

4. ANALISA DATA

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Menurut Hamad (2004), berikut adalah gambaran umum dari perusahaan yang akan menjadi objek penelitian untuk mengetahui objektivitas pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin di Kompas dan Jawa Pos:

4.1.1. Kompas

Kompas didirikan oleh mendiang P.K. Ojong (Petrus Kanisius Ojong atau Ojong Peng Koen) bersama Jakob Oetama, Kompas pertama kali terbit kali tanggal 28 Juni 1965. Sebelumnya, keduanya mendirikan majalah bulanan *Intisari*, yang terbit pertama tahun 1963. Jakob Oetama sendiri merintis kariernya sebagai wartawan mingguan *Penabur* pada tahun 1955. Setelah Ojong meninggal, Jakob Oetama-lah yang menjadi nahkoda dalam membesarkan Kompas. Dewasa ini Kompas telah menjadi surat terkemuka di Indonesia dalam rumpun usaha KKG – Kelompok Kompas Gramedia.

Nama Kompas sering diplesetkan dengan *Komando Pastor* atau *Komando Pak Seda*. Tentulah ini ada dasarnya. Ketika koran ini akan didirikan, situasi saat itu – yakni tahun 1963, dimana tiap-tiap surat kabar mempunyai afiliasi politik – mengharuskan Kompas memiliki afiliasi politik juga. Maka Kompas pun berafiliasi dengan Partai Katolik, yang diketuai Frans Seda.

Dari latar belakang P.K. Ojong dan Jakob Oetama sendiri, kesan Katolik ini bisa saja orang menangkapnya. Namun sebetulnya Kompas lebih mengutamakan visi humanisme transendental, yang lagi-lagi sering dikaitkan dengan Katolik. Tentang sosok Jakob Oetama sebagai nahkoda Kompas, Frans Seda menulis:

“Jakob melihat posisinya sebagai pengusaha dan wartawan, sebagai Pengabdian. Jakob adalah seorang Humanis; dan Humanis Kristiani. Pengabdian pada Kemanusiaan. Ini kan arti yang paling inti dari Penebusan

dan Penyelamatan Kristiani. Tuhan sendiri begitu menghargai Manusia dan kemanusiaan hasil ciptaan-Nya, sehingga mengutus Putera-Nya sendiri untuk datang hidup dengan dan diantara Manusia (Emanuel) untuk mengabdikan dan melalui pengabdian itu membawa Penebusan dan Penyelamatan bagi Manusia. Pengabdian secara profesional sebagai Humanis Kristiani merupakan dasar dari religiositasnya Jakob”

Jakob Oetama sendiri menilai hidup dan profesinya sebagai berikut: “Hidup ini seolah-olah sebagai kebetulan-kebetulan, tetapi bagi saya itulah *providentia Dei*, itulah penyelenggaraan Ilahi”.

Sebagai konsekuensi dari humanismenya tersebut, Kompas juga menggunakan bahasa humanitas dalam menyajikan fakta kepada pembaca. Dalam berbahasa, Kompas tidak kenes, tetapi plastis. Tidak memakai bahasa yang kering, formal, abstrak dan rasional, tetapi yang menyangkut perasaan intuisi, dan emosi manusia.

Ada tiga strategi pembahasan yang dilakukan Kompas bila harus mengupas sebuah masalah sensitif yang berkembang di tengah masyarakat. Pertama, model jalan tengah (MJT); menguat secara tidak langsung; mengkritik tapi disampaikan dengan santun, terkesan berputar-putar, dan mengaburkan pesan yang hendak disampaikan.

Kedua, model saringan surga (MAS); dalam mengupas masalah Kompas bukan menggugat atau mempertanyakan hal-hal tertentu; tetapi lebih sebagai imbauan serta harapan. Ketiga, model anjing penjaga (MAP); yang bersifat terbuka dan menggunakan bahasa yang lebih berani.

Dengan visi dan strateginya itu, kini Kompas telah menjadi raksasa di dunia pers. Dimulai dengan mencetak koran, kini telah berkembang menjadi multimedia, merambah berbagai aktivitas lain hingga menjadi *media-empire* yang kuat dan kaya. Sedikitnya 23 penerbitan yang berada di bawah KKG: *Serambi Indonesia, Sriwijaya Post, Bernas, Surya, Pos Kupang, Banjarmasin Post (harian); Hoplaa Bola, Citra, Kontan, Otomotif, Raket, Warta Pramuka, Bobo, Hai, Hidup, Jakarta-Jakarta, Kawanku, Nova (mingguan); Info Komputer (tengah bulanan); Foto Media, Intisari (bulanan), Product and Industry (dwi bulanan).*

Dengan mengusung idealisme tercapainya misi “Amanat Hati Nurani Rakyat” yang sekaligus menjadi merk dagang (*brand market*), Kompas membidik pasar kelas menengah ke atas (B hingga A-1). Pembaca Kompas dari segi umur, terbanyak pada umur 25 hingga 40 tahun, dengan pekerjaan dalam bidang *white collar*. Sebagai koran nasional, peredaran Kompas meliputi hampir seluruh kota di Indonesia, dan selalu menjadi *market leader*.

- Visi Kompas :

Menjadi institusi yang memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan.

- Misi Kompas :

Mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah perubahan dengan menyediakan dan menyebarkan informasi yang terpercaya.

- Ciri-ciri Kompas :

1. Kompas bersifat nasional, dan berusaha menjadi perwujudan dari aspirasi dan cita-cita bangsa secara positif
2. Kompas bersifat luas dan bebas dalam pandangan-pandangannya dengan memperhatikan konteks struktur kemasyarakatan dan pemerintahan
3. Kompas menganut asas-asas dasar pers dengan selalu berusaha menggunakan pendekatan dengan cara yang pantas
4. Kompas adalah lembaga pers yang bersifat umum dan terbuka
5. Kompas tidak melibatkan diri dalam kelompok yang bersifat membatasi dalam kecenderungan pengelompokan politik, agama, sosial dan ekonomi
6. Kompas secara aktif membuka interaksi positif dan dialog antara segala kelompok yang ada.

- Nilai-nilai dasar Kompas:

- ❖ Menghargai manusia dan nilai-nilai kemanusiaan sesuai dengan harkat dan martabatnya
- ❖ Mengutamakan watak baik
- ❖ Profesionalisme, berarti bahwa kaidah jurnalistik tidak boleh dilanggar, *cover both sides*, seimbang, serta cek dan ricek
- ❖ Semangat kerja tim
- ❖ Berorientasi pada keputusan konsumen (pembaca, pengiklan, mitra kerja, penerima proses selanjutnya)

Dalam pemberitaannya mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin, Kompas menyajikan semua berita baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri khususnya China, mengingat bahwa kasus mengenai makanan dan minuman ini berasal dari China. Setiap berita yang disajikan oleh Kompas cenderung bersifat menceritakan kejadian yang terjadi secara detail.

4.1.2. Jawa Pos

Jawa Pos didirikan pada 1949 oleh The Cheung Shen, seorang pegawai salah satu bioskop di Surabaya. Pada tahun-tahun berikutnya, dia juga menerbitkan beberapa koran berbahasa Mandarin, Belanda (yang karena alasan politik harus tutup tahun 1960), dan Inggris yang gulung tikar pada 1970-an.

Tahun 1982, oplah Jawa Pos tinggal 6.800 eksemplar akibat menghadapi banyak masalah, diantaranya karena “Pak The” (nama panggilan Mr. Chung Shen) sudah berusia 83 tahun sementara ketiga anaknya, tak satu pun yang mau mengurus Jawa Pos. Oleh sebab itulah Pak The menjual perusahaan ini kepada PT Graffiti Pers, penerbit majalah Tempo, dengan Eric F.H. Samola sebagai presiden direktur.

Di kalangan Jawa Pos, Samola (1937-200) dianggap sebagai The Founding Fathers disamping Chung Shen (1904-1989).

Tak seorang pun ingin mengambil alih Jawa Pos melebihi yang dilakukan Eric F.H. Samola pada 1982. Adalah Samola, pencipta fondasi

manajemen Jawa Pos baru. Mengingat domisilinya di Jakarta, Samola menunjuk Dahlan Iskan yang saat itu sebagai reporter Tempo di Jawa Timur untuk menjalankan rutinitas harian baru tersebut.

Justru di tangan Dahlan Iskan inilah Jawa Pos berkembang melebihi induknya Tempo. Malahan bisa dikatakan “Jawa Pos adalah Dahlan Iskan”. Hal ini karena ia banyak membawa ide-ide baru, diantaranya gaya penulisan yang dijuluki “*news-telling*”, sebuah gaya yang ketika itu benar-benar baru bagi dunia pers Indonesia, sehingga memudahkan pembaca memahami isi berita. Ide brilian lainnya adalah menjadikan istri-istri para pegawai Jawa Pos sebagai distributor. Sebab saat itu tidak seorang pun yang mau mendistribusikannya (karena oplahnya terlalu kecil, hanya 6.800, jauh lebih kecil dibandingkan koran lain di Surabaya yang mencapai 100.000 saat itu).

Ide baru Dahlan menjadikan Jawa Pos sebagai koran pertama di Indonesia yang menggunakan komputer di ruang wartawan dan koran pertama yang dicetak warna setiap hari (1986). Belakangan, Jawa Pos menjadi koran pertama yang diterbitkan dalam beberapa bagian dan terbit di hari-hari libur.

Selain itu, Jawa Pos memprakarsai teknologi cetak jarak jauh di Indonesia, dan saat ini dicetak di enam kota, Surabaya, Banyuwangi, Solo, Banjarmasin, Balikpapan, dan Jakarta dalam waktu bersamaan. Divisi percetakannya terus berkembang dan memperbanyak mesin cetak untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas. Beberapa mesin juga dipergunakan untuk koran lain di bawah bendera Grup Jawa Pos. Ide yang masih dikembangkan (sejak 2001) Dahlan adalah rencana membangun sebuah jaringan berskala internasional, bekerja sama dengan beberapa media internasional. Selain itu, dia mempersiapkan Jawa Pos untuk *go public*. Pada tahun yang sama, dia juga akan kapasitas produksi pabrik kertasnya dari 100 ton menjadi 150 ton per hari. Tujuannya melanjutkan peningkatan kapasitas di tahun-tahun mendatang. Untuk prestasinya, Dahlan diberi penghargaan sebagai “The Best CEO 2001” untuk bisnis media dan menduduki posisi keempat CEO terbaik setelah Eva Hutapea (Indofood), Rini Suwandi (Astra Inrenasional), dan James Riyadi (Lippo Group).

Ketika Tempo mengakuisisi Jawa Pos Tahun 1982, tujuannya adalah membantu peliputan kampanye Pemilu 1982. Tetapi dalam perkembangan selanjutnya, orientasi pasarnya jauh melebihi motivasi politiknya. Jawa Pos tidak hanya tumbuh dan berkembang, melainkan tertanam kuat di benak pembacanya; tahun 1992, bahkan menempati urutan ketiga sebagai koran terbesar di Indonesia dengan oplah 350.000 eksemplar. Tahun 1997, menurut SRI Jawa Pos (dengan pembaca 1.014.000 orang) menempati urutan ke-4 secara nasional setelah Pos Kota, Kompas, Suara Pembaruan, dengan oplah 400.000 eksemplar.

Pada 2000, Jawa Pos menerima penghargaan *Customer Satisfaction Award* dari Swa (salah satu majalah bisnis berpengaruh di Indonesia) yang bekerja sama dengan *Frontier* (sebuah institusi penelitian pemasaran). Pembacanya digambarkan sebagai pembaca “fanatik”. Ini tidak lepas dari pelayanan perusahaan yang sangat baik, kedekatan kepada para pembacanya, gaya jurnalisme “komunitas”, dan aktivitas-aktivitas kreatifnya yang banyak melibatkan masyarakat secara langsung. Penelitian yang dilakukan RMI (Riset Marketing Indonesia) pada 2000 menunjukkan bahwa 68,6 persen orang dewasa di Surabaya membaca Jawa Pos. Oplah tahun 2000 mencapai 400.000 eksemplar dengan distribusi terbesar kedua di Indonesia. Selain beredar di seluruh Jawa dan Indonesia bagian Timur, Jawa Pos juga merambah ke Hongkong, Brunei Darussalam, Kuala Lumpur, dan Makkah-Madinah (Hamad, 2004, p.150).

Meskipun berpusat di Surabaya, sejumlah besar staf redaksi berada di Jakarta untuk membuat liputan nasional sebagai koran lain. Setiap hari, Jawa Pos diterbitkan dalam empat seksi yang berbeda: Jawa Pos, Metropolis, Olahraga dan DeTeksi. Tujuannya membangun pembacanya 10-15 tahun mendatang.

Tiga hal lain yang dilakukan Jawa Pos dalam mempertahankan pasar adalah membentuk komisi Ombudsmen, “tekat sayang”, dan mendukung otonomi daerah. Tugas komisi Ombudsmen adalah menelaah keluhan-keluhan pembaca tentang isi berita demi kepuasan pelanggan. Komisi ini terdiri dari 25 anggota, masing-masing mewakili jenis pembaca yang

berbeda (pengusaha, kelompok aktivis wanita, praktisi hukum, ahli medis, dan sebagainya).

Tekat sayang (tak kenal maka tak sayang) dibuat untuk mempromosikan interaksi sosial antara etnik China dan mayoritas. Program ini dilaksanakan pada tiap musim libur sekolah. Anak-anak umur 7-12 mayoritas ditempatkan dalam keluarga etnik China; begitu pula juga sebaliknya. Pada Jawa Pos, juga terdapat satu halaman yang diterbitkan dalam bahasa Mandarin. Ini pertama di Indonesia. Dan ini menjadi halaman yang sangat populer untuk dibaca.

Jawa Pos mendirikan sebuah institut penelitian yang disebut Pro-Otonomi. Institut ini akan meranking daerah-daerah dan memberikan penghargaan kepada daerah yang paling maju. Institusi ini juga meranking daerah-daerah yang mempunyai risiko paling tinggi. Dengan demikian, masing-masing daerah akan bersaing untuk menciptakan kondisi terbaik bagi perusahaan lokal atau luar negeri untuk berinvestasi. Program ini telah diuji di Jawa Timur pada 2001.

Dalam pemberitaannya mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin, Jawa Pos cenderung menyajikan berita yang kebanyakan berisi data maupun angka atau nominal yang ada pada kasus tersebut. Jawa Pos banyak memberikan laporan berita mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin ini dari China, dimana kasus ini berawal dari China. Jawa Pos memiliki keunikan khusus dalam penyajian berita ini, dimana Jawa Pos selalu menyebut China dengan Tiongkok.

4.2. Analisis Data Kuantitatif

Kategorisasi dalam analisis isi merupakan instrumen pengumpul data. Fungsinya identik dengan kuisioner dalam survei. “Supaya objektif, maka kategorisasi harus dijaga reliabilitasnya. Terutama untuk kategorisasi yang dibuat sendiri oleh periset sehingga belum memiliki standar yang telah teruji, maka sebaiknya dilakukan uji reliabilitas” (Kriyantono, 2006, p.234).

Dalam uji reabilitas untuk mengukurnya digunakan rumus Ole R. Holsty, (Wimmer&Domminick, 2003, p.157) yaitu :

$$C.R. = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

Keterangan :

C.R = *Coefficient reliability*

M = Jumlah item yang disetujui oleh dua orang pengkode (peneliti dan hakim)

N₁ = Jumlah obyek yang dikategori oleh pengkoding 1

N₂ = Jumlah obyek yang dikategori oleh pengkoding 2

Selain itu periset akan melakukan *pretest* dengan cara mengkoding sampel ke dalam kategorisasi. Kegiatan ini selain dilakukan oleh peneliti juga akan dilakukan oleh seseorang yang lain yang ditunjuk oleh periset sebagai pembanding atau hakim (Kriyantono, 2006). Berikut adalah data hasil koding dari surat kabar Kompas dan Jawa Pos selama satu bulan berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebelumnya:

4.2.1. Faktualitas (Dimensi Kognitif)

4.2.1.1. Truth

Truth	Media		Total
	Jawa Pos	Kompas	
Fakta Sosiologis	16 94,12%	15 93,94%	31 93,94%
Fakta Psikologis	1 5,88%	1 6,06%	2 6,06%
Total	17 100%	16 100%	33 100%

Tabel 4.1. Perbandingan Fakta Sosiologis dan Psikologis

Berdasarkan pada tabel yang ada, pada kedua surat kabar kebanyakan didominasi oleh pemberitaan dengan fakta sosiologis. Fakta sosiologis, menurut Dennis McQuail adalah suatu pemberitaan yang bahan

bakunya merupakan peristiwa/kejadian nyata/faktual (McQuail, 1987). Hal ini dapat dibuktikan dengan persentase fakta sosiologis yang didapat pada kedua surat kabar. 93,75 % untuk Kompas, dan 94,12 %.

Contoh berita pada surat kabar Kompas yang memuat fakta sosiologis :

JAKARTA, KOMPAS – Sejumlah pusat perbelanjaan besar dan toko-toko di Jakarta, Bandung, Surabaya, dan kota lain serentak menarik produk makanan impor asal China yang disinyalir mengandung zat berbahaya, yaitu melamin, Rabu(24/9). Kebijakan ini dilakukan sesuai dengan perintah Badan Pengawas Obat dan Makanan atau BPOM.

Di pusat makanan China di Glodok, Jakarta Barat, Produk-produk yang dilarang beredar itu sudah tak terlihat lagi. Seorang karyawan di Toko Kawi mengatakan, produk makanan tersebut telah ditarik sejak senin lalu. (Kompas – Headline 25/9)

Pada kutipan berita diatas (pada *lead* dan paragraf pertama) dapat dilihat bahwa fakta berita yang ada diambil dari sisi fakta sosiologis dimana berita tersebut adalah mengenai penarikan sejumlah produk yang dilarang beredar oleh BPOM secara serentak. Berita tersebut memaparkan peristiwa yang sedang terjadi terkait dengan penarikan produk makanan itu sendiri. Banyaknya fakta sosiologis ini disebabkan karena kebanyakan berita merupakan hasil liputan dari kejadian yang sedang terjadi.

Sedangkan pada surat kabar Jawa Pos, diketahui bahwa persentase fakta sosiologis yang ada lebih besar bila dibandingkan dengan Kompas. Yaitu 94,12%. Contoh berita pada surat kabar Jawa Pos yang mengandung fakta sosiologis :

Beijing – Skandal susu beracun produk Sanlu Group, tampaknya hanyalah fenomena gunung es. Pemerintah Tiongkok menduga sedikitnya 69 susu formula merek lain yang juga mengandung bahan berbahaya melamin. Tapi, rincian mereknya belum dipublikasikan.

Yang mengerikan, produsen susu-susu beracun lainnya itu berbeda. Setidaknya ada 22 perusahaan. Tidak ingin sektor perekonomian kian terpukul dan masyarakat makin cemas, pemerintah Tiongkok meminta penjualan 69 merek tersebut juga dihentikan. Produk-produk itu ikut ditarik dan dihancurkan. Khusus produk Sanlu Group, hingga kemarin sedikitnya 10 ribu ton susu berbahaya dimusnahkan. (Jawa Pos – Internasional 17/9)

Kutipan berita di atas (paragraf pertama dan kedua) menunjukkan fakta sosiologis, dimana berita tersebut menggambarkan kejadian/fakta yang terjadi berkaitan dengan melebarnya kasus susu mengandung melamin. Dalam pemberitaan ini, Jawa Pos lebih banyak menyuguhkan fakta sosiologis daripada fakta psikologis. Hal ini dikarenakan dalam setiap pemberitaannya, Jawa Pos memberikan berita yang merupakan hasil liputan dari kejadian yang sedang terjadi. Dan dalam indikator *truth* ini, Jawa Pos mengandung fakta sosiologis yang lebih besar bila dibandingkan dengan Kompas. “Dalam menulis berita, seorang wartawan dituntut untuk bersikap objektif dalam menulis. Dengan sikap objektifnya, berita yang ia buat pun akan objektif, artinya berita yang dibuat itu selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, bebas dari prasangka” (Kusumaningrat, 2007 p.54).

4.2.1.2. Akurasi

Akurasi	Media		Total
	Jawa Pos	Kompas	
Terdapat cek dan ricek	9	8	17
	52,94%	50%	51,52%
Tidak terdapat cek dan ricek	8	8	16
	47,06%	50%	48,48%
Total	17	16	33
	100%	100%	100%

Tabel 4.2. Perbandingan Jumlah Cek dan Ricek

Dari tabel diatas, akurasi pada Jawa Pos dan Kompas dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin, Jawa Pos memberikan porsi 52,94% berita yang telah di cek dan ricek. Sedangkan Kompas memberikan porsi 50% atas berita yang telah di cek dan ricek. Dari data yang ada, surat kabar yang paling akurat dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin adalah Jawa Pos. Jawa Pos lebih banyak melakukan cek dan ricek atas beita yang disampaikan, hal ini dapat dilihat dari persentase akurasi Jawa Pos sebesar

52,94%. Yang dimaksud dengan akurasi adalah kemampuan suatu berita untuk dapat dikonfirmasi dengan sumber berita yang ada pada berita tersebut sehingga dapat teruji kebenaran dan ketepatan faktanya (Siahaan, 2001).

Dalam pemberitaan ini, Jawa Pos lebih banyak melakukan *check and recheck* dalam pemberitaannya, adapun contoh paragraf yang mengandung *check and recheck* di Jawa Pos :

JAKARTA – Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) meminta Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) menarik peredaran dan menyegel 28 produk susu impor dari Tiongkok. Itu dilakukan untuk mengamankan dari resiko negatif melamin yang terkandung dalam produk susu asal Tiongkok.

Perintah itu disampaikan dalam surat edaran BPOM kepada asosiasi Peritel Indonesia tertanggal 23 September. "Pengamanan terhadap produk-produk makanan itu dengan cara menariknya dari peredaran, menyegel, dan melaporkan hasilnya kepada BPOM," ujar Menteri Kesehatan Siti Fadilah Supari dalam rilidnya yang ditandatangani Kepala Pusat Komunikasi Publik Depkes Lily S. Sulistyowati, kemarin (23/9). (Jawa Pos – Headline, 24/9)

Contoh kutipan berita di atas, menunjukkan bahwa berita tersebut dibuat berdasarkan fakta yang ada dan berdasarkan wawancara dengan narasumber yang terpercaya dan teruji keberadaannya. Seperti Menteri Kesehatan Siti Fadilah Supari

Dari 9 berita yang telah teruji kebenarannya, kebanyakan berita tersebut adalah berita mengenai makanan dan minuman mengandung melamin yang terjadi di Indonesia, sedangkan sisanya 8 berita belum dapat diuji kebenarannya. Hal ini dikarenakan berita tersebut merupakan berita laporan perkembangan mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin yang terjadi di China.

Sedangkan untuk surat kabar Kompas, persentase akurasi pemberitaannya adalah 50%. Dimana Kompas menyajikan berita mengenai makanan dan minuman mengandung melamin baik dari dalam negeri maupun laporan dari kasus serupa di China. Jumlah persentase ini jelas jauh bertolak belakang dengan nilai-nilai dasar yang dimiliki oleh Kompas. Yaitu

profesionalisme, yang berarti bahwa kaidah jurnalistik tidak boleh dilanggar, *cover both sides*, seimbang, serta cek dan ricek. Dalam hal ini, Kompas melakukan cek dan ricek hanya pada beberapa berita tertentu. Contoh kutipan berita dari surat kabar Kompas yang mengandung *check and recheck*:

JAKARTA, KOMPAS – Pemerintah melarang peredaran susu dari China di seluruh provinsi di Indonesia. Hal ini demi menjaga keamanan pangan setelah merebaknya kasus susu mengandung melamin yang menyebabkan ribuan anak di China sakit dan ada yang meninggal dunia.

Sejauh ini, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tidak menemukan susu formula (susu untuk bayi) di Indonesia yang diimpor dari China. "Bahan baku susu formula yang diproduksi di Indonesia juga tidak berasal dari China," kata Direktur Inspeksi Dan Sertifikasi Pangan Badan POM Tien Gartini, Selasa (23/9) di Jakarta.

Pada kesempatan terpisah, Menteri Kesehatan Siti Fadilah Supari membenarkan adanya produk susu untuk orang dewasa dari China yang beredar di Indonesia. Susu asal China itu adalah susu bubuk full cream merek Guozhen dengan nomor pendaftaran 805309001478. izin edar susu full cream itu diberikan setahun lalu. (Kompas - Humaniora 24/9)

Kutipan berita di atas memberitakan mengenai penarikan beberapa produk makanan yang sedang terjadi. Hal ini telah dikonfirmasi oleh Menteri Kesehatan. *Check and recheck* disini dilakukan berdasarkan pernyataan dari narasumber.

Dari data yang didapatkan mengenai akurasi di surat kabar Kompas, terdapat pula 50% berita yang belum teruji kebenaran dan ketepatan faktanya. Contoh kutipan berita yang tidak teruji kebenarannya :

BELJING, SENIN – Skandal susu yang tercemar di China kian meminta korban setelah pemerintah China, senin (15/9), melaporkan, seorang bayi lagi meninggal setelah mengkonsumsi susu tersebut. Ini bayi kedua yang meninggal, sementara lebih dari 1.253 bayi sakit berkaitan dengan susu itu, dengan 340 masih dirawat di rumah sakit.

Polisi telah menangkap dua bersaudara yang dicurigai menambahkan bahan kimia pada susu yang mereka pasok kepada Sanlu Group, sebuah perusahaan Selandia Baru (Kompas 16/9).

Dalam kutipan berita diatas, telah dijelaskan mengenai jumlah korban dan bayi meninggal, namun dalam paragraf selanjutnya tidak terdapat penjelasan ataupun *check and recheck* atas berita tersebut dari siapapun. Justru berita menjadi beralih kepada penangkapan dua bersaudara yang diduga memasukkan bahan kimia kepada susu yang mereka pasok.

Dari data ini dapat dilihat bahwa dalam indikator akurasi, Jawa Pos lebih banyak melakukan *check and recheck* bila dibandingkan dengan Kompas. Berita yang dapat dikonfirmasi dengan sumber berita akan menambah faktualitas (kualitas) sebuah berita, jadi berita tersebut tidak dibuat sekedarnya, namun berdasarkan hasil wawancara dari narasumber yang terpercaya yang bisa dikonfirmasi keberadaannya. Maka dari itu, berita yang memiliki *checkability* tinggi harus mencantumkan sumber yang jelas agar bisa di-*check* dan *recheck* (Siahaan, 2001).

4.2.1.3. Relevansi

Relevansi	Media		Total
	KOMPAS	JAWA POS	
<i>Significance</i>	10	6	16
	62,5%	35,29%	48,48%
<i>Magnitude</i>	2	8	10
	12,5%	47,06%	30,30%
<i>Prominence</i>	1	0	1
	6,25%	0%	3,03%
<i>Timeliness</i>	3	2	5
	18,75%	11,77%	15,16%
<i>Proximity</i>	0	1	1
	0%	5,88%	3.03%
Total	16	17	33
	100%	100%	100%

Tabel 4.3. Tabel Perbandingan Relevansi

Indikator ketiga untuk mengukur faktualitas dalam sebuah pemberitaan adalah relevansi. Relevansi itu sendiri adalah secara umum peristiwa yang dianggap memiliki nilai berita yang mengandung beberapa unsur, yaitu : *significance, magnitude, prominence, timeliness, dan proximity* (McQuail, 1987).

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari total 33 berita, berita dengan unsur *significance* berjumlah 16 berita (48,48%), berita dengan unsur *magnitude* berjumlah 10 berita (30,30%), berita dengan unsur *prominence* hanya ada 1 berita (3,03%), berita dengan unsur *timeliness* berjumlah 5 berita (15,16%), dan berita dengan unsur *proximity* hanya ada 1 berita (3,03%). Berdasarkan dari tabel yang ada, kita dapat melihat bahwa sebagian berita mengenai makanan dan minuman mengandung melamin yang dimuat pada kedua surat kabar adalah penting (*significance*) bagi para pembaca.

Dari hasil data yang diperoleh peneliti, dapat kita lihat bahwa Kompas memperoleh persentase terbesar pada unsur *significance* yaitu sebesar 62,5%.

Beberapa contoh judul berita yang dianggap memiliki unsur *significance* :

- 28 Produk Kandung Melamin (*Jawa Pos*, 24/9)
- Sejumlah Produk Dilarang Beredar (*Kompas*, 24/9)
- Produk Makanan China Ditarik (*Kompas*, 25/9)

Ketiga judul berita diatas menunjukkan adanya signifikansi dari berita. Judul berita diatas menunjukkan informasi yang dianggap penting bagi para pembacanya, seperti adanya 28 produk makanan yang positif mengandung melamin yang beredar, dan sulitnya penarikan makanan dan minuman mengandung melamin. Unsur *significance* yang ditampilkan oleh Kompas ini dianggap seimbang dengan apa yang menjadi misi Kompas, yaitu mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah perubahan dengan menyediakan dan menyebarluaskan informasi yang terpercaya.

Unsur *Magnitude*, paling besar terdapat pada surat kabar Jawa Pos yaitu 47,06%. *Magnitude* sendiri diartikan sebagai besaran fakta yang berkaitan dengan angka-angka yang berarti, atau fakta yang berakibat bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca (McQuail,1987). Contoh kutipan judul berita yang mengandung *magnitude* :

- Susu Beracun, 432 Bayi Gagal Ginjal (*Jawa Pos*, 15/9)

- Tiongkok Juga Tarik 69 Merek Susu Lain (*Jawa Pos*, 17/9)
- Susu Tercemar, 1.253 Bayi Sakit (*Kompas*, 16/9)

Contoh judul berita diatas memberikan penjelasan pada suatu jumlah atau angka yang dapat menarik perhatian pembaca. Seperti 432 Bayi yang mengalami gagal ginjal, 69 Merek susu yang ditarik oleh Tiongkok, dan jumlah bayi yang menjadi korban dari makanan dan minuman mengandung melamin.

Unsur *prominence* hanya terdapat pada 1 berita (3,03%) pada surat kabar Kompas. Contoh berita yang mengandung *prominence* :

Reaksi segera muncul. Jaringan toko bahan pangan Hongkong, PARKnSHOP dan Wellcome, menarik semua susu cair produksi Mengniu dari rak-rak toko mereka. Sehari sebelumnya, Hongkong menarik susu, yogurt, es krim, dan produk lain buatan Yili Industrial Group Co.

Starbucks mengatakan, 300 kafenyanya di China daratan telah menarik susu yang dipasok oleh Mengniu. Starbucks mengatakan tidak ada karyawan atau pelanggannya yang jatuh sakit karena susu tersebut. (Kompas, 20/09)

Dalam kutipan berita di atas, jelas terlihat keterkenalan fakta/tokoh yang ada dalam pemberitaan makanan dan minuman mengandung melamin. Tokoh/fakta yang terkenal biasanya menjadi sebuah penekanan dalam suatu pemberitaan. Contohnya seperti PARKnSHOP, Wellcome, dan Starbucks.

Dilihat dari persentasenya, surat kabar yang paling banyak memunculkan unsur *timeliness* adalah Kompas yaitu 18,75%. Contoh kutipan berita yang mengandung unsur *timeliness* :

- China awal bulan ini mengumumkan (*Kompas*, 23/9)
- Liu Qian, Deputy Menteri Kesehatan China, di Manila, Filipina, Jumat (10/10) mengatakan (*Kompas*, 11/10)

Kutipan berita di atas menunjukkan bahwa berita tersebut baru saja terjadi, seperti pada kata awal bulan yang berarti kejadian tersebut baru terjadi pada bulan itu juga. Dan kata Jumat (tertanggal 10/10), dimana berita itu dikeluarkan pada keesokan hari langsung setelah tanggal kejadian.

Dan unsur terakhir yang terdapat pada sub-dimensi relevansi adalah *proximity*. Dimana *proximity* hanya muncul pada 1 berita (3,03%). *Proximity* sendiri dibagi menjadi dua, yaitu *proximity* geografis yang berupa fakta kejadian

yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal mayoritas khalayak pembaca, dan *proximity* psikografis adalah fakta kejadian yang memiliki kedekatan emosional dengan mayoritas khalayak pembaca. Contoh kutipan berita yang mengandung unsur *proximity* :

Hingga kemarin, sejumlah produk bermasalah tersebut masih dijual bebas di pusat ritel, terutama peritel-peritel kecil. Di Carrefour Pasar Minggu, Jakarta Selatan, misalnya, konsumen masih bisa membeli Oreo Wafer Stick (Kompas, 25/9)

Contoh kutipan berita di atas menunjukkan kedekatan berita dengan pembaca, baik secara geografis maupun emosional. Kedekatan geografis dapat dilihat dari kata Pasar Minggu, Jakarta Selatan yang menunjukkan bahwa produk yang mengandung melamin telah menyebar hingga ke negara kita khususnya untuk masyarakat yang berada di sekitar Jakarta. Sedangkan kedekatan emosional dapat dilihat dari kata peritel-peritel kecil yang dapat diasumsikan sebagai toko kelontong yang ada di sekitar kita. Produk berbahaya yang telah tersebar itu mengakibatkan para pembaca merasa dekat dan terlibat dengan kasus tersebut.

4.2.2. Imparsialitas (Dimensi Evaluatif)

4.2.2.1. *Neutrality Non-evaluative*

	Media		Total
	Jawa Pos	Kompas	
<i>N.Non-Evaluative</i>			
Ada pencampuran fakta dan opini	9 52,54%	2 12,5%	17 51,52%
Tidak ada pencampuran fakta dan opini	8 47,06%	14 87,5%	16 48,48%

Total	17	16	33
	100%	100%	100%

Tabel 4.4. tabel perbandingan *Neutrality Non-evaluative*

Selain harus memiliki ketepatan dan kecepatan dalam bekerja, seorang wartawan dituntut untuk bersikap objektif dalam menulis. Dengan sikap objektifnya, berita yang ia buat pun akan objektif, artinya berita yang dibuat itu selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, bebas dari prasangka (Kusumaningrat, 2007).

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar berita mengenai makanan dan minuman mengandung melamin yang diberitakan oleh Jawa Pos mengalami pencampuran fakta dan opini (52,94%). Angka ini berbeda jauh dengan surat kabar Kompas yang mendapat 12,5% untuk pencampuran fakta dan opini. Berita mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin yang ada di Jawa Pos kebanyakan telah dicampuri fakta dan opini dari penulis. Contoh kutipan berita yang mengalami pencampuran fakta dan opini :

Saya yakin “keuntungan” yang didapat dari tindak seperti ini tidak akan dapat membayar kerugian yang diakibatkannya, apalagi sampai hilangnya nyawa bayi-bayi tak berdosa (Kompas, 26/9)

Dalam kutipan berita di atas, jelas terlihat bahwa opini wartawan ikut tercampur dalam pemberitaan tersebut. Berdasarkan opini pribadinya, wartawan mengatakan pendapat pribadinya mengenai keuntungan yang didapat tidak setimpal dengan kerugian yang telah diakibatkannya.

4.2.2.2. Kesesuaian judul dengan isi

Kesesuaian judul dengan isi	Media		Total
	Jawa Pos	Kompas	
Sesuai	15	16	31
	88,23%	100%	93,94%
Tidak Sesuai	2	0	2
	11,77%	0%	6,06%

Total	17	16	33
	100%	100%	100%

Tabel 4.5. Tabel Kesesuaian judul dengan isi

Kesesuaian judul dengan isi berita. Ini menyangkut aspek relevansi, yaitu apakah kalimat judul utama merupakan bagian dari kalimat yang sama pada isi berita atau kutipan yang jelas-jelas ada dalam isi berita (kriyantono, 2008 p.246). Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa secara umum kedua surat kabar menampilkan berita yang sesuai dengan isi beritanya. Bahkan untuk surat kabar Kompas, didapatkan persentase 100% untuk kesesuaian judul berita dengan isi yang ada, angka ini tentu saja jauh lebih besar apabila dibandingkan dengan persentase Jawa Pos sebesar 88,23%.

Contoh kutipan isi berita yang sesuai dengan judul berita di surat kabar Jawa Pos :

Judul : Tiongkok Juga Tarik 69 Merek Susu Lain (Jawa Pos, 17/9)

BEIJING – Skandal susu beracun produk Sanlu Group, tampaknya, hanyalah fenomena gunung es. Pemerintah Tiongkok menduga sedikitnya 69 susu formula merek lain yang juga mengandung bahan berbahaya melamin. Tapi, rincian mereknya belum dipublikasikan.

Yang mengerikan, produsen susu-susu beracun lainnya itu berbeda. Setidaknya ada 22 perusahaan. Tidak ingin sektor perekonomian kian terpukul dan masyarakat makin cemas, pemerintah Tiongkok meminta penjualan 69 merek tersebut juga dihentikan.

Contoh judul dan kutipan berita di atas sesuai antara judul utama dengan isi yang ada. Berita dengan judul “Tiongkok Juga Tarik 69 Merek Susu Lain” ini sesuai dengan isi beritanya. Pada paragraf pertama menjelaskan mengenai dugaan pemerintah Tiongkok mengenai 69 merek susu formula yang mengandung melamin, dan pada paragraf kedua dijelaskan mengenai penarikan atas penjualan 69 merek tersebut. Secara keseluruhan, berita juga membahas mengenai tanggapan dari beberapa produsen 69 merek berbahaya tersebut.

Dalam tabel juga dapat dilihat, terdapat 2 berita (6,06%) yang dianggap kurang sesuai antara judul dengan isi berita. 2 berita ini ditemukan dalam surat kabar Jawa Pos. Contoh kutipan berita yang tidak sesuai antara judul dan isi berita:

Judul : Susu Beracun, 432 Bayi Gagal Ginjal (Kompas, 15/9)

BEIJING – Korban susu formula yang terkontaminasi melamin terus bertambah. Jumlah bayi yang jadi korban akibat mengkonsumsi susu beracun itu mencapai 432 orang. Sebelumnya, dilaporkan satu bayi meninggal dan 13 lainnya sakit parah gagal ginjal karena mengkonsumsi susu formula merek Sanlu tersebut.

Melihat perkembangan kasus tersebut, pemerintah Tiongkok janji serius menangani. “Ini merupakan insiden keamanan pangan yang sangat serius,” ujar Gao Qiang, pejabat kementerian kesehatan Tiongkok. Dia menambahkan pemerintah memberlakukan status darurat atas kasus itu.

Pemerintah juga membantah tuduhan bahwa mereka lamban menindaklanjuti kasus susu beracun tersebut. Dia menyatakan, 19 orang telah ditahan, sedangkan 78 yang lain diinterogasi soal bagaimana bahan kimia berbahaya tersebut bisa meracuni produk makanan untuk bayi.

Contoh kutipan berita dengan judul “Susu Beracun, 432 Gagal Ginjal” di atas tidak sesuai dengan isi yang ada. Dimana paragraf yang menjelaskan mengenai jumlah 432 orang korban hanya terdapat pada paragraf pertama saja. Secara keseluruhan berita lebih cenderung memberitakan mengenai tanggapan dan tindak lanjut dari pemerintah mengenai kasus susu bermelamin, dan tidak menjelaskan lagi tentang jumlah korban yang disebutkan diatas.

4.2.2.3. Dramatisasi

Dramatisasi	Media		Total
	Jawa Pos	Kompas	
Ada dramatisasi	11	3	14
	64,70%	18,75%	42,42%
Tidak ada dramatisasi	6	13	19
	35,30%	81,25%	57,58%
Total	17	16	33
	100%	100%	100%

Tabel 4.6. Tabel Perbandingan Dramatisasi

Menurut Dennis McQuail (1987) dramatisasi adalah penyajian fakta secara tidak proporsional sehingga memunculkan kesan berlebihan (menimbulkan kesan ngeri, kesal, jengkel, senang, simpati, antipati, dan sejenisnya). Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa kedua surat kabar yang ada cenderung tidak melakukan dramatisasi dalam pemberitaannya. Dari total 33 berita yang ada, 19 berita (57,58%) tidak terdapat unsur dramatisasi dalam pemberitaannya, sedangkan sisa

14 berita (42,42%) terdapat unsur dramatisasi. Surat kabar yang memiliki persentase terbesar dalam pemberitaan yang di dramatisasi adalah Jawa Pos (64,70%). Contoh kutipan berita yang mengandung unsur dramatisasi :

SHENZHEN – Kepanikan melanda para orang tua di Tiongkok yang memiliki bayi yang mengkonsumsi susu formula. Mereka berbondong-bondong mendatangi rumah sakit dan sejumlah klinik untuk memeriksakan bayi masing-masing. Ada kekhawatiran sang buah hati terkena gangguan fungsi ginjal menyusul insiden susu bayi yang tercemar melamin.

Langkah lain yang ditempuh sebagian penduduk negeri tersebut beralih mengkonsumsi susu formula impor yang harganya lebih mahal. Barang itu pun terbatas. Bahkan, demi berburu susu yang dinilai aman, mereka berbondong-bondong ke Hongkong, wilayah otoritas Tiongkok. (Jawa Pos, 19/9)

Contoh kutipan di atas menggambarkan bahwa jumlah orang tua yang datang ke rumah sakit dan klinik sangat banyak, dan mereka seolah datang bersama-sama. Kesan dramatisasi juga muncul pada kata "ada kekhawatiran sang buah hati" di paragraf satu. Kata tersebut seolah menunjukkan rasa khawatir yang berlebihan dan anak yang seolah sangat disayang.

Pada surat kabar Kompas, unsur dramatisasi mendapat persentase rendah. Hanya 3 berita (18,75%) yang diketahui mengandung unsur dramatisasi. Sisanya 13 berita (81,25%) tidak mengandung unsur dramatisasi. Contoh berita di surat kabar Kompas yang tidak mengandung unsur dramatisasi :

BEIJING, SENIN – Skandal susu yang tercemar di China kian meminta korban setelah pemerintah China, senin (15/9), melaporkan, seorang bayi lagi meninggal setelah mengkonsumsi susu tersebut. Ini bayi kedua yang meninggal, sementara lebih dari 1.253 bayi sakit berkaitan dengan susu itu, dengan 340 masih dirawat di rumah sakit.

Polisi telah menangkap dua bersaudara yang dicurigai menambahkan bahan kimia pada susu yang mereka pasok kepada Sanlu Group, sebuah perusahaan pembuat susu bayi yang berpatungan dengan perusahaan Selandia Baru. (Kompas, 16/9).

Contoh kutipan berita di atas menunjukkan laporan terkini dari skandal susu mengandung melamin yang sedang terjadi. Berita ini juga menjelaskan mengenai jumlah korban yang ada sampai pada saat berita diturunkan. Berita ini tidak terkesan dilebih-lebihkan, karena wartawan hanya menggunakan kata-kata yang lazim digunakan untuk menggambarkan satu peristiwa.

4.2.2.4. *Equali proportional*

<i>Equali proportional</i>	Media		Total
	Jawa Pos	Kompas	
Pihak Pemerintah	9	8	17
	52,94%	50%	51,52%
Pihak BPOM	5	4	9
	29,41%	25%	27,27%
Pihak Produsen/Masyarakat	2	3	5
	11,77%	18,75%	15,15%
Kosong	1	1	2
	5,88%	6,25%	6,06%
Total	17	16	33
	100%	100%	100%

Tabel 4.7. Tabel Perbandingan *Equali Proportional*

Menurut McQuail (1987), *balance* adalah keseimbangan dalam penyajian aspek-aspek evaluatif (pendapat, komentar, penafsiran fakta oleh pihak-pihak tertentu) dalam pemberitaan. Dalam kasus makanan dan minuman mengandung melamin ini, terdapat 3 pihak yang berkepentingan. Pertama, pihak pemerintah, kedua, pihak Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan ketiga adalah pihak produsen atau masyarakat.

Dari tabel yang ada, dapat dilihat bahwa pada kedua surat kabar pihak yang paling mendominasi dalam memberikan pendapat atau komentar adalah pihak pemerintah. Dari total 33 berita, 17 berita (51,52%) berisi pendapat dari pemerintah mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin. Kemudian disusul oleh pihak BPOM dengan 9 berita (27,27%), dan pihak produsen atau masyarakat dengan 5 berita (15,15%). Dapat disimpulkan bahwa dalam pemberitaan mengenai kasus ini, kedua surat kabar tidak mengandung keseimbangan (*cover both side*) didasarkan atas jumlah narasumber.

Contoh kutipan berita yang berisi *cover both side* tidak seimbang :

Perintah itu disampaikan dalam surat edaran BPOM kepada Asosiasi Peritel Indonesia tertanggal 23 September. "Pengamanan terhadap produk-produk makanan itu dengan cara menariknya dari peredaran, menyetel dan melaporkan hasilnya kepada BPOM," ujar Menteri Kesehatan Siti Fadilah Supari dalam rilisnya yang ditandatangani Kepala Pusat Komunikasi Publik Depkes Lily S. Sulistyowati, kemarin (23/9)

Produk-produk yang ditarik dari peredaran meliputi 28 item dengan berbagai jenis produk, mulai es krim, susu bubuk, hingga kembang gula.

Siti Fadilah menegaskan, untuk susu formula (susu untuk bayi), BPOM belum menemukan produk tersebut. “Pada malam ini (23/9) saya umumkan bahwa di Indonesia susu formula yang diberikan kepada bayi tidak ada yang berasal dari China,” tegasnya. (Jawa Pos, 24/9)

Pada contoh kutipan berita diatas, dapat dilihat bahwa Jawa Pos memberikan porsi kepada BPOM untuk berkomentar lebih banyak daripada pihak lainnya. Kutipan ini hanya memberikan kesempatan dari pihak BPOM saja. Padahal, seharusnya keseimbangan pemberitaan adalah apabila berita tersebut memberikan kesempatan dan perhatian yang sama terhadap para pelaku penting dalam berita (Siahaan, 2001).

Pada kedua surat kabar, didapati bahwa persentase paling besar untuk memberikan komentarnya adalah dari pihak pemerintah. Pihak pemerintah memperoleh persentase 52,94% di Jawa Pos dan 50% pada Kompas. Disusul dengan porsi yang cukup besar pula dari pihak BPOM, 29,41% pada Jawa Pos dan 25% pada Kompas. Pihak masyarakat atau produsen cenderung memperoleh porsi paling kecil dalam memberikan komentarnya, hal ini dapat dilihat dari perolehan persentase masing-masing. 11,77% pada Jawa Pos dan 18,75% pada Kompas. Dan dari kedua surat kabar, terdapat 2 berita (6,06%) yang tidak mengandung pendapat dari pihak manapun.

Dalam hal ini, Kompas dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai dasar yang dimiliki oleh Kompas. Yaitu profesionalisme, yang berarti bahwa kaidah jurnalistik tidak boleh dilanggar, *cover both sides*, seimbang, serta cek dan ricek. Dimana pada pemberitaan mengenai produk makanan dan minuman yang mengandung melamin ini Kompas bersikap kurang seimbang dan tidak *cover both sides* dalam pembagian narasumber yang ada.

4.2.2.5. *Even handed evaluation*

<i>Even Handed Evaluation</i>	Media		Total
	Jawa Pos	Kompas	
Aspek positif	4	1	5
	23,52%	6,25%	15,15%

Aspek negatif	13	15	28
	76,48%	93,75%	84,85%
Total	17	16	33
	100%	100%	100%

Tabel 4.8. Perbandingan *even handed evaluation*

“Selain *cover both side*, indikator lain yang bisa digunakan untuk mengukur keseimbangan adalah *even handed evaluation*. Yaitu menyajikan evaluasi dua sisi (aspek negatif dan positif) terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional” (Siahaan, 2001 p.101).

Dari total 33 berita, 28 berita (84,85%) cenderung memberitakan mengenai kasus ini melalui penilaian negatif. Penilaian negatif yang dimaksud disini lebih cenderung kepada penilaian berita dengan pemunculan hal-hal yang bersifat negatif. Contoh kutipan berita yang menampilkan penilaian negatif :

Dalam dua pekan sejak pemerintah pertama kali mengakui adanya kasus susu tercemar ini, pemerintah China telah memerintahkan penarikan produk susu dari 22 perusahaan setelah hasil uji memperlihatkan adanya kandungan melamin.

”Tidak ada kasus yang ditemukan karena meminum susu cair,” kata pihak Kementerian Kesehatan.

Para ahli kedokteran mengatakan, Senin, selain menyebabkan batu ginjal, melamin juga bisa menyebabkan komplikasi yang jauh lebih parah dengan kristalisasi yang menghalangi pembuluh kecil di ginjal. (Kompas, 23/9).

Contoh kutipan berita di atas mengandung penilaian negatif. Hal ini dapat dilihat dari kalimat ”melamin juga bisa menyebabkan komplikasi yang jauh lebih parah dengan kristalisasi yang menghalangi pembuluh kecil di ginjal” yang menunjukkan nilai-nilai pemberitaan yang cenderung negatif tentang melamin itu sendiri. Dengan asumsi bahwa dengan adanya pemberitaan yang bernilai negatif itu, para pembaca menjadi lebih waspada akan makanan dan minuman mengandung melamin.

Sedangkan untuk penilaian aspek positif, dari 33 berita, terdapat 5 berita (15,15%). Persentase terbanyak untuk aspek positif terdapat pada surat kabar Jawa Pos, yaitu 23,52% (4 berita). Contoh kutipan berita Jawa Pos yang menampilkan penilaian positif :

JAKARTA – Protes yang dilakukan empat perusahaan susu langsung direspons Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Untuk menghindari kesimpangsiuran informasi, BPOM kembali menegaskan bahwa produk makanan dan minuman yang diproduksi di dalam negeri aman dari cemaran melamin. (Jawa Pos, 27/9).

Contoh paragraf di atas menunjukkan penilaian positif terhadap kasus makanan dan minuman mengandung melamin. Hal tersebut dapat dilihat dari kalimat "BPOM kembali menegaskan bahwa produk makanan dan minuman yang diproduksi di dalam negeri aman dari cemaran melamin" yang memberikan nilai negatif bagi pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin.

Dari seluruh indikator objektivitas pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin di surat kabar Jawa Pos dan Kompas, berita yang dimuat kebanyakan didominasi oleh fakta sosiologis (93,94%). Fakta sosiologis itu sendiri adalah pemberitaan yang bahan baku beritanya berupa peristiwa/kejadian nyata/faktual. Dalam hal ini, Jawa Pos mendapat persentase tertinggi dalam pemberitaan fakta sosiologis yaitu 94,12%. Dalam indikator akurasi, 51,52% dari total berita telah dilakukan *check and recheck* yang dimana berarti bahwa berita yang ada dapat dikonfirmasi dan dipertanggung jawabkan atau berdasarkan hasil dari wawancara dengan narasumber yang kredibel. Persentase tertinggi diperoleh oleh Jawa Pos dengan jumlah 52,94%.

Secara umum, hampir separuh dari total berita yang ada mengandung unsur *significance* (48,48%). Apabila disesuaikan dengan urutannya, surat kabar yang paling banyak mengandung unsur *significance* adalah Kompas (62,5%). Untuk unsur *timeliness*, persentase tertinggi didapat oleh Kompas (18,75%), sedangkan persentase untuk unsur *magnitude* didapatkan oleh Jawa Pos (47,06%). Pada *proximity*, persentase terbesar diperoleh Jawa Pos dengan 5,88% dan untuk unsur terakhir yaitu *prominence* diperoleh Kompas dengan 6,25%.

Pada kategori imparialitas dimensi evaluatif diukur dengan berdasarkan *neutrality non evaluatif* yaitu ada tidaknya pencampuran fakta dan opini dari wartawan. Dari kedua surat kabar yang ada, Jawa Pos cenderung melakukan pencampuran fakta dan opini dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin (52,94%), dan Kompas cenderung bertindak objektif dengan

tidak adanya pencampuran antar fakta dan opini dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin (87,5%).

Kategori berikutnya yaitu kategori *neutrality non-sensational* dibagi menjadi dua bagian. Yang pertama adalah kesesuaian judul dengan isi dan yang kedua adalah ada atau tidaknya dramatisasi. Kedua surat kabar cenderung memberikan berita yang sesuai antara judul dan isi. Hal ini dapat dilihat dari persentase yang diperoleh untuk unsur kesesuaian judul dan isi, Jawa Pos 88,23% dan Kompas 100%. Unsur dramatisasi masih banyak ditampilkan oleh surat kabar Kompas. Hal ini dapat dibuktikan dengan persentase 64,70% untuk unsur dramatisasi pada Jawa Pos. Sedangkan untuk surat kabar Kompas, 81,25% dari berita mengenai makanan dan minuman mengandung melamin yang ditampilkan tidak ada unsur dramatisasinya.

Untuk kategori *equali proportional*, kedua surat kabar masih bersikap kurang seimbang (*cover both side*). Hal ini dapat dibuktikan dengan 51,52% dari total berita keseluruhan, pendapat atau komentar datang dari pihak pemerintah. Kedua surat kabar terkesan memberikan porsi yang terbesar untuk komentar dari pemerintah, kemudian disusul oleh pihak BPOM (27,27%) dan dari produsen atau masyarakat (15,15%). Selain tidak melakukan *cover both sides*, kedua surat kabar ini juga cenderung memberikan penilaian negatif dalam pemberitaan mereka mengenai makanan dan minuman mengandung melamin. 84,85% dari total berita merupakan pemberitaan dengan penilaian negatif. Persentase tertinggi diperoleh Kompas dengan 93,75%.

4.3. Kesimpulan Analisa Data

Kategorisasi Objektivitas	Surat Kabar	
	Jawa Pos	Kompas
1. Truth:		
Fakta Sosiologis	94,12%	93,75%
Fakta Psikologis	5,88%	6,25%
2. Akurasi:		
<i>Check and Recheck</i>	52,94%	50%
Tidak ada <i>Check and Recheck</i>	47,06%	50%
3. Relevansi:		

<i>Significance</i>	35,29%	62,5%
<i>Prominence</i>	0%	18,75%
<i>Magnitude</i>	47,06%	12,5
<i>Timeliness</i>	11,77%	0%
<i>Proximity</i>	5,88%	6,25%
4. Neutrality Non-evaluative:		
Adanya Pencampuran Fakta & Opini	52,94%	12,5%
Tidak Ada Pencampuran Fakta & opini	47,06%	87,5%
5. Neutrality Non-sensational:		
Judul dan Isi Sesuai	88,23%	100%
Judul dan Isi Tidak Sesuai	11,77%	0%
Ada Dramatisasi	64,70%	18,75%
Tidak Ada Dramatisasi	35,30%	81,25%
6. Equali Proportional :		
Pihak Pemerintah	52,94%	50%
Pihak BPOM	29,41%	25%
Pihak Produsen/Masyarakat	11,77%	18,75%
7. Even Handed Evaluation:		
Evaluasi Sisi Positif	23,52%	6,25%
Evaluasi Sisi Negatif	76,48%	93,75%

Tabel 4.9 Perbandingan Objektivitas Antara Surat Kabar Kompas dan Jawa Pos

Tabel tersebut menunjukkan jumlah persentase objektivitas dari surat kabar Jawa Pos dan Kompas dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin. Objektivitas dapat dilihat dari faktualitas dimensi kognitif (*factualness*, akurasi, relevansi) dan imparsialitas dimensi evaluatif (*neutrality non evaluatif*, *neutrality non sensational*, *equali proporsional*, dan *even handed evaluation*). Dari tabel yang ada, dapat dilihat bahwa surat kabar yang cenderung objektif dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin adalah Kompas. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya persentase Kompas dalam menampilkan fakta sosiologis (93,75%), tidak adanya pencampuran antara fakta dan opini (87,5%), dan kesesuaian judul dengan isi(100%). Jika dilihat dari segi akurasi, memang surat kabar Kompas memiliki persentase yang lebih kecil dari Jawa Pos(52,94%), namun dengan adanya persentase *significance* (62,5%) dan kesesuaian antara isi dengan judul (100%) yang lebih besar maka Kompas dapat disebut sebagai surat kabar yang bersifat lebih objektif dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin dibandingkan dengan Jawa

Pos. Kompas menganggap bahwa pemberitaan mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin ini memiliki pengaruh bagi kehidupan masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dengan persentase relevansi yang ada, dimana *significance* mendapat porsi terbesar (62,5%). Kompas pun memberitakan mengenai kasus ini secara terus menerus sesuai dengan perkembangan yang ada, hal ini dapat dibuktikan dengan persentase *timeliness* sebesar 18,75%. Kompas tidak lupa untuk menyertakan angka-angka yang dianggap penting dalam pemberitaan kasus ini, hal ini dapat dilihat dari persentase *magnitude* yang ada, yaitu 12,5%.

Dalam memberitakan mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin ini, Kompas cenderung bertindak objektif dengan tidak mencampurkan opini dan fakta dalam pemberitaan yang ada (87,5%) dan tidak adanya dramatisasi dalam setiap pemberitaannya (81,25%). Menurut Everette E. Dennis, jurnalisme objektif bukanlah suatu yang mustahil karena semua proses kerja jurnalistik pada dasarnya dapat diukur dengan nilai-nilai objektif, misalnya memisahkan antara fakta dengan opini.

Sedangkan untuk narasumber berita, Kompas memberikan porsi terbesar bagi pihak pemerintah untuk memberikan komentarnya (50%), kemudian disusul oleh pihak BPOM (25%) dan dari pihak produsen atau masyarakat (18,75%) dan terdapat satu berita dimana Kompas tidak memberikan narasumber dari pihak manapun (6,25%). Dan dalam memberitakan mengenai kasus ini, Kompas cenderung menampilkan pemberitaan dengan aspek negatif (93,75%). Kompas mengangkat berita ini dari aspek negatif karena Kompas ingin pembacanya menyadari dan waspada akan kasus makanan dan minuman mengandung melamin yang ada setelah membaca berita tersebut.

McQuail berpendapat, prinsip objektivitas memiliki fungsi yang tidak boleh dianggap remeh, terutama dalam kaitan kualitas informasi. Objektivitas mengandung sekian banyak pengertian, antara lain, merupakan nilai sentral yang mendasari disiplin profesi yang dituntut oleh wartawan sendiri; prinsip itu sangat dihargai dalam kebudayaan modern, termasuk berbagai bidang di luar bidang media massa, terutama dalam kaitan rasionalitas ilmu pengetahuan dan birokrasi; mempunyai korelasi dengan independensi. Semakin banyak tipe media independen, semakin baik pula dukungan terhadap prinsip pluralitas; objektivitas sangat dihargai

bilamana kondisi pluralitas mengalami kemunduran, yaitu kondisi yang diwarnai semakin menurunnya jumlah sumber dan semakin meningkatnya uniformitas. Secara singkat McQuail mengemukakan bahwa objektivitas diperlukan untuk mempertahankan kredibilitas dari suatu surat kabar (McQuail, 1996).

Surat kabar Jawa Pos menempati posisi kedua setelah Kompas dalam objektivitas pemberitaannya. Hal ini dapat dilihat dari tabel diatas, dimana meskipun Jawa Pos memiliki persentase pemberitaan dengan fakta sosiologis yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan Kompas yaitu 94,12%. Namun dalam pemberitaannya, surat kabar Jawa Pos masih terdapat pencampuran antara fakta dan opini (52,94%) dan adanya unsur dramatisasi dalam pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin (64,70%). Ini merupakan angka yang cukup besar dalam persentasenya, sehingga jika dilihat secara keseluruhan, surat kabar Jawa Pos kurang objektif dalam pemberitaannya. Everette E. Dennis mengatakan bahwa jurnalisme objektif bukanlah suatu yang mustahil karena semua proses kerja jurnalistik pada dasarnya dapat diukur dengan nilai-nilai objektif, misalnya memisahkan antara fakta dengan opini. Namun pada surat kabar Jawa Pos, opini wartawan masih sering muncul dalam setiap kali pemberitaannya. Unsur dramatisasi yang masih banyak muncul dalam pemberitaan pada surat kabar Jawa Pos, dikarenakan wartawan mencoba menunjukkan seberapa bahaya yang ada dari makanan dan minuman mengandung melamin ini kepada para pembacanya.

Lebih dari separuh total pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin yang ada di Jawa Pos merupakan berita yang dapat dibuktikan kebenarannya. Hal ini dapat kita lihat dari persentase cek dan ricek yang ada, yaitu sebesar 52,94%. Jawa Pos menganggap, pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin sebagai berita yang memiliki relevansi dari segi *magnitude*. Hal ini dapat dilihat dari persentase unsur relevansi yang didapat oleh Jawa Pos. Unsur *magnitude* menempati urutan teratas dengan 47,06%. Jawa Pos menganggap bahwa pembaca akan merasa lebih tertarik dengan jumlah-jumlah angka yang ada pada setiap pemberitaan mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin. Kemudian disusul oleh *significance* (35,29%), *timeliness* (11,77%), dan *proximity* (5,88%). Jawa pos menganggap bahwa pemberitaan mengenai makanan dan minuman mengandung melamin tidak memiliki fakta atau

tokoh terkenal yang mampu menarik perhatian pembaca, sehingga untuk unsur *prominence* Jawa Pos 0%.

Pemberitaan yang ada di Jawa Pos, kebanyakan telah sesuai antara judul dan isi beritanya (88,23%). Namun, separuh lebih pemberitaan yang ada di surat kabar Jawa Pos merupakan berita yang telah tercampur antara fakta dan opini dari wartawannya. Hal ini dapat dilihat dari persentase pencampuran fakta dan opini Jawa Pos sebesar 52,94%. Dan juga adanya dramatisasi dalam setiap berita yang ditampilkannya (64,70%). Untuk pihak-pihak narasumber yang digunakan oleh Jawa Pos, pihak pemerintah memiliki porsi terbesar, yaitu 52,94%. Disusul oleh pihak BPOM (29,41%), dan pihak masyarakat atau produsen (11,77%). Seperti halnya pada Kompas, Jawa Pos juga memiliki satu berita yang tidak menampilkan narasumber dari pihak manapun (5,88%). Dalam pemberitaan mengenai kasus makanan dan minuman mengandung melamin ini, Jawa Pos juga cenderung memberitakan dari aspek negatif yang ada (76,48%). Pemberitaan ini diangkat dari aspek negatif dengan tujuan agar masyarakat merasa terancam dan benar-benar waspada akan makanan dan minuman mengandung melamin yang mungkin ada di sekitarnya.