

KAMERA INDONESIA

(KOMUNIKASI MEDIA & PENYIARAN)



KAMERA INDONESIA

Komunikasi Media dan Penyiaran

Copyright© 2020, KPI Kerja Sama dengan Universitas Andalas

Pertama kali diterbitkan dalam bahasa Indonesia

oleh Penerbit Buku Kompas, 2020

PT Kompas Media Nusantara

Jln. Palmerah Selatan 26-28

Jakarta 10270

E-mail: buku@kompas.com

Bekerja sama dengan

KPI dan FISIP Universitas Andalas

Perancang sampul: Bismo

Hak cipta dilindungi oleh Undang Undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian

atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

xii+646 hlm.; 15 cm x 23 cm

ISBN 978-623-241-544-7

ISBN 978-623-241-545-4 (PDF)

KMN 582012291

Isi di luar tanggung jawab Percetakan PT Gramedia, Jakarta

Daftar Isi

Kata Pengantar Rektor Universitas Andalas, Prof. Tafdhil Husni, S.E., M.B.A.	viii
Kata Pengantar Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Periode 2016-2019 Yuliandre Darwis, Ph.D.	X
• "Televisi Prabowo" dan "Televisi Jokowi": Keberpihakan Media Penyiaran pada Pemilu 2014	1
• Anak Wakaf <i>E-nou</i> dalam Tradisi Jemaat Ahmadiyah (Studi Fenomenologi Anak Wakaf <i>E-nou</i> Jemaat Ahmadiyah).....	13
• Objektivitas Berita Kiriman Warga pada Program Citizen Journalist di NETCJ	31
• Strategi Inovatif Humas TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Milik Pemerintah Menghadapi Perkembangan Zaman	50
• Kepanikan Moral dalam Pemberitaan Pelecehan Seksual Perawat National Hospital di Media <i>Online</i>	69
• Penggunaan Media Sosial dalam Partisipasi Politik Generasi Muda di Kota Padang	86
• Konten Lokal Beranda Budaya LPP TVRI Jambi sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah Lokal	105

• Literasi Digital pada Media Instagram @Infinitygenre	391
• Analisis Hambatan Perkembangan Konten Audio Digital (<i>Podcast</i>) di Indonesia	409
• <i>Emotional Branding</i> Lokalitas Daerah Indonesia Melalui Program Wisata dan Budaya di Layar Televisi.....	428
• Eksploitasi Tubuh Perempuan pada Acara <i>Talkshow</i> (Studi Analisis Wacana Kritis Tayangan Hotman Paris Show Edisi Duo Dangdut Sensasional)	441
• Era <i>Politainment</i> Televisi Indonesia	457
• Komunikasi Pemilih terhadap Hasil <i>Quick Count</i> pada Pemilihan Presiden Periode 2019 (Studi Kasus pada Wilayah Pegambiran Ampalu, Padang)	477
• Diskursus Pilkada Jawa Timur 2018 di Media Televisi Lokal TV9	492
• Political Participation of Young Voters in Indonesia: Media Access and Good Governance	512
• Peran Literasi Media dalam Melihat Sisi Lain Informasi Surat Kabar Cetak pada Masyarakat Milenial Desa Segarajaya, Bekasi, Jawa Barat.....	537
• Mencermati <i>Rating</i> Televisi: Sebuah Kajian dari Perspektif Akademik	551
• Komodifikasi Stasiun Televisi Berita Metro TV untuk Kepentingan Politik Partai Nasdem oleh Surya Paloh	575
• Siaran Ceria Ramadhan Padang TV dalam Meningkatkan Budaya Anak Minang Penghafal Quran	592
• Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan Islam Terpadu: Optimalisasi Penggunaan Media Komunikasi	602
• Potret Budaya Politik pada Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden RI 2019	615
• Analisis Gaya <i>Personal Branding</i> Presenter Liputan 6 SCTV di Instagram.....	631
Indeks.....	635

OBJEKTIVITAS BERITA KIRIMAN WARGA PADA PROGRAM CITIZEN JOURNALIST DI NETCJ

Erwin Kartinawati¹, Rahmat Wisudawanto²,
Sofia Ningsih Putri Rahayu³,

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid, Surakarta

¹erwinpurwasito@gmail.com, ²wisudawanto@gmail.com,

³sofiaunb@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini dibuat untuk mengetahui objektivitas berita kiriman warga pada program jurnalisme warga atau *citizen journalism*. Subjek yang dipilih adalah berita-berita kiriman warga yang dipublikasikan di www.netcj.co.id. NETCJ merupakan laman video yang khusus untuk menampung karya jurnalistik warga, di bawah pengelolaan NET TV. Kajian didasari oleh tingginya antusiasme warga terhadap program ini, baik sebagai pengirim maupun pemirsa. Meski bukan jurnalisme profesional, produk media massa bukanlah tanpa dampak. Karena itu, penerapan prinsip dasar jurnalistik, khususnya yang berkenaan dengan objektivitas, tetap harus terpenuhi. Untuk melihat apakah berita kiriman warga yang dipublikasikan di laman video ini telah memenuhi unsur objektif atau belum, kami mengambil 29 berita sebagai sampel dari tayangan bulan Januari dan Februari 2019.

Hasilnya, sebagian besar berita kiriman warga disajikan secara objektif (68,96 persen) atau sebanyak 20 berita, dan belum objektif sebanyak 9 berita (31,04 persen). Kajian dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Penilaian objektivitas didapat melalui uji reliabilitas rumus R. Holsti terhadap kategori yang dibuat dengan tingkat persetujuan dua koder minimal 70 persen.

Kata Kunci: jurnalisme warga, NETCJ, objektivitas, prinsip jurnalistik

ABSTRACT

This paper aims to find out the objectivity of news of citizen journalist on citizen journalism program. The subject chosen is news of citizen journalist that published on www.netcj.co.id. NETCJ is a video website specifically intended to accommodate citizen journalistic work, under the management of NET TV. The study is based on the big enthusiasm of citizens towards this program both as senders and or as viewers. Although not a product of professional journalist, mass media product has big impact to public, especially in shaping of public opinion and behaviour. Therefore, the application of basic journalistic principles especially with regard to objectivity must be fulfilled. To see whether news of citizen journalist that published on this web video has fulfilled an objective element or not, 29 news were taken as samples from the show in January to February 2019. As a result, most news of citizen journalists were presented objectively (68.96%) or as many as 20 news, and not objective as many as 9 news (31.04%). The study was using quantitative content analysis method. Objective assessment was obtained by testing the reliability of R. Holsti's formula for the category made by agreement of two coders, minimum 70%.

Keywords: citizen journalism, NET CJ, objectivity, journalistic principles.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa dampak luar biasa bagi hidup manusia, tak terkecuali di bidang media massa. Kehadiran teknologi memungkinkan terjadinya transformasi yang mengkomodasi kebutuhan masyarakat akan informasi. Penyebaran informasi yang awalnya dimulai dari tulisan di bebatuan, dinding-dinding goa, kayu, dan sebagainya, serta tradisi lisan, yang keduanya memiliki kelemahan mudah hilang dan terlupakan, terbantu dengan kehadiran mesin cetak sehingga kemudian hadirlah koran, majalah, tabloid, dan sejenisnya.

Selepas media cetak, hadir media yang lebih memanjakan masyarakat. Untuk dapat menikmati informasi atau mengetahui kejadian terbaru di belahan dunia, tak perlu harus mampu membaca, tetapi cukup mendengar, berkat kehadiran radio. Selepasnya, media massa terus mengalami transformasi, yakni dikuatkan dengan gambar bergerak sehingga apa yang dihadirkan media massa bisa dinikmati secara riil sebagaimana kejadian sesungguhnya, dengan televisi (Wood, 2011: 329-332). Kini, internet hadir, mengkomodasi semua kemampuan yang dimiliki media cetak dan juga media elektronik.

Kehadiran internet memberikan ruang sangat leluasa bagi masyarakat untuk menciptakan konten tersendiri dan menyebarkan luaskannya tanpa tergantung lagi kepada media arus utama. Beragam informasi disajikan media dengan menggunakan bahan dasar apa yang tengah ramai diperbincangkan oleh warganet atau *netizen* (sebutan masyarakat pengguna internet). Berkat internet, masyarakat dapat mem-*posting* atau mengunggah informasi yang mereka punyai melalui beragam media yang kemudian penyebarannya menjadi tidak terbendung berkat informasi dapat digandakan dengan sangat mudah dan disebarkan kembali dengan sangat cepat (*click and share*).

Melihat kemampuan masyarakat dalam memproduksi informasi tanpa harus menggantungkan pada media massa seperti era sebelumnya, muncullah berbagai program yang

mengakomodasi hal itu, yang disebut dengan jurnalisme warga (*citizen journalism*). Jurnalisme warga adalah program atau rubrik khusus yang disediakan oleh media untuk menampung konten berita dari masyarakat atau warga. Hal ini berkebalikan dengan era sebelumnya, dengan hampir semua konten berita di media bersumber dari media itu sendiri, ditulis oleh wartawannya.

Beberapa media di Indonesia yang memiliki rubrik jurnalisme warga antara lain Metro TV dengan *Program Wide Shot*, NET TV (*Citizen Journalist*), Trans 7 (*Cam-On*), i-News TV, TVRI (*Jurnalisme Khalayak*), Kompas TV, SCTV (*Citizen6*), dan Detik (*Pasang Mata*).

Khusus untuk NET TV, melihat antusiasme yang begitu besar dari masyarakat dalam mengirimkan berita, mulai Mei 2013 dimunculkan laman video yang sekaligus merupakan aplikasi berlanman www.netcj.co.id (selanjutnya disebut NETCJ). *Video web* ini untuk mengakomodasi besarnya minat warga dalam mengirimkan berita yang tidak semuanya dapat ditayangkan pada program-program NET TV, menilik keterbatasan durasi dan jumlah program tayang.

Hingga pertengahan 2017, jumlah warga yang terdaftar sebagai jurnalis warga atau *citizen journalist* (CJ) di NET ada 500.000-an, tersebar di 75 negara, termasuk Indonesia. Setiap CJ yang ingin mengirimkan berita harus *upload* melalui aplikasi NETCJ yang merupakan *website* yang menampung semua video berita kiriman CJ sekaligus menginformasikan apakah video berita dikirim memenuhi syarat untuk dipublikasikan atau tidak. Video yang dinyatakan lolos atau layak publikasi akan ditayangkan di laman tersebut, di samping memiliki kans besar untuk ditayangkan di versi televisi (NET TV).

Program berita *NET 10*, misalnya, adalah salah satu program berita yang mengakomodasi berita-berita kiriman warga yang diberi *template NET Citizen Journalist*. Beberapa program berita lainnya tidak jarang juga mengambil berita kiriman warga yang telah dinilai layak untuk *publish* di www.netcj.co.id, seperti NET 12, NET 24. Laman video di bawah pengelolaan NET Mediatama

ini juga pernah meraih gelar kategori situs web terbaik dalam hal penyediaan konten kreatif versi Indosat Ooredoo pada tahun 2017 (Instagram net_cj).

Yang menjadi persoalan kemudian adalah tentang kualitas, terutama dalam hal penerapan prinsip dasar jurnalistik, mengingat beragamnya latar belakang yang dimiliki para jurnalis warga, dalam arti tidak semua memiliki latar belakang dalam bidang jurnalistik. Mereka bukanlah jurnalis resmi, tetapi "bukarelawan" yang mengirimkan berita mereka ke suatu media, termasuk NETCJ.

Jurnalis warga tidaklah seperti jurnalis profesional meski sama-sama melakukan kegiatan jurnalistik. Jurnalis profesional mendapatkan pembekalan khusus/pelatihan dan sejenisnya sebelum terjun menjadi seorang jurnalis yang berbeda dengan jurnalis warga, yang bergerak berdasarkan inisiatif dan kreativitas. Hal ini menarik untuk diteliti mengingat produk media massa bukanlah tanpa dampak.

Media massa tidak diragukan lagi pengaruhnya dalam membangun persepsi publik. Kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara luas, cepat, dan berlipat membuat media harus benar-benar selektif dalam menyajikan konten kepada publik. Selain konten yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, agar pula tidak membawa dampak negatif bagi masyarakat. Hal ini berkenaan dengan fungsi media yang harus mampu bertindak sebagai sumber informasi, hiburan, pendidikan, dan kontrol sosial. Sementara dalam Undang-Undang Penyiaran ditambahkan bahwa media penyiaran harus mampu menciptakan jejaring sosial (UU Nomor 40/1999 tentang Pers, UU Nomor 32/2002 tentang Penyiaran).

Dalam membuat berita, wartawan umumnya dibekali pengetahuan mengenai dasar-dasar jurnalistik berikut etika yang mengikatnya. Hal itu berbeda dengan program jurnalisme warga karena pembuat konten bukanlah wartawan profesional yang mendapatkan pendidikan formal dan melewati proses seleksi sebagaimana dapat direkrut untuk menjadi seorang wartawan.

Jurnalis warga adalah warga atau anggota masyarakat, siapa saja bisa menjadi jurnalis warga tanpa memandang latar belakang yang dimiliki.

Karena perbedaan besar dalam latar belakang inilah konten berita kiriman warga perlu mendapat perhatian, terutama berkenaan dengan penerapan prinsip dasar jurnalistik: sudahkah berita kiriman warga dalam program jurnalis warga menerapkan prinsip dasar jurnalistik sebagaimana seharusnya? Hal ini perlu untuk diteliti karena begitu konten telah dipublikasikan, publik tidak lagi peduli atau akan memaklumi apakah berita yang ditayangkan merupakan kiriman warga yang memiliki pengetahuan memadai tentang jurnalistik atau tidak.

Prinsip dasar jurnalistik yang diteliti dalam kajian ini adalah yang berkenaan dengan objektivitas atau bagaimana cara suatu fakta disampaikan kepada masyarakat apa adanya, tanpa tendensi tertentu. Penelitian ini penting sebagai bahan evaluasi mengenai implementasi atau penerapan prinsip dasar jurnalistik pada berita yang ditayangkan oleh media massa, khususnya berkenaan dengan masalah objektivitas. Objektivitas media dalam menyampaikan suatu informasi menjadi hal penting untuk mendapat kepercayaan publik. Kepercayaan publik merupakan satu-satunya cara bagi media untuk tetap hidup.

Program jurnalisisme warga sendiri digadang-gadang mampu menjadi katarsis baru di tengah apatisisme publik terhadap media arus utama akibat campur tangan pemilik ataupun pengaruh konglomerasi media (Gilmor, 2006: xxiii). Berdasarkan paparan tersebut, rumusan dari kajian ini adalah "sudah objektifkah berita kiriman warga yang dipublikasikan dalam program *Citizen Journalist NETCJ*?"

2. LANDASAN KONSEP/TEORI

Jurnalisisme Warga

Citizen journalism atau praktik jurnalisisme warga sebenarnya bukan hal yang sangat baru karena bibit itu telah ada. Tsunami di

Aceh pada Desember 2004 yang meluluhlantakkan bumi "Serambi Mekah", yang sebagian momennya direkam oleh Cut Putri, salah seorang warga—yang kemudian digunakan oleh semua media arus utama, tak hanya media di Indonesia, tetapi juga media di luar negeri, untuk menggambarkan kedahsyatan tsunami Aceh—sebenarnya adalah bentuk dari jurnalisme warga, yang secara kebetulan pada waktu itu dukungan dari kecanggihan teknologi belum seperti saat ini.

CNN melalui iReport.com (2006) juga telah memulai menggunakan kontribusi warga pada program pemberitaan mereka yang bahkan pernah memicu kontroversi karena menggunakan slogan "Unedited, Unfiltered". Kontroversi berkenaan dengan jaminan akurasi dan konten yang dapat dipertanggungjawabkan terhadap masyarakat, apalagi dampak dari publikasi jurnalisme warga tidak menjadi tanggung jawab redaksi (Allan, 2009: 18). Meski begitu, situs web ini mendapat sambutan luar biasa dari publik karena memberikan warna lain dalam hal penyediaan konten media. Per bulan, situs tersebut rata-rata mampu memublikasikan 20.000 berita karya warga.

Pada 2005, BBC menurunkan *accidental journalism* yang merupakan hasil rekaman warga mengenai serangan bom di London pada bulan Juli. Sejak saat itu BBC proaktif mengakomodasi konten kiriman warga. Jurnalisme warga merupakan bentuk keaktifan warga dalam mengirimkan karya jurnalistik kepada media arus utama (Allan, 2009: 18).

Banyak istilah lain yang digunakan untuk menyebut jurnalisme warga, seperti jurnalisme akar rumput (*grassroot journalism*), *open source journalism*, *participatory journalism*, *hyperlocal journalism*, *distributed journalism*, dan *networked journalism*. Jurnalisme warga adalah kegiatan jurnalistik yang dilakukan warga biasa, bukan berstatus/profesi sebagai wartawan. Kegiatan jurnalistik meliputi kegiatan dari mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik, maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan

media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia (UU No 40/1999 tentang Pers, Pasal 1 Ayat 1).

Perkembangan jurnalisme warga seolah tidak terbendung seiring tingginya penggunaan internet di kalangan masyarakat. Hanya melalui telepon genggam, mereka dapat memublikasikan konten yang dianggap memiliki nilai berita (*news value*) ke media massa. Tidak perlu sebuah kamera mahal atau bagus untuk bisa mendapatkan foto bernilai, ataupun perlu kamera video profesional yang harganya puluhan bahkan ratusan juta rupiah, untuk menghasilkan video yang mengandung unsur jurnalistik.

Berkat dukungan teknologi, sekarang, setiap orang bisa menjadi jurnalis. Mereka dapat melaporkan apa pun kejadian di sekitar mereka, termasuk komentar dalam benak, melalui sarana media lain, seperti blog, Facebook, Twitter, dan Youtube. Mereka yang aktif menyuplai informasi untuk jurnalisme warga yang disebut dengan jurnalis warga atau *citizen journalist* (CJ) (Kusumaningati, 2013: 4).

Objektivitas Media

Objektivitas merupakan salah satu dari prinsip dasar jurnalistik. Dalam menyajikan berita, media tidak boleh asal atau berdasarkan keinginan pribadi atau kepentingan tertentu karena jurnalisme harus dilakukan secara profesional dan bertanggung jawab. Bentuk pertanggungjawaban itu, sebagaimana disampaikan Kiith Windschuttle bahwa, adalah pertama, jurnalisme harus komit untuk melaporkan kebenaran tentang apa yang terjadi.

Kedua, kewajiban dan tanggung jawab utama seorang jurnalis adalah kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa. Reportase seorang jurnalis bukan untuk menyenangkan pemasang iklan atau melayani negara, tetapi memberikan informasi secara layak kepada audiensnya.

Ketiga, jurnalis harus menulis dengan baik. Artinya, penulisan harus jelas serta dengan tata bahasa yang tepat. Dengan demikian, media dalam menyajikan berita harus tunduk pada aturan-aturan

yang sudah ada atau sudah disepakati bersama (Mursito, 2006: 151).

Bagaimana media seharusnya berperilaku dalam menghasilkan produknya, termasuk berita, telah diatur dalam undang-undang dan kode etik, seperti UU No 40/1999 tentang Pers yang diturunkan dalam Kode Etik Jurnalistik yang disahkan Dewan Pers tahun 2006, kemudian UU No 32/2002 tentang Penyiaran, dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) sebagai bentuk implementasi dalam berperilaku.

Kode Etik Jurnalistik dan P3SPS dapat pula menjadi tolok ukur atas kualitas sebuah pemberitaan media massa sebagaimana tersurat dalam Pasal 42 UU tentang Penyiaran tahun 2002. Wartawan penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik media elektronik tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kode Etik Jurnalistik yang menjadi acuan adalah yang berlaku secara nasional, yang menjadi dasar atau landasan moral atau etika profesi dan menjadi pedoman operasional wartawan, dalam hal ini ditetapkan oleh Dewan Pers pada tahun 2006 dan disepakati oleh 26 organisasi wartawan.

Dewan Pers bertindak sebagai pihak yang ditunjuk undang-undang yang salah satu tugasnya menetapkan Kode Etik Jurnalistik. Sementara Pedoman Perilaku Penyiaran adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan KPI sebagai panduan batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan penyiaran nasional. Standar program siaran adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelarangan, kewajiban, dan pengaturan penyiaran, serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan KPI. Di dalamnya termasuk mengatur program siaran jurnalistik. Untuk media *online* juga telah ditetapkan Pedoman Pemberitaan Media Siber.

Secara garis besar, ketiganya mengatur hal yang sama, yakni tentang bagaimana wartawan berperilaku dalam menjalankan tugasnya yang diatur karena berdampak terhadap berita yang

dibuat. Kode Etik Jurnalistik memuat 11 pasal, di antaranya tentang berita harus akurat, berimbang, tidak beriktikad buruk, serta tidak mencampuradukkan fakta dan opini. Westerstahl menyebutkan bahwa tidak mencampuradukkan fakta dan opini inilah yang disebut sebagai konsep objektif. Fakta disampaikan apa adanya (McQuail, 2011a: 223).

NETCJ

NETCJ dirilis pada Mei 2013 yang memungkinkan anggota masyarakat untuk mencari, menonton, dan berbagi informasi melalui video berita hasil kiriman mereka sendiri. Situs ini juga memungkinkan adanya interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui pemberian "like" dan juga komentar. Pihak redaksi NETCJ juga menyediakan forum yang memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung, baik di antara sesama CJ maupun dengan redaksi. Berita CJ yang ditayangkan di NET TV mendapatkan imbalan dalam bentuk rupiah berdasarkan klasifikasi tertentu. Sementara video yang belum layak tayang di NET TV, tetapi memiliki nilai berita, diakomodasi melalui situs NETCJ.

NETCJ dikembangkan oleh PT Net Mediatama Indonesia yang beralamat di The East Tower Mega Kuningan, Jakarta Selatan. Konten yang diterima redaksi dikategorikan dalam beberapa bidang, yakni berkenaan dengan momen, peristiwa atau kejadian, bisnis, perjalanan/wisata, unik, inspirasi, pelayanan publik, tutorial, *drone*, dan jenis lainnya (*other*) (www.netcj.co.id).

3. METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui objektivitas berita kiriman warga pada program jurnalisme warga di www.netcj.co.id digunakan analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif dapat digunakan untuk mengetahui karakteristik isi media secara objektif dan sistematis (Neuendorf, 2002: 1). Karakteristik yang dapat dilihat adalah

seperti apa isi media, bagaimana disajikan, dan kepada siapa pesan ditujukan, sekaligus dapat pula untuk menganalisis dampak isi komunikasi (Holsti dalam Krippendorff, 2004: 46).

NETCJ dipilih, dan bukan situs atau media lainnya, dikarenakan memiliki anggota yang cukup banyak, yang tersebar di 75 negara. Beberapa televisi dan media lain mencoba mengintip kesuksesan pengelolaan NETCJ dalam mengelola media sosialnya ini. Sampel berita yang diambil merupakan berita yang ditayangkan dalam kategori "moment", dengan pertimbangan kecenderungan nilai aktualitas dalam berita.

Penelitian ini tidak untuk menganalisis berita berdasarkan tema spesifik sehingga penayangan berita pada satu periode dengan periode lainnya dianggap sama. Untuk itu, peneliti menggunakan teknik acak untuk pengambilan sampel. Sampel berita dipilih sebanyak 50 persen dari berita yang ditayangkan selama bulan Januari dan Februari 2019, atau sebanyak 29 berita.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi, yakni merekam berita yang dipublikasikan NETCJ. Tahap selanjutnya dilakukan pencermatan dan pencatatan, termasuk dari isi visual, untuk dituangkan dalam bentuk lembar kode. Untuk memenuhi syarat objektivitas atau tidak bias akibat subjektivitas peneliti, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Holsti. (Eriyanto, 2011: 290)

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

Keterangan:

R : Reliabilitas Antar-Coder

M : Jumlah coding yang disetujui masing-masing coder

N1 : Jumlah coding yang dibuat coder 1

N2 : Jumlah coding yang dibuat coder 2.

Analisis data menggunakan peng-kode-an *binary* sederhana untuk menunjukkan di dalam dokumen apakah ada atau tidak kategori yang telah dibuat. Temuan data juga dideskripsikan dalam bentuk tabel frekuensi. Temuan data disajikan dalam bentuk tabulasi tunggal dan tabulasi silang.

Definisi Konsep Objektivitas

Berita objektif berkaitan dengan sejauh mana berita disajikan secara apa adanya, tidak memasukkan subjektivitas wartawan, yakni ada pemisahan berita/fakta dari komentar, opini, interpretasi. Berita didasarkan atas wawancara (fakta), bukan berdasarkan penilaian subjektivitas wartawan, tidak memberikan penilaian/*judgment*/penghakiman benar/salah. Berita disusun tanpa memasukkan prasangka-prasangka pribadi atau pesan dari pihak lain (McQuail, 2011a: 223-225; 2011b: 96-97). Dalam buku ini McQuail membagi pengukuran objektif berdasarkan dua hal, yakni faktualitas dan relevansi. Pada kajian ini penulis membuat penyederhanaan dengan operasionalisasi di bawah ini.

Definisi Operasional Objektif

Konsep objektif di atas dioperasionalkan dengan tidak ada unsur subjektif dari komunikator, dinilai dari:

- berita disajikan langsung tanpa menambahkan opini ataupun interpretasi;
- tidak adanya bentuk penilaian terhadap fakta dalam berita;
- tidak adanya komentar mengenai fakta dalam berita;
- sajian narasi tidak mengindikasikan ada upaya menggiring opini masyarakat terhadap suatu persoalan atau memaksakan pemirsa untuk berpikir sebagaimana diharapkan CJ/media.

4. PEMBAHASAN

Objektivitas berita kiriman warga di NETCJ diukur melalui uji reliabilitas rumus R. Holsti, yakni hasil persetujuan antar-*coder* dikalikan dua, kemudian dibagi dengan jumlah *coding* yang dilakukan *coder* 1 dan *coder* 2. Uji reliabilitas dilakukan karena

penelitian ini menggunakan metode analisis isi sehingga harus bersifat objektif.

Uji reliabilitas dilakukan agar tidak ada penafsiran yang berbeda antara *coder* satu dengan *coder* lainnya. Dengan begitu, hasil didapat bukan merupakan penafsiran subjektif *coder*. Melalui uji reliabilitas didapat kesimpulan yang sama antar-*coder*.

Reliabilitas merujuk pada sejauh mana alat ukur yang dipakai akan menghasilkan temuan yang sama, berapa kali pun dipakai, dan oleh siapa pun. Desain reliabilitas yang digunakan adalah jenis reproduksibilitas atau *intercoder reliability* (reliabilitas antarpengode) (Eriyanto, 2011: 282-285).

Untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan reliabel, hasil penghitungan harus menunjukkan angka minimum 0,7 atau 70 persen. Jika hasil yang didapat di bawah angka itu, maka alat ukur yang digunakan berarti tidak reliabel (Eriyanto, 2011: 290).

Dalam melakukan uji reliabilitas, *coder* 1 adalah Erwin Kartinawati dan *coder* 2 adalah Rahmat Wisudawanto. Uji reliabilitas dilakukan terhadap sampel terpilih dengan hasil sebagai berikut:

$$R = (2M) : (N1 + N2) = (2 \times 27) : (29 + 29) = 0,931$$

Berdasarkan angka di atas, disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk menilai keobjektifan berita kiriman warga, reliabel. Berikutnya adalah diketahui jumlah berita yang objektif dan tidak berdasarkan alat ukur dibuat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Tabel Penilaian Objektivitas Berita (n = 29)

<i>Coder</i>	Objektif	Tidak Objektif
1	20 (68,96%)	9 (31,04%)
2	21 (72,41%)	8 (27,59%)

Dari tayangan selama dua bulan, yakni Januari dan Februari 2019, berita yang masuk penilaian kategori tidak objektif dapat dilihat pada berita nomor 1 ("Japanese Festival Bukti Nyata Warga Australia Suka Budaya Jepang"), 2 ("Ternyata Banyak Warga Denmark Tertarik Sama Indonesia Lho"), 3 ("Reog Ponorogo Tampil Memikat di National Multicultural Australia"), 7 ("Kalau Ada Sarang Tawon di Sekitar Rumah, Panggil Mereka Aja"), 9 ("Mahasiswa Indonesia Semangat Rayakan Hari Siswa Rusia"), 11 ("Keren, Pencak Silat Mulai Populer di Eropa"), 23 ("Seru! Turnamen *Game Online* Berhadiah Jutaan Rupiah"), dan berita nomor 25 ("Romantisnya Festival of Light Kaliurang 2019"). Pada bagian ini, bagian yang dibahas hanya berita yang mendapatkan penilaian tidak objektif.

Berita nomor 1 ("Japanese Festival Bukti Nyata Warga Australia Suka Budaya Jepang") kami nilai tidak objektif karena hanya berisi paparan yang sifatnya menyimpulkan tanpa didukung dengan fakta bahwa apakah betul warga Australia suka budaya Jepang.

Scene yang menunjukkan sebagian pengunjung menirukan gerakan tarian seperti ditampilkan kelompok penampil tidak dapat dijadikan bahan kesimpulan bahwa warga Australia suka budaya Jepang. Tertarik mungkin iya karena apa yang mereka lihat adalah sesuatu yang berbeda, atau hal baru yang mereka temui, sehingga muncul kekaguman dan penasaran. Namun, menurut hemat penulis, hal itu tidak dapat menjadi bukti kuat bahwa mereka memang menyukai budaya Jepang.

Tidak adanya informasi yang lengkap tentang siapa yang menggelar kegiatan dan siapa saja yang terlibat membuat berita ini (apakah oleh warga Australia ataukah kolaborasi) membuat berita ini masih perlu disempurnakan dalam hal kelengkapan data untuk dapat disebut objektif, akurat, dan juga berimbang. Berita ini kami nilai tidak objektif karena memasukkan penilaian/interpretasi terhadap fakta, yakni "suka" tanpa disertai fakta lain yang terkait, seperti *insert statement* atau

petikan wawancara dari pengunjung yang menyatakan bahwa mereka memang menyukai budaya Jepang.

Tidak adanya *insert* dari narasumber yang berisi pengakuan bahwa warga Australia menyukai budaya Jepang bisa terjadi karena tiga hal. Pertama, karena memang dari kiriman CJ tidak disertai dengan petikan wawancara pendukung. Kedua, ada *statement*, tetapi tidak mendukung *angel* yang dipilih. Ketiga, ada *statement* yang mendukung, tetapi dipotong atau tidak digunakan redaksi dalam badan berita. Dari sini kita dapat melihat pentingnya menyertakan *statement* atau kutipan wawancara pada tubuh berita, yakni sebagai bukti bahwa apa yang kita sampaikan kepada publik adalah benar. Dari sinilah cara media membangun atau mendapatkan kepercayaan publik.

Berita tentang festival budaya negeri sakura ini mungkin bukan berita besar atau memiliki potensi hukum atas "kesalahan" atau kelalaian dalam pemberitaan berkenaan dengan tidak dicantumkan narasumber dalam berita. Dewabrata (2010: 5-6) menyoroti hal ini sebagai bentuk kecermatan yang sering dilalaikan para pengasuh media karena berawal dari kehati-hatian dalam mencantumkan kutipan atau menempatkan narasumber dalam berita, bisa membebaskan media dari jeratan hukum. Mencantumkan narasumber merupakan bentuk pengungkapan dari mana dan bagaimana informasi diperoleh. Semua itu dapat digunakan sebagai bahan bukti apabila nantinya terpaat persoalan hukum berkenaan dengan berita yang dibuat, di samping sejalan dengan amanat etika dasar jurnalistik, bahwa jurnalis berhak tahu dengan cara apa bahan berita diperoleh (Dewabrata, 2010: 124-126).

Berita nomor 2 ("Ternyata Banyak Warga Denmark Tertarik Sama Indonesia Lho") juga tidak objektif karena sifatnya menggeneralisasi atau menyimpulkan sesuatu bahwa banyak warga Denmark suka Indonesia. Kesimpulan ini dalam berita diambil dari satu pernyataan seorang pengunjung pameran yang memang sebetulnya seorang *traveller*. Indonesia adalah salah satu negara yang menurut dia, paling dia suka kunjungi, terutama Jawa dan Kalimantan. Tapi bagaimana dengan pengunjung

lainnya? Akankah memberikan keterangan senada jika dimintai pendapat? Guna mendapatkan pernyataan yang objektif, komentar justru penting dari pengunjung yang sama sekali belum pernah berkunjung di Indonesia mengingat konteks yang dipakai adalah peristiwa pameran budaya di Denmark. Nah, akankah mereka juga menyatakan hal serupa?

Selain tidak objektif, berita ini juga cenderung tidak akurat karena menggunakan dasar penyimpulan yang masih perlu dipertanyakan. Tidak mengandalkan informasi hanya dari satu sumber, kemudian menyampaikan berita dari sumber berkompeten serta melakukan cek ulang terhadap fakta merupakan kiat yang dapat dilakukan guna menghindari kesalahan (Ishak, 2014: 242). Dalam berita ini, penyimpulan warga Denmark hanya berasal dari satu sumber, tidak dicek silang dengan sumber lain, dan akankah hanya seorang *traveler* dapat digunakan pernyataannya untuk mewakili keseluruhan warga Denmark menyukai budaya Indonesia?

Ini bukan persoalan bangga atau tidak bangga kepada budaya sendiri, atau masalah tidak senang karena bangsa lain mengenal dan mengakui budaya Indonesia, tetapi lebih karena persoalan bagaimana cara menyimpulkan sesuatu secara objektif, berimbang, dan juga akurat.

Berita nomor 7 ("Kalau Ada Sarang Tawon di Sekitar Rumah, Panggil Mereka Aja") tidak objektif karena menyimpulkan dan membuat opini bahwa Taruna Siaga Bencana (Tagana) Banyumas sigap dan ahli dalam menangani kasus-kasus yang berkenaan dengan bencana. Tagana Banyumas faktanya bisa jadi seperti itu, tetapi berita tidak boleh menggiring opini publik. Biarkan fakta yang berbicara dengan membeberkan data sehingga publik yang mengambil kesimpulan tersendiri mengenai fakta yang ada.

Media hanyalah media atau perantara penyampai fakta kepada masyarakat. Media tidak boleh beropini dalam menyampaikan berita. Berbeda dengan kolom tajuk atau sejenis yang

diperbolehkan karena terdapat perbedaan mendasar antara produk jurnalistik dan penulisan opini. Sebenarnya tidak sulit untuk mengupayakan berita menjadi objektif, misalnya dengan menggunakan kata "dinilai, dianggap, disebut, dan seterusnya".

Berita nomor 23 ("Seru! Turnamen *Game Online* Berhadiah Jutaan Rupiah") tidak objektif karena memberikan kesimpulan terhadap berlangsungnya acara yang "seru". Seru menurut CJ, menurut redaksi, menurut satu orang, akan berbeda dengan penilaian orang lain. Jadi, ini adalah penilaian yang bersifat subjektif atau relatif.

Menurut peneliti, buatlah judul sebagaimana adanya dan biarkan pemirsa/pembaca yang menyimpulkan apakah pelaksanaan *game online* tersebut berlangsung seru atau tidak. Toh, dari video yang ditampilkan dan diperkuat dengan pernyataan narasumber, audiens akan dapat menyimpulkan.

Berita nomor 25 ("Romantisnya Festival of Light Kaliurang 2019") sama dengan berita-berita sebelumnya. Penulis menilai terdapat penyimpulan atau penggeneralisasian suatu fakta berdasarkan penilaian subjektif CJ, atau mungkin pihak redaksi. Hanya berdasarkan banyaknya lampu dan ikon "love", cukupkah hal demikian dijadikan satu kesimpulan bahwa suatu situasi itu disebut romantis?

Romantis adalah kata sifat yang sifatnya sangat subjektif atau relatif. Karena itu, cara menghindari penilaian yang bersifat relatif adalah dengan memperkaya deskripsi tentang suatu fakta. Terlalu banyak deskripsi, bukankah akan menghabiskan durasi? Gantikan dengan pengayaan *angle* gambar dalam video. Ambil *shot-shot* yang memperkuat penilaian tentang romantisnya acara itu. Sesuatu yang sudah terdeskripsikan dalam video tidak perlu diulang dalam naskah. Berikan perspektif lain sehingga berita menjadi lebih dalam dan juga lengkap. Bukankah kekuatan berita gambar bergerak adalah pada gambar itu sendiri?

5. PENUTUP

Berdasarkan uji reliabilitas terhadap berita-berita kiriman warga pada program jurnalisme warga di NETCJ, disimpulkan bahwa video web ini termasuk dalam kategori objektif dalam menyampaikan berita-berita kiriman warga kepada publik. Hal itu dilihat dari perbandingan jumlah berita yang masuk kategori objektif dan tidak yang terpaut cukup banyak, yakni 68,96 persen (20 dari 29 berita) berdasarkan penilaian koder 1, sementara koder 2 menilai lebih tinggi lagi, yakni 72,41 persen (21 berita). Untuk penilaian berita tidak objektif berdasar koder 1 ada sebanyak 31,04 persen (9 berita), dan 27,59 persen (8 berita) menurut koder 2.

Beberapa hal yang menyebabkan berita karya warga tidak objektif karena CJ/redaksi memasukkan penilaian yang sifatnya subjektif terhadap fakta yang diangkat, tanpa disertai dengan fakta pendukung lainnya, baik dalam bentuk kekuatan gambar maupun petikan wawancara dari narasumber, sebagai dasar bahwa penilaian yang dilakukan bersifat objektif. Naskah berita menampilkan kata yang sifatnya interpretasi, berdasarkan generalisasi atas sesuatu, tetapi tidak pula disertai dengan fakta-fakta pendukung.

Berdasarkan pengalaman penulis bekerja sebagai praktisi media dan juga seorang CJ, persoalan ini bisa terjadi pada lapis pertama, yakni pada tulisan CJ yang memang sedari awal telah subjektif, tetapi bisa jadi juga pada lapis kedua, yakni di tingkat redaksi, di mana berita yang tayang memang telah melalui proses *editing*. Pada lapis pertama bisa disebabkan kurang pemahamnya CJ perihal prinsip dasar jurnalistik, tetapi bisa juga telah paham, tapi mengikuti arus/model pemberitaan redaksi. Persoalan inilah yang membutuhkan penggalan lebih lanjut bagi penulis untuk memperdalam kajian ini. ♦

DAFTAR PUSTAKA

- Alan, S. dan E. Thorsen. 2009. *Citizen Journalism in Global Perspective*. New York: Peter Lang Publishing.
- Dewabrata, A.M. 2010. *Kalimat Jurnalistik: Panduan Mencermati Penulisan Berita*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Kencana Media Group.
- Gilmer, D. 2006. *We the Media: Grassroots Journalism by the People for the People*. USA: O'Reilly.
- Krippendorff, K. 2004. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Kusumaningati, I. 2013. *Menjadi Jurnalis Itu Gampang*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mursito. 2006. *Memahami Institusi Media Sebuah Pengantar*. Surakarta: Lindu Pustaka dan SPIKOM.
- Neuendorf, K.A. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. Sage Publications.
- Peraturan KPI No. 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Peraturan KPI No.02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran.
- SK Dewan Pers No.03/SK-DP/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik.
- Wood, J.T. 2011. *Communication Mosaics: An Introduction to The Field of Communication*, Wadsworth.
- UU Pers No. 40 Tahun 1999.
- UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002.