

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

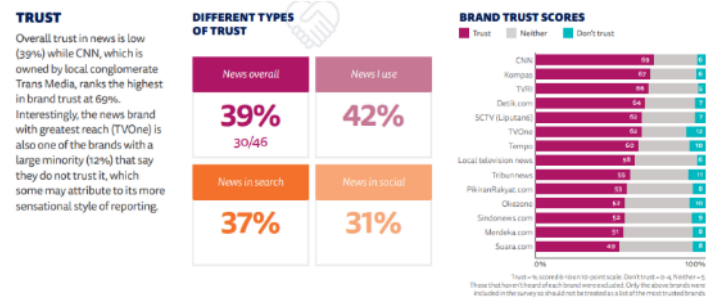
### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Jurnalisme di Indonesia mengalami perubahan dan perkembangan dari waktu ke waktu. Sejak diterbitkannya UU Pers No. 40 tahun 1999, menandai kebebasan pers di Indonesia. Kebebasan pers ini bukan berarti kebebasan tanpa disertai tanggung jawab. Pers diharuskan untuk memenuhi Kode Etik Jurnalistik dan kaidah-kaidah jurnalistik lain. Kehadiran internet dan teknologi digital membawa perubahan pesat bagi jurnalisme sehingga dikenal istilah *new media* atau media baru yang merujuk pada media online atau juga disebut sebagai media siber.

Adanya media online dalam praktik jurnalisme di Indonesia tidak membuat jurnalisme menjadi tanpa permasalahan. Angka pengaduan terhadap media ke Dewan Pers justru meningkat sejak tahun 2018 hingga 2021 dengan 774 kasus (Dewan Pers, 2021). Masalah yang dihadapi pers tidak hanya mengenai aduan, namun juga terkait dengan konten atau isi karya jurnalistik tersebut. Dengan kata lain, masih ditemukan media-media yang tidak memenuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan tidak mematuhi Kode Etik Jurnalistik. Dewan Pers dalam tugas pendataan media di tahun 2021, menemukan sebagian besar konten media merupakan *press release* dan ini menjadi salah satu indikasi gejala tidak sehat pada media siber (Dewan Pers, 2021).

Kepercayaan publik terhadap pers terus menurun. Menurut Dewan Pers, banyak media daring yang mengejar kecepatan dan mengabaikan kode

etik jurnalistik (Kompas.id, 2022). Tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia pada berita juga tergolong rendah.



Gambar 1.1 Tingkat kepercayaan terhadap berita (Digital News Report, 2021)



Gambar 1.2 Tingkat kepercayaan terhadap berita (Digital News Report, 2022)

Hal ini sebagai hasil dari menurunnya kualitas jurnalisisme baik di media cetak, radio, televisi, maupun siber. Penurunan kualitas jurnalisisme ini dikaitkan dengan menguatnya komersialisasi media, intervensi pemilik media, jurnalis yang tidak independen dan menurunnya profesionalitas mereka. Kehadiran media siber menjadikan pola keputusan pemberitaan (*news judgement*) berbeda, tidak hanya berdasarkan nilai-nilai berita (*news value*) namun juga kemungkinannya untuk menjadi viral di media sosial sehingga mudah terindeks mesin pencari. Oleh sebab itu, *search engine optimization (SEO)* menjadi elemen penting baru dalam menentukan kelayakan berita.

Banyak media di Indonesia merupakan media abal-abal. Salah satu cirinya adalah membuat berita yang melanggar kode etik jurnalistik. Dewan Pers menerima hingga 800 pengaduan karena media abal-abal (Dewan Pers, 2021). Namun, media siber arus utama juga pernah melakukan kesalahan. Salah satu yang paling menonjol adalah kasus pengaduan Ade Armando dkk pada 6 Juni 2020 terhadap Kompas, CNNIndonesia, Tempo, Merdeka, Katadata, Antaranews, dsb., karena salah memberitakan perihal putusan majelis hakim PTUN terkait gugatan terhadap kebijakan pemerintah terkait penerapan pembatasan akses internet di Papua (Dewan Pers, 2021). Dewan Pers menyampaikan secara umum kesalahan dalam pemberitaan tersebut antara lain penggunaan informasi yang tidak akurat, tanpa proses konfirmasi yang memadai terhadap narasumber, sehingga muncul pemberitaan yang memiliki tendensi untuk menghakimi.

Persoalan media siber tidak hanya tentang mengutamakan kecepatan. Judul berita yang sensasional, penggunaan narasumber acak, penyajian peristiwa menggunakan diksi yang didramatisasi namun juga manipulatif, tautan yang tidak sesuai konteks, serta penggunaan teknik penyajian berita yang tidak etis menjadi sederet persoalan jurnalisme media siber (Wijaya dalam Dewan Pers, 2021).

Lebih lanjut, masih ditemukan media online yang tidak mematuhi Kode Etik Jurnalistik. Media siber baritorayapost.com diadukan pada Dewan Pers dengan judul berita, “Kasus Pemukulan Wartawan, Penyidik Polres Barsel Tak Menjiwai Janji Kapolri”. Dewan Pers pun menyatakan bahwa media ini

melanggar Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yakni menurunkan berita yang mengandung konflik kepentingan atau tidak independen (Dewan Pers, 2021).

Selain permasalahan yang berkaitan dengan tidak mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik, UU Pers No. 40 tahun 1999, maupun KEJ, media online juga bermasalah dalam hal konten atau isi pemberitaan. Pemberitaan media online mengenai pandemi Covid-19 tidak menunjukkan adanya pendekatan yang lebih berempati, memberikan harapan dan pembelajaran, serta inspiratif dan aspiratif. Empat dari tujuh penelitian analisis isi konten media, masih menonjolkan pemberitaan yang negatif (Dewan Pers, 2021). Terlebih, media online yang sangat mengandalkan kecepatan, sehingga banyak berita belum lengkap, tidak memuat semua unsur 5W+1H. Dalam pemberitaan covid-19, contohnya, liputan pandemi tidak lagi bisa hanya melengkapi unsur 5W+1H namun juga perlu unsur “*so what*” sehingga masyarakat bisa berperan bersama-sama untuk mengatasi pandemi.

Wartawan sekarang masih sebatas menyajikan berita secara deskriptif. Ketika wartawan mampu menyajikan *why did happened*, maka wartawan telah menyajikan *insight* yang mengandung unsur edukasi. Akan tetapi, memaparkan “apa” dan “mengapa” tidak cukup. Wartawan harus memberikan *foresight*, sehingga dapat memaparkan bagaimana agar peristiwa tersebut tidak terjadi kembali di masa depan. Pengambilan data yang asal-asalan, fakta yang tidak jelas asal-usulnya, menunjukkan bahwa wartawan bahkan belum sampai pada tataran menjawab “mengapa”. Penjelasan elemen *how* menjelaskan bagaimana peristiwa tersebut. Walaupun elemen *how* bisa memuat gabungan

unsur-unsur lain seperti daya tarik, akibat yang ditimbulkan, kedekatan emosi, pengalaman pribadi yang mengalami peristiwa tersebut, namun tidak memuat mengenai solusi atas peristiwa atau konflik yang diberitakan. Selain itu, berita tidak hanya cukup 5W+1H, namun harus ditambah I yaitu *impact* dari berita tersebut.

Permasalahan yang ada dalam isi berita dapat dipengaruhi dari proses produksi berita serta jurnalis yang memproduksi berita tersebut. Jurnalis memilih isu yang akan dibahas berdasarkan nilai berita. Salah satu nilai berita adalah konflik. *Bad news is a good news*, menjadi adagium terkenal dalam praktik jurnalistik. Informasi-informasi menyangkut kabar buruk, memiliki potensi nilai berita (kumparan.com, 2018). Isu kriminalitas, korupsi, skandal pembangunan, menjadi isu yang terus hangat untuk diberitakan dan memenuhi berbagai lini media massa. Peran media sebagai *watch-dog*, memungkinkan untuk media terus menerus memberitakan salah satunya perihal korupsi yang dianggap negatif. Mencari informasi yang negatif dan menyebarkannya dalam bentuk berita menjadi “kebiasaan” wartawan. Padahal, jurnalis, melalui berita, bisa memengaruhi emosi pembaca melalui informasi dan kutipan yang mereka pilih untuk dipublikasi (McIntyre, 2015).

Menurut Setiawan dkk (2020), nilai berita negatif yang sering muncul meliputi peristiwa konflik, terdapat kerugian dan korban, serta muncul kemenangan dan kekalahan (Ishwara dalam Setiawan dkk, 2020). Konflik merupakan salah satu yang menarik perhatian masyarakat dan menjadikan konflik sebagai penonjolan untuk dikedepankan dan menafikan solusinya

(Panuju dalam Setiawan dkk, 2020). Audiens yang terpapar berita negatif berpotensi mengalami emosi yang tidak stabil, kehilangan rasa empati, sulit percaya pada orang asing dan meragukan pemerintah. Dalam kasus yang lebih intens, berita negatif juga dapat membuat audiens semakin menghindari pemberitaan atau berkurang keinginannya untuk mengonsumsi berita karena setiap berita terus membuat perasaannya tidak nyaman (Schudson, Potter dan Gantz dalam McIntyre dan Gyldensted, 2017).

Setiawan dkk (2020) memaparkan dalam penelitian yang sama, media daring Detik dan Kompas lebih banyak mempublikasikan berita negatif daripada berita positif dan netral. Sebanyak 52% pemberitaan Detik merupakan pemberitaan negatif, dan sebesar 37% Kompas menghasilkan pemberitaan negatif. Padahal, keduanya termasuk dalam dua media daring yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia (We are Social, 2022).

Konsumsi berita negatif secara terus menerus akan menimbulkan kecemasan dan stress (Kompas.com, 2020 dan Tempo.co, 2021). Tempo.co (2021), dalam artikelnya juga menyarankan agar otak diberi istirahat dari konsumsi berita-berita bernada negatif. Berita mengenai bencana alam, misalnya, bisa menimbulkan kepanikan moral seperti kecemasan jangka panjang di masyarakat (Hartley dalam Abrar, 2008)

Paparan berita negatif akan memengaruhi audiens sebagai pembaca. McIntyre (2015) melihat audiens makin berkurang minatnya untuk mengikuti berita. Masyarakat merasa frustrasi dengan berita yang terus menerus negatif.

Namun, di sisi lain, masyarakat juga secara alamiah lebih terikat dengan hal-hal negatif atau disebut dengan *negativity bias*.

Terdapat beberapa media yang telah menerapkan jurnalisme positif seperti Berita Satu dan Times Indonesia yang dengan jelas menyebut dalam profil mereka bahwa mereka menerapkan jurnalisme positif. Namun, jurnalisme positif dan jurnalisme konstruktif berbeda. Jurnalisme positif menyebarkan berita-berita baik, sementara jurnalisme konstruktif mengedepankan solusi dari isu yang dibahas. Dalam hal ini, jurnalisme konstruktif dimungkinkan membahas suatu konflik atau krisis, namun menawarkan solusi atas hal tersebut. Meskipun demikian, jurnalisme konstruktif juga bisa disebut sebagai jurnalisme solusi, jurnalisme berdampak, jurnalisme kontekstual, dan yang lainnya (McIntyre dan Gyldensted, 2017).

Jurnalisme konstruktif memiliki enam teknik yang dikembangkan oleh Fakultas Jurnalisme di Windesheim University seperti yang dipaparkan oleh Hermans dan Gyldensted (2019), yaitu; (1) *Solutions*, mencakup penambahan *framing* yang berorientasi solusi ketika meliput masalah, (2) *Future Orientation*, menggabungkan pertanyaan “*now what?*” dan mempertimbangkan masa mendatang yang potensial, (3) *Inclusiveness and diversity*, melawan polarisasi dinamis dan mencakup lebih banyak suara dan perspektif, (4) *Empowerment*, melibatkan pertanyaan dan sudut pandang yang membahas sumber daya potensial, solusi, kolaborasi, *common ground*, dan bergerak lebih dari bingkai korban atau bencana (5) *The Rosling (Context and Explanation)*, menyediakan konteks dan penjelasan dalam berita termasuk

memvisualisasikan dan menyertakan data, (6) *Co-creation*, mencakup terlibat dengan dan memberdayakan publik dan membuat konten berita bersama.

Industri berita yang dihadapkan dengan permasalahan perubahan preferensi dan konsumsi berita memunculkan jurnalisme konstruktif sebagai wajah baru jurnalisme di abad 21 (Hermans dan Dorcks dalam Wirawanda dan Arrasyid, 2021). Apalagi dari segi pembaca, mereka lebih memilih berita yang positif (Trussler dan Soroka dalam McIntyre, 2015).

Jurnalisme konstruktif memunculkan kebangkitan jurnalisme dengan berorientasi pada solusi atas masalah yang ada di masyarakat (Aitamurto dan Varma, 2018 dalam Wirawanda dan Arrasyid, 2021). Di masa depan, jurnalisme harus mengarah pada apa yang mereka butuhkan dari berita dan bagaimana orang menggunakan berita tersebut (Hamna, 2017). Bagaimanapun, media dengan praktik jurnalismenya merupakan *public good* yang tidak akan *survive* pada platform apapun tanpa komitmen pada nilai-nilai dan etika (Boumelha dalam Hamna, 2017).

Penggunaan jurnalisme konstruktif sudah banyak ditemui pada media cetak, namun belum banyak digunakan pada media daring. Jurnalisme konstruktif juga sulit untuk diterapkan pada *straight news* karena membutuhkan waktu liputan yang lebih lama sementara *straight news* mengutamakan kecepatan. Maka, jurnalisme konstruktif dimungkinkan untuk diterapkan pada *indepth news* (Ariestyani dan Rahmaniar, 2022). Dengan menerapkan jurnalisme konstruktif, wartawan diberikan kesempatan untuk menjadi pendidik dan menyebarkan harapan tanpa membawa kepanikan pada



pembaca (van Antwerpen dkk., 2022). Jurnalisme konstruktif tidak melarang wartawan untuk memberitakan isu yang memuat konflik, namun menyarankan wartawan untuk mendiskusikan solusi yang efektif mengenai masalah sosial (McIntyre, 2015).

Media memiliki peran untuk mendidik, dan berfungsi memberikan pencerahan. Selain itu, media juga harus melakukan *empowering* atau pemberdayaan masyarakat. Jurnalisme konstruktif memungkinkan jurnalis untuk memproduksi berita dengan mengoptimalkan 5W+1H melalui proses produksi seperti wawancara dan riset yang ketat. Jurnalisme konstruktif juga penting untuk diimplementasikan bagi media karena dapat meningkatkan kepercayaan pembaca melalui berita yang akurat dan berorientasi pada solusi sehingga tidak menimbulkan kepanikan.

## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Perkembangan media di Indonesia begitu pesat ditandai dengan jumlah media online yang terus meningkat. Namun, hal ini tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas pemberitaan. Masih ditemukan pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan media yang berujung pada pengaduan pada Dewan Pers. Pelanggaran tersebut diantaranya berita yang tidak lengkap (tidak memuat unsur 5W+1H), peliputan yang didasarkan pada *press release*, dan kesalahan dalam pemberitaan. Terlebih, media online selain mengutamakan kecepatan, juga mengutamakan ke-viral-an. Selain itu, dunia jurnalisme juga diisi para media abal-abal yang berujung pada ratusan pengaduan kepada Dewan Pers. Isi atau konten berita di masa pandemi Covid-19 juga masih menonjolkan

pemberitaan yang negatif. Hal ini menyebabkan tingkat kepercayaan publik terhadap media terus menurun. Di sisi lain, konten berita yang negatif juga berdampak buruk terhadap psikologis masyarakat. Paparan berita negatif juga dapat menjadikan masyarakat malas atau berusaha menghindari membaca berita. Oleh karena itu, diperlukan gaya jurnalistik yang mengoptimalkan unsur 5W+1H sekaligus memuat solusi yang dapat berdampak baik terhadap kondisi psikologis pembacanya. Dalam hal ini, jurnalisme konstruktif dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pemberitaan di Indonesia.

Berdasarkan paparan di atas, penerapan jurnalisme konstruktif pada media di Indonesia dapat diteliti lebih lanjut. Jurnalisme konstruktif dapat ditelisik baik pada proses pra-produksi, produksi, maupun produk jurnalistik. Hal ini dikarenakan jurnalisme konstruktif tidak hanya termuat dalam produk jurnalistik, namun juga memengaruhi proses produksi.

Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana penerapan jurnalisme konstruktif media di Indonesia pada artikel berita yang dipublikasikan. Penelitian ini berfokus pada artikel berita sebagai produk jurnalistik. Artikel berita penting untuk dikaji karena artikel berita dapat secara langsung dibaca oleh si pembaca. Oleh karena itu, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana implementasi jurnalisme konstruktif pada artikel berita media di Indonesia?”

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan deskripsi penerapan jurnalisme konstruktif pada artikel berita yang dimuat pada media-media online di Indonesia.

### **1.4 KEGUNAAN PENELITIAN**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi, khususnya pada studi media massa dan jurnalisme. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan standar penerapan jurnalisme konstruktif. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan jurnalisme.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan *insight* baru bagi media dan wartawan dalam mengolah berita. Media akan mendapatkan dalam hal bertanggungjawab pada publik dan melaksanakan peran media dengan mengemas berita berorientasi solusi. Selain itu, media juga dapat terinspirasi mengenai bagaimana menghasilkan berita yang memiliki dampak positif terhadap kondisi psikologis masyarakat.

#### **1.4.3 Kegunaan Sosial**

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat sebagai pembaca bahwa terdapat jurnalisme konstruktif yang mendukung dan berorientasi solusi. Masyarakat juga bisa menemukan berita-berita mana saja

yang tetap memberikan informasi terkini tanpa hanya menonjolkan konflik sosial yang ada namun juga diskusi penyelesaian masalah tersebut.

## **1.5 KERANGKA TEORI**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Secara ontologi, paradigma ini melihat realitas sebagai sesuatu yang objektif dan dapat dirasakan oleh panca indera. Dalam aspek epistemologi, pengetahuan didapatkan tidak terkait dengan nilai dan kandungan moral. Dalam konsepnya, paradigma positivistik bisa dianalogikan sebagai berikut:  $P \rightarrow O \rightarrow H$ . Lebih lanjut, peneliti (P) melihat obyek penelitian (O) dengan hasil penelitian (H) dari sudut pandang peneliti (Imran, 2013).

Pandangan pada paradigma ini didasarkan pada berbagai hukum dan prosedur yang baku; deduktif, yaitu peneliti memulai dengan prinsip umum atau general lalu mengobservasi data spesifik untuk menguji prinsip tersebut (Scharrer dan Ramasubramanian, 2021). Melalui paradigma positivisme, penelitian dilakukan secara terukur dan memisahkan peneliti dari apa yang diteliti. Oleh karena itu, dengan paradigma positivisme, penelitian dimungkinkan berada pada kesimpulan yang sama walaupun dilakukan oleh peneliti yang berbeda dalam mengamati fenomena yang ada. Peneliti positivistik menyadari adanya realitas tunggal yang bisa dieksplorasi dan diukur melalui observasi dan eksperimen, dan peneliti menemukan dan mengukur kebenaran yang objektif dengan pendekatan yang terstruktur dan terkontrol (Swann, 2022).

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang menganalisis penerapan jurnalisme konstruktif pada artikel berita media online di Indonesia ini membutuhkan pengamatan empiris pada isi atau konten berita tersebut. Melalui paradigma positivistik, konten berita dilihat secara obyektif dengan mengacu pada kaidah-kaidah jurnalistik serta panduan jurnalisme konstruktif.

### **1.5.2 State of The Art**

- a. Praktik Jurnalisme Konstruktif pada Media Televisi dalam Isu *Moral Panic* Mengenai Corona di Indonesia (Analisis *Framing* Model Robert Entman dalam Pemberitaan Media Televisi Mengenai Isu Corona di Indonesia pada CNN Indonesia Periode 2-4 Maret 2020)

Penelitian ini dilakukan oleh Erwin Septi Wulandari dan Dewanto Putra Fajar. Topik yang dibahas mengenai praktik jurnalisme konstruktif pada saat pandemi Covid-19 pada isu *moral panic* di Indonesia dengan subjek penelitian yakni Media Televisi CNN Indonesia. Penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan ini menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa CNN Indonesia telah menerapkan jurnalisme konstruktif pada tayangannya. Tayangan televisinya berisi informasi-informasi yang berorientasi solusi seperti bagaimana mencegah dan menghadapi Covid-19 dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Melalui tayangan tersebut pula, CNN Indonesia mengedukasi masyarakat agar tidak mempercayai hoaks.

Penelitian ini hanya membahas satu isu tayangan berita yaitu moral panic untuk dikaji bagaimana penerapan jurnalisme konstruktifnya. Selain itu, penelitian ini menggunakan tayangan televisi CNN sebagai subjek penelitian

padahal angka penonton televisi semakin berkurang, berbeda dengan media online yang kian hari justru meningkat. Selain itu, penelitian yang akan dilakukan tidak mengambil suatu isu tertentu, namun secara general untuk melihat artikel berita media online yang ada.

b. Jurnalisme Konstruktif dalam Berita Varian Baru Covid-19 (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Berita di Okezone.com)

Penelitian ini dilakukan oleh Yudha Wirawanda dan Kholif Huda Arrasyid. Topik yang dibahas mengenai teks tulisan berita terkait varian baru Covid-19 dengan okezone.com sebagai subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes sebagai metode, serta menggunakan konsep jurnalisme konstruktif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ditemukan beberapa artikel berita okezone.com yang memuat elemen jurnalisme konstruktif terkait pemberitaan varian baru Covid-19. Salah satu elemen jurnalisme konstruktif yang ditonjolkan adalah perspektif produktif berorientasi masa depan.

Penelitian ini hanya menonjolkan isu Covid-19 untuk dianalisis. Sementara, penerapan jurnalisme konstruktif hendaknya tidak hanya pada suatu isu tertentu saja agar dampak positifnya bisa menyebar lebih luas di masyarakat sebagai pembaca. Selain itu, penelitian ini tidak menyebutkan jenis berita yang diteliti apakah *straight news* atau *indepth news*. Oleh karena itu, kebaruan pada penelitian ini adalah fokusnya mengkaji *indepth news* berbagai isu pada berbagai portal media online.

c. *Measuring Constructive Journalism in Kompas.com's Climate Change Articles*

Penelitian ini dilakukan oleh Levina Chrestella Theodora dan Albertus Magnus Prestianta. Penelitian yang berfokus pada isu perubahan iklim yang dimuat dalam artikel berita Kompas.com ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Dari 123 artikel berita yang dianalisis tentang perubahan iklim yang dipublikasi sepanjang 2020, peneliti menemukan bahwa artikel-artikel tersebut tidak konstruktif.

Penelitian tersebut menganalisis berita dengan *hashtag* “perubahan iklim” dengan tidak menghindahkan jenis berita. Sehingga, kebaruan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah pemilihan obyek berita yang lebih terkini dengan menghususkan pada artikel *indepth news*.

### **1.5.3 Teori**

Penelitian ini merupakan penelitian yang masuk dalam level komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan proses membentuk pemahaman yang sama antara media massa dengan audiensnya (Baran, 2019). Seorang peneliti media, James W. Carey dalam Baran (2019), menyatakan bahwa komunikasi adalah proses simbolis dimana realitas itu diproduksi, dipelihara, diperbaiki, dan ditransformasikan atau diubah. Melalui pernyataan ini, ditegaskan bahwa komunikasi juga termasuk tentang bagaimana kita memandang, memahami, dan membangun realitas yang ada pada kehidupan sehari-hari dan juga dunia. Berita, dalam hal ini, merupakan hasil dari konstruksi realitas yang dihasilkan oleh jurnalis dan media. Dalam menuliskan berita inilah para jurnalis dan media memiliki cara-cara tertentu yang disesuaikan

dengan nilai atau visi misi media tersebut. Oleh karena itu, berita termasuk dalam komunikasi massa yang disebarluaskan dan dibaca oleh khalayak ramai yaitu masyarakat. Atas pemaparan di atas, maka penelitian-penelitian komunikasi massa dapat dilakukan dengan mengkaji bagaimana pesan dalam berita dibentuk oleh media, bagaimana pesan tersebut diterima, dan bagaimana pesan tersebut berdampak pada individu dan masyarakat termasuk dengan dominasi dan kekuasaan media. Teori-teori yang termasuk dalam dalam level komunikasi massa diantaranya seperti *mass society theory*, *limited effects theory*, *two-step flow theory*, *attitude change theory*, *dissonance theory*, *reinforcement theory*, *uses and gratification theory*, dll., (Baran, 2019).

Berita, sebagai produk jurnalistik, dihasilkan oleh media. Media memiliki kebebasan, aturan, serta etika yang mengatur media tersebut yang berorientasi pada kerja-kerja jurnalistik. Oleh sebab itu, konteks penelitian ini adalah etis. Media dan jurnalis memiliki kebebasan untuk melakukan kegiatan jurnalistik dan menyebarkan karya jurnalistik tersebut. Namun, media juga harus mengedepankan tanggung jawab moral kepada masyarakat. Melalui kegiatan jurnalistiknya, media perlu memahami dan menerapkan bahwa ia memiliki peran untuk mengedukasi, menginformasikan, menghibur, dalam rangka meningkatkan kualitas moral dan nilai masyarakat. Sehingga, media diharapkan memikirkan dan mempertimbangkan bagaimana karya jurnalistiknya dapat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakatnya.



### **1.5.3.1 Teori Pers Tanggung Jawab Sosial**

Penelitian ini menggunakan teori pers tanggung jawab sosial (*social responsibility theory of the press*). Secara historis, muncul empat teori pers yaitu *authoritarian theory*, *libertarian theory*, *social responsibility theory*, dan *communist soviet theory*. Teori pers tanggung jawab sosial muncul setelah adanya *libertarian theory of the press* di Amerika Serikat semenjak amandemen pertama (Baran, 2019). Teori ini muncul setelah disadari bahwa pemerintah diperbolehkan untuk berperan dalam mengontrol pers. Sejak diterbitkannya UU No. 40 Tahun 1999, Indonesia menganut teori pers tanggung jawab sosial (Kaligis, Sofiyani, dan Clara: 2021). Teori ini masuk dalam kategori normatif, bahwa media seyogyanya berjalan selaras dengan nilai-nilai sosial dan masyarakat diperbolehkan untuk menilai kinerja media (Baran, 2019). Dengan kata lain, media tetap harus bebas dari kendali pemerintah namun media harus tetap melayani publik.

Teori yang dikembangkan oleh Fred S. Siebert, Theodore Peterson, dan Wilbur Schramm ini memiliki asumsi utama bahwa kebebasan pers harus diiringi dengan tanggung jawab pers terhadap masyarakat (Wicaksono, 2015). Tanggung jawab ini dapat diwujudkan dengan perbaikan moral masyarakat. Konten yang berkaitan dengan informasi, hiburan, mencari keuntungan, juga harus bertujuan untuk membawa konflik ke ranah diskusi (Triyono, 2013).

Menurut McQuail dalam Baran (2019), berikut tujuh asumsi utama teori pers tanggung jawab sosial yaitu:

- a. Media harus menerima dan memenuhi tanggung jawabnya kepada masyarakat.

- b. Media dapat memenuhi kewajibannya dengan memenuhi standar yang tinggi dari profesionalisme, kebenaran, ketepatan, objektivitas.
- c. Media sebaiknya dapat mengatur dirinya sendiri dalam kerangka hukum dan lembaga yang ada.
- d. Media sebaiknya menghindari segala sesuatu yang dapat memunculkan kejahatan, kerusakan, ketidaktertiban umum, atau penghinaan terhadap minoritas etnis maupun agama.
- e. Media hendaknya pluralis dan mencerminkan keberagaman masyarakatnya dengan memberikan kesempatan yang sama untuk berbagai perspektif dan hak jawab.
- f. Masyarakat berhak untuk berharap pada standar yang tinggi dan intervensi diperbolehkan untuk mengamankan kepentingan umum.
- g. Media harus akuntabel terhadap masyarakat seperti halnya mereka terhadap pekerja dan juga pasar.

Sementara itu, *Commision on Freedom of The Press* (Hutchins dalam Ghassani dan Sukowati, 2016) sebagai awal teori ini membeberkan beberapa persyaratan pers sebagai berikut:

- a. Pers harus memberitakan peristiwa sehari-hari dengan benar dan lengkap dalam konteks yang mengandung makna.
- b. Pers harus memberikan akses sebagai forum untuk bertukar komentar dan kritik.
- c. Pers harus memproyeksikan gambaran yang mewakili semua lapisan masyarakat.

- d. Pers juga bertanggung jawab terhadap penyajian karya jurnalistik yang disertai penjelasan mengenai tujuan dan nilai-nilai masyarakat.
- e. Pers harus mengupayakan akses sepenuhnya pada peristiwa sehari-hari.

Berdasarkan pemaparan di atas, jurnalisme konstruktif memenuhi setidaknya empat asumsi teori pers tanggung jawab sosial pada poin berikut;

- a. Media harus menerima dan memenuhi tanggung jawabnya kepada masyarakat.

Jurnalisme konstruktif yang berorientasi solusi tentu memenuhi peran media sebagai sarana edukasi kepada masyarakat. Selain itu, media juga harus tetap diupayakan untuk mengawasi demokrasi yang diselenggarakan di Indonesia.

- b. Media dapat memenuhi kewajibannya dengan memenuhi standar yang tinggi dari profesionalisme, kebenaran, ketepatan, objektivitas. Jurnalisme konstruktif dapat diterapkan sejak pra-produksi berita. Jurnalis diarahkan untuk melakukan teknik riset yang berbeda, pertanyaan wawancara yang berupaya mengulik solusi. Dengan menerapkan jurnalisme konstruktif, jurnalis akan terus memenuhi profesionalisme berdasarkan Kode Etik Jurnalistik dan UU No. 40 tahun 1999.

- c. Media sebaiknya menghindari segala sesuatu yang dapat memunculkan kejahatan, kerusakan, ketidaktertiban umum, atau penghinaan terhadap minoritas etnis maupun agama. Jurnalisme konstruktif yang berorientasi solusi tentu tidak memfokuskan tentang seberapa besar suatu masalah, namun menekankan bagaimana penyelesaian masalah tersebut. Hal tersebut diharapkan mampu membawa dampak positif bagi psikologis masyarakat dengan terus

menjadi optimis dan membangkitkan masyarakat untuk berkembang dalam cara dan hal yang positif.

- d. Media harus akuntabel terhadap masyarakat seperti halnya mereka terhadap pekerja dan juga pasar. Jurnalisme konstruktif justru mengoptimalkan penggunaan unsur-unsur berita, peran dan perilaku jurnalis serta media dalam memproduksi karya jurnalistik. Sehingga, produk jurnalistik berupa berita dapat dipertanggungjawabkan terhadap masyarakat baik sebagai edukasi, informasi, hiburan, bahkan *watch-dog*.

### **1.5.3.2 Jurnalisme Konstruktif**

Istilah jurnalisme konstruktif dikembangkan oleh Catherine Gyldensted, seorang jurnalis investigasi dari Danish, Belanda (McIntyre, 2015). Gyldensted berangkat dari istilah “konstruktif” untuk mendefinisikannya, yang secara harfiah berarti “membantu untuk mengembangkan atau meningkatkan sesuatu; membantu seseorang daripada mengecewakan dan negatif”. Berdasarkan arti tersebut, Gyldensted mengemukakan bahwa berita yang konstruktif adalah berita yang bisa membangun, meningkatkan semangat orang-orang baik itu jurnalis, narasumber, maupun audiens. Melalui berita, seharusnya orang-orang merasa lebih terlibat, terinspirasi, dan positif dibandingkan sebelumnya (Gyldensted dalam McIntyre, 2015). Berita yang konstruktif ini bisa diwujudkan dengan memulai pertanyaan yang berorientasi solusi atau masa depan. Misalnya, ketika meliput isu konflik, jurnalis bisa menanyakan, “apa yang bisa dilakukan pemerintah untuk menghentikan atau mencegah konflik tersebut?”.

McIntyre (2015) pun mendefinisikan jurnalisme konstruktif sebagai sebuah bentuk jurnalisme yang hadir dengan melibatkan penerapan teknik psikologi positif pada karya berita sebagai upaya menciptakan berita yang lebih menarik dan produktif dengan tetap memegang teguh fungsi inti jurnalisme. Jurnalisme konstruktif tidak terpisah dari jurnalisme yang telah lama ada dan dilakukan, namun lebih kepada penekanan cara-cara yang konstruktif dalam mengumpulkan dan memproduksi berita yang sebaiknya diterapkan dalam semua kegiatan jurnalistik (McIntyre, 2015). Oleh karena itu, kehadiran jurnalisme konstruktif bukan untuk dibandingkan, atau sebagai penegas adanya “jurnalisme destruktif”.

	Breaking News	Investigative Journalism	Constructive Journalism
Time	Now	Yesterday	Tomorrow
Goals	Speed	Blame	Inspiration
Questions	What? When?	Who? Why?	What now? How?
Style	Dramatic	Critical	Curious
Role	Police	Judge	Facilitator
Focus	Drama	Crooks and victims	Solutions and best practice

Gambar 1.3 Perbandingan *breaking news*, jurnalisme investigatif, dan jurnalisme konstruktif (Jorgensen dan Risbro, 2021).

Dalam lima aspek, jurnalisme konstruktif dapat dibedakan dengan *breaking news* dan jurnalisme investigatif. Dari segi waktu, jurnalisme konstruktif berorientasi pada masa depan sementara *breaking news* memberitakan apa yang terjadi dan jurnalisme investigatif yang pemberitaannya bertujuan mengungkap apa yang sudah terjadi di masa lalu.

Dari segi tujuan, jurnalisme konstruktif diterapkan untuk menginspirasi pembacanya. Hal ini berbeda dengan *breaking news* yang mengejar kecepatan, serta jurnalisme investigatif yang mengejar kesalahan. Jika jurnalisme konstruktif

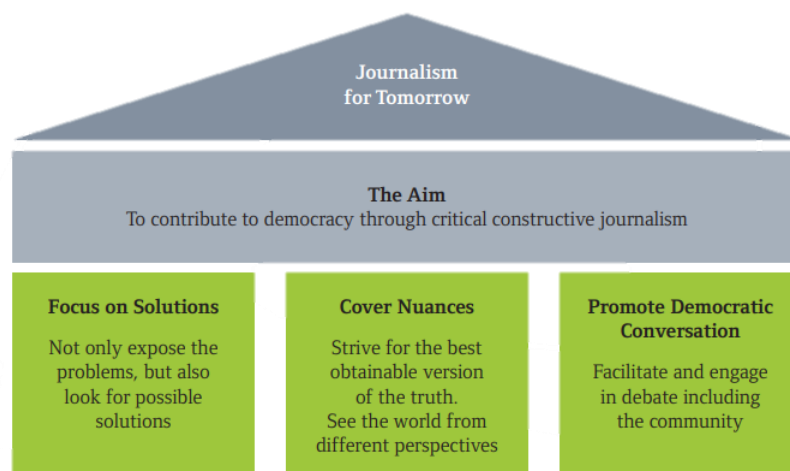
mempertanyakan apa yang dilakukan dengan isu yang diberitakan serta bagaimana hal tersebut bisa dilakukan, maka breaking news menekankan pada apa dan kapan suatu hal terjadi. Berbeda pula dengan jurnalisme investigatif yang mempertanyakan siapa dan mengapa suatu konflik terjadi.

Gaya liputan ketiga jenis jurnalisme tersebut juga memiliki ciri masing-masing. Jurnalisme konstruktif bergaya ingin tahu dan penasaran. Sementara, breaking news lebih dramatis dalam pemberitaan dan jurnalisme investigatif condong pada kritis. Peran dari ketiganya juga berbeda. Breaking news berperan sebagai polisi atas suatu peristiwa. Jurnalisme investigatif berperan sebagai hakim. Jurnalisme konstruktif berperan sebagai fasilitator.

Aspek terakhir yang berbeda yaitu fokus. Jurnalisme konstruktif fokus pada solusi dan praktik terbaik untuk menjawab suatu masalah. Sementara, *breaking news* condong pada drama, dalam artian berita disampaikan secara mengejutkan. Di sisi lain, jurnalisme investigasi berfokus pada pelaku dan korban.

Walaupun istilah jurnalisme konstruktif masih asing di kalangan wartawan di Indonesia, terdapat dua jenis jurnalisme yang memiliki pendekatan teknik psikologi positif yang hampir mirip dan telah diterapkan di sejumlah media yaitu jurnalisme positif dan jurnalisme solusi. Akan tetapi, jurnalisme positif tidak sama dengan jurnalisme konstruktif. Jurnalisme konstruktif tidak menolak berita atau peristiwa yang negatif seperti konflik, perpecahan, kriminalitas. Hanya saja, dalam penyajian berita, perlu untuk diletakkan unsur berorientasi solusi. Sementara, jurnalisme positif hanya menyebarkan berita atau peristiwa menyenangkan dan berusaha melawan *negativity* untuk menunjukkan bahwa dunia tak seluruhnya

buruk (McIntyre, 2015). Di sisi lain, jurnalisme solusi lebih dekat pada jurnalisme konstruktif secara pengertian. Hanya saja, jurnalisme solusi cukup menambahkan solusi dalam berita sedangkan jurnalisme konstruktif tidak cukup hanya menambahkan solusi dalam berita namun menggunakan teknik psikologi positif lain yang dapat dimulai dari pra-produksi.



Gambar 1.4. Pilar jurnalisme konstruktif (Jorgensen dan Risbro, 2021)

Dalam *A Handbook for Constructive Journalism* (Jorgensen dan Risbro, 2021), terdapat tiga pilar jurnalisme konstruktif yaitu;

- a. Fokus pada solusi. Masalah diidentifikasi dengan sikap kritis dan tajam. Selain itu, mengidentifikasi solusi yang dapat direplikasi dan diskalakan dan menyampaikan temuan pada mereka yang bertanggung jawab untuk memecahkan masalah tersebut. Setelah beberapa saat, jurnalis menindaklanjuti untuk melihat apakah masalah tersebut sudah diselesaikan.
- b. *Cover nuances*. Jurnalis memilih konteks dan nuansa yang didasarkan pada masalah tertentu. Jika suatu masalah pernah terjadi sebelumnya, jurnalis dapat

melihat perkembangannya dari waktu ke waktu, menganalisis data yang komprehensif, dan/atau mengadopsi berbagai perspektif untuk kasus tertentu.

- c. Mempromosikan percakapan yang demokratis. Jurnalis seharusnya menyatukan warga, *stakeholders*, dan *decision-makers*. Jurnalis harusnya mengesampingkan peran sebagai pengamat deskriptif dan pasif, dan mencoba menjadi lebih aktif dengan membuat semua pihak saling menjangkau, mendiskusikan isu tersebut, dan menyatukan “aktor-aktor” yang berbeda untuk mengembangkan solusi atau nuansa cerita. Hal ini bisa ditempuh dengan dua bentuk. Pertama, melibatkan warga dengan mengidentifikasi isu yang menjadi perhatian mereka. Kedua, setelah menemukan isu yang ingin diliput, kembali melibatkan warga untuk berdialog.

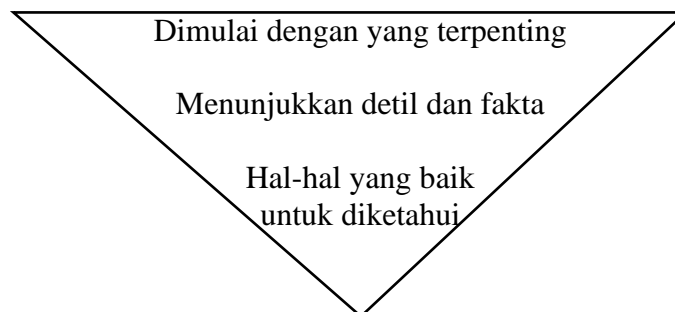
Berikut ini adalah enam elemen jurnalisme konstruktif yang dicetuskan oleh Gyldensted (Herman dan Gyldensted, 2018)

- a. *Solution*: Ketika meliput masalah, tambahkan juga pembedaan berita yang berorientasi solusi.
- b. *Future orientation*: Menambahkan pertanyaan “*now what*” ke pertanyaan jurnalistik pada umumnya (5W+1H) dan menambahkan orientasi masa depan yang memungkinkan adanya perspektif produktif dan kemampuan orang-orang untuk sampai pada hal tersebut.
- c. *Inclusiveness and diversity*: Menyertakan lebih banyak suara dan perspektif dalam berita.



- d. *Empower people*: Mengajukan pertanyaan lain dan menyertakan variasi untuk memberdayakan “korban” dan pakar. Pertanyaan harus menanyakan kemungkinan sumber daya, kolaborasi, kesamaan, dan solusi.
- e. *The Rosling*: menjelaskan berita dan memberikan konteks. Menggunakan data untuk membuat infografis yang menjelaskan berita. Tujuannya untuk beralih dari meliput insiden menjadi meliput konteks.
- f. *Co-creation*: melibatkan dan memberdayakan publik. Memproduksi konten jurnalistik dengan masyarakat.

Berita yang menerapkan jurnalisme konstruktif dapat ditulis mengikuti gaya “piramida terbalik”. Selain itu, berita juga tetap menggunakan 5W+1H dengan ditambahkan “*now what?*” di bagian akhir.



### 1.5.3.3 Media Online

Dalam jurnalisme, penyebaran berita dilakukan oleh media lama (*old media*) dan media baru (*new media*) atau yang sering disebut sebagai media online. Media online merujuk pada penggunaan perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet (Kompas.com, 2021). Penggunaan internet ini yang memungkinkan terjadinya konvergensi berita. Media online membawa perubahan yang besar dalam jurnalistik, karena memberikan alternatif distribusi berita dengan berbagai format baik itu video, foto, infografis, maupun artikel. Melalui media online, masyarakat

menjadi lebih mudah untuk mengakses dan membaca berita, tidak terbatas tempat dan waktu.

Berikut ini merupakan karakteristik media online menurut Gushevinalti, Suminar, dan Sunaryanto (2020);

- a. Dapat memuat naskah yang panjang karena kapasitas web yang luas.
- b. Pengunggahan dan penyuntingan naskah bisa dilakukan kapan dan dimana saja dengan perangkat komputer atau ponsel pintar.
- c. Cepat, karena langsung dapat diakses semua orang setelah diunggah.
- d. Menjangkau keseluruhan dunia yang berakses internet.
- e. Aktual. Kemudahan unggah dan akses menjadikan media online sebagai sasaran informasi terkini dan media online juga berlomba-lomba menjadi pengunggah tercepat.
- f. *Up-to-date*, terjadi pembaruan informasi terus menerus.
- g. Interaktif, dua arah, dan egaliter
- h. Terarsip. Melalui fitur yang ada di website, pengakses dapat membaca artikel yang diinginkan melalui fitur "*search*", *link*, maupun *hashtag* baik yang diunggah terkini maupun di waktu yang lalu.
- i. Dapat terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*). Satu artikel bisa mengarahkan pada artikel lain dengan pembahasan yang serupa, atau mengarahkan pada video liputan terkait.

#### **1.5.3.4 Implementasi Jurnalisme Konstruktif pada Media Baru**

Teori pers tanggung jawab sosial menekankan peran pers atau media yang diberikan kebebasan namun harus bisa bertanggungjawab atas kebebasan yang diberikan.

Kebebasan tersebut diwujudkan dalam memilih apa peristiwa atau isu yang ingin diliput yang bertujuan untuk mengembangkan masyarakat dengan dan dalam hal yang positif. Pengembangan masyarakat tersebut dapat dilakukan dengan menerapkan jurnalisme konstruktif. Jurnalisme konstruktif menegaskan bagaimana media harus melibatkan masyarakat dalam proses liputan, termasuk keterlibatan tersebut dimanifestasikan dalam karya jurnalistik salah satunya dalam artikel berita.

Kehadiran media online membawa banyak perubahan dalam kerja-kerja jurnalistik, termasuk pendistribusian berita. Media online semakin memudahkan jurnalis untuk mendapatkan data, sumber informasi, sekaligus efisien dan efektif dalam menyunting dan mengunggah berita. Media online memberikan keleluasaan bagi jurnalis untuk mengunggah berita tanpa dibatasi seberapa panjang berita tersebut. Oleh karena itu, sangat dimungkinkan bagi media online untuk menerapkan jurnalisme konstruktif dalam pemberitaannya.

Karakteristik media online seperti yang dipaparkan di atas, dapat menjadi fasilitator penggunaan jurnalisme konstruktif dalam pemberitaan. Aspek-aspek jurnalisme konstruktif yang terdiri atas enam hal, seharusnya dapat diimplementasikan oleh media online dalam artikel beritanya.

## **1.6 HIPOTESIS**

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti memiliki hipotesis bahwa artikel berita yang diterbitkan media online di Indonesia belum sepenuhnya menerapkan keenam elemen jurnalisme konstruktif, hanya menerapkan satu atau beberapa elemen.

## 1.7 KATEGORISASI PENELITIAN

Berikut ini dijelaskan bagaimana kategorisasi penelitian *indepth news* dan jurnalisme konstruktif.

*Indepth news* merupakan berita yang dihasilkan dari *indepth reporting*. Dalam memproduksi berita *indepth*, diperlukan proses pra-produksi hingga produksi yang lebih lama dan memakan waktu dibandingkan *straight news*. Melalui *indepth news*, sebuah isu dapat diulas secara lengkap dan mendalam dengan berbagai informasi yang didapatkan. Data atau informasi terkait yang didapatkan juga diperoleh melalui proses yang tidak singkat, bahkan memerlukan pengolahan data dari berbagai sumber. Sumber data yang didapatkan berasal dari dua sumber yakni *people trail* dan *paper trail*. *People trail* merujuk pada narasumber sebagai informan dalam wawancara yang kemudian diolah. Sementara, *paper trail* merujuk pada kurasi data berdasarkan dokumen atau berbagai literatur dan referensi yang sudah tersedia sebagai data dukung dari *people trail*. Data atau informasi tersebut dapat disajikan melalui infografis atau grafik yang menarik dan memudahkan untuk dipahami secara singkat oleh pembaca.

*Indepth news* merupakan jenis berita yang tidak didapatkan secara tiba-tiba. Biasanya, *indepth news* diproduksi dari berita yang sudah ada. Pun termasuk data-data yang ada, dapat diolah kembali untuk menghasilkan *indepth news*. Oleh karena itu, *indepth news* dapat dikomodifikasikan melalui berita seperti *hard news* dan *soft news* (Maharani dan Hasfi, 2020).

Berdasarkan penjelasan elemen-elemen jurnalisme konstruktif, berikut ini adalah kategorisasi penelitian yang akan menjadi lembar koding:

Tabel 1.7. Kategorisasi penelitian

Elemen	Penjelasan	Kategori
Solution	Ketika meliputi masalah, tambahkan juga pembingkaiian berita yang berorientasi solusi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berita memuat solusi yang mungkin diterapkan.</li> <li>2. Berita memuat solusi yang sudah diterapkan.</li> <li>3. Berita memuat ajakan kolaborasi antara masyarakat, <i>stakeholders</i>, dan <i>decision-markers</i>.</li> <li>4. Berita memuat saran dari aktivis atau ahli.</li> </ol>
Future Orientation	Menambahkan pertanyaan “now what” ke pertanyaan jurnalistik pada umumnya (5W+1H) dan menambahkan orientasi masa depan yang memungkinkan adanya perspektif produktif dan kemampuan orang-orang untuk sampai pada hal tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat pernyataan positif mengenai hal yang terjadi di masa depan jika solusi diterapkan.</li> <li>2. Terdapat harapan atau pernyataan optimis bahwa masalah yang diberitakan dapat diselesaikan.</li> </ol>
Inclusiveness and diversity	Menyertakan lebih banyak suara dan perspektif dalam berita.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat dua atau lebih perspektif (pendapat atau opini) dalam berita.</li> <li>2. Berita membahas isu minoritas.</li> <li>3. Berita membahas isu keberagaman.</li> <li>4. Berita membahas isu kaum marjinal.</li> <li>5. Berita membahas isu kehidupan nyata di masyarakat.</li> </ol>
Empower People	Mengajukan pertanyaan lain dan menyertakan variasi untuk memberdayakan “korban” dan pakar.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berita memuat ajakan berkolaborasi</li> <li>2. Berita memuat pernyataan masyarakat.</li> </ol>

	Pertanyaan harus menanyakan kemungkinan sumber daya, kolaborasi, kesamaan, dan solusi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Berita memuat pernyataan pakar.</li> <li>4. Berita memuat pernyataan aktivis.</li> <li>5. Berita memuat pernyataan stakeholders.</li> <li>6. Berita memuat jawaban siapa yang harus berkolaborasi.</li> <li>7. Berita memuat solusi yang dapat diterapkan langsung oleh masyarakat.</li> </ol>
The Rosling	Menjelaskan berita dan memberikan konteks. Menggunakan data untuk membuat infografis yang menjelaskan berita. Tujuannya untuk beralih dari meliput insiden menjadi meliput konteks.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berita memuat unsur 5W+1H.</li> <li>2. Berita menyajikan data dalam bentuk persentase.</li> <li>3. Berita menyajikan data berupa angka.</li> <li>4. Berita menyajikan data berupa frekuensi.</li> <li>5. Berita memuat ilustrasi.</li> <li>6. Berita memuat video.</li> <li>7. Berita memuat grafik yang menjelaskan data.</li> </ol>
Co-creation	Berita merupakan hasil kolaborasi antara jurnalis dan publik. Berita boleh ditulis oleh publik dan nama penulis harus dicantumkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berita boleh ditulis oleh publik (tidak harus jurnalis).</li> <li>2. Berita harus mencantumkan nama penulis.</li> </ol>

## **1.8 DEFINISI OPERASIONAL**

### **1.8.1 Format**

#### a. *Hard News*

*Hard news* merupakan berita yang berisikan informasi penting dan bersifat aktual atau memberikan informasi terkini (Wulandari, dkk., 2023). Informasi penting yang disampaikan biasanya berkaitan dengan kejadian yang memengaruhi atau berkaitan dengan kepentingan banyak orang.

#### b. *Soft News*

*Soft news* merupakan berita ringan, berita yang tidak terkait dengan aktualitas tetapi memiliki daya tarik bagi pembaca (Sarifah dan Purwanto, 2020). Biasanya menitikberatkan pada sesuatu yang mengolah emosi pembaca seperti menghibur, menakjubkan, dan simpati.

### **1.8.2 Topik**

#### a. Ekonomi

Berita bertopik ekonomi dikelompokkan dari berita yang membahas permasalahan keuangan nasional, problematika finansial yang memengaruhi kondisi atau stabilitas ekonomi negara. Berita yang termasuk dalam kategori ini seperti yang membahas investasi, kenaikan harga BBM, dan kenaikan harga mi instan.

#### b. Politik

Berita bertopik politik dikelompokkan dari berita yang membahas pergerakan elit politik yang telah menduduki jabatan pemerintahan seperti presiden, kepala daerah, dalam bermanuver mengelola pemerintahannya.

#### c. Sosial Budaya

Berita yang termasuk dalam topik sosial budaya membahas isu yang terjadi atau lekat dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Isu sosial budaya berkaitan dengan apa yang diciptakan atau muncul dari masyarakat, maupun konflik sosial atau kriminalitas yang menimpa masyarakat. Berita yang tergolong dalam topik ini diantaranya pinjol ilegal, komika yang merajalela, kuliner, dan mendadak jadi miliarder.

#### d. Kesehatan

Berita yang termasuk dalam topik kesehatan dalam edisi ini banyak berfokus pada isu covid-19, pandemi, maupun penyakit yang dibahas bagaimana penanganan yang tepat serta pencegahannya.

#### e. Hukum

Berita yang termasuk dalam topik hukum membahas isu mengenai aturan atau undang-undang yang baru disahkan, atau pelaksanaan dari undang-undang tersebut.

#### f. Lingkungan

Berita yang termasuk dalam topik lingkungan membahas isu kerusakan lingkungan atau perubahan iklim seperti sampah yang menggunung dan polusi udara.



### **1.8.3 Jenis Rubrik**

Kategori jenis rubrik dibagi menjadi 4 berdasarkan keterangan yang ditulis pada pojok kiri atas tampilan web rubrik JEO ketika berita ditampilkan. Keempat kategori tersebut sebagai berikut.

- a. Peristiwa
- b. Insight
- c. Tokoh
- d. Cerita Data

### **1.8.4 Solution**

- a. Berita memuat solusi yang mungkin diterapkan

Terdapat kalimat yang menunjukkan bahwa ada solusi yang dapat diterapkan terhadap masalah tersebut.

- b. Berita memuat solusi yang sudah diterapkan

Terdapat kalimat yang menunjukkan bahwa suatu solusi sudah pernah dilakukan

- c. Berita memuat ajakan kolaborasi antara masyarakat, stakeholders, dan decision-makers

Terdapat pernyataan anjuran bekerja sama beberapa atau berbagai pihak yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam berita

- d. Berita memuat saran dari aktivis atau ahli

Terdapat pernyataan yang diungkapkan ahli atau aktivis mengenai permasalahan tersebut.

### **1.8.5 Future Orientation**

- a. Terdapat pernyataan positif mengenai hal yang terjadi di masa depan jika solusi diterapkan.

Terdapat pernyataan positif meliputi hal-hal baik yang dimungkinkan atau diperkirakan terjadi di waktu mendatang apabila solusi diterapkan.

- b. Terdapat harapan atau pernyataan optimis bahwa masalah yang diberitakan dapat diselesaikan.

Terdapat kalimat yang menunjukkan semangat atau optimisme bahwa masalah yang diangkat dalam pemberitaan tersebut dapat diselesaikan, dipecahkan, diperbaiki, atau diminimalisasi.

### **1.8.6 Inclusiveness and Diversity**

- a. Terdapat dua atau lebih perspektif (pendapat atau opini) dalam berita.

Perspektif meliputi sudut pandang yang dibahas atau dikemukakan dalam berita tersebut. Perspektif dapat muncul dari pernyataan narasumber yang ada dalam berita.

- b. Berita membahas isu minoritas.

Isu minoritas meliputi isu yang berkaitan dengan kelompok yang berbeda secara kultural, fisik, kesadaran sosial, ekonomi, sehingga mendapatkan diskriminasi dan persekusi oleh segmen masyarakat mayoritas.

- c. Berita membahas isu keberagaman.

Isu keberagaman merujuk pada isu yang membahas mengenai keragaman berbagai kelompok yang dilatarbelakangi aspek sosial seperti agama, etnis, ras, golongan, dsb.

d. Berita membahas isu kaum marjinal.

Kaum marjinal identik dengan masyarakat atau kaum yang terpinggirkan dari kehidupan masyarakat.

e. Berita membahas isu kehidupan nyata di masyarakat.

Isu kehidupan nyata berarti kejadian riil yang benar sedang terjadi atau sedang dialami oleh masyarakat yang diberitakan.

### **1.8.7 Empower People**

a. Berita memuat ajakan berkolaborasi

Terdapat pernyataan yang meminta, mengajak, mengarahkan, beberapa pihak atau berbagai pihak untuk memecahkan masalah yang dibahas dalam berita.

b. Berita memuat pernyataan masyarakat

Terdapat kutipan langsung maupun tidak langsung yang berasal dari masyarakat.

c. Berita memuat pernyataan pakar

Terdapat kutipan langsung maupun tidak langsung yang berasal dari opini atau pendapat pakar atau ahli.

d. Berita memuat pernyataan aktivis

Terdapat kutipan langsung maupun tidak langsung yang berasal dari aktivis.

e. Berita memuat pernyataan stakeholders

Terdapat kutipan langsung maupun tidak langsung yang berasal dari stakeholders atau pemangku kepentingan. Dalam hal ini yaitu pemerintah atau pembuat kebijakan.

f. Berita memuat jawaban siapa yang harus berkolaborasi

Terdapat kalimat yang menyatakan siapa saja pihak yang harus bertanggungjawab atau bekerja sama untuk isu atau masalah tersebut.

- g. Berita memuat solusi yang dapat diterapkan langsung oleh masyarakat.

Terdapat solusi yang dapat atau dimungkinkan dilakukan oleh masyarakat baik sebagai individu atau kelompok.

### 1.8.8 The Rosling

- a. Berita memuat unsur 5W+1H

5W+1H yakni *what, where, when, who, why*, dan *how* yang dijelaskan sebagai berikut.

*What*: apa yang terjadi? Apa yang dibahas?

*Where*: dimana hal tersebut terjadi?

*When*: kapan hal tersebut terjadi?

*Who*: siapa yang terlibat dalam hal tersebut?

*Why*: mengapa hal tersebut bisa terjadi?

*How*: bagaimana hal tersebut terjadi?

- b. Berita menyajikan data dalam bentuk persentase

Persentase berarti data yang ditulis dalam bentuk persen yang ditandai dengan simbol “%”

- c. Berita menyajikan data berupa angka

Data berupa angka atau data numerik berarti menggunakan simbol angka yang berkomposisi dari angka 1-9.

- d. Berita menyajikan data berupa frekuensi

Data yang ditunjukkan ditulis dengan kata "... kali", contoh: 5 kali dalam seminggu.

e. Berita memuat ilustrasi

Ilustrasi dapat berupa gambar atau infografis mengenai isu dalam berita.

f. Berita memuat video

Video dapat berupa liputan berformat audio-video yang dicantumkan dalam berita.

g. Berita memuat grafik yang menjelaskan data

Grafik dapat berupa diagram batang, garis, lingkaran, dsb.

### **1.8.9 Co-creation**

a. Berita boleh ditulis oleh publik (tidak harus jurnalis)

Terdapat keterangan bahwa berita tidak ditulis oleh jurnalis, melainkan kontributor atau penulis lepas.

b. Berita harus mencantumkan nama penulis

Terdapat keterangan nama penulis yang biasanya terletak di awal atau di akhir berita.

## **1.9 METODE PENELITIAN**

### **1.9.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi (Saptiyono, Watie, dan Julianto, 2020). Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang ada secara valid,

objektif, dapat direplikasi, dan reliabel (Eriyanto, 2011: 15). Oleh karena itu, hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk persentase berupa diagram yang menggambarkan kondisi implementasi jurnalisme konstruktif dari berita yang dipublikasi oleh media online. Diagram tersebut merupakan hasil interpretasi hasil pengkodean. Tipe penelitian tersebut dipilih karena penelitian ini untuk menggambarkan atau mendeskripsikan penerapan jurnalisme konstruktif pada artikel berita media online di Indonesia.

## **1.9.2 Populasi dan Sampel**

### **1.9.2.1 Populasi**

Populasi dari penelitian ini merupakan artikel rubrik JEO dari kompas.com yang diunggah pada periode 1 Oktober 2021 hingga 30 September 2022 sebanyak 43 artikel. Kompas.com dipilih sebagai obyek penelitian ini karena menjadi salah satu media massa online yang paling banyak diakses di Indonesia (*Digital News Report*, 2022), pernah diadukan ke Dewan Pers, dan pemberitaannya masih mengandung berita negatif.

### **1.9.2.2 Sampel**

Sampel dari penelitian ini berjumlah 43 artikel.

## **1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik *systematic random sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2012:121), teknik pengambilan sampel ini didasarkan pada urutan dari anggota populasi yang

telah diberi nomor urut. Artikel *indepth news* “JEO” Kompas.com diberikan nomor urut dari 1-86. Artikel yang menjadi sampel adalah yang diberi nomor urut ganjil.

#### **1.9.4 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data penelitian ini adalah data deskriptif dengan sumber data sebagai berikut:

##### **1.9.4.1 Jenis Data**

Data pada penelitian ini merupakan data kuantitatif yang diperoleh dari lembar koding.

##### **1.9.4.2 Sumber Data**

a. Data primer

Data primer pada penelitian ini didapatkan dari artikel *indepth news* “JEO” Kompas.com yang dimuat pada 1 Oktober 2021 hingga 30 September 2022.

b. Data sekunder

Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari referensi terkait berupa situs internet, buku, maupun jurnal yang membahas tentang analisis isi kuantitatif artikel berita.

#### **1.9.5 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala data nominal yang ditandai dengan “ya”, “tidak”, atau “ragu-ragu” dengan memuat “1” atau “0” pada lembar koding.

#### **1.9.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan atau mendokumentasi artikel *indepth news* yang diterbitkan selama satu tahun oleh Kompas.com dalam rubrik

“JEO”. Kemudian, artikel berita tersebut dimasukkan ke dalam kategorisasi yang ditentukan berdasarkan lembar koding.

### **1.9.7 Teknik Analisis dan Interpretasi Data**

Analisis dan interpretasi data pada penelitian ini dilakukan dengan analisis isi kuantitatif menggunakan koding yang dilakukan peneliti dan koder. Artikel yang telah dikumpulkan dan didokumentasikan, akan dimasukkan pada lembar koding atau *coding sheet*. Setiap artikel yang memuat elemen-elemen jurnalisme konstruktif, akan diberikan kode “1” per elemen. Jika satu artikel tidak memuat suatu elemen jurnalisme konstruktif, maka akan diberikan kode “0”.

Setelah dua koder memberikan kode pada lembar koding, dilakukan penghitungan frekuensi masing-masing kategori dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P: Persentase

F: Frekuensi

N: Jumlah Sampel

### **1.9.8 Kualitas Data**

Kualitas data pada penelitian ini dilakukan dengan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan antara peneliti dan dua orang pengkoder. Masing-masing koder diberikan lembar koding dan akan dilihat persamaan dan perbedaan hasil koding. Kemudian, dilakukan uji reliabilitas antar koder (*Intercoder reliability*). Apabila didapatkan hasil uji reliabilitas di atas 90% atau 0,9, maka data dianggap reliabel.

Rumus uji reliabilitas yang digunakan yaitu rumus Holsti (Eriyanto, 2011) sebagai berikut:



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

Keterangan:

CR: koefisien reliabilitas

M: kesepakatan koder

N: jumlah yang diteliti