list-style-type: none"> ➤ Christian Wicaksono Sahat
7.	Sopir Taksi Konvensional dan Angkutan Umum	-
8.	Konsumen Taksi Daring	Erik dan Edah
9.	Pengamat Transportasi	Azaz Tigor Djoko Setijowanto
10.	Lain-lain...	YLKI <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tulus Abadi (Ketua) ➤ Aru Armando (KPPU Surabaya) KPPU <ul style="list-style-type: none"> ➤ Syarkawi Rauf Organda <ul style="list-style-type: none"> ➤ Shafruhan Sinungan Apindo <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sutrisno Ombudsman <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alvin Presidium Masyarakat Transportasi <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muslich Zainal Asikin Analisis Samuel <ul style="list-style-type: none"> ➤ Muhammad Zainal Al-Fatih BPS

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kecuk Suharyanto (Ketua) Indonesia Corruption Watch <ul style="list-style-type: none"> ➤ Febri Hendri Himpi <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anggawira (Kepala Bidang Organisasi) Indef <ul style="list-style-type: none"> ➤ Enny Srihartati (Directur)
--	--	---

Tabel 3.2 Kategori narasumber berita pada Kumparan.com.

No	Kategori Narasumber	Narasumber
1.	Pemerintah Pusat	Kementerian Perhubungan <ul style="list-style-type: none"> ➤ Budi Karya Sumadi (Menteri Perhubungan) ➤ Pudji Hartanto (Direk Jendral Hubdar) ➤ Cucu Mulyana (Direktur Angkutan dan Multimoda) ➤ JA Barata (Informasi Publik) Kementerian Komunikasi dan Informatika <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rudiantara (Menkominfo) Kementerian Keuangan <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sri Mulyani (Menteri Keuangan) Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian <ul style="list-style-type: none"> ➤ Darmin Nasution (Menteri Koordinator Bidang Perekonomian) Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman <ul style="list-style-type: none"> ➤ Luhut Binjar P (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman) DPRI <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fery Djemis (Ketua Komisi V) ➤ Agus Hermanto (Wakil Ketua DPR RI) ➤ Reni Marlinawaty (Komisi

		<p>V)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Agus Hermanto (Wakil Dpr RI) ➤ Anton Sihombing
2.	Pemerintah Daerah	<p>PLT Gubernur DKI</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sumarsono <p>Wakil Gubernur Ja-Bar</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dedy Mizwar <p>BPJT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ella Sinaga <p>Dishub DKI Jakarta Sigit Wijatmiko</p>
3.	Polisi	<p>Kapolri Tito Karnavian</p>
4.	Perusahaan Taksi Daring	<p>GRAB Dewi Nuraini</p>
5.	Perusahaan Taksi Konvensional	<p>PT. Blue Bird</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sigit Priawan (Direktur) <p>Teguh Wijayanto (Kepala PR Bluebird)</p>
6.	Driver Taksi Daring	<p>Asosiasi Driver Daring</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Christian <p>Federasi Driver Daring Indonesia</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Badai <p>Irvan Sam Abdul</p>
7.	Sopir Taksi Konvensional dan Angkutan Umum	Djamil dan Noto
8.	Konsumen Taksi Daring	-
9.	Pengamat Transportasi	Azaz Tigor
10.	Lain-lain...	<p>YLKI</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tulus Abadi (Ketua) ➤ Aru Armando (KPPU Surabaya) <p>KPPU</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Syarkawi Rauf <p>Organda</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ateng Haryono <p>Presidium Masyarakat Transportasi</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Danang Parikesit <p>BPS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kecuk Suharyanto (Ketua)

Tabel 3.4 Kategori narasumber berita pada Merdeka.com

No	Kategori Narasumber	Narasumber
1.	Pemerintah Pusat	Kementerian Perhubungan <ul style="list-style-type: none"> ➤ Budi Karya Sumadi (Menteri Perhubungan) ➤ Pudji Hartanto (Direk Jendral Hubdar) Kementerian Komunikasi dan Informatika <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rudiantara (Menkominfo) ➤ Samuel Abrijani (APTIKA) Kementerian Keuangan <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sri Mulyani (Menteri Keuangan) Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman <ul style="list-style-type: none"> ➤ Luhut Binsar (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman) DPRI <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fery Djemis (Ketua Komisi V) ➤ Michele Watimena (Wakil Ketua Komisi V) Reni Marlinawaty (Anggota Komisi V)
2.	Pemerintah Daerah	PLT Gubernur DKI <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sumarsono Dishub DKI Jakarta Andriyansah
3.	Polisi	Kapolri Tito Karnavian
4.	Perusahaan Taksi Daring	GRAB <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dewi Nuraini ➤ Rizki Kramadibar Go-Jek <ul style="list-style-type: none"> ➤ Monica (HRD Go-Jek) ➤ Andri Soelistyo Uber Dian Syafitri
5.	Perusahaan Taksi Konvensional	-
6.	Driver Taksi Daring	Asosiasi Driver Daring

		➤ Christian
7.	Sopir Taksi Konvensional dan Angkutan Umum	-
8.	Konsumen Taksi Daring	Anton
9.	Pengamat Transportasi	Azaz Tigor Djoko Setijowanto
10.	Lain-lain...	YLKI ➤ <i>Tulus Abadi (Ketua)</i> ➤ <i>Aru Armando (KPPU Surabaya)</i> KPPU ➤ <i>Syarkawi Rauf</i> Organda ➤ <i>Ateng Haryoni</i> Ojek Daring ➤ <i>M Haris</i> Ojek Pengkolan ➤ <i>Sainman</i> BPTJ ➤ <i>Elly Sinaga</i> Presidium Masyarakat Transportasi ➤ <i>Muslich Zainal Asikin</i> Analisis Samuel ➤ <i>Muhammad Zainal Al-Fatih</i> BPS ➤ <i>Sasmito Hadiwibowo</i> Koperasi Jasa Trans Usaha ➤ <i>Musa Emyus</i> Koor Transporter Transportasi Daring ➤ <i>Ermowo Seto</i> Bank Indonesia ➤ <i>Dpdy Budi Waluyo</i> Pengamat Kebijakan Publik UI <i>Haryadi Mahardika</i>

4. Balance

Balance adalah dimensi yang merupakan sebuah keseimbangan dalam hal penyajian berita. Dimensi *balance* sangatlah penting. Karena secara langsung kita dapat mengetahui bagaimana keberpihakan dari suatu pemberitaan dengan melihat keseimbangan sumber berita. Sumber berita ini akan masuk kedalam dimensi *Source bias*. Dimana dapat diukur dengan cara mencari keseimbangan kutipan sumber berita dalam satuan berita.

4.1 Source bias

Pada pengukuran *source bias*, maka bisa di indikasikan dengan melihat apakah sumber berita atau gagasan dari pihak-pihak yang termuat dalam satuan berita sudah seimbang atau belum. Ini bisa dilakukan dengan memperbandingkan gagasan dari sumber-sumber berita yang termuat dalam satuan berita. Maka didalam penelitian ini, peneliti juga menemukan temuan dimensi *source bias* dalam satuan pemberitaan media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

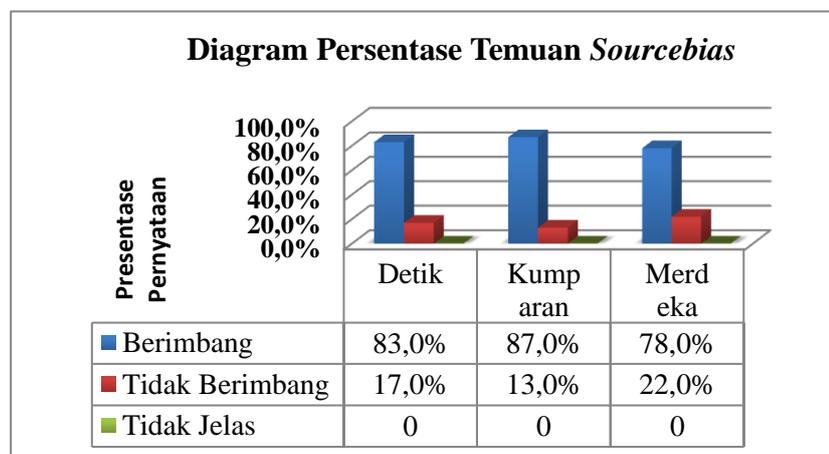
Peneliti mendapatkan hasil, bahwa dari ketiga media daring yang telah dipilih, beberapa judul berita teridentifikasi masuk kedalam berita yang kurang berimbang. Karena banyak diantaranya pengutipan sumber berita tidak seimbang satu sama lain. Melaikan memasukan kutipan sumber beritanya dengan porsi yang berlebihan.

4.1.1 Temuan *Source bias* pada Media Daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 3.5 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 3.5 diatas, peneliti mendapatkan temuan dalam pemberitaan media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com. Berdasarkan temuan pada media Detik.com, ada *source bias* dalam 9 judul berita dari 71 judul, dengan persentase 13%. Sedangkan untuk temuan *source bias* pada Kumparan.com sejumlah 7 judul berita dari 40 judul berita dengan persentase 17%. Untuk Merdeka.com terdapat 8 judul berita dari 36 judul berita yang teridentifikasi *source bias*, dengan persentase 22%. Masing-masing temuan tersebut secara langsung masuk kategori berita tidak berimbang.



Grafik 3.3 Presentase *Source Bias*

Kategori berita yang berimbang pada Detik.com sebesar 69 judul berita dari 71 judul berita dengan persentase 87%. Sedangkan pada Kumparan.com, berjumlah 33 judul berita dari 40 judul berita dengan persentase 83%. Disusul pada merdeka.com, yang terdapat 28 judul berita yang berimbang dari 36 judul berita dengan persentase 78%. Untuk berita yang masuk kategori berita yang tidak jelas, telah mendapatkan 0 temuan atau nihil pada masing-masing media.

3.2 *Slant*

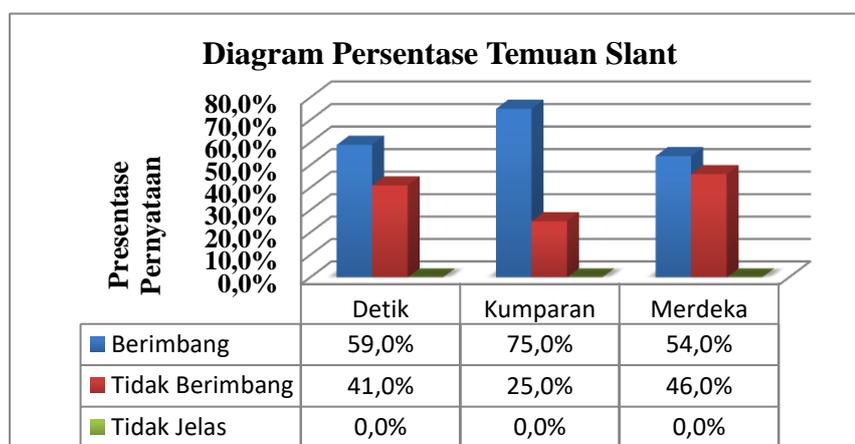
Pada indikator *slant* ini merujuk kepada adanya suatu pujian atau kritikan yang berlebihan pada suatu objek masalah didalam suatu pemberitaan polemik revisi peraturan menteri perhubungan no 32/2016 dan tarif baru taksi daring. Peneliti telah mendapatkan temuan pada ketiga media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com. Ketiga media tersebut beberapa dari beritanya ditemui adanya indikator *slant*. Tentu saja jika pemberitaan tersebut kedapatan adanya *slant* didalamnya, maka secara langsung bisa masuk kedalam kategori berita yang tidak berimbang. Dibawah ini adalah pemaparan hasil temuan dari indikator *slant* pada ketiga media daring tersebut.

3.2.1 Temuan *Slant* pada Media Daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 3.6 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 3.6 diatas, peneliti telah mendapatkan beberapa temuan *slant* dalam pemberitaan polemik revisi peraturan menteri perhubungan nomor 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring pada ketiga media daring. Pada media daring Detik.com ada 30 judul berita dari 72 judul berita, dengan persentase 42% berita yang tidak berimbang. Sedangkan untuk media Kumparan.com, ada 10 judul berita dari 40 judul berita yang terdapat indikator *slant* dengan persentase 30%. Kemudian pada Merdeka ditemukannya temuan *slant* di 16 judul berita dari 36 judul berita dengan persentase 46%.



Grafik 3.4 Persentase *Slant*

Untuk temuan berita yang berimbang, media daring Detik.com, ada 41 judul berita dari 72 judul berita dengan persentase 58%. Sedangkan didalam Kumparan.com ada 30 judul berita dari 40 judul berita dalam kategori berimbang dengan persentase 75%. Selanjutnya pada Merdeka berita yang berimbang terdapat di 20 judul berita dari 36 judul berita dengan persentase 46%. Pada temuan kategori tidak jelas, peneliti tidak menemukan temuan. Dibawah ini adalah temuan indikator *slant* pada media daring Detik.com, Kumparan.com dan Detik.com.

Tabel 3.7 temuan *slant* pada Detik.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	4	20 Maret 2017	“ Jika tarif taksi daring diatur, bagaimana ojek daring?” (pada judul pemberitaan).
2.	9	21 Maret 2017	“..pemerintah melalui kementerian perhubungan dengan tegas menyatakan bahwa, revisi (permenhub) no 32 tahun 2016, berlaku 1 april nanti, kebijakan tersebut untuk mengatur taksi daring, lantas bagaimana dengan ojek daring?”
3.	11	21 Maret 2017	“...Terhadap aturam

			batas tarif taksi daring, gojek, grab dan uber menilai penentuan batas biaya membual kendala bagi masyarakat dalam mendapatkan layanan terjangkau”
4.	12	21 Maret 2017	“ disamping itu Budi mengkapkan apresiasi daerah-daerah proaktif dalam melakukan sosialisasi soal kebijakan taksi daring ini..”
5.	13	22 Maret 2017	“..Namun, nampaknya aturan tersebut menimbulkan pro dan kontra, pasalnya tarif taksi daring yang selama ini dinilai murah, bakal tak jauh beda dengan taksi konvensional.”
6.	14	23 Maret 2017	“Sebab perusahaan taksi konvensional terintimidasi dengan adanya taksi daring yang tidak terikat”

7.	15	23 Maret 2017	“.. Penurunan tarif dilakukan untuk menjagga pangsa pasar yang belakangan ini di dominasi taksi daring.”
8.	16	23 Maret 2017	“ Tarif taksi daring memang rata-rata dibawah konvensional. Namun adakalnya tarif taksi daring jauh lebih mahal ketimbang taksi konvensional”
9.	17	23 Maret 2017	“.. Sedangkan aspek lain, taksi daring belum mampu menjawab dan perlindungan pada konsumen yang sebenarnya. Misalnya belum mempunyai standar pelayanan minimal yang jelas, baik untuk armada ataupun sopirnya.”
10.	21	24 Maret 2017	“ Kebijakan yang diambil pemerintah tidak membiarkan

			persaingan sebeb- bebasnya, tapi juga tidak melarang taksi daring.
11.	24	25 Maret 2017	“..Selain memberikan peraturan yang sa,a, pemerintah juga harus tegas dalam memberikan sanksi kepada semua oelaku usaha yang melanggar peraturan. Pengusaha angkutan konvensional harus sama-sama diberikan sanksi yag tegas bila melanggar aturan. Dengan begitu seluruh pelaku usaha akan mersa mendapatkan perlakuan yang sama.
12.	25	25 Maret 2017	“ Beberapa bulan belakangan, tarif angkutan daring diberandol degan harga murah,bahkan juga menawarkan berbagai promosi hingga perjalanan

			gratis ?
13.	28	25 Maret 2017	“ Alasan umum masyarakat memilih menggunakan ojek daring adalah tarif yang terbilang cukup murah, lantas bagaimana organda menyikapinya ?”
14.	30	25 Maret 2017	“ Alasan masyarakat memilih menggunakan ojek daring adalah karena tarif yang murah”
15.	38	29 maret 2017	“Dampak dari persaingan yang semakin ketatpun dirasakan oleh salah satu perusahaan ternama yakni Blue Brd, perusahaan ini mngaku terpaksa mengatur strategi bisnis dengan mengedaepankan efisien”
16.	40	30 Maret 2017	“... oleh karena itu, perlu adanya revisi yang berlaku 1 april”
17.	41	30 Maret 2017	“Aliansi angkutan

			umum jabaee juga mendatangi instansi berwenang untuk melaksanakan pengawanan dan penertiban angkutan ilegal yang masih beroperasi di Jawa Barat”
18.	47	1 April 2017	“ Tentu saja bagi para pelanggan setia taksi daring, hari ini akan menjadi penentu apakah tarif yang ditetapkan benar aan membuat isi dompet sedikit menipis”
19.	48	1 April 2017	“ Namun nampaknya tarif taksi onlie belum benar-benar mengikuti aturan itu, pada hari ini, ketika detik.com mencoba salah satu taksi daring, tarif masih sama.”
20.	49	1 April 2017	“Meski sudah diberlakukan, masih ada aturan permenhub tersebut yang

			memerlukan masa transisi, sehingga memerlukan waktu yang lebih panjang untuk menerapkannya”
21.	50	1 April 2017	“Penggolongan bisnis jasa transportasi daring dengan menyankanya dengan bisnis tarsi dan angkutan umum tidak tepat. Sebab pada dsanya pelaku bisnis disruptive menggunakan peraturan form sharing economy.”
22.	51	31 Maret 2017	“ Sehingga batas tarif paling murah perlu diatur”
23.	52	3 April 2017	“ Sebab selama ini taksi daring memberikan pesaing te karena menyajikan tarif yang jauh lebih murah, namun berlakunya peratura tersebut sepertinya belum menjadi sentimen positif

			untuk saham saham emiten taksi dipasar modal”
24.	58	4 April 2017	“Pengawasan super ketat ini adalah menjaga kinerja operator taksi konvensional dan daring untuk memenuhi standar pelayanan minimal”
25.	61	9 April 2017	“Aturan yang salah satunya mengatur soal tarif batas dan bawah taksi itu kemudian diundur 3 bulan sebagaimana transisi, lantas bagaimna dengan ojek daring?”
26.	62	10 April 2017	“sebab itu, sejak awal Hipmi meminta agar kemenhub tidak mempersulit keberadaan taksi berbasis daring dengan bebrbagai regulasi baru.”u
27.	63	22 Maret 2017	“Namun dengan diberlakukannya, tarif

			baru bag taksi daring, masyarakat juga akan memperhitungkan kondisi tersebut”
28.	64	21 Maret 2017	“Dengan adanya aturan baru tersebut, tarif taksi daring ang selama ini dinilai murah bakal tak jauh beda dengan tarif taksi konvesioal alias beda tipis.”
29.	65	21 Maret 2017	“ Pemberlakuan tarif baru itu dinilai bisa merugikan masyarakat, sebab dari yang sebelumnya relatif murah, tarf taksi daring bakal tak jauh beda dengan taksi biasa”

Tabel 3.8 temuan *slant* pada Kumparan.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	1	21 Maret 2017	“Lebih banyaknya beban usaha yang di alami taksi konvensional

			<p>membuat mereka sulit menyaingi tarif yang di berlakukan layanan mobil panggilan berbasis aplikasi, yang notabennya terlepas beban-beban usaha seperti taksi konvensional.</p> <p>Apalagi orientasi uber,grab,dan go-jek, saat ini fokus untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin dan gencar emberikan potongan harga”.</p>
2.	2	21 Maret 2017	<p>“ Sejauh ini, suara-suara dari para supir angkutan kota umu, supir taksi, sopir bajaj,dan sopir dari ubur,grabcar,dango-car, belum terdenggan ketelinga publik”</p>
3.	5	30 Maret 2017	<p>“Keberadaan layanan ojek daring semakin banyak dijumpai diberbagai daerah di indonesia saat ini. Tapi masih saja</p>

			beberapa dari terjadi geselan ojek panggilan berbasis daring dengan para sopir angkutan umum kota”
4.	13	21 Maret 2017	“Bukan Cuma itu, bisa jadi kuota dari layanan mobil panggilan disetiap daerah juga berkirang karena kemenhub memberi wewenang kepada pemda untuk membatasi kapasitas taksi daring”
5.	22	20 Maret 2017	“Sehingga taksi daring tak lagi semena-mena menawarkan tarif harga yang jauh lebih rendah dari taksi konvensional”
6.	21	21 Maret 2017	“Aturan ini mirip seperti yang diberlakukan terhadap taksi konvensional”.
7.	29	21 Maret 2017	“Pembatasan tarif batas bawah dan atas

			besar kemungkinan muncul setelah layanan semacam uber,grab,dan go-car mematok harga sangat murah untuk tarif minimum,sebesar Rp 10.000”.
8.	30	3 April 2017	“Sementara [er 1 april 2017 lalu, pemerintah telah menetapkan tarif batas atas dan bawah pada taksi daring, Hal ini di khawatirkan akan erdampak”.
9.	32	29 Maret 2017	“Selama ini tarif perkilometer atau perdetik dari layanan uber dan sejenisna, ditentukan oleh pengelola aplikasi dengan dasar yang tidak transparamm dan hal ini kerap dikeluhkan olh mitra pengemudi”.
10.	33	27 Maret 2017	“Sementara itu kata fraksi ppp

			mengapresiasikan aduan dari pada pengemudi tersebut.
--	--	--	--

Tabel 3.9 temuan *slant* pada Merdeka.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	1	21 Maret 2017	“Transportasi berbasis aplikasi ini dengan kencang meminta pemerintah untuk mempertimbangkan aturan tersebut”
2.	4	21 Maret 2017	“Dengan pemerintah turun tangan, maka keniscayaan polemik “klasik” ini tak akan terulang lagi”
3.	5	23 Maret 2017	“Pengaturan tarif batas bawah dan tarif batas atas, dalam aturan tersebut memunculkan pro dan kontra”
4.	6	24 Maret 2017	“Permenhun no 32 tahun 2017 tentang penyelenggaraan angkutan orang dengan kendaraan bermotor

			umum tidak dalam trayek bukan menghilangkan taksi daring dari angkutan umum”
5.	9	27 Maret 2017	“Hal ini lebih menguntungkan bagi pengusaha dan malah merugikan penumpang”
6.	10	29 Maret 2017	“Pemerintah diharapkan segera menerbitkan kebijakan bagi transportasi lain”
7.	12	27 Maret 2017	“Apalagi dalam undang-undnag 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”
8.	14	27 Maret 2017	“Alhasil, merupakan sikap yang wajar bila ada tuntutan dadi taksi

			konvensional untuk penertiban angkutan daring”
9.	15	22 Maret 2017	“Meskipun, aturan tersebut ditolak oleh berbagai pihak penyedia jasa angkutan daring seperti grabcar Indonesia”
10.	17	30 Maret 2017	“Selain menjamin keselamatan, katanya revisi permenhub no 32 tahun 2016 mampu memberikan aturan yang berkelanjutan bagi operator armada transportasi konvensional lainnya”
11.	20	1 April 2017	“Maka itu, pemerintahannya (singapura) melakukan adaptasi dengan bisnis transportasi daring. Bukanya mengatur tarif transportasi daring seperti di Indonesia”
12.	22	22 Maret 2017	“Aturan tarif taksi daring buat masyarakat

			kembali pakai kendaraan pribadi”
13.	26	1 April 2017	“Hari pemberlakuan aturan taksi online tarif belum naik”
14.	29	25 Maret 2017	“Masyarakat sebagai konsumen transportasi akan memilih menggunakan moda yang nyaman dan murah, pengaturan tarif dan kuota akan berimbas pada penurunan kualitas pelayanan transportasi”
15.	31	23 Maret 2017	“Namun pemerintah bergeming dengan penolakan ini, menteri perhubungan Budi Karya Sunardi kekeh memberlakukan aturan ini harus mulai berlaku 1 April”
16.	35	25 Maret 2017	“Pemilik aplikasi transportasi daring bebas menentukan tarif sendiri, rekrutmen massal tanpa batas dan mengabaikan

			keselamatan dan keamanan penumpang”
--	--	--	-------------------------------------

5. Netralitas

Netralitas dapat diartikan secara singkat dengan ketidakberpihakan didalam pemberitaan. Dalam berita yang objektif, dimensi netralitas sangatlah penting ditunjang didalam pemberitaan. Karena bentuk dari berita yang objektif yaitu berita yang tenang, terkendali dan sangat berhati-hati. Didalam pengukuran netralitas mempunyai 5 alat ukur yaitu *sensasionalisme*, kalimat hiperbolik, *stereotype*, *juxtaposition* dan *lingkages*. Peneliti telah melakukan pengukuran netralitas pemberitaan dengan menggunakan alat ukur tersebut dan berikut adalah hasil pemaparannya:

5.1 *Sensasionalisme*

Indikator ke 3 yang dapat mempengaruhi ke Imparsialitas berita yaitu *sensasionalisme*. *Sensasionalisme* sendiri bisa diartikan sebagai berita yang mengandung atau menyebabkan sensasi kepada masyarakat umum. Indikator ini sering ditemui pada bagian fakta yang di lebih-lebihkan oleh penulis. Fakta yang sebenarnya namun dilebihkan, bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat. Dengan begitu masyarakat akan mempunyai keinginan untuk membaca berita. Dalam hal ini peneliti telah menemukan temuan pada pemberitaan di ke 3 media. Ketiga media tersebut tentunya Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com. Pada pemberitaan polemik revisi peraturan menteri no 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring, ada beberapa temuan yang merujuk kedalam indikator *sensasionalisme*. Temuan indikator *sensasionalisme* ditemui peneliti di bagian judul berita dan *body* berita. Pemaparan hasil

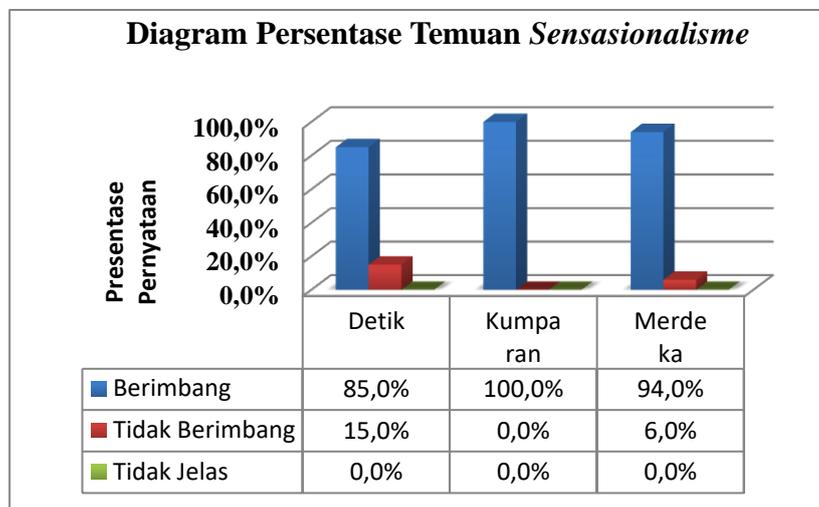
temuan peneliti mengenai indikator *sensasionalisme* akan di jelaskan sebagai berikut.

5.1.1 Temuan *Sensasionalisme* pada media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 3.10 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 3.10 diatas, bisa dipahami peneliti telah melakukan analisis terhadap Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com mengenai temuan indikator *sensasionalisme*. Pada pemberitaan detik.com, berita yang teridentifikasi adanya indikator *sensasionalisme* berjumlah 11 judul berita dari 71 judul berita dengan hasil angka persentase sebesar 15%. Sedangkan untuk Kumparan.com peneliti tidak mendapatkan temuan *sensasionalisme* pada pemberitaanya. Dan untuk Merdeka.com hanya 2 judul berita dari 36 judul berita yang teridentifikasi indikator *sensasionalisme*. Dengan angka persentase temuan sebesar 6%.



Grafik 3.5 Presentase *Sensasionalisme*

Kategori berita berimbang pada pemberitaan detik.com, berita berjumlah 60 judul berita dari 71 judul berita dengan hasil angka persentase sebesar 85%. Sedangkan untuk Kumparan.com secara langsung maka persentase berita berimbang persentasenya sebesar 100%. Untuk berita yang berimbang pada Merdeka.com 34 judul berita dengan persentase 94%. Temuan kategori tidak jelas tidak mendapatkan temuan. Dibawah ini adalah temuan indikator *slant* pada media daring Detik.com, Kumparan.com dan Detik.com :

Tabel 3.11 temuan *sensasionalisme* pada Detik.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	4	20 Maret 2017	“Tarif taksi daring diatur pemda, ojek daring bagaimana? (Pada judul).”
2	5	20 Maret 2017	“Tarif taksi daring ikut diatur? (Pada judul).”
3.	9	21 Maret 2017	“Usai Atur Taksi Daring. Ojek Daring Kapan? (Pada judul).”
4.	15	23 Maret 2017	“Hidup Morat Marit, Tarif Taksi

			Konvensional Pasti Turun Sendiri (Pada judul).”
5.	23	24 Maret 2017	“Kata Gojek Soal Aturan Baru Taksi Daring” (Judul berita berbeda namun isi sama dengan no koding 20)
6.	27	25 Maret 2017	“Kemenhub : Pelaksanaan Permen taksi Daring Sudah diTunda 6 Bulan (Pada judul).”
7.	28	25 Maret 2017	“Organda minta pemerintah segera atur ojek daring (Pada judul).”
8.	30	25 Maret 2017	“Organda protes tarif murah ojek daring (Pada judul).”
9.	32	26 Maret 2017	“Menhub Kumpulkan Ratusan Pengemudi Daring di Balai Kota(Pada judul).”
10.	50	1 April 2017	“Sudah Sepatutnya pemerinta Indonesia mengikuti negara— negara tetangga dalam menerima

			perkembangan transportasi daring (Pada judul).”
11.	60	7 April 2017	“Kenalkan Taksi Daring, Kemenhub Undang Ojek CS (Pada judul).”

Tabel 3.12 temuan *sensasionalisme* pada Merdeka.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	10	29 Maret 2017	“Aturan pemerintah yang merugikan penumpang”
2	31	23 Maret 2017	“Menguak alasan pemerintah jokowi ngotot tarif taksi onlne kudu naik”(pada judul)

5.2. Kalimat Hiperbolik

Kalimat hiperbolik merupakan indikator ke 4 dalam pengukuran imparialitas. Penggunaan kalimat hiperbolik atau metamorfosis biasanya untuk menarik perhatian. Maka jika didalam pemberitaan mengandung kata hiperbolik bisa memicu adanya *sensasionalisme*. Karena bisa jadi kalimat tersebut adalah samaran pendapat daripada penulis itu sendiri Pada pemberitaan polemik revisi permenhub nomor 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring, telah adanya temuan penggunaan kalimat hiperbolik.

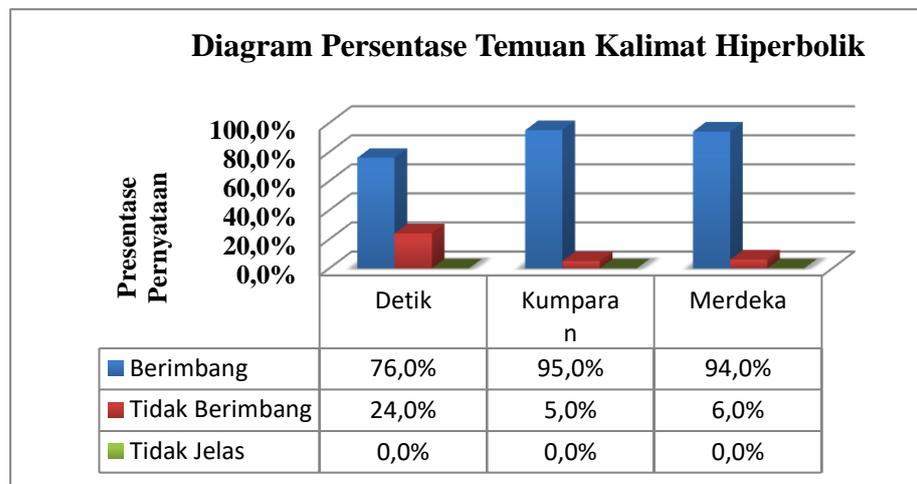
Kalimat hiperbolik ini terdapat dalam ke 3 media daring. Ke 3 media tersebut adalah Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com. Temuan kalimat hiperbolik ini, dijumpai oleh peneliti pada judul berita dan body berita. Berikut pemaparan hasil temuan kalimat hiperbolik pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

5.1.2 Temuan *Kalimat Hiperbolik* pada Media Daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 3.13 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 3.13 diatas, pemberitaan mengenai polemik revisi permenhub nomor 32 tahun 2016 dan tarif aru taksi daring di media Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com ditemui adanya indikator kalimat hiperbolik. Temuan kalimat *hiperbolik* pada Detik.com terdapat pada 17 judul berita dari 71 judul berita yang dianalisis dengan persentase 24%. Disusul dengan temuan kalimat *hiperbolik* pada Kumparan.com sebesar 2 judul berita dari 40 judul berita dengan persentase 5%. Selanjutnya, untuk temuan kalimat *hiperbolik* pada Merdeka.com sejumlah 2 berita dari 36 dengan persentase 6%.



Grafik 3.6 Persentase Kalimat Hiperbolik

Sedangkan untuk berita yang berimbang, pada Detik.com berjumlah 54 judul berita dengan persentase 76%. Untuk Kumparan.com jumlah berita berimbang berjumlah 38 judul berita dengan persentase 95%. Dan yang terakhir pada Merdeka.com berita berimbang berjumlah 34 judul berita dengan persentase 94%. Temuan kategori berita yang tidak jelas tidak mendapatkan temuan. Dibawah ini adalah hasil temuan indikator kalimat hiperbolik pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com:

Tabel 3.14 temuan Kalimat Hiperbolik pada Detik.com.

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	1	20 Maret 2017	“Tak ada sepele kata pun dari puji”
2.	2	20 Maret 2017	“Meski menuai penolakan, peraturan menteri no 32 tahun 2016 soal penyesuaian tarif taksi daring tidak akan direvisi”

3.	7	21 Maret 2017	“Tapi disisi lain ada juga transportasi daring yang merupakan keniscayaan”
4.	8	21 Maret 2017	“Menurutnya, teknologi digital adalah suatu keniscayaan dan telah masuk kedalam lini kehidupan” “Menurut menkominfo, revisi pm 32 tahun/2016 untuk menjegal kehadiran transportasi daring di tanah air”
5.	10	21 Maret 2017	“cegah gesekan angkutan,kapolri :lakukan deteksi dini dan dialog”
6.	12	21 Maret 2017	“Budi menyampaikan tak ada lagi gesekan antara transportasi daring dan transportasi konvensional diberbagai daerah seperti berbagai waktu lau”
7.	14	23 Maret 2017	“Upaya untuk meredam dilakukan dengan merevisi permen perhubungan no 32 tahun 2017”
8.	15	23 Maret 2017	“Bahkan pengorbanan yang dilakukan taksoi biasa berujung pada tumbangnya perusahaan”

9.	26	25 Maret 2017	“Tiga perusahaan yang selama ini bermain dibisnis transportasi daring, gojek, grab dan uber sempat mengeluarkan sikap bersama”
10.	27	25 Maret 2017	“Tiga perusahaan yang selama ini bermain dibisnis transportasi daring, gojek, grab dan uber sempat mengeluarkan sikap bersama”
11.	32	26 Maret 2017	“Disana,budi karya duduk bersama dengan ratusan pengemudi angkutan berbasis daring, baik itu roda 2 maupun roda 4 serta bersama angkutan konvensional seperti angkot dan taksi”
12.	33	26 Maret 2017	“Dalam sosialisasi tersebut, Budi Karya Sumadi, mengatakan bahwa pemerintah dalam hal ini bertugas membuat payung hukum untuk bisa mengatur.....”
13.	40	30 Maret 2017	“Tiga perusahaan yang selama ini bermain dibisnis transportasi daring, gojek,

			grab dan uber sempat mengeluarkan sikap bersama”
14.	44	31 Maret 2017	“Gubernur jawa barat Ahmad Heryan menyatakan masih menggodok peraturan gubenur yang akan mengatur keberadaan taksi daring di Jawa Barat”
15.	50	1 April 2017	“Keberadaan peraturan tersebut tidak memberi jaminan kepastian hukum tapi malah membelenggu bisnis yang sifatnya disraptive”
16.	52	3 April 2017	“Diaturnya industri taksi daring seolah memberikan angin segar pada perusahaan taksi biasa”
17.	56	3 April 2017	“Peraturan Gubernur Jawa Timur tentang angkutan sewa khusus yang mengatur taksi daring, sampai hari ini belum digodok”

Tabel 3.15 Temuan Kalimat Hiperbolik pada Kumparan.com.

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	29	21 Maret 2017	“Dalam sebuah pernyataan resmi, Grab berkata sejumlah poin revisi yang diajukan pekan lalu oleh Kementerian Perhubungan bernuansa proteksionis dan tidak pro terhadap konsumen”
2.	40	27 Maret 2017	“Polemik taksi umum vs daring yang kian meruncing”

Tabel 3.16 Temuan Kalimat Hiperbolik pada Merdeka.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	4	21 Maret 2017	“Dari itu munculah polemik yang dilayangkan oleh gojek cs “
2.	20	1 April 2017	“Peraturan menteri tersebut tidak memberi jaminan kepastian hukum, tetapi malah membelenggu bisnis yang sifatnya disruptive ini”

5.3. *Stereotype*

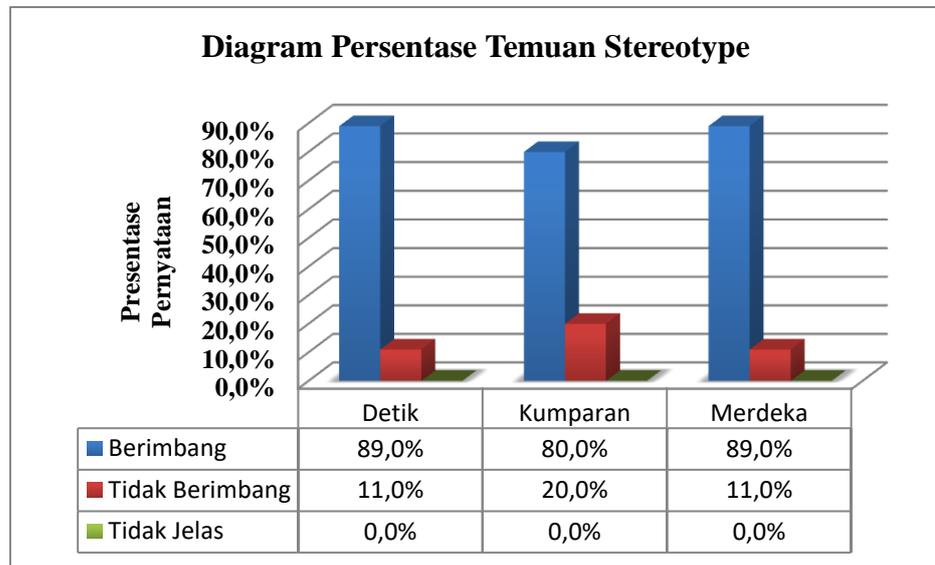
Temuan hasil penelitian yang ke 5 ada *Stereotype*. Pada indikator *stereotype*, temuan ditekankan pada adanya pemberian atribut kelompok dan individu pada pemberitaan media daring. Dalam pemberitaan polemik revisi permenhub no 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring, peneliti telah mendapatkan temuan indikator *stereotype*. Temuan tersebut hampir semua ditemui pada ketiga media daring, yaitu Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com. Indikator *stereotype* ini, dijumpai oleh peneliti pada judul berita dan *body* berita. Berikut pemaparan hasil temuan temuan *stereotype* pada Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com..

5.3.1 Temuan *Stereotype* pada Media Daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 3.17 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 3.18 diatas, bisa dilihat bahwa temuan *stereotype* pada media *daring Detik.com* ada didalam 8 judul berita dari 71 judul berita, dengan persentase sebesar 11%. Berbeda dengan Detik.com, Kumparan.com memperoleh angka temuan pada 8 judul berita dari 40 judul berita dengan persentase 20%. Disusul dengan temuan pada Merdeka, ada 4 judul berita dari 36 judul berita yang teridentifikasi indikator *stereotype* dan dengan persentase 11%.



Grafik 3.7 Persentase Stereotype

Kategori berita berimbang pada temuan Detik.com sejumlah 63 judul berita dengan persentase 89%. Disusul dengan Kumparan.com yang memperoleh berita berimbanya 32 judul berita dengan persentase 80%. Lalu untuk Merdeka.com mempunyai berita dengan kategori berimbang sebesar 4 judul berita dengan persentase 11%. Sedangkan untuk temuan berita tidak jelas tidak mendapatkan temuan. Dibawah ini adalah hasil temuan *stereotype* pada media *daring* Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com :

Tabel 3.18 temuan *Stereotype* pada Detik.com.

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	2	20 Maret 2017	“Sementara perusahaan penyedia aplikasi justru tdk memberikan respon sama sekali”
2.	3	20 Maret 2017	“Mantan perwira tinggi polri

			ini menegaskan, tak ada lagu oerubahan dalam revisi peraturan yang dirilis menteri perhubungan itu”
3.	14	23 Maret 2017	“Sejak munculnya perusahaan teknologi informasi yang menyimpatakan aplikasi transportasi daring, timbul polemik yang tidak berkesudahan”
4.	15	23 Maret 2017	“Sebab selama ini tarif taksi onliene jauh lebih murah dibandingkan taksi biasa”
5.	16	23 Maret 2017	“Tarif taksi daring memang rata-rata dibawah konvensional”.
6.	38	29 Maret 2017	“Apalagi semenjak maraknya taksi daring yang memberikan tarif yang jauh lebih murah”
7.	59	7 April 2017	“Perusahaan pembuat aplikasi daring”
8.	63	22 Maret 2017	“Dengan aturan itu, tarif taksi daring bakal tak jauh beda dengan taksi konvensional yang selama ii dinilai mahal “

Tabel 3.19 temuan *Stereotype* pada Kumparan.com.

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1	1	21 Maret 2017	“Langkah kementrian perhubungan melakukan revisi peraturan menhub nomor 32 tahun 2016 telah mengundang kontra dari pengusaha penyedia layanan mobil panggilan berbasis aplikasi dan bagi para penegemudi”
2	2	21 Maret 2017	“berbanding terbalik dengan suara pernyataan penyedia mobil panggilan yang terus menyuarakan penolakan dan meminta sembilan bulan untuk implementasi aturan itu”
3.	3	23 Maret 2017	“Sejauh ini, menurut YLKI, mobil panggilan berbasis aplikasi baru menjawab terhadap satu poin saja, yakni aksesibilitas”
4.	4	29 Maret 2017	“Ada tiga ha yang dintang oleh penyedia jasa mobil layanan”
5.	6	31 Maret 2017	“”penyedia jasa mobil panggilan daring”
6.	12	26 Maret 2017	“ Pemerintah menegaskan

			revisi tersebut akan membuat tarif layanan mobil panggilan berbasis aplikasi, tidak boleh lagi mematok harga terlalu murah”
7.	18	7 April 2017	“Selama masa transisi hingga 1 Juli 2017 nanti, tarif yang berlaku untuk layanan mobil panggilan masuk diberlakukan tarif lama sesuai perusahaan taksi maupun dari uber, grab dan gojek.
8.	31	31 maret 2017	“Mantan di rektur pelaksana bank dunia ini mengaskan dengan aturan yang sudah diterbitkan pemerintah tidak ada penolakan yang merasa bisnisnya lebih diuntungkan atau dirugikan karena diberikan perlakuan yang sama”

Tabel 3.20 temuan *Stereotype* pada Merdeka.com.

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1	1	21 Maret 2017	“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”
2	2	21 Maret 2017	“berbanding terbalik dengan suara pernyataan penyedia mobil panggilan yang terus menyuarakan penolakan dan meminta sembilan bulan untuk implementasi aturan itu”
3.	3	23 Maret 2017	“Sejauh ini, menurut YLKI, obil panggilan berbasis aplikasi baru menjawab terhadap satu poin saja, yakni aksesibilitas”
4.	4	29 Maret 2017	“Ada tiga ha yang ditentang oleh penyedia jasa mobil layanan”

5.5 Juxtaposition

Indikator yang ke 6 dalam menganalisis imparialitas pemberitaan yaitu indikator *Juxtaposition*. Dalam indikator *juxtaposition* ini peneliti akan menganalisis adanya penyandingan 2 fakta yang berbeda pada pemberitaan. Pemberitaan tersebut tentunya mengenai polemik revisi permenhub nomor 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring. Penulis menyandingkan 2 fakta berbeda

biasa bermaksud untuk menambahkan efek kontras. Dengan begitu pemberitaan terkait akan menjadi lebih dramatis.

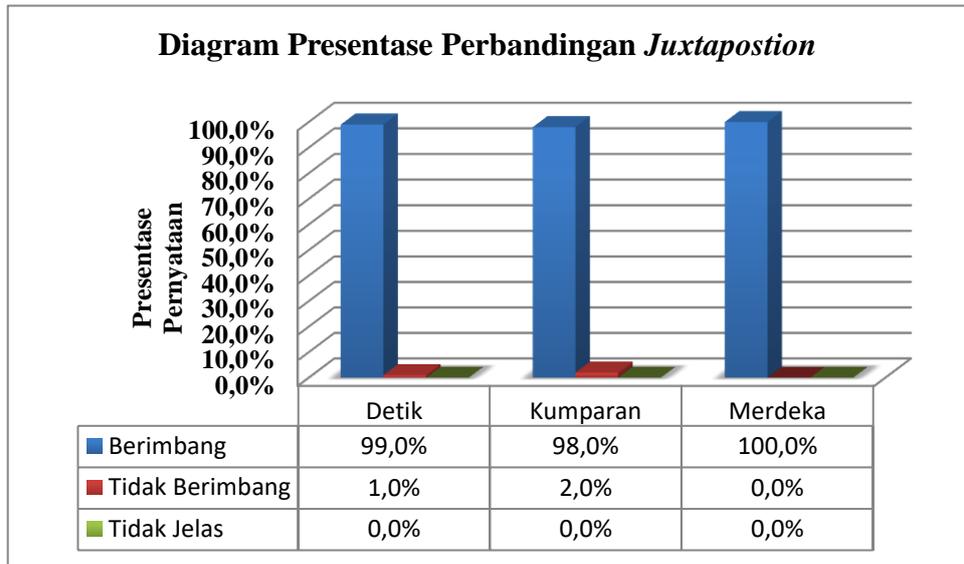
Pada ketiga media daring yang telah dipilih, peneliti telah mendapatkan temuan indikator *Juxtaposition*. Hasil temuan memang tidak terlalu banyak dibandingkan indikator lainnya diatas. Dengan begitu, peneliti akan menjelaskan hasil temuan media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.com

5.5.1 Temuan *Juxtaposition* pada Media Daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Tabel 3.22 temuan *juxtaposition* 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%

Dari tabel 3.22 diatas, bisa dipahami bahwa temuan indikator *juxtaposition* pada Detik.com terdapat di 1 judul berita dari 71 judul berita, dengan persentase 1%. Kemudian untuk Kumparan.com mendapatkan temuan *juxtaposition* didalam 3 judul berita dari 40 judul berita dan dengan persentase sebesar 5%. Sedangkan untuk Merdeka.com tidak mendapatkan temuan indikator *juxtaposition* dalam pemberitanya.



Grafik 3.8 Presentase *Juxtapostion*

Kategori berita berimbang, dalam media *daring* Detik.com berjumlah 70 judul berita dengan persentase 99%. Disusul dengan Kumparan.com yang mempunyai berita berimbangnnya sebesar 39 judul berita dengan angka persentase 98%. Dan secara langsung Merdeka.com semua berita yang dianalisis bersih dari indikator *juxtapostion*. Untuk temuan kategori tidak jelas, peneliti tidak mendapatkkan temuan. Dibawah ini tabel temuan indikator *juxtapostion* dalam Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com.

Tabel 3.22 temuan *juxtapostion* pada Detik.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	40	30 Maret 2017	(Berbeda dengan fakta sebelumnya lalu ditambhkan dengan ini) “Sebelumnya diberikan, kepala Biro Komuikasi dan informasi menyatakan

			peraturan tersebut sebenarnya tertunda sejak 6 bulan.”
--	--	--	--

Tabel 3.23 temuan *juxtaposition* pada Kumparan.com

No.	Nomor Koding	Tanggal Pemberitaan	Kutipan Kalimat
1.	6	31 Maret 2017	“Operator taksi terbesar di Indonesia, Blue Bird, menyatakan setuju dengan revisi peraturan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek”

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Pembahasan

Pada bab pembahasan ini akan membahas dan membandingkan dimensi-dimensi Imparsialitas yang telah diteliti pada instrumen-instrumen didalam lembaran koding. Dimensi tersebut meliputi Balance yang terdiri dari *Source bias* dan *Slant*. Dan dimensi kedua dimensi Netralitas, terdiri dari sub dimensi *Sensasionalisme*, *Kalimat Hiperbolik*, *Stereotype*, *Juxtapostion* dan *Linkages*.

B. 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 selisish 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.

Meskipun dari hasil peliputan dua sisi atau tidak terdapatnya *source bias* dalam pemberitaan terbilang cukup banyak, tetapi pada ketiga media daring terbilang masih adanya penulis yang melakukan peliputan hanya dengan satu sisi. Ini bisa saja dilakukan oleh penulis disebabkan oleh adanya deadline, seperti yang diketahui bahwa media daring sering mengandalkan unsur kecepatannya dalam pemberitaan. Kemudian bisa saja dilakukan karena adanya kepentingan tertentu dari perusahaan yang dinaungi oleh wartawan tersebut. Mungkin hal tersebut yang memberikan dorongan penulis melakukan peliputan satu sisi didalam pemberitaannya.

Didalam pemberitaan yang masuk kategori berita netralitas dan objektivitas adalah berita yang tidak melakukan peliputan satu sisi didalamnya. Seperti menurut Rahayu, bahwa absenya salah satu sumber berita pada pemberitaan yang kontroversial akan membuat unsur *balance* akan berkurang.⁶⁷ Dalam memenuhi aspek *balance* media harus menampilkan fakta dengan menghadirkan berbagai sumber berita yang relevan baik pro maupun kontra.⁶⁸ Maka jika di dibandingkan menurut teori, peneliti menyimpulkan Detik.com yang paling bersih dari peliputan satu sisi dalam pemberitaan mengenai polemik revisi permenhub no 32 tahun 2016 dan tarif baru taksi daring karena sedikit temuan *source bias* didalamnya.

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

Pada dimensi *slant* yang menjadi alat ukur adalah kritikan dan pujian didalam pemberitaan. Seperti menurut Rahayu bahwa media seringkali memberikan kritikan ataupun pujian yang sengaja dituliskan oleh wartawan maupun editor.⁶⁹ Kritikan serta pujian memang dituliskan sebagai bentuk kecondongan media terhadap tujuan tertentu didalam suatu peristiwa yang diberitakan. Seperti halnya pada pemberitaan 3 media daring

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Ibid.*

(**Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**) yang ternyata kedapatan adanya dimensi *Slant* didalam pemberitaannya.

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 kedapatan 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 dianalis. Angka persentase tersebut menunjukkan bahwa media *daring* Merdeka.com kedapatan *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.

Pada ketiga media daring, peneliti menemukan bahwa penulisan kritik ataupun pujian ditujukan pada pihak-pihak yang sedang berpolemik. Krtikan dan pujian dituliskan berbeda-beda dari masing-masing ketiga

media daring. Seperti halnya pada 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 Bantakan”, **Merdeka.com**)

Melalui kutipan diatas, penulis (wartawan) Detik.com mengkritik kebijakan pemerintah mengeluarkan Permen nomor 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.

Sedangkan pada Merdeka.com, penulis (wartawan) menuliskan kritikan untuk pemerintah, namun mengenai undang undang nomor 22 tahun 2009. Penulis menilai bahwa pemerintah tidak konsisten dengan undang-undang yang mengatur larangan kendaraan motor sebagai angkutan umum, karena sekarang kendaraan motor ramai dibuat untuk usaha angkutan umum. Dari kalimat kritikan diatas membuktikan bahwa wartawan dari ketiga media daring (**Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**) telah memihak dari salah satu pihak-pihak yang sedang berpolemik. Hal ini dilakukan oleh penulis(wartawan) dilakukan secara

sadar dengan maksud memojokan atau menjunjung secara tinggi pihak-pihak tertentu dengan mengabaikan informasi-informasi penting didalamnya. Padahal seharusnya tugas wartawan mencari fakta yang sebenarnya bukan mencari siapa yang benar ataupun siapa yang salah.⁷⁰

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

Pada dimensi *sensasionalisme* menjelaskan pemberitaan dari ketiga media *daring* (**Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**) bahwa berita yang diterbitkan telah mengandung unsur sensasi dengan menarik perhatian. Menurut Rahayu bahwa pemberian *sensasionalisme* pada pemberitaan sangat tidak dibenarkan dalam dalam bidang jurnalistik yang menekankan objektivitas dalam penyajiannya⁷¹. Sedangkan untuk alat ukurnya dimensi *sensasionalisme* memiliki 3 alat ukur yaitu, personalisasi, emosionalisme. Alat ukur tersebut kemudian menghasilkan hasil temuan pada ketiga media *daring*. **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

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ *Ibid.*, hal 24

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 jokowi 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. Perbedaan aspek emosi pada kedua media daring tersebut membuktikan bahwa penulis dengan sadar memberikan unsur emosionalisme dalam pemberitaan. Ini tentunya dengan maksud tertentu, seperti menurut Rahayu bahwa tujuan penggunaan emosionalisme dapat menghi-dupkan sebuah berita sehingga dapat menarik perhatian.⁷²

⁷² **Ibid.**

Dengan hasil yang berbeda diatas, ini membuktikan bahwa kedua media daring mengandung *sensasionalisme* dalam pemberitaanya, walaupun hasil temuan cenderung mengarah dalam angka yang sedikit. Penulis memberikan *sensasionalisme* bisa saja disebabkan karena adanya unsur kecepatan (*deadline*) dan menarik pembaca untuk pemberitaan yang sedang ramai dibicarakan. Karena pemberitaan polemik revisi permen nomor 32/2016 yang menyebabkannya tarif taksi daring naik menjadi hal yang berpengaruh untuk masyarakat sebagai pelanggan. Namun tetap saja, pemberitaan yang masuk kedalam berita yang netral dan objektivitas adalah pemberitaan yang disajikan dengan dingin dan terkendali tidak ditambahkan emosionalisme didalamnya yang menyebabkan sensasi.⁷³

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

Pemberitaan polemik revisi permenhub no 32/2016 dan tarif baru taksi daring di ketiga media daring dari hasil temuan mengandung kalimat *hiperbolik*. Seperti yang dikatakan Rahayu bahwa penggunaan kalimat *hiperbolik* dimaksudkn untuk menarik pembaca dan menyamakan maksud dari penulis⁷⁴. Kemudian dari maksud tersebut biasanya pengunaan kalimat *hiperbolik* dalam pemberitaan juga memiliki maksud *sensasionalisme*.⁷⁵ Maka dari itu peneliti peneliti akan membandingkan hasil temuan dari masing-masing media online yang telah dianalisis.

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

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Freukuensi	Persentase	Freukuensi	Persentase	Freukuensi	Persentase
Tidak Berimbang	17	24%	2	5%	2	6%
Berimbang	54	76%	38	95%	34	94%

⁷³ **Ibid.**, hal.24

⁷⁴ **Ibid.**, hal. 23

⁷⁵ **Ibid.**

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 pemberitaanya 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**).

“Gubernur jawa barat Ahmad Heryan menyatakan masih menggodok peraturan gubenur yang akan mengatur keberadaan taksi *onlinedi* Jawa Barat”(31 Maret 2017, “Gubernur Jabar Masih Godok Pergub Taksi *online*” **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**)

“Polemik Taksi Umum vs *Online* yang Kian Meruncing”.(Judul, 27 Maret 2017, **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 pemberitaanya. Kalimat tersebut jika dimaknai sebenarnya yaitu memberikan batasan dan membesar untuk kata sambung pada kalimat sebelumnya. Dan Merdeka.com menggunakan kata metaforsis **membelenggu** yang jika dimakanai yaitu mengikat.

Dari hasil penelitian diatas, dapat membuktikan bahwa ternyata Detik.com memiliki temuan kalimat *hiperbolik* jauh lebih banyak dibandingkan dengan Kumparan.com dan Merdeka.com. Meskipun terdapat temuan yang sedikit pada kedua media daring (Kumparan.com dan Merdeka.com) tersebut, bisa dikatakan bahwa ketiganya sudah cukup bersih dari kalimat *hiperbolik* dalam pemberitaannya. Hal tersebut juga membuktikan kalimat *hiperbolik* yang hadir pada pemberitaan bisa saja untuk menarik perhatian pada pemberitaan dengan topik-topik tertentu. Namun tetap saja, dengan hadirnya kalimat *hiperbolik* walaupun sedikit, itu tetap bisa memberikan arahan penilaian melalui asosiasi (media), baik

secara langsung ataupun tidak dengan indikator nilai atau *favourability* melalui bahasa verbal.⁷⁶

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

Dalam pemberitaan mengenai polemik reevisi permenhub nomor 32/2016 dan tarif baru taksi daring peneliti mendapatkan temuan dimensi *stereotype*. Dimensi *stereotype* sendiri yaitu pemberian atribut tertentu pada individu dan kelompok yang dituliska oleh penulis (wartawan).⁷⁷ Menurut Rahayu *stereotype* yang ditulis oleh wartawan sanggup menjadikan individu ataupun kelompok dipersepsi dan diperlakukan sesuai dengan atribut yang mereka miliki. Maka dari itu didalam pemberitaan yang masuk dalam kategori berita yang netral dan objektivitas tidak mengandung dimensi *stereotype* didalamnya.

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

Bentuk Berita	Detik.com		Kumparan.com		Merdeka.com	
	Freukuensi	Persentase	Freukuensi	Persentase	Freukuensi	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 angkta temuan dimensi *stereotype* sebesar 20% dari 40 judul berita dianalisis dan berita yang berimbang sebesar 80%. Perolehan angka

⁷⁶ *Ibid.*, hal 24

⁷⁷ *Ibid.*, hal 25

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%

Penulis (wartawan) pada ketiga media daring (**Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com**) yang dianalisis menuliskan *stereotype* yang ditujukan untuk pihak dari perusahaan taksi *daring*. *Stereotype* yang dituliskan yaitu menuliskan pihak perusahaan taksi daring dengan pemberian atribut penyebutan **“Perusahaan Penyedia Aplikasi”**. Atribut tersebut dimaksudnya oleh penulis untuk membedakan bahwa perusahaan taksi daring dengan perusahaan taksi konvensional merupakan perusahaan yang bergerak dibidang transportasi tetapi beda penerapan sistemnya. sistem tersebut tentunya jika perusahaan transportasi harus mempunyai kendaraan yang dimiliki perusahaan, sedangkan perusahaan taksi daring hanya mempunyai aplikasi saja sedangkan kendaraan dimiliki oleh mitra. Untuk lebih jelasnya, peneliti dibawah ini memberikan contoh kalimat dari ke 3 media daring terkait temuan dimensi *stereotype*:

“Sejak munculnya perusahaan teknologi informasi yang menyimpakan 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. Penulis menuliskan atribut tersebut bisa saja karena dengan tujuan positif, agar masyarakat dapat mengerti perbedaan perusahaan taksi konvensional dengan taksi daring. Tetapi pada dasarnya atribut negatif ataupun positif yang jelas tidak pernah bersifat netral atau berdasarkan dengan kenyataan yang sebenarnya. Karena menurut Rahayu, atribut dengan tujuan negatif atau positif jika hal tersebut ditemui dalam pemberitaan itu dapat memanggil tuduhan keberpihakan penulis (wartawan) atau media terhadap salah satu kelompok yang ada didalam masyarakat.⁷⁸

G. Dimensi *Juxtaposition* Pemberitaan Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com

Dimensi yang terakhir yaitu terdapatnya dimensi *juxtaposition* didalam pemberitaan. Dalam pemberitaan polemik revisi permen no 32/2016 dan tarif baru taksi *daring* peneliti telah menemukan temuan *Juxtaposition*. *Juxtaposition* sendiri adalah bisa daitkan dengan menyandingkan 2 hal yang berbeda. Menurut Rahayu penggunaan *juxtaposition* digunakan wartawan untuk menyandingkan 2 fakta yang berbeda dengan maksud menimbulkan efek yang kontras(sama).⁷⁹ Dengan begitu fakta yang bersebrangan dapat dikontraskan sehingga menjadi saling berhubungan.⁸⁰

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ *Ibid.*

Tabel 4.6 temuan *juxtaposition* 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 beritanya yang dialisis

Peneliti telah menemukan, penulis yang menggunakan *juxtaposition* pada pemberitaan mengenai polemik revisi permen no 32/2016 dan tarif baru taksi daring dengan memberikan fakta yang berbeda dengan bahasan isi berita dan judul. Pemberian fakta ini ditemui dalam pemberitaan dengan diletakkan di akhir berita. Penulis memberi ruang letak di akhir bisa saja sebagai pendukung dari fakta yang sebelumnya terdapat diatasnya. Dibawah ini adalah salah satu contoh penulisan kalimat fakta yang berbeda dengan fakta sebelumnya:

“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. Namun menurut Rahayu, hadirnya dimensi *juxtaposition* pada pemberitaan dapat menambah kesan dramatis dalam pemberitaan⁸¹. Meskipun pada ketiga media daring tersebut, bisa dikatakan bersih dari dimensi *juxtaposition*, karena hanya 2 temuan dari 2 media daring yang kedapatan mengandung *juxtaposition*.

⁸¹ *Ibid.*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Polemik Revisi Peraturan Menteri No. 32 Tahun 2016 dan Tarif Baru Taksi Daring di media daring Detik.com, Kumparan.com dan Merdeka.com dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. *Balance* (Keseimbangan Berita)

Menurut Rahayu, *balance* adalah dimensi yang merupakan sebuah keseimbangan dalam hal penyajian berita⁸². Dengan dimensi *balance* secara langsung dapat mengetahui bagaimana keberpihakan dari suatu pemberitaan dengan melihat keseimbangan sumber berita. Sumber berita ini akan masuk kedalam dimensi *Source bias*. Dimana dapat diukur dengan cara mencari keseimbangan kutipan sumber berita dalam satuan berita. Sedangkan Alat ukur selanjutnya yaitu menggunakan dimensi *Slant*. Mengukur ada dan tidaknya pujian maupun kritikan yang tulis oleh wartawan didalam pemberitaan. Peneliti telah mendapatkan kesimpulan dari dimensi *Source bias* dan *Slant*, berikut adalah kesipulannya:

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

⁸² Rahayu, et al., *Menyingkap Profesionalisme Surat Kabar Di Indonesia* (PKMBP, Dewa Pers dan DPI, 2006) Hal 22

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 objektivitasnya paling tinggi, ini ditinjau dari temuan kritikan dan pujian yang ditulis oleh wartawan (*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

Berbeda dengan dimensi *balance*, netralitas cenderung lebih berkaitan dengan media yang mempresentasikan pada suatu pemberitaan. Berita yang masuk dalam dimensi netralitas yaitu berita yang mengandung emosionalisme dan sensasionalis. Karena kedua unsur tersebut dapat menarik perhatian pembaca, dengan menuliskan kalimat-kalimat hiperbolik bermakna metamorfosis. Kemudian selain ketiga dimensi yang telah disebutkan, peneliti menggunakan pengukuran netralitas dengan menggunakan dimensi *stereotype*, *juxtaposition* dan *linkages*.didalam pemberitaan ketiga media daring. Menurut Rahayu, berita yang objektif secara umum memberi syarat pemberitaan yang jauh dari kelima dimensi diatas (*Sensasionalisme,Hiperbolik,Stereotype,Juxtaposition* dan *Lingkages*).⁸³ Maka Dari kelima alat ukur netralitas pemberitaan tersebut, peneliti telah mendapatkan kesimpulan dari dimensi *Source bias* dan *Slant*, berikut adalah kesipulannya:

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

⁸³ *ibid.*,hal24-26

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 objektivinya 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 objektivinya 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 objektif ditinjau dari adanya dimensi sensasionalisme didalam pemberitaan adalah Merdeka.com.

d. *Juxtaposition*

Pada media daring Merdeka.com memiliki berita dengan tingkat objektivinya 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 objektif 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 objektif ditinjau dari adanya dimensi sensasionalisme didalam pemberitaan adalah Merdeka.com.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan perihal waktu dalam periode pemberitaan dengan tanggal 20 Maret-10 April tahun 2017. Sehingga penelitian ini hanya dapat dikaji pada saat peraturan Menteri Perhubungan no 32 tahun 2016 di revisi dan masa penerapan peraturan selama 10 hari. Selain itu penelitian ini juga memiliki keterbatasan perihal media daring yang dipilih berjumlah 3 media daring. Dari ke 3 media daring menghadapi kesulitan dalam mengkaji hasil temuan.

C. 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 sebenarnya, karena media pada hakekatnya adalah melakukan pelayanan kepada masyarakat dengan memberikan konsumsi informasi yang sehat.