

Implementasi Pesan Jurnalisme Positif pada Media Online terhadap Agenda Pemilu 2019

Fadhila Nur Rizky Islami, Santi Indra Astuti
 Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi
 Universitas Islam Bandung
 Bandung, Indonesia
 fadhislami@gmail.com, santi.indraastuti@gmail.com

Abstract—In the modern era, the speed is changing the way and the perspective of journalists in the media. The principle of the media in Indonesia, in general many are familiar with the adage "Bad News is Good News". Lately this role has been replaced by new journalism principles which are based on positive journalism. Positive journalism is the concept of thinking about how journalistic activities are carried out properly and correctly according to journalistic principles and humanitarian principles so that the news presented is not only objective and meaningful, but also fosters optimism and positive behavior in the public reader. "Good News is Good News" is starting to become a benchmark for some media who are worried about seeing a lot of negative news in Indonesia in the mainstream media. The amount of tendentious news has begun to appear when the political year arrives, namely the Presidential and VicePresidential Elections along with the 2019 Legislative Election May 21-22 edition. Starting from there, the researcher intends to find out the real message content that is highlighted for both positive online media, namely TIMES Indonesia and Berita Satu in carrying out positive aspects. This type of research used by researchers is a type of quantitative research. The results of this study indicate that the TIMES Indonesia media and Berita Satu have implemented the principle of positive journalism in terms of positive focus, successful story, truth, and completeness.

Keywords—*Positive Journalism, Online Media, TIMES Indonesia, Berita Satu, 2019 Elections.*

Abstrak—Di era modern saat ini kecepatan mengubah cara dan sudut pandang kerja jurnalis di media. Prinsip media di Indonesia, umumnya banyak yang mengenal adagium "Bad News is Good News". Belakangan ini peran tersebut tergantikan oleh prinsip jurnalisme baru yang berlandaskan jurnalisme positif. Jurnalisme positif adalah konsep pemikiran tentang bagaimana aktivitas jurnalistik dijalankan dengan baik dan benar sesuai kaidah jurnalistik dan asas kemanusiaan agar berita yang disajikan tidak saja objektif dan bermakna, melainkan juga menumbuhkan optimisme dan perilaku positif pada publik pembaca. "Good News is Good News" mulai menjadi tolok ukur beberapa media yang cemas melihat banyaknya berita negatif di Indonesia pada media mainstream. Banyaknya berita tendensius sudah mulai terlihat saat tahun politik tiba yaitu Pemilu Presiden dan Wakil Presiden beserta Pemilihan Legislatif 2019 edisi 21-22 Mei. Berawal dari sana, peneliti bermaksud mengetahui isi pesan yang ditampilkan secara nyata yang ditonjolkan bagi kedua media online bernada positif yaitu TIMES Indonesia dan Berita Satu dalam menjalankan aspek-aspek positif. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media TIMES

Indonesia dan Berita Satu sudah menjalankan prinsip jurnalisme positif dari segi aspek fokus positif, keberhasilan, kebenaran, dan kelengkapan.

Kata kunci—*Jurnalisme Positif, Media Online, TIMES Indonesia, Berita Satu, Pemilu 2019.*

I. PENDAHULUAN

Media *online* menjadi suatu kebutuhan bagi manusia saat ini. Menurut [1] media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*), *radio online*, *TV online* dan email.

Hingga kini keberadaan media *online* begitu banyak jumlahnya yang tersebar di belahan dunia. Untuk di Indonesia, Dewan Pers mencatat, sebanyak total 44.300 media online yang ada di Indonesia. Meski diantaranya, hanya sedikit saja data perusahaan pers yang sudah terverifikasi oleh Dewan Pers.

Dikutip dari (Pranz, & Sauer, 2017, hlm. 104) dalam buku Ulrik Haagerup yang berjudul "*Constructive News: Why bad news destroy the media and democracy*" berpendapat bahwa dalam jurnalisme zaman digital harus mendapatkan kembali perhatian dan kepercayaan *audiens*-nya dengan menyediakan keseimbangan baru antara fungsi kritis dan pendidikan jurnalisme di satu sisi dan solusi.

Menakar era modern saat ini kredibilitas media mulai digerogoti oleh kepentingan pemilik media, yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat. Hal ini yang dinamakan Post Truth Era dan telah berlangsung selama masa Pemilihan Umum.

Fenomena *Post Truth Era*, ini sudah berkembang sejak lama. Tahun 2016, Oxford menjadikan kata *post-truth* sebagai "*Word of the Year*". Kamus Oxford sendiri mendefinisikan istilah *post-truth* sebagai kondisi di mana fakta tidak terlalu berpengaruh dalam membentuk opini publik dibanding emosi dan keyakinan personal.

Melihat prinsip media di Indonesia, umumnya banyak yang mengenal adagium "*Bad News is Good News*", kini jurnalisme telah memasuki ranah jurnalisme baru, membuat prinsip tersebut mulai tergantikan dengan kehadiran jurnalisme positif yang mengacu pada "*Good News is Good News*"

Adagium "*Good News is Good News*" menjadi tranformasi wujud perkembangan jurnalisme positif masa

kini. Di luar negeri, prinsip ini dikenal dengan jurnalisme konstruktif. [2] menyebutkan bahwa, jurnalisme konstruktif adalah bentuk jurnalisme yang muncul yang melibatkan penerapan teknik psikologi positif pada proses dan produksi berita dalam upaya menciptakan liputan yang produktif dan menarik juga memegang teguh fungsi inti jurnalisme.

Prinsip ini pula digunakan oleh media TIMES Indonesia dan Berita Satu. Kehadiran jurnalisme positif ini menawarkan perspektif baru dalam pemberitaan. Jurnalisme positif menekankan peran pers sebagai pencerahan, dan bisa menumbuhkan optimisme sebagai bangsa. Selain itu, juga bertujuan mengembangkan nilai-nilai positif Indonesia sebagai bangsa dan menghindari berita-berita yang justru melemahkan semangat.

Pada tahun 2019, Indonesia serentak menggelar Pemilihan Umum. Berbagai polemik dan kerusuhan mewarnai pada 21-22 Mei 2019 lalu. Hal itu yang menyebabkan media terpecah belah, dan membuat pembaca bingung.

Berita yang tendensius mewarnai situasi politik Indonesia yang pelik. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah kedua media tersebut telah memenuhi syarat sebagai jurnalisme positif? Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui berita-berita nampak pada teks dan mengandung indikator positif.

Selanjutnya, adapun tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media online TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek fokus positif (*positive focus*).
2. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media online TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek keberhasilan (*successful story*).
3. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media online TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek kebenaran (*truth*).
4. Untuk mengetahui penerapan unsur jurnalisme positif pemberitaan Pemilu 2019 di media online TIMES Indonesia dan Berita Satu dilihat dari aspek kelengkapan.

II. LANDASAN TEORI

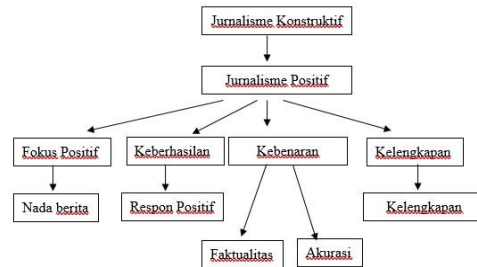
Sejak ditetapkan secara normatif, UU Pers ini dijalankan oleh media pers yang beraliran jurnalisme positif hingga saat ini. Satu-satunya kepentingan pers adalah untuk masyarakat, kepentingan umum, kepentingan publik, baik kepentingan masyarakat Indonesia, maupun kemanusiaan secara universal. [3] mengungkapkan bahwa kebebasan yang dilakukan juga disertai dengan tanggungjawab sosial, penyebaran informasi harus dalam batas objektivitas, melaksanakan kontrol sosial (semua

pihak dan keadaan) secara konstruktif.

Menjalankan sebagai jurnalisme positif, kedua media ini tetap menjalankan berdasarkan kaidah yang berlaku, berlandaskan Kode Etik Jurnalistik (KEJ) juga UU Pers No. 40 Tahun 1999.

Jurnalisme konstruktif hadir sebagai jurnalisme hebat. Untuk dapat mengukur jurnalisme konstruktif, Daniel Batist, telah memetakan skema aspek-aspek positif dalam jurnalisme positif menjadi empat bagian yaitu Fokus Positif (*Positive Focus*), Keberhasilan (*Successful Story*), Kebenaran (*Truth*), Kelengkapan (*Completeness*).

Maka itu, berikut ini gambar dari jurnalisme konstruktif, yang tergambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Jurnalisme Konstruktif Daniel Batist

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa konsep jurnalisme konstruktif, yang diturunkan dalam jurnalisme positif terdiri dari empat dimensi yaitu:

1. Fokus Positif (*Positive Focus*). Dimensi ini merupakan pokok atau landasan pada suatu berita. Fokus positif ini diturunkan menjadi aspek nada berita. Umumnya, nada berita terdiri dari tiga bagian: positif, negatif, dan netral.
2. Keberhasilan (*Successful Story*). Dimensi ini merupakan penilaian aspek positif berdasar objek berita. Pada dimensi keberhasilan diturunkan menjadi lima aspek yaitu harapan, optimisme, *self-efficacy*, perilaku altruistik, dan lainnya.
3. Kebenaran (*Truth*). Dimensi ini membahas mengenai keakuratan dan nilai fakta pada berita yang terjadi di lapangan. Pada dimensi ini terbagi menjadi dua sub yaitu faktualitas dan akurasi. Untuk nilai faktualitas, terdapat dua turunan yaitu faktualitas dan *readability*. Sementara untuk akurasi diturunkan menjadi lima bagian yaitu, verifikasi terhadap fakta, relevansi sumber berita, konsistensi penulisan berita, kesesuaian judul dengan isi berita, dan kesesuaian foto dengan isi berita.
4. Kelengkapan (*Completeness*). Pada dimensi ini kelengkapan berita berkaitan dengan unsur 5W+1H. Umumnya, media jurnalistik biasa menggunakan unsur ini pada berita.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Aspek-Aspek Positif Jurnalisme Positif pada Berita Media Online

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *total sampling* yang berarti keseluruhan populasi dijadikan sampel karena kurang dari 100 berita.

Adapun berita pada TIMES Indonesia berjumlah 12 berita, sementara Berita Satu 147 berita. Maka itu, 159 berita menjadi objek yang dianalisis oleh peneliti. Berikut adalah penelitian mengenai "Implementasi Pesan Jurnalisme Positif Pada Media Online Terhadap Agenda Pemilu 2019" yang diuji hasilnya dengan menggunakan Koefisien Kontingensi Pearson lalu diuji reliabilitas dengan Indeks Reliabilitas Coding (IRC) dari tiap dimensi. Berikut adalah kriteria hasil indeks reliabilitas beserta IRC yang diperoleh.

TABEL 1
KRITERIA HASIL INDEKS RELIABILITAS CODING PEARSONS

Kriteria	Presentase
Sangat Tinggi	80%-100%
Tinggi	60%-80%
Kurang Tinggi	40%-60%
Sangat Kurang Tinggi	0%-40%

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2019.

1.	Fokus Positif	Nada Berita	TIMES Indonesia	94,73%	*Lolos
			Berita Satu	87,74%	*Lolos

Gambar 2. Dimensi Fokus Positif

Fokus Positif sendiri, diturunkan menjadi nada berita (*tone of news*) oleh Daniel Batist. Disebutkannya, sub dimensi nada berita memiliki 3 aspek yang diukur yaitu positif, negatif, dan netral. Pemberitaan bernada positif mengarahkan kepada teks atau pesan yang ke arah hal yang pro. Sementara berita yang bernada negatif mengarah pada hal yang berkaitan dengan kontra.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai pada dimensi fokus positif kedua media sangat tinggi. TIMES Indonesia memperoleh nilai aspek nada berita 94,73%, sementara Berita Satu 87,74%. Hasil yang sangat tinggi dikarenakan landasan berita yang disebarluaskan 80-90% bernada positif, dan kesepakatan antar *coder* sepakat bahwa kedua media tersebut telah memenuhi unsur

tersebut. Maka itu, berdasarkan hasil yang didapatkan, keputusan pada kedua media tersebut telah lolos dari uji reliabilitas.

Keberhasilan memiliki nilai apakah berita yang dipublikasikan mencerahkan dan juga menebarkan kebaikan, atau sebaliknya. Jurnalisme konstruktif tidak hanya mengurangi sebagian dampak psikologis yang merugikan dari membaca berita yang didominasi negatif, tetapi secara aktif mempromosikan respons yang lebih positif.

Keberhasilan memiliki lima aspek yaitu harapan, optimisme, efikasi diri, perilaku altruistik dan lainnya.

2.	Keberhasilan	Respon Positif	TIMES Indonesia	96,41%	*Lolos
			Berita Satu	85,97%	*Lolos

Gambar 3. Dimensi Keberhasilan

Berikutnya, pada dimensi keberhasilan nilai uji reliabilitas coding pada media TIMES Indonesia menunjukkan angka 96,41%. Sementara itu, Berita Satu 85,97%. Kesepakatan antar *coder* untuk mengidentifikasi nilai keberhasilan sangat tinggi. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya sajian positif di dalamnya, sehingga hasilnya telah sesuai dengan syarat jurnalisme konstruktif.

3.	Keberhasilan (Truth)	Faktualitas	TIMES Indonesia	89,62%	*Lolos
			Berita Satu	63,95%	*Lolos
		Keterbacaan	TIMES Indonesia	90,75%	*Lolos
			Berita Satu	93,63%	*Lolos
		Verifikasi terhadap Fakta	TIMES Indonesia	94,74%	*Lolos
			Berita Satu	96,08%	*Lolos
	Akurasi	Relevansi Sumber Berita	TIMES Indonesia	98,17%	*Lolos
			Berita Satu	84,98%	*Lolos
		Konsistensi Penulisan Berita	TIMES Indonesia	100%	*Lolos
			Berita Satu	95,94%	*Lolos
		Kesesuaian Judul dengan Isi Berita	TIMES Indonesia	98,17%	*Lolos
			Berita Satu	98,07%	*Lolos
Kesesuaian Foto dengan Isi Berita	TIMES Indonesia	100%	*Lolos		
	Berita Satu	95,52%	*Lolos		

Gambar 4. Dimensi Kebenaran

Dimensi kebenaran umumnya terbagi menjadi dua sub dimensi yaitu faktualitas dan akurasi. Untuk nilai faktualitas yaitu melihat fakta untuk menjangkau kebenarannya. Sementara akurasi untuk mengetahui bagaimana ketepatan suatu informasi atau data yang diolah oleh media tersebut.

Faktualitas mengacu pada teks yang terdiri atas sejumlah unit informasi yang dapat dibedakan satu sama lainnya yang diperlukan untuk memahami suatu peristiwa bernilai berita. Akurasi mengacu pada data atau informasi yang dinilai akurat dari segi penyajian teks. Melalui kedua sub dimensi tersebut, baik media TIMES Indonesia dan Berita Satu memiliki nilai yang tinggi dan lolos dari uji reliabilitas coding dengan angka yang mencapai 80-90%. Hal ini menandakan dalam aspek keakuratan informasi, juga nilai faktual pada suatu pemberitaan dominan, sehingga kesepakatan antar *coder* sepakat dalam dimensi ini.

4.	Kelengkapan an	Kelengkapan Isi Berita	TIMES Indonesia	94,74%	*Lolos
			Berita Satu	98,07%	*Lolos

Gambar 5. Dimensi Kelengkapan

Kedalaman suatu berita dapat dilihat dengan berita yang menonjolkan unsur berita 5W+1H, yaitu *Who, What, When, Where, Why*, dan *How*. Pada dimensi kelengkapan, nilai uji reliabilitas coding pada media TIMES Indonesia menunjukkan 94,74%, sementara Berita Satu memperoleh 98,07%. Hasil ini membuat kedua media ini telah memenuhi syarat. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya pemberitaan yang memenuhi unsur 5W+1H juga kesepakatan antar *coder* yang sepakat.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Untuk media TIMES Indonesia dan Berita Satu dalam aspek fokus positif sudah sangat tinggi. Berita-berita yang dihasilkan dominan berita positif yang menunjukkan salah satu syarat sebagai jurnalisme positif.
2. Untuk media TIMES Indonesia dan Berita Satu dalam aspek keberhasilan juga sangat tinggi. Hal ini sudah terlihat karena dalam teks atau berita menampilkan kalimat yang membangun, dan menebar optimisme.
3. Untuk media TIMES Indonesia dan Berita Satu dalam aspek kebenaran juga tinggi ke sangat tinggi. Dalam penerapannya, TIMES Indonesia konsisten dalam penulisan dan verifikasi fakta sehingga nilai kebenarannya teruji. Sementara Berita Satu juga mengandalkan berita yang mudah dipahami sehingga keterbacaan membuka cakrawala pembaca pada suatu informasi.
4. Untuk media TIMES Indonesia dan Berita Satu dalam aspek kelengkapan sangat tinggi. Hal ini terlihat dari berita yang disajikan telah memenuhi unsur 5W+1H dalam pemberitaannya.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi pada penelitian analisis isi lainnya dalam menganalisis teks.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan menjadi penelitian kualitatif studi audiens media. Hal ini agar penelitian dapat lebih mendalam.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkembang ke ranah *cyber* media. Hal ini agar penelitian ini dapat menjangkau lebih luas lagi, tidak hanya menganalisa dari segi tekstual saja.

B. Saran Praktis

Sejalan dengan hasil penelitian ini, maka peneliti mengharapkan agar media TIMES Indonesia dan Berita Satu dapat menjalankan juga mempertahankan prinsip jurnalisme positif. Prinsip "Good News is Good News" harus ditularkan pada media mainstream lainnya agar berita yang disajikan dapat membangun optimisme, juga bermanfaat antarsesama.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola Media Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia. 2012).
- [2] McIntyre, Karen dan Gibson, Rhonda. 2016. "Positive News Makes Readers Feel Good: A "Silver-Lining" Approach to Negative News Can Attract Audiences", dalam *Southern Communication Journal*. Chapel Hill: University of North Carolina.
- [3] Gani, Rita. 2005. "Media Massa dalam Masyarakat Madani" dalam *Jurnal Komunikasi* Vol.6, No.1, Juni 2005.
- [4] Dagoula, Chrsyi. 2018. "Constructive Journalism", dalam *Journal of Applied Journalism & Media Studies*". Groningen: University of Groningen.
- [5] Haageerup, Ulrik. 2014. "Constructive Journalism:" Why Negativity Destroys the Media and Democracy-and How to Improve Journalism of Tommorrow". http://www.innovatio.de/pdf/constructive_news_web_teaser.pdf. Diakses tanggal 23 April 2019, pk 23.14 WIB.
- [6] Syuhada, Kharisma. 2017. "Etika Media di Era Post-Truth". <http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/viewFile/8789/pdf>. Tanggal akses 25 November 2019, pk 19.34 WIB
- [7] Poort, Marije. 2017. "Constructive Journalism: An Answer to the Negativity of the News". Thesis. Swedia: Institute of Journalism Master's of Södertöms University. Alma, Buchari. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.