

FAKTUALITAS BERITA PEMILIHAN UMUM 2019
(Analisis Isi Kuantitatif pada Harian Kompas Periode 17 Maret – 13 April 2019)

Defie Sagita Widiyatna Kusumah

S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

Email: defiekusumah@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Tahun 2019 menjadi tahun keempat pemilihan presiden Republik Indonesia yang dipilih langsung oleh masyarakat. Sejak pemilu pertama, media massa telah mengambil peran yang penting dalam setiap kegiatan elektoral. Sebagai sarana pemenuhan informasi masyarakat, penting bagi media massa untuk menjaga independensi dan netralitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis objektivitas berita Pilpres 2019 pada media cetak, khususnya Harian Kompas. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode analisis isi kuantitatif berdasarkan teori objektivitas Westerstahl (1983) pada salah satu aspek utamanya yaitu faktualitas. Berdasarkan hasil temuan, secara faktualitas, penyajian fakta dan informasi kelengkapan berita sangat baik. Sedangkan dalam aspek relevansi antara judul dan narasumber dengan isi berita masih cukup baik. Dilihat dari hasil temuan tersebut, Harian Kompas masih menunjukkan kualitas berita yang baik.

Kata Kunci: Objektivitas, Harian Kompas, Analisis Isi Kuantitatif

Abstract

2019 will be the fourth year of the presidential election of the Republic of Indonesia that is directly elected by the public. Since the first election, the mass media has taken an important role in every electoral activity. As a means of fulfilling public information, it is important for the mass media to maintain independence and neutrality. This study aims to analyze the objectivity of 2019 Indonesian Presidential Election news in print media, especially Kompas Daily. This research is considered as a descriptive study with quantitative content analysis method based on Westerstahl's (1983) objectivity theory on one main aspect, factuality. Based on the findings, in term of factuality, it can be seen that the presentation of facts and information about the completeness of the news is outstanding. While in the aspect of relevance between the title and the source with the news content is still quite acceptable. From the aspect of neutrality, the separation of journalist opinions in the news continues to exist. Nevertheless, Kompas Daily still delivers good quality news.

Keywords: Objectivity, Harian Kompas, Quantitative Content Analysis

PENDAHULUAN

Gagasan dari pers yang non-partisan sebagai pilar keempat dalam negara demokrasi belum sepenuhnya diselenggarakan secara gamblang di Indonesia. Sebagai institusi sosial-politik, media berusaha untuk menjadi jembatan bagi publik dalam menyampaikan aspirasi kepada negara. Melihat posisi media saat ini di Indonesia telah menjadi bagian dari mekanisme politik untuk mempertahankan kekuasaan. Tampak dari keberadaan beberapa bos media di Indonesia yang juga merupakan bagian dari partai politik. Hingga hari ini telah terbentuk 13 kelompok media besar Indonesia dengan kepemilikan yang semakin memunculkan konglomerasi media.

Menurut Habermas, sebagai institusi ekonomi, media bekerja atas dasar rasionalitas bisnis, yaitu dengan mencari keuntungan. Herman dan Chomsky pun

mengatakan bahwa media massa sebagai mesin penghasil berita (*news manufacture*) yang sangat efektif dan mendatangkan keuntungan besar sehingga membuat media massa berkembang menjadi sebuah industri yang menjanjikan. Media bisa menjadi persuasif atau mempengaruhi khalayak dalam menentukan sesuatu (Nurudin, 2011). Peran media dalam jurnalistik yaitu mencari, mengumpulkan, mengolah dan menulis informasi penting dan menarik di sekitar masyarakat untuk menjadi sebuah berita. Tak hanya berperan sebagai sumber informasi, media juga berperan menjadi penengah dalam konflik yang tengah terjadi di tengah masyarakat. Menurut fungsinya, media harus memunculkan konflik tersebut sebagai realitas sosial dan melihatnya secara objektif. Namun dewasa ini fungsi tersebut menjadi bias, bukan sekadar menjadi cermin realitas namun media sekarang malah mengonstruksi realitas. Pesan dalam media massa merupakan hasil dari

para pekerja media dalam mengonstruksi realitas yang dipilih (Hamad, 2004).

Membentuk opini publik sama halnya dengan menentukan sikap seseorang untuk bertindak. Khalayak dapat menggantungkan diri pada pemberitaan media massa untuk memperoleh informasi, mengetahui isu yang terjadi, meski berita yang disuguhkan oleh media massa bukan *pure reality*, melainkan “realitas semu” yang sering juga menjadi kebenaran semu yang dipercayai oleh masyarakat. Realitas yang dimunculkan media sekali lagi bukan kenyataan yang disajikan secara utuh melainkan gambaran atas kriteria tertentu.

Objektivitas berita menjadi hal mendasar yang harus dipegang erat oleh para wartawan atau penulis berita. Objektivitas diartikan sebagai upaya untuk menghindari pertimbangan atau penilaian pribadi (*subjective judgment*) dengan menerangkan fakta dan data. Sehingga menjadikan jurnalis yang objektif adalah mereka yang mencari, mengolah, hingga menulis berita berdasarkan fakta atau hasil pengamatan suatu kejadian.

Namun terkadang istilah fakta dijadikan pembenaran untuk menutupi sisi *subjektivitas* dari para pekerja media. Kenyataannya, meski wartawan telah bersikap objektif, namun masih ada hal-hal lain yang memengaruhi produksi berita hingga sampai ke masyarakat. Hal tersebut adalah subjektivitas wartawan atau redaksi, kebijakan dan orientasi institusi media. Bahkan Van Peursen (1990) pernah mengatakan jika fakta berasal dari “penilaian”. Artinya, fakta itu ada karena telah dinilai oleh seseorang.

Tahun 2019 menjadi penyelenggaraan kontestasi politik dalam pemilihan umum keempat dan dilaksanakan serentak untuk pemilihan Presiden beserta Wakil Presiden, DPR RI, DPRD, dan DPD. Pemberitaan media massa menjadi ramai dengan mengangkat isu-isu seputar pemilu, mulai dari pengenalan calon hingga aktivitas kampanye kandidat. Kegiatan politik seperti itu mulai adu pencitraan menguasai ruang sosial politik dengan selalu tampil di pemberitaan media massa. Hal tersebut juga didukung oleh para bos media yang juga merupakan pimpinan partai politik.

Persinggungan antara politik dan media tersebut melahirkan sebuah kombinasi akan pertumbuhan media yang selalu ramai dengan konfrontasi para pemilik media. Bisnis media menjadi bisnis yang sedang tren dalam politik kontemporer, persaingan partai politik pun bisa ditunjukkan dengan persaingan media pula. Media massa seakan menjadi alat tempur bagi pihak-pihak yang berperang.

Efektivitas dalam pembentukan opini publik terhadap suatu hal dapat memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan politik media saat ini. Media massa saling berlomba-lomba untuk keberhasilan

membentuk opini publik dalam menyajikan berita dan informasi teraktual terkait pemilu. Masing-masing media bahkan memiliki segmen khusus yang menyajikan informasi seputar pileg dan pilpres 2019.

Diantara beragamnya media massa seperti Radio dan Televisi, penulis menarik perhatian pada media cetak Harian Kompas untuk diangkat dalam penelitian ini. Penulis sengaja ingin mengambil contoh media yang tidak dipimpin oleh tokoh atau politisi politik. Harian Kompas atau awalnya adalah Benteng Rakyat didirikan oleh Jakob Oetomo bersama P.K. Ojong.

Berdasarkan survei Nielsen Consumer & Media View (CMV) kuartal III tahun 2017, media cetak adalah perintis dalam menyampaikan informasi kepada publik. Menurut survei Nielsen, media cetak (termasuk Koran, Majalah dan Tabloid) memiliki penetrasi sebesar 8% dan dibaca oleh 4,5 juta orang. Dari jumlah tersebut, 83% nya membaca koran.

Pemilihan surat kabar berlandas pada salah satu penelitian tentang jurnalisme di Indonesia oleh Hanitzsch (2003), yang membahas tentang media massa papan atas, yang sering dijadikan referensi oleh para jurnalis. Hanitzsch menyebut diantaranya, Harian Kompas, Republika dan Media Indonesia sebagai koran harian yang paling banyak dibaca kalangan wartawan. Ketiga harian tersebut termasuk dalam media cetak nasional yang bertiras paling banyak dan mencerminkan keseluruhan harian nasional Indonesia secara umum (Keller, 2009). Pembaca Kompas didominasi kalangan elite, lebih dari 60% pembaca adalah lulusan perguruan tinggi dan sekitar 30% pembaca pengeluaran bulannya mencapai paling sedikit Rp 2.250.000,- (Keller, 2009).

Pemberitaan Pemilu 2019 sudah pasti dimiliki oleh semua media. Peneliti memilih Harian Kompas untuk melihat objektivitasnya dalam pemberitaan pemilu, serta mendalami lebih lanjut apakah Harian Kompas memiliki keberpihakan terhadap salah satu pasangan calon Presiden dan calon Wakil Presiden 2019. Penelitian ini pun perlu dikaji karena berpengaruh pada kondisi sosial-politik yang dibentuk oleh Harian Kompas dalam pemberitaan pemilu kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini mengambil seluruh berita yang terkait dengan Pilpres 2019 baik dari pasangan calon No.Urut 01 maupun pasangan calon No.Urut 02. Berita-berita tersebut dikumpulkan dari Harian Kompas terbitan 17 Maret 2019 hingga 13 April 2019. Waktu tersebut dipilih karena tanggal 17 Maret 2019 merupakan Debat Putaran Terakhir dari pasangan calon Presiden dan calon Wakil Presiden. Dalam rentang waktu 26 hari tersebut juga masih merupakan jadwal kampanye bagi capres–cawapres melalui media massa. Sedangkan 13 April merupakan mulainya masa tenang menjelang Pemilu 2019.

METODE

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana objektivitas Harian Kompas dalam memberitakan Pemilu 2019. Metode penelitian menggunakan analisis isi kuantitatif untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi (Eriyanto, 2011). Sistematika penelitian dimulai dengan mengumpulkan berita-berita Pemilu 2019, kemudian berita-berita dikhususkan hanya untuk berita Pilpres 2019 dengan batasan pada Rubrik Pemilu 2019 dalam Harian Kompas. Periode penelitian pun dibatasi mulai dari 17 Maret 2019 yaitu tepat satu bulan menjelang hari pemilihan, hingga 13 April 2019 yang merupakan masa tenang sebelum pemilihan. Selama periode tersebut juga diadakan tiga putaran Debat Pilpres capres dan cawapres yaitu 17 Maret, 30 Maret, dan 13 April serta dimulainya kampanye terbuka oleh para kandidat pada 24 Maret 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

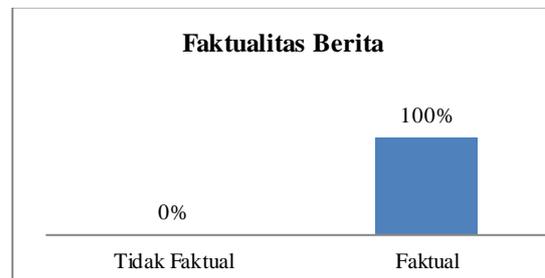
Hasil Temuan

Berita Pilpres 2019 dikategorikan menjadi beberapa topik, diantaranya adalah Profil Kandidat, Aktivitas Kampanye, Debat Pilpres, dan Persaingan Pemilihan. Sedangkan topik berita yang tidak termasuk dalam kategori tersebut dimasukkan dalam kategori Lainnya.

Debat Pilpres 2019 menjadi topik paling dominan diberitakan dalam Harian Kompas selama kurun waktu penelitian ini yaitu sebesar 38,7% atau sebanyak 12 berita. Hal ini dikarenakan terdapat sejumlah 3 kali penyelenggaraan Debat Pilpres yakni pada tanggal 17 Maret, 30 Maret dan debat putaran akhir pada akhir masa kampanye tanggal 13 April 2019. Kemudian berita-berita mengenai kampanye kandidat dengan persentase sebesar 25,8% atau 8 berita. Terakhir yaitu topik mengenai persaingan pemilihan masing-masing kandidat juga menjadi topik yang sering diangkat yaitu sebesar 19,4% atau sebanyak 6 berita.

Pembahasan

Dimensi faktualitas menjadi pembahasan pada penelitian ini dengan mengukur dua aspek utama yaitu kebenaran (*truth*) dan kesesuaian berita (*relevance*). Kriteria aspek kebenaran berita dapat diukur dengan beberapa indikator diantaranya adalah faktualitas dan kelengkapan berita, serta keakuratan berita. Sedangkan aspek utama kedua yaitu, relevansi atau kesesuaian berita dilihat dari relevansi narasumber dengan isi berita serta kesesuaian antara judul dengan isi berita.



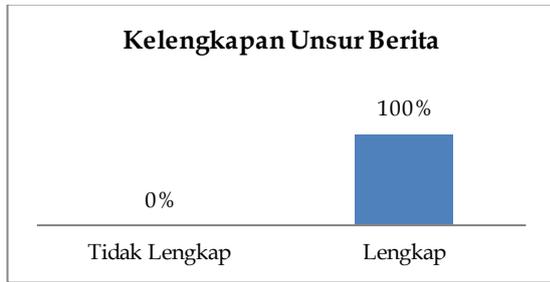
Grafik 5. Faktualitas Berita Pilpres dalam Rubrik Pemilu 2019

Temuan data selama periode penelitian 17 Maret 2019 hingga 13 April 2019 menunjukkan persentase faktualitas 100%. Keseluruhan berita yang termasuk dalam penelitian ini adalah berita yang faktual, masing-masing berita ditulis berdasarkan fakta dan deskripsi beritanya pun ditulis berdasarkan fakta yang masih koheren dan tidak memutarbalikkan fakta.

Indikator faktualitas berita dilihat dari ada atau tidaknya data dan fakta yang mendukung berita tersebut. Data serta fakta yang disajikan pun harus akurat dan terverifikasi. Menurut Stephen J.A Ward dalam *The Invention Of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond* (1951), aspek faktualitas dapat ditunjukkan dengan adanya pemberian keterangan waktu dan tempat yang tepat dalam sebuah berita. Hal tersebut dapat menjadikan objektivitas bergantung pada penyampaian data atau fakta yang akurat dan komprehensif.

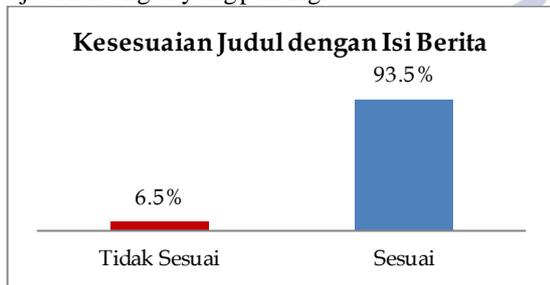
Fakta berita dapat dibuktikan dengan data-data yang akurat dan terverifikasi. Pada Harian Kompas umumnya data didapatkan melalui survei atau jajak pendapat oleh Litbang Kompas selama periode tertentu terhadap responden tertentu pula dengan topik yang berbeda-beda sesuai kebutuhan penulisan dan sesuai isu tertentu. Fakta dalam bentuk data atau hasil survei banyak dimasukkan untuk mendukung berita yang membutuhkan bukti kebutuhan masyarakat akan penyelesaian isu tertentu.

Kelengkapan isi berita dengan unsur *what, who, when, where, dan how* (5W+1H) juga menjadi salah satu indikator yang diteliti. Keseluruhan berita dengan persentasi 100%, memiliki kelengkapan berita yang tinggi dan memenuhi sejumlah informasi penting bagi masyarakat khususnya pembaca. Sebuah berita pun harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan bersifat informatif. Aspek kelengkapan berita tampaknya berhasil dipenuhi oleh berita-berita pilpres yang diterbitkan Harian Kompas, sepanjang periode 17 Maret hingga 13 April 2019 seluruh beritanya memiliki unsur berita yang lengkap.



Grafik 6. Kelengkapan Unsur Berita Pilpres dalam Rubrik Rumah Pemilu 2019

Tak lepas dari kelengkapan unsur berita, penulisan judul juga menjadi aspek utama kedua yang diteliti. Relevansi antara judul dengan isi berita dan menjadi hubungan yang penting.

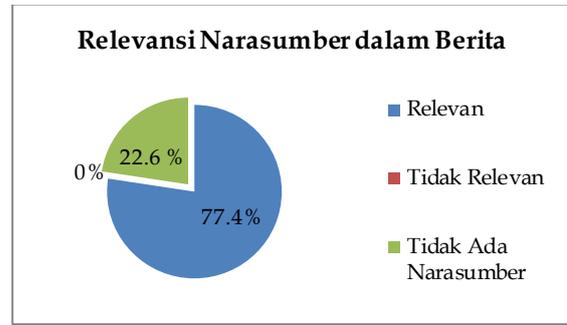


Grafik 7. Kesesuaian Judul dengan Isi Berita Pilpres dalam Rubrik Rumah Pemilu 2019

Judul berita yang relevan dengan isi berita ada pada persentase 93,5% dimana hal ini masih memenuhi aspek relevansi judul dengan isi berita. Sedangkan ada 2 berita yang memiliki judul tidak relevan dengan isi berita atau sebesar 6,5%. Menurut Kriyantono (2006), kesesuaian judul dengan isi berita dapat dilihat dari judul utama, apakah kalimat tersebut sama dengan kalimat yang ada pada isi berita atau kutipan yang ada dalam isi berita. Selain itu, kesesuaian judul berita juga dapat dilihat dengan pemilihan kata yang ambigu atau merupakan pemaknaan pribadi wartawan.

Keseluruhan berita yang diambil dalam penelitian ini, sebanyak 31 berita Pilpres 2019 dan hasil yang ditunjukkan dalam penelitian ini yaitu semua beritanya disajikan dengan adanya fakta dan data pendukung fakta. Namun tidak semua berita terverifikasi dengan adanya narasumber. Sebanyak 22,6% berita tidak menyantumkan narasumber, atau dalam jumlah sebanyak 7 berita tersebut diperoleh wartawan berdasarkan fakta yang didapatkan dari pengamatan langsung, serta kutipan tidak langsung.

Sebanyak 7 berita dari hasil temuan atau sebesar 22,6% berita tidak menyantumkan narasumber. Sedangkan relevansi narasumber dengan isi berita sebesar 77,4% relevan atau sejumlah 24 berita.



Grafik 8. Akurasi Berita berdasarkan Relevansi Narasumber Berita Pilpres dalam Rumah Pemilu 2019

Keseluruhan pengutipan narasumber cukup relevan dan tepat sasaran. Khususnya berita dengan pengutipan narasumber dari tokoh ahli atau intelektual. Demi memenuhi informasi dan edukasi masyarakat, wartawan perlu melakukan verifikasi kepada ahli atau pakar dalam topik yang akan dibahas. Contohnya salah satu berita debat pilpres yang membahas tentang ketenagakerjaan, Harian Kompas mendapat sumber atau bahan berita dari salah pemerhati ketenagakerjaan, Sekretaris Eksekutif Labor Institute Indonesia.

Dalam hal pemilihan narasumber berita pun, wartawan berpedoman kembali pada Kode Etik Jurnalistik pasal 12, *Wartawan Indonesia meneliti kebenaran bahan berita dengan memperhatikan kredibilitas serta kompetensi sumber berita*. Sehingga pemilihan narasumber berita perlu mencari sumber yang kredibel terutama yang sudah ahli pada bidangnya, atau tokoh yang terlibat langsung dalam suatu pekerjaan atau topik tertentu.

Contoh lain ada pada pengutipan narasumber untuk berita mengenai debat pilpres, Kompas mendapat sumber dari Direktur Materi Debat Badan Pemenangan Nasional (BPN) untuk tim Prabowo – Sandi. Sedangkan dari pihak lawannya, mengutip Wakil Ketua Tim Kampanye Nasional (TKN). Kedua narasumber tersebut cukup mewakili pengetahuan mengenai strategi apa saja yang akan disiapkan masing-masing tim untuk para kandidat dalam debat.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menganalisis objektivitas berita Pemilu 2019 pada Harian Kompas selama 17 Maret 2019 hingga 13 April 2019. Teknik analisis isi kuantitatif digunakan untuk mengukur teori objektivitas Westerstahl berdasarkan dimensi faktualitas dan imparialitas.

Dimensi faktualitas diukur melalui dua variabel: kebenaran dan relevansi. Variabel kebenaran diukur melalui tiga indikator: faktualitas, akurasi, dan kelengkapan berita. Pemberitaan dari sisi fakta yang

disajikan, seluruhnya faktual dan dapat dibenerkan dengan adanya dukungan data. Kelengkapan berita (unsur 5W+1H) juga tinggi. Selain itu, keseluruhan berita faktual dapat terverifikasi oleh narasumber dengan cukup baik. Sebagian besar pengutipan narasumber cukup relevan dan tepat sasaran. Khususnya bagi berita dengan pengutipan dari narasumber ahli atau intelektual yang pakar dan dapat menjelaskan akan isu yang diberitakan. Selain itu juga demi mengedukasi pembaca, wartawan pun menyajikan berita yang terverifikasi dan faktual dari penyelenggara dan pengawas pemilu dengan tujuan menyeimbangkan isu Pemilu yang diangkat sehingga tidak selalu memberitakan kandidat atau aktivitas kampanye atau partai politik.

Saran

Berdasarkan hasil temuan, Harian Kompas menyajikan berita yang cukup komprehensif jika dilihat dari dimensi faktualitas. Namun, pada indikator relevansi narasumber berita, penulis menyarankan adanya pengembangan penelitian atau penelitian lanjutan dengan pendekatan kualitatif. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana penulisan *straight news* oleh Kompas ketika menyajikan berita yang tidak mengutip narasumber.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Awang Dharmawan atas bimbingannya dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar metodologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta: Granit.
- Keller, Anett. 2009. *Otonomi Redaksi di 4 Media Cetak Nasional: Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Republika*. Jakarta: Friedrich Ebert Stiftung (FES) Indonesia Office.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Subiakto, Henry dan Rachmahida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Media Prenada Group Nurudin, 2011.
- Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Van Peursen, C.A. 1990. *Fakta, Nilai, Peristiwa: Tentang Hubungan antara Ilmu Pengetahuan dan Etika*. Jakarta: Gramedia.

Westerståhl, J. 1983. *Objective News Reporting: General Premises*. Communication Research.