

BAB IV

REFLEKSI PENELITIAN

4.1 Implikasi Teoritis

Asumsi penelitian yang mengarahkan pada framing objektivikasi wanita pada berita Prostitusi Online Artis TA di Detik.com yang dipengaruhi oleh ideologi dominan yaitu ideology patrialistik dan kapitalistik, pada realitanya berdasarkan data-data mengarahkan pada hal tersebut.

Terdapat temuan penting pada penelitian ini yaitu framing dalam konsep sosiologis, yaitu memiliki titik tekan pada bagaimana kontruksi sosial atas realitas, sedangkan proses framing Objektivikasi Wanita pada Berita Prostitusi Online di Detik.com ini terdapat objektivikasi seksual, yaitu perempuan dijadikan objek dan akhirnya terjadi eksploitasi tubuh perempuan untuk mencari keuntungan, menaikkan rating yang tinggi, laba industri.

Setelah dilakukan analisis pada sepuluh berita tentang prostitusi online Artis TA di Detik.com, objektivikasi dipertegas dengan adanya kontruksi yang dilekatkan kepada TA melalui konsep framing sosiologis. Adanya proses framing pada struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik yakni pada pemilihan diksi yang mengarahkan pada objektivikasi seksual, penonjolan pada sisi TA, atau pengungkapan identitas serta foto TA semakin mengukuhkan bentuk objektivikasi seksual.

Di lain sisi, framing dalam konsep psikologis, yaitu memiliki titik tekan pada bagaimana pesan atau informasi yang diterima oleh seseorang diproses. Dalam framing terdapat keterkaitan dengan struktur dan proses kognitif, yakni bagaimana informasi diperoleh oleh seseorang dan kemudian ditunjukkan dalam skema tertentu (Eriyanto, 2012).

Detik.com lebih cenderung menggunakan konsep sosiologis, yang dipengaruhi dengan kontruksi serta label yang diberikan kepada artis TA. Framing dalam konsep sosiologis, yaitu memiliki titik tekan pada bagaimana kontruksi sosial atas realitas (Eriyanto, 2012).

Dalam konsep sosiologis, framing dimaknai sebagai proses mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengetahui dirinya sendiri dan realitas di luar dirinya, yakni untuk membuat realitas menjadi lebih teridentifikasi, dapat dimengerti karena sudah terdapat label yang sudah diberikan (Eriyanto, 2012).

Dalam framing sosiologis yang diperkenalkan oleh Erving Gofman (dalam Robot, 2016) menjelaskan bahwa frame merupakan skema interpretasi yang memungkinkan setiap individu untuk mengidentifikasi, melokasikan, serta memberikan label-label pada setiap kejadian. Gamson (dalam Robot, 2016) menyebut frame sebagai susunan ide atau alur cerita yang menghasilkan makna pada peristiwa-peristiwa yang memiliki keterkaitan dengan pokok persoalan.

Aditjondro (dalam Sudiby, 1999) mendefinisikan framing sebagai metode menyajikan realitas yakni dengan membelokkan suatu kebenaran secara

halus, dengan cara memberikan penonjolan pada aspek-aspek tertentu, dengan istilah-istilah yang berkonotasi tertentu, dengan foto tertentu, ataupun alat ilustrasi lainnya yang mendukung.

Pada konsep framing sosiologis, Detik.com menonjolkan artis TA dan mengarahkan artis TA seolah-olah menjadi pihak yang bersalah dan layak untuk dibicarakan. Hal ini dikarenakan segala hal yang berhubungan dengan artis memiliki nilai jual dan dianggap layak diperbincangkan (Pratiwi, 2014).

Pada empat unsur framing yang digunakan, Detik.com menonjolkan TA dengan menggunakan foto TA, menyebut nama serta identitas TA, dan profesi TA. Penonjolan pada artis TA karena dianggap memiliki nilai berita yang tinggi. Sebagaimana Lawrence dan Mueller (dalam Prisanto, 2018) menjelaskan bahwa “cerita yang memiliki nilai berita adalah yang dramatis dan sensasional, focus pada individu-individu terkenal, dan fitur konflik atau tindakan yang salah.”

Kasus prostitusi online artis, profesi sebagai artis atau selebritis menjadi objek pemberitaan yang memiliki nilai berita yang cukup tinggi dalam kajian jurnalistik. Pada kasus tersebut, pelekatan simbol artis mampu menciptakan suatu skandal masuk kategori berita yang bernilai jual. Skandal artis menjadikan artis tersebut menjadi terkenal, karena skandal dan artis merupakan dua hal yang saling berkaitan. Publik memiliki minat untuk mengkonsumsi berita yang berhubungan dengan artis, sehingga di sinilah kasus tersebut menjadi komoditas media. (Nugroho, 2020)

Kehidupan artis dianggap sebagai sorotan dan sajian yang menarik bagi masyarakat, yang selanjutnya dimanfaatkan oleh media dengan menjadikannya komoditas dan menjadi sebuah berita. Sehingga, tidak jarang dalam pemberitaan tentang artis dikemas dengan penuh sensasional agar dapat menarik minat publik. Dengan begitu, media akan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Berita-berita yang menyangkut aib, seperti perselingkuhan, narkoba, dan skandal-skandal para artis menjadi sesuatu yang sangat menarik. Karena semakin heboh kasus tersebut, maka pemberitaan tersebut semakin diminati oleh public dan keuntungan yang didapatkan oleh media juga tinggi (Karlina, 2014).

Artinya, Detik.com menggunakan proses framing sosiologis karena dipengaruhi oleh ideologi kapitalistik, yakni keinginan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Detik.com juga menekankan pada profesi artis TA sebagai model seksi dan model majalah dewasa. Dengan pembingkaiian yang dilakukan kepada artis TA atau Tania Ayu, Detik.com mengkontruksi bahwa profesi tersebut memiliki kesan perempuan yang tidak benar, perempuan yang mengumbar tubuh dengan pakaian seksi. Dengan label tersebut, akan membentuk pandangan seseorang terhadap perempuan yang berprofesi sebagai model atau kepada pekerja prostitusi. Labelling merupakan bagian dari penciptaan konsep diri seseorang dengan pemberian label kepada seseorang (Erianjoni, 2015).

Media memiliki kekuatan untuk membentuk dan melakukan membenaran *stereotype* yang beredar di masyarakat. Sehingga kontruksi dalam pemberitaan,

dapat memiliki dampak terhadap perilaku dan keputusan yang akan dijadikan referensi oleh masyarakat (Rivaldi, et al, 2020).

Edi Santoso (dalam Afriliani, 2019) memberikan pandangan terkait pemberitaan prostitusi online yang bias gender. Media memilih frame sebagai objek seksual atau tema seksual dalam sisi jurnalistik, karena dianggap memiliki nilai. Begitupun pada kasus yang menimpa artis TA. Status *public figure* yang melekat pada diri perempuan yang tersandung kasus prostitusi online ataupun sejenisnya, memiliki daya tarik tersendiri bagi pembaca, sehingga tidak jarang perempuan tersebut dijadikan komoditas dan diberitakan dengan begitu massif serta bias gender (Afriliani, 2019).

Detik.com juga membuat redaksi yang mengobjektivikasi artis TA. “*Polisi menciduk artis sekaligus model majalah dewasa berinisial TA*”, Menciduk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah mengambil dengan ciduk (gayung, sendok, dan sebagainya); mencedok; mengambil untuk ditahan (tentang alat negara). Detik.com memilih kata yang tidak lumrah untuk menjelaskan tentang manusia.

Selain itu juga menggunakan kata digiring. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata *giring* memiliki arti menghalau binatang ke suatu tempat, mengantarkan (membawa) penjahat dan sebagainya ke suatu tempat, membawa lari bola ke kaki. Kata digiring adalah kata yang kurang formal karena digiring merupakan kata kerja yang biasanya digunakan untuk binatang,

seperti “menggiring bebek” selain itu, kata digiring biasanya digunakan untuk penjahat.

Berbeda dengan kata yang digunakan untuk menjelaskan penangkapan mucikari “*polisi juga mengamankan empat orang mucikari.*” Detik.com lebih memberikan kata yang lumrah yaitu “mengamankan”. Artinya, Detik.com menggambarkan penangkapan artis TA seolah-olah bukan sebagai manusia melainkan barang bahkan binatang.

Menurut De Fleur dan Ball-Rokeach (dalam Poentarie, 2015) bahasa digunakan sebagai pembentuk persepsi atau citra yang akan muncul bagi pembahasan, sehingga bahasa tidak hanya digunakan sebagai alat untuk mengkisahkan suatu peristiwa.

Lebih lanjut, ketika melihat posisi laki-laki dalam sepuluh berita yang telah dianalisis, peneliti menemukan adanya bias gender. Laki-laki nyaris tidak dijelaskan dalam pemberitaan. Detik.com hanya menyebutkan bahwa ketika ditangkap artis TA bersama laki-laki *hidung belang*. Akan tetapi, pada struktur framing yang digunakan, tidak ada penonjolan pada pihak laki-laki sama sekali.

Penonjolan pada artis TA ini merupakan bagian dari objektivikasi wanita. Perempuan dianggap tidak berdaya dan berada pada kendali laki-laki. Seperti dalam kasus prostitusi di atas, pihak laki-laki tidak ditampilkan sama sekali, sedangkan pihak perempuan diekspose identitasnya, seperti profil, profesi, foto, dan lain sebagainya. Media dapat menonjolkan aktor tertentu, dan

menyembunyikan aktor lainnya dikarenakan adanya framing media (Johanes R.S, 2013).

Pada struktur framing, kata mahal, demi, tarif, berkencan, membayar, menjadi kata-kata yang ditujukan kepada artis TA berkaitan dengan pembayaran pada praktik prostitusi yang senilai Rp.75 juta. Detik.com menekankan pada sisi artis TA dengan menggambarkan tarif, harga atau bayaran yang mahal. Detik.com menonjolkan sisi tersebut untuk mencari keuntungan dan perhatian pembaca. Selain itu, pemilihan kata tersebut menggambarkan seolah-olah TA adalah barang yang diperjual belikan yang memiliki harga tertentu.

Seperti pada kalimat "*Polisi juga mengungkap harga TA sekali kencan senilai Rp.75 juta*". Kata tarif, harga TA menjadi kata-kata yang ditujukan kepada artis TA berkaitan dengan pembayaran pada praktik prostitusi yang senilai Rp.75 juta. Lebih jauh, pada sumber berita, pihak kepolisian menyebutkan *TA ini yang kita dapatkan keterangan, ini Rp. 75 juta*.

Pemilihan kata tersebut menggambarkan seolah-olah TA adalah barang yang diperjual belikan yang memiliki harga tertentu. Detik.com yang menggambarkan TA bertarif dan memiliki harga membawa pandangan bahwa TA bukanlah manusia, melainkan barang yang bisa diperjual belikan.

Dalam objektivikasi seksual, wanita dikategorikan sebagai objek dan bukan sebagai agen. Sehingga, orang-orang lebih cenderung mengasosiasikan target wanita yang diobjekkan secara seksual bukan dengan manusia, melainkan konsep hewan (Vaes, Paladino, & Luvia (dalam Bernard, et al, 2015).

Sedangkan pihak laki-laki menjadi pihak yang superior karena dianggap mampu membayar tarif senilai Rp.75 juta untuk kencan bersama TA. Pada skrip (P2, K4); (P2, K5) Detik.com menggambarkan pria pemesan sebagai dengan kata *hidung belang*, akan tetapi tidak terdapat penjelasan tentang pria tersebut. Berbeda dengan TA yang ditampilkan fotonya, identitas, serta profesinya.

Perempuan ditampilkan oleh laki-laki dengan sedemikian rupa hanya untuk memenuhi kesenangan laki-laki. Artinya, perempuan menjadi pihak inferioritas, sedangkan laki-laki berada pada posisi superior, sehingga laki-laki dapat melanggengkan kekuasaannya atas seksualitas perempuan. Objektivikasi seksual merupakan bentuk control laki-laki yaitu dengan perlakuan-perlakuan yang mereduksi perempuan sehingga perempuan menjadi pasif dan objek semata. (Putri, 2014)

Ketika melihat pada teori *standpoint* melihat perempuan pada konsep kapitalisme, yakni seperti pembagian kerja secara seksual, pekerjaan di rumah tanpa upah, lemahnya kekuasaan dalam masyarakat, dan lain sebagainya (Putriana, 2012).

Pada framing sosiologis yang dilakukan Detik.com, berimplikasi pada objektivikasi seksual pada artis TA. Hal ini dilatar belakangi adanya budaya patriarki yang melekat, sehingga dalam pemberitaan, Detik.com menggambarkan TA secara semena-mena, dan menempatkan TA pada posisi lemah.

Dengan *Standpoint theory*, peneliti melihat bagaimana kedudukan kaum dominan yakni laki-laki, dan kaum marginal (dalam konteks ini perempuan)

dalam kehidupan masyarakat (Fatwasuci, 2021). Sebagaimana posisi TA dalam pemberitaan yakni mengalami subordinasi, pelekatan stereotype, dan juga beberapa ketidakadilan lainnya. Dalam lingkaran patriarki, media terus melanggehkan kuasa laki-laki untuk mendominasi perempuan (Handayani, 2017).

Terdapat proses naturalisasi pada pemberitaan tersebut. Seperti pada penggunaan *leksikon* dengan kata digiring, dicituk, harga TA, tarif TA sebagai sesuatu yang lumrah dan natural. Naturalisasi merupakan proses yang membuat sesuatu menjadi bersifat natural yang sesungguhnya bermula dari kesepakatan budaya (Sulistiyani, 2021).

Dalam konteks ini, wanita dikategorikan sebagai objek dan bukan sebagai agen. Sehingga, orang-orang lebih cenderung mengasosiasikan target wanita yang diobjekkan secara seksual bukan dengan manusia, melainkan konsep hewan (Vaes, Paladino, & Luvia (dalam Bernard, et al, 2015).

Hal ini dikarenakan terdapat budaya patriarki yang menjadi dasar ideologi pada pemberitaan tersebut. Budaya patriarki adalah sistem social yang menempatkan laki-laki berada pada posisi superior dan perempuan menempati posisi inferior (Sulistiyani, 2021).

Menurut Fakih (dalam Perdana, 2012) dominasi laki-laki berimplikasi pada ketidakadilan gender, yang dapat dilihat dalam bentuk, sebagai berikut:

- a. Marginalisasi (pemiskinan ekonomi).

- b. Subordinasi (dianggap tidak penting, dipinggirkan baik dalam rumah tangga maupun politik)
- c. Pembentukan stereotype atau pelabelan terhadap perempuan.
- d. Mengalami Kekerasan (baik dalam rumah tangga maupun di luar rumah tangga)
- e. Memperoleh beban kerja yang lebih banyak maupun lebih panjang.
- f. Diskriminasi dan pengucilan.

Produk ataupun program media massa saat ini dilatar belakangi oleh aspek komersial. Media mulai mengabaikan factor keseimbangan. Para elit media melihat media sebagai barang dagangan. Sehingga, mengabaikan hak-hak khalayak untuk mendapatkan informasi dan konsep kehidupan yang benar (Hermawan, 2017).

Detik.com dalam ideologi patrialistik dan kapitalistik mengeksploitasi nama TA dalam pemberitaan. Selain menggunakan kata-kata yang tidak memanusiakan TA seperti kata digiring, dicituk, bertarif, harga TA, tarif TA, Detik.com juga melekatkan stereotype tentang TA sebagai model majalah dewasa atau model seksi dengan menampilkan foto TA yang memperlihatkan belahan dadanya.

Pada pemberitaan tentang prostitusi, pihak yang memperoleh dampak langsung adalah pihak perempuan, sebab jarang sekali berita prostitusi yang mengekspose pihak laki-laki. Ketika kasus prostitusi mencatut nama *public*

figure, maka bisa dijadikan sebagai komoditas oleh media karena dianggap laku di kalangan masyarakat. (Rivaldi, et al, 2020)

Dalam teks berita, identitas TA juga ditampilkan bahkan dengan jelas Detik.com mengarahkan pembaca untuk mengenal TA dengan memberikan unsur grafis berupa warna merah pada tulisan nama Tania Ayu Siregar. Lebih jauh, Detik.com menyematkan *hyperlink* untuk memudahkan pembaca untuk berselancar pada kata tersebut.

Pada konsep sosiologis, konstruksi tersebut juga berimplikasi pada kehidupan TA, seperti adanya *cyber bulliying* pada TA. *Cyberbullying* adalah tindakan intimidasi atau perundungan yang dilakukan melalui jaringan internet dan biasanya menggunakan *platform* media social (Marsinun, et al, 2020). Seperti contoh, Instagram Tania Ayu ramai dikunjungi dan mendapatkan *cyber bulliying*, sebagaimana pemberitaan pada Hot.Detik.com yang menjelaskan bahwa pengguna Instagram mulai menyindir Tania Ayu di unggahan foto instragam pribadinya. Artinya, Tania Ayu yang berstatus sebagai korban perdagangan manusia menjadi korban untuk kedua kalinya di media social.

Artinya, posisi TA sebagai saksi korban juga menjadi korban untuk kedua kalinya dalam pemberitaan. Selain itu, hal tersebut juga dapat berimplikasi pada karir artis TA sebagai artis atau *public figure*. Adanya ketimpangan gender disebabkan adanya relasi kekuasaan yang tidak seimbang yang berujung pada kekerasan terhadap perempuan (Perdana, 2012).

Pada teori *standpoint* yang dijelaskan Littlejohn (dalam Fatwasuci, 2021) bahwa “adanya ketidakseimbangan hubungan atau tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh kaum marginal. Karena kedudukan social dikuasi oleh kelompok dominan.” Dalam kasus prostitusi, porsi pemberitaan juga tidak seimbang. Bahkan media mengkontruksi perempuan menjadi pihak yang bersalah yang harus direndahkan dan disubordinasi.

Melalui media massa, ketidakadilan gender dapat diperkokoh dan dilestarikan, meskipun pada hakikatnya, bukan media yang melahirkan ketidakadilan pada perempuan. Akan tetapi, secara tidak langsung media massa memiliki peran dalam mendefinisikan realitas bias gender dalam masyarakat (Haryati, 2012).

Media memiliki andil dalam membentuk kontruksi gender pada masyarakat. Dengan jangkauan yang luas yang dimiliki media, maka mampu menjadi wahana untuk menyebarkan kontruksi gender kepada masyarakat. Baik pada media massa maupun media elektronik, penggambaran pada laki-laki tidak lepas dari budaya patriarki tradisional. Dengan kata lain, media telah menggambarkan perempuan dan laki-laki dengan pandangan tertentu (Haryati, 2012).

Menurut Hayati (2012) Patriarki merupakan “sistem tersetruktur dan praktek social yang menempatkan kaum laki-laki sebagai pihak yang mendominasi, melakukan opresi, dan mengeksploitasi kaum perempuan.”

Perempuan mengalami banyak kerugian, dari adanya praktik budaya patriarki. Feminisme memandang bahwa perempuan selalu di tempatkan pada posisi rendah dibandingkan dengan laki-laki (Nugroho, et al, 2021).

Dari kacamata feminisme Radikal, prostitusi menjebak perempuan pada kegiatan yang tidak memihak terhadap perempuan, baik keamanan , pelecehan, bahkan tekanan lahir dan juga batin. Hal ini dikarenakan adanya ketidakseimbangan antara laki-laki dan perempuan. Bahkan, perempuan yang duduk di kursi legislatif belum mampu menyelesaikan persoalan tentang perempuan pekerja seks. Adanya KUHP pasal 296 belum mampu melindungi perempuan agar tidak masuk ke dalam prostitusi (Nanik, et al, 2012).

Hal inilah yang menjadi dasar, adanya feminisme Radikal Libertarian menolak adanya peran keluarga, menjadi ibu sebagai pasangan seks laki-laki. Sebab, dalam institusi keluarga yang juga memiliki perlindungan hukum, perempuan masih ada yang mendapatkan diskriminasi, tentu saja dalam masalah prostitusi perempuan akan mendapatkan diskriminasi juga, bahkan lebih (Nanik, et al, 2012).

Sebagaimana framing yang dilakukan Detik.com pada penjelasan di Bab III. Detik.com menggunakan kata mahal, demi, tarif, berkencan, membayar, menjadi kata-kata yang ditujukan kepada artis TA berkaitan dengan pembayaran pada praktik prostitusi yang senilai Rp.75 juta. Detik.com menekankan pada sisi artis TA dengan menggambarkan tarif, harga atau bayaran yang mahal.

Pemilihan kata tersebut menggambarkan seolah-olah TA adalah barang yang diperjual belikan yang memiliki harga tertentu.

Pada pemikiran feminisme, hal tersebut melalui proses pembentukan dan konstruksi sosial, akan tetapi hal tersebut dianggap sebagai hal yang alamiah, natural, ataupun biologis (Santoso, 2011).

Feminisme Radikal Libertarian melihat hal tersebut merupakan bentuk dari diskriminasi yang dilakukan laki-laki. Laki-laki merasa memiliki kemampuan untuk membayar jasa seks tersebut, sehingga apapun dapat dilakukan karena merasa memiliki kedudukan yang tinggi (Nanik, et al, 2012). Perempuan menjadi pihak inferioritas, sedangkan laki-laki berada pada posisi superior, sehingga laki-laki dapat melanggengkan kekuasaannya atas seksualitas perempuan. Objektivikasi seksual merupakan bentuk control laki-laki yaitu dengan perlakuan-perlakuan yang mereduksi perempuan sehingga perempuan menjadi pasif dan objek semata (Putri, 2014).

Julia T. Wood (dalam Rivaldi, 2020) menjelaskan bahwa media massa merupakan pihak yang paling kuat dan meresep untuk mempengaruhi cara kita memandang laki-laki dan perempuan. Media massa memberikan pesan-pesan mereka ke dalam kesadaran kita pada setiap kesempatan di kehidupan kita. Media massa juga melanggengkan persepsi yang tidak realistic, stereotype, dan juga membatasi.

Media massa menjadi pelaku yang melakukan perekonstruksi budaya-budaya patriarki yang sudah ada sejak dulu. Hal tersebut menyebabkan, nilai-

nilai patriarki semakin tumbuh dan berkembang pada budaya masyarakat. Media sebagai pembentuk pola pikir atau bahkan pengubah persepsi masyarakat sudah seharusnya mampu mengambil peran untuk menciptakan kesetaraan gender. Dengan demikian, pola pikir dan budaya yang melekat pada masyarakat lambat laun akan mengalami perubahan ke arah berkeadilan gender. Dengan begitu, tidak ada lagi pihak yang tersubordinat, karena diberi kesempatan untuk melakukan pembelaan pada diri mereka sendiri (Afrilliani, 2019).

4.2 Implikasi Praktis

Framing digunakan dalam menulis berita untuk menonjolkan suatu informasi daripada yang lain agar khalayak lebih tertuju pada pesan yang disampaikan. Teori framing memiliki basis yaitu media memfokuskan pada peristiwa-peristiwa tertentu yang kemudian ditempatkan pada sebuah bidang makna (*field of meaning*) (Gora, 2019).

Analisis framing merupakan alat yang dapat digunakan untuk membedah bagaimana media menampilkan realitas. Selain itu, dengan analisis framing dapat digunakan untuk mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan penyajian fakta dalam berita dengan tujuan agar berita lebih bermakna, mudah diingat, menarik, dan dapat membawa khalayak pada interpretasi sesuai keinginannya. (Mulyana, 2006)

Pada sepuluh teks berita yang telah dianalisis, peneliti menemukan beberapa kecenderungan pada setiap struktur framing yang digunakan Detik.com. Pada Struktur Sintaksis, Detik.com cenderung menggunakan

headline jenis *teaser* daripada *teller* (pemberitahu). *Headline teaser* disebut *headline* penggoda yakni *headline* yang dibuat untuk menarik perhatian pembaca dengan cara meringkas berita penting dengan cara yang jelas dan tepat.

Kecenderungan Detik.com menggunakan *headline teaser* membawa Detik.com untuk menggunakan bahasa-bahasa sensasional. Menurut Yusuf (dalam Poentarie, 2015) media menampilkan unsur sensasionalisme pada *headline* dengan tujuan untuk menarik dan mempertahankan minat pembaca. Hal ini dikarenakan adanya keyakinan bahwa cara-cara menampilkan sensasionalisme dapat mempengaruhi khalayak agar tertarik dengan apa yang diberitakan.

Menurut David Pogue (dalam Romli, 2018) *teaser headline* memiliki tujuan untuk menaikkan jumlah pengunjung *website*. Hal ini dikarenakan media dituntut agar memiliki daya juang tinggi agar bisa bertahan dalam kapitalisasi industri (Lestari, 2018). Sehingga semua upaya dilakukan untuk mengejar *traffic*. Menurut Margianto dan Syaifullah (dalam Nurrahmi, et al, 2021: 14) *traffic* merupakan komoditas yang bisa ditawarkan kepada pengiklan. Berdasarkan *traffic*, para pengiklan akan tertarik untuk ikut berbisnis di media online.

Tentu hal tersebut berimplikasi pada pemberitaan yang disuguhkan kepada pembaca. Kecenderungan Detik.com menggunakan *headline teaser* mendekati pada judul *clickbait*. Menurut Biyani, Tsioutsoulis, dan Blackmer (dalam Hadiyat, 2019: 3) terdapat tipe judul *clickbait* salah satunya yaitu *teasing*. *Teasing* yaitu judul yang dibuat untuk membangun ketegangan,

dengan cara mengolok-olok atau memprovokasi seseorang dengan cara menghapus rincian judul untuk membangun ketegangan atau menggoda.

Selain pada *headline teaser*, *headline teller* yang digunakan Detik.com juga masuk dalam kategori *clickbait* karena pada beberapa struktur berita yang digunakan memenuhi kategori judul *clickbait* sebagaimana telah dijelaskan pada Bab III. Artinya, pada sepuluh berita yang telah dianalisis, peneliti menemukan bahwa keseluruhan berita yang ditampilkan Detik.com masuk dalam kategori *clickbait*.

Dalam pembuatan judul *clickbait* terdapat kesan negative, karena dalam penulisan judul jurnalis tidak memperhatikan substansi berita, sehingga terdapat ketidaksesuaian antara judul dan isi. Selain itu, judul yang dibuat bersifat sensasional dan bombastis. Sehingga, judul *clickbait* dapat berimplikasi pada kepentingan publik (Mawardi, 2020).

Dalam *headline*, judul *clickbait* boleh dibuat dengan catatan harus sesuai fakta dan tidak ada unsur kebohongan kepada pembaca. Sehingga, dalam menulis judul *clickbait*, jurnalis harus menggunakan kata-kata yang elegan dan bermartabat. Dengan kata lain, kata-kata yang digunakan tidak bersifat bombastis atau sensasional. (Aziz, 2021).

Pada fakta di lapangan, berita *clickbait* berimplikasi pada jurnalisme sensasional yakni untuk mencari jumlah pengunjung *website* agar media mendapatkan iklan digital sebanyak-banyaknya (Sudibyo, 2019).

Clickbait adalah ketidaksesuaian antara judul dan konten berita. Dalam pembuatan judul berita, media berusaha membuat dengan semenarik mungkin (Hasibi, et al, 2020). Hal ini bertujuan untuk menarik minat pembaca agar mengklik judul yang dibuat oleh pembuat konten karena rasa penasaran (Fauziah, et al, 2021).

Hal inilah yang mendasari Detik.com dalam membuat berita *clickbait* pada kasus prostitusi Artis TA. Ketika kasus prostitusi mencatat nama *public figure*, maka bisa dijadikan sebagai komoditas oleh media karena dianggap laku di kalangan masyarakat (Rivaldi, et al, 2020). Pada Bbc.com (2020), dalam pemberitaan kasus prostitusi online, media lebih mengedepankan nama artis yakni dengan mengupas seluk beluk nama artis tersebut.

Dengan menggunakan judul *clickbait* guna menarik keingintahuan pembaca, maka media menggunakan bahasa yang provokatif. Biasanya dalam judul *clickbait* ini menyorot pada selebritis, rumor, isu yang lebih akademik, dan lain sebagainya (Hadiyat, 2019). Fenomena *clickbait* akhirnya muncul untuk memperoleh daya tarik dari pembaca (Indaianto, 2021).

Fenomena *clickbait* terjadi karena adanya perlombaan untuk mengejar besarnya jumlah pembaca, yang berimplikasi pada kualitas jurnalisme yang dihasilkan. Fenomena ini kemudian memunculkan jurnalisme yang bersifat sensasional, karena adanya orientasi mengejar klik untuk menarik iklan digital. Sehingga, kemunculan berita *clickbait* sudah tidak asing lagi dijumpai oleh

pembaca. Lebih jauh lagi, judul-judul yang bersifat sensasional serta *clickbait* membawa dampak negative bagi kepentingan publik. (Sudiby, 2019)

Ketika *traffic* menjadi acuan dalam media online, maka berbagai cara juga dilakukan untuk mencapai, baik dengan cara etis ataupun tidak etis, karena tujuannya agar khalayak tertarik dan mengakses media tersebut. Semakin banyak khalayak yang mengakses maka akan berbanding lurus dengan jumlah *traffic* yang dihasilkan. Hal inilah salah satu pemicu media online sering membuat berita yang penuh sensasi agar bisa menjadi viral (Nurrahmi, et al, 2021).

Oleh sebab itu, untuk mengejar jumlah klik, salah satu cara yang dilakukan media online yaitu dengan memuat judul berita yang bersifat bombastis, membingungkan, membuat penasaran, sehingga khalayak akan berusaha mencari tahu informasi dengan cara mengklik berita tersebut . (Hadiyat, 2019).

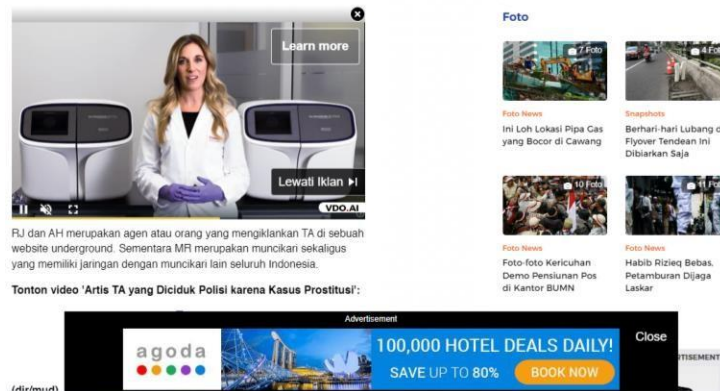
Hal ini dapat dibuktikan melalui salah satu judul berita yang ditampilkan Detik.com dengan judul “*Ini Motif Artis TA Lakoni Prostitusi Online bertarif Rp. 75 juta*”. Berita tersebut dimuat pada 18 Desember 2020 WIB pukul 19.28 di kanal Detiknews. Berita tersebut menjadi salah satu berita yang peneliti analisis dalam sampel penelitian ini.

Gambar 4.1. Berita Clickbait



Sumber: Detik.com

Gambar 4.2. Berita Clickbait



Sumber: Detik.com

Gambar 4.3. Berita Clickbait



Sumber: Detik.com

Pada gambar tersebut menjelaskan bahwa pada berita tentang prostitusi Artis TA yang ditulis oleh Detik.com tersebut, terdapat iklan yang bergantian muncul pada laman tersebut. Selain itu, ketika membuka laman Adsmart by Detik.com, terdapat penjelasan bahwa jumlah pengunjukan berjumlah 52 juta dan menghasilkan iklan yang sukses. Hal ini membuktikan bahwa jumlah iklan yang ada berbanding lurus dengan jumlah viewer yang ada pada Detik.com. Artinya, judul yang dibuat Detik.com tersebut dapat memberikan keuntungan bagi media.

Sudiby (2019) menjelaskan pembuat konten atau berita memiliki orientasi untuk meningkatkan situs berita yang mereka kelola. Yakni dengan tujuan agar jumlah pengguna situs web semakin banyak. Hal ini akan berbanding lurus pada minat pengiklan untuk menggunakan atau memasang iklan pada situs web tersebut.

Pada umumnya, judul *clickbait* cenderung bersifat menipu karena isi berita tidak sesuai dengan harapan dan imajinasi pembaca. Menurut Pogue (dalam Romli, 2018) adanya *clickbait* menunjukkan jurnalistik yang tidak baik. *Headline* yang menyembunyikan substansi berita demi mengejar *traffic* bukanlah *headline* yang baik. *Headline* yang baik adalah *headline* yang bersifat transparan dan efisien.

Dalam melaksanakan pers, Detik.com harus memiliki tanggung jawab kepada masyarakat. Media memiliki amanah untuk mengaktualisasikan hak tahu dan memberitahukan sesuai aturan yang berlaku. Sehingga, dalam kegiatan

jurnalistik, wartawan harus berpedoman pada aturan yang berlaku sesuai Kode Etik Jurnalistik dan Undang-Undang Pers No 40 tahun 1999 (Wibawa, 2020).

Selain itu, terdapat etika yang dikemukakan Shoemaker dan Reese (dalam Hikmat, 2018) yakni etika yang harus ditaati oleh jurnalis, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam memberitakan peristiwa, jurnalis harus memiliki tanggung jawab.
2. Jurnalis memiliki kebebasan dalam pemberitaan dan tanpa dipengaruhi siapapun.
3. Jurnalis tidak boleh partisan, dan harus independen, yakni tidak memihak.
4. Jurnalis harus melakukan pemberitaan secara objektif.
5. Jurnalis harus berlaku adil terhadap semua orang.

Masih dalam struktur sintaksis, pada sumber berita merupakan bagian sintaksis yang digunakan untuk menjaga prinsip keseimbangan berita, agar objektif dan tidak memihak (Eriyanto, 2012). Pada Kutipan sumber cenderung tidak proporsional, yakni antara jumlah narasumber dan pernyataan opini tidak seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa dalam berita tersebut, Detik.com menyajikan berita yang tidak berimbang.

Berimbang merupakan unsur yang digunakan dalam asas praduga tak bersalah yakni dengan memberikan waktu dan ruang kepada semua pihak secara

proporsional. Kata berimbang berarti netral, tidak memihak, dan adil (Nur, 2022).

Detik.com tidak memperhatikan keberimbangan berita pada pemberitaan tentang prostitusi online. Pada kutipan sumber, Detik.com cenderung menggunakan pihak kepolisian untuk dimintai keterangan dan dikutip pernyataannya sebagai narasumber. Sedangkan artis TA, pihak mucikari, ataupun pihak pemesan tidak dijadikan narasumber. Seharusnya, untuk menjaga keberimbangan berita, Detik.com meminta penjelasan kepada artis TA sebagai saksi korban, atau setidaknya kepada mucikari yang berstatus sebagai tersangka dalam kasus tersebut.

Menurut Rahayu (dalam Poentarie, 2015) sumber berita yang ideal adalah orang yang menjadi pelaku, karena mengalami peristiwa langsung, saksi peristiwa, atau ahli yang dianggap kompeten terhadap permasalahan yang berkaitan dengan peristiwa yang terjadi.

Penjelasan kepolisian dianggap mewakili keterangan dari pihak lain, karena sebagai pihak berwajib yang memiliki otoritas dalam menangani kasus prostitusi online tersebut. Akan tetapi, pihak kepolisian dalam memberikan keterangan cenderung memberikan penjelasan yang bias gender, yakni dengan menonjolkan artis TA dan menyembunyikan penjelasan tentang pihak laki-laki.

Sesungguhnya, tujuan adanya pengutipan sumber oleh media yaitu: *pertama*, untuk mengklaim validitas dari pernyataan yang telah dibuat dengan bertendensi pada klaim otoritas. Pengutipan dilakukan hanya untuk memberikan

bobot pada pendapat yang dibuat agar tidak disebut omong kosong. *Kedua*, untuk menghubungkan poin tertentu atas pandangan media kepada pejabat yang berwenang. *Ketiga*, untuk mengecilkan pendapat tertentu dengan membenturkan dengan pendapat mayoritas agar pendapat tersebut terlihat menyimpang (Eriyanto, 2012).

Seharusnya, Detik.com memperhatikan keberimbangan berita, sebagaimana yang telah diamanatkan pada Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik yang berbunyi: “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, dan tidak beriktikad buruk, berimbang berarti semua pihak mendapatkan kesempatan setara” dalam konteks ini, penafsiran berimbang adalah informasi yang disampaikan merupakan informasi yang sebenarnya, yakni tidak memihak ataupun memojokkan salah satu pihak (Asripilyadi, 2021).

Dalam pemberitaan, Detik.com harus menggunakan prinsip *cover both side*, yakni prinsip keberimbangan yang bias diraih melalui *member check* atau konfirmasi narasumber, agar pemberitaan bersifat objektif (Sari, 2014). Untuk mencapai itu semua, Kovach & Tom Rosenstiel (dalam Hikmat, 2018) menjelaskan hal yang harus dimiliki jurnalis dalam mengemban tugas jurnalisisme, yaitu sebagai berikut:

1. Jurnalis harus berpihak pada kebenaran.
2. Jurnalis harus memiliki loyalitas terhadap warga.
3. Jurnalis harus mampu melakukan inti tugasnya, yaitu disiplin dan verifikasi.

4. Jurnalis harus menjaga independensi pada sumber berita.
5. Jurnalis harus bertindak seolah-olah sebagai monitor kekuasaan.
6. Jurnalis harus menerima kritis dan saran maupun dukungan warga dengan menyediakan forum public.
7. Jurnalis harus mampu membuat sesuatu hal yang penting, menjadi menarik dan relevan.
8. Jurnalis harus mampu menjaga pemberitaan agar komprehensif dan proporsional.
9. Jurnalis harus mampu mengikuti hati nurani sendiri.

Selanjutnya, pada struktur skrip dan struktur tematik, Detik.com cenderung menonjolkan salah satu pihak, yaitu artis TA. Hal ini dilihat pada bentuk kalimat yang digunakan, kata ganti yang digunakan, serta koherensi pada teks-teks berita. Sedangkan pihak mucikari yang berstatus tersangka hanya dijelaskan dengan uraian dan detail yang pendek. Bahkan pihak laki-laki pemesan nyaris tak tersentuh dalam penjelasan pada teks berita. Artinya, Detik.com tidak memberikan porsi yang sama pada pihak yang terlibat dalam kasus tersebut. Dengan kata lain, Detik.com tidak memperhatikan keberimbangan dalam pemberitaan kasus protistusi online.

Media harus menyajikan fakta secara berimbang. Berimbang adalah semua sisi pada pemberitaan harus ditampilkan, yakni tidak menyeleksi atau menghilangkan sisi tertentu dalam pemberitaan (Eriyanto, 2015). Sebagaimana penjelasan McQuail (dalam Poentarie, 2015) media harus mampu menyajikan pemberitaan yang objektif, artinya bersifat factual, akurat, jujur terhadap realitas

serta mampu memisahkan opini dan fakta sehingga memenuhi pemberitaan yang berimbang dan tidak memihak.

Sudibyo (dalam Abkoryah, 2017) menjelaskan bahwa dalam Kode Etik Jurnalistik menyebutkan bahwa dalam setiap berita keberimbangan harus diwujudkan, yakni bukan setiap pemberitaan dalam artis kumpulan berita secara kumulatif. Hal yang sering dilakukan media online termasuk Detik.com adalah dalam berita lebih memojokkan satu sisi dan selanjutnya dikonfirmasi untuk dimuat dalam edisi berita berikutnya. Pada pihak yang berpotensi dirugikan dalam pemberitaan, media sudah seharusnya memberi kesempatan untuk memberikan konfirmasi terkait hal yang diberitakan. Hal ini bertujuan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan tidak menyesatkan publik.

Pada struktur retorik, Detik.com menggunakan *leksikon* yang memperkuat asumsi penelitian bahwa terjadi objektivikasi wanita pada berita kasus prostitusi online Artis TA. Detik.com berulang kali menggunakan kata *diciduk*, *digiring*, untuk menggambarkan penangkapan Artis TA. Kata-kata tersebut menunjukkan bahwa artis TA dianggap sebagai barang.

Menciduk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah mengambil dengan ciduk (gayung, sendok, dan sebagainya); mencedok; mengambil untuk ditahan (tentang alat negara). Sedangkan kata *giring* memiliki Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yaitu menghalau binatang ke suatu tempat, mengantarkan (membawa) penjahat dan sebagainya ke suatu tempat, membawa lari bola ke kaki. Kata *digiring* adalah kata yang kurang formal

karena digiring merupakan kata kerja yang biasanya digunakan untuk binatang, seperti “menggiring bebek” selain itu, kata digiring biasanya digunakan untuk penjahat. Artinya, pilihan kata yang ditujukan kepada Artis TA cenderung merendahkan.

Sedangkan pada penjelasan tentang mucikari sebagai tersangka dijelaskan dengan pemilihan kata yang lebih pantas yaitu kata “mengamankan”. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menjelaskan salah satu pihak, Detik.com cenderung menggunakan diksi yang berbeda dan dengan penekanan yang berbeda pula. Syarifah (dalam Putri, 2014) menyebutkan objektivikasi terjadi ketika seseorang direndahkan derajatnya melalui sarana-saran social, termasuk menjadikan komoditas, dibeli, dan dijual.

Hal serupa juga digunakan pada kata mahal, demi, tarif, berkencan, membayar, untuk menekankan pada sisi artis TA dengan menggambarkan tarif, harga atau bayaran yang mahal, yang cenderung merendahkan artis TA.. Detik.com menonjolkan sisi tersebut untuk mencari keuntungan dan perhatian pembaca. Selain itu, pemilihan kata tersebut menggambarkan seolah-olah TA adalah barang yang diperjual belikan yang memiliki harga tertentu.

Bentuk objektivikasi yang dilakukan Detik.com semakin mengukuhkan posisi laki-laki sebagai pemegang kuasa, karena dianggap mampu membayar sejumlah uang untuk jasa prostitusi. Perempuan ditampilkan oleh laki-laki dengan sedemikian rupa hanya untuk memenuhi kesenangan laki-laki. Artinya, perempuan menjadi pihak inferioritas, sedangkan laki-laki berada pada posisi

superior, sehingga laki-laki dapat melanggengkan kekuasaannya atas seksualitas perempuan. Objektivikasi seksual merupakan bentuk control laki-laki yaitu dengan perlakuan-perlakuan yang mereduksi perempuan sehingga perempuan menjadi pasif dan objek semata. (Putri, 2014)

Masih pada struktur retorik, pemilihan kata fantastis! Heboh, motif, teka-teki menjadi kata yang digunakan untuk menggugah rasa penasaran dari pembaca. Detik.com terkesan melebih-lebihkan suatu fakta dengan kata-kata tersebut. Hal ini dilakukan agar menarik perhatian pembaca agar tertuju pada kata tersebut. Selain itu, kata tersebut menjadi bentuk penonjolan pada artis TA.

Menurut Rahayu (dalam Poentarie, 2015) dramatisasi dalam berita merupakan bentuk penyajian atau penulisan berita yang bersifat hiperbolik, yakni untuk melebih-lebihkan sebuah fakta untuk menimbulkan efek dramatis bagi pembaca. Sebagaimana Lawrence dan Mueller (dalam Prisanto, 2018) menjelaskan bahwa “cerita yang memiliki nilai berita adalah yang dramatis dan sensasional, focus pada individu-individu terkenal, dan fitur konflik atau tindakan yang salah.”

Kehidupan artis dianggap sebagai sorotan dan sajian yang menarik bagi masyarakat, yang selanjutnya dimanfaatkan oleh media dengan menjadikannya komoditas dan menjadi sebuah berita. Sehingga, tidak jarang dalam pemberitaan tentang artis dikemas dengan penuh sensasional agar dapat menarik minat public. Dengan begitu, media akan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Berita-berita yang menyangkut aib, seperti perselingkuhan, narkoba, dan skandal-skandal para

artis menjadi sesuatu yang sangat menarik. Karena semakin heboh kasus tersebut, maka pemberitaan tersebut semakin diminati oleh public dan keuntungan yang didapatkan oleh media juga tinggi (Karlina, 2014).

Masih pada struktur retorik, pada sembilan berita, Detik.com menggunakan foto artis TA dalam unsur grafis. Lebih jauh, Detik.com menggunakan foto artis TA dengan menampilkan foto *close up*, bahkan salah satu foto yang digunakan menampilkan sebagian belahan dada artis TA. Foto tersebut diikuti dengan pemaparan identitas Tania Ayu pada *headline* dan skrip. Berbeda dengan pihak mucikari, Detik.com tidak menampilkan foto mucikari sama sekali. Selain itu, Detik.com menyebutkan mucikari hanya dengan inisial saja, tanpa mengungkapkan identitasnya.

Hal ini tentu tidak adil bagi artis TA, karena dalam pemberitaan ini, Detik.com lebih mengekspose dirinya daripada tersangka dalam kasus tersebut. Padahal artis TA merupakan korban dari adanya perdagangan yang dilakukan mucikari. Sebagaimana yang dijelaskan pihak kepolisian “*Yang jadi permasalahan yang menguatkan adalah adanya alat kontrasepsi. Kemudian ada pembayaran dan ada mucikari serta korbannya.*”

Pada Undang-Undang No 21 tahun 2007 tentang TPPO menyebutkan: “perdagangan orang adalah tindakan perekrutan, pengangkutan, penampungan, pengiriman, atau penerimaan seseorang dengan ancaman kekerasan, penggunaan kekerasan, penculikan, penyekaan, pemalsuan, penipuan, penyalahgunaan kekuasaan atau posisi rentan, penjeratan utang atau memberi bayaran atau

manfaat, sehingga memperoleh persetujuan dari orang yang memegang kendali atas orang lain tersebut, baik yang dilakukan dalam negara maupun antar negara, untuk tujuan eksploitasi atau mengakibatkan orang tereksplorasi.

Selanjutnya, berkaitan dengan saksi korban, terdapat pada Undang-Undang No 21 tahun 2007 p 44 yang menyebutkan: “Saksi dan/atau korban tindak pidana perdagangan orang berhak memperoleh kerahasiaan identitas.”

Detik.com tidak memperhatikan hal tersebut dalam pemberitaan. Detik.com cenderung menggunakan nama artis TA untuk memperoleh keuntungan. Ketika kasus prostitusi menyatut nama *public figure*, maka bisa dijadikan sebagai komoditas oleh media karena dianggap laku di kalangan masyarakat. (Rivaldi, et al, 2020)

Kasus prostitusi online artis, profesi sebagai artis atau selebritis menjadi objek pemberitaan yang memiliki nilai berita yang cukup tinggi dalam kajian jurnalistik. Pada kasus tersebut, pelekatan simbol artis mampu menciptakan suatu skandal masuk kategori berita yang bernilai jual. Skandal artis menjadikan artis tersebut menjadi terkenal, karena skandal dan artis merupakan dua hal yang saling berkaitan. Publik memiliki minat untuk mengkonsumsi berita yang berhubungan dengan artis, sehingga di sinilah kasus tersebut menjadi komoditas media. (Nugroho, 2020)

Berita-berita viral yang disuguhkan media merupakan bagian dari transaksi politik ekonomi media yang mencari keuntungan dari skandal seks sebagai objek konsumsi. Dengan begitu, khalayak akan ramai

memperbincangkan dan kemudian mencari informasi tentang skandal tersebut, yakni dengan mengklik, *me view*, dan berbagai parameter public lainnya. Selanjutnya, media akan memperoleh *revenue* berupa iklan, karena khalayak telah menggunakan ruang, ataupun membeli konten. Inilah yang disebut dengan komodifikasi. (Nugroho, 2020)

Akan tetapi, di balik tingginya *traffic* yang didapatkan media, terdapat pula permasalahan etika. Menurut Ess (dalam Nurrahmi, et al, 2021) menjelaskan bahwa media baru membawa kemudahan dalam informasi, akan tetapi juga membawa permasalahan. Dalam praktik di media baru terdapat isu-isu utama, seperti isu privasi, hak cipta, demokrasi, komunikasi, pornografi, dan kekerasan. Media – media online akhirnya berorientasi pada keuntungan karena adanya persaingan yang ketat.

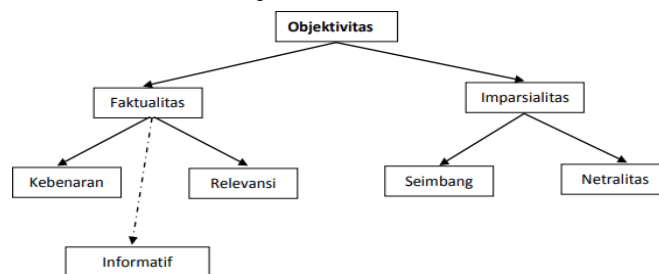
Sebagaimana telah penulis paparkan di depan, bahwa berita tentang prostitusi artis TA memberikan iklan yang banyak pada Detik.com. Artinya, upaya Detik.com untuk menarik minat pembaca dengan mengekspose artis TA dalam pemberitaan mampu mendatangkan keuntungan. Akan tetapi, dalam hal ini, Detik.com tidak memperhatikan Kode Etik Jurnalistik.

Kode Etik Jurnalistik Pasal 5 yang menyebutkan, “Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.” (Dewan Pers, 2013)

Terdapat penafsiran pada Pasal 5 Kode Etik Jurnalistik yakni “Identitas adalah semua data dan informasi yang menyangkut diri seseorang yang memudahkan orang lain untuk melacak.” (Dewan Pers, 2013)

Jurnalis harus memperhatikan Kode Etik Jurnalistik agar dapat memenuhi objektivitas berita. Hal ini dilakukan untuk menciptakan berita yang memenuhi standar yang sudah ditetapkan guna menghindari masalah di kemudian hari. Untuk memenuhi pemberitaan yang objektif, jurnalis harus menggunakan acuan yang tertuang pada kode etik jurnalistik professional maupun melalui indicator yang telah dipaparkan oleh para ahli (Akrobayah, et al, 2017).

Gambar 4.4. Skema Objektivitas Berita Menurut Westerstahl



Sumber: McQuail (dalam Poentarie, 2015)

Adapun ciri utama dalam objektivitas berita yaitu wartawan harus lepas dari hal yang diliput. Yakni tidak terlibat atau berpihak dalam suatu persoalan dan tidak bias dalam pemberitaan. Wartawan harus menjauhkan diri dari sifat subjektivitas wartawan, sebab untuk mencapai objektivitas membutuhkan sikap adil dan tidak diskriminatif terhadap sumber dan objek dalam peristiwa. Selain itu, wartawan harus memperlakukan pada porsi yang sama terhadap komentar

ataupun pendapat pada isu yang diperselisihkan (McQuail, dalam Abkoriyah, 2017).

4.3 Implikasi Sosial

Dalam pemberitaan, Detik.com cenderung menggunakan framing sosiologis untuk menonjolkan salah satu pihak, yaitu artis TA. Hal tersebut dilakukan karena adanya ideology patriarki dan kapitalistik, yang mendorong media untuk mengejar keuntungan dan memupuk budaya patriarki. Framing digunakan oleh wartawan dalam menyeleksi suatu isu dan suatu berita, yang pada akhirnya digunakan untuk menentukan fakta mana yang diambil, yakni dengan menonjolkan atau menyembunyikan informasi tertentu (Ikhsan, 2021).

Media memiliki kecenderungan melakukan komodifikasi pada peristiwa kekerasan perempuan. Media menonjolkan aspek sensasionalisme daripada substansi peristiwa. Hal ini dapat dilihat pada pemilihan Bahasa dalam judul berita (Doko, 2019). Hal yang serupa juga dilakukan Detik.com. dalam pemberitaan, Detik.com menggunakan Bahasa dan diksi-diksi yang sensual seperti kata kondom, model seksi, tarif kencan, dan lain sebagainya. Selain itu, judul-judul yang dibuat juga masuk dalam kategori *clickbait*.

Detik.com belum memiliki sensitifitas gender dalam melakukan pemberitaan pada kasus prostitusi online, khususnya pada kalangan *public figure* atau artis. Dalam pemberitaan, artis TA dijelaskan secara tidak adil. Detik.com lebih menekankan pada artis TA dibandingkan dengan pihak laki-laki pemesan. *Leksikon* yang digunakan untuk menjelaskan tentang TA juga menggunakan

bahasa yang tidak lumrah, seperti dicituk, digiring. Sedangkan pada pihak mucikari menggunakan kata “diamankan”.

Tidak jarang media melakukan kekerasan kepada perempuan dalam bentuk kekerasan bahasa atau teks, kekerasan visual, dan kekerasan dokumen (Doko, 2019). Selain itu, terdapat pula kekerasan structural yang dapat berupa dominasi laki-laki atas perempuan, stereotipe peran gender, serta objektifikasi seksualitas pada perempuan (Sunarto, 2009).

Detik.com melakukan framing objektifikasi seksual kepada TA dan disinyalir melakukan *symbolic annihilation*. Gaye Tuchman (dalam Damayanti, 2018) menjabarkan *symbolic annihilation* terjadi ketika melihat kehadiran perempuan diabaikan oleh media, karena perempuan dihadirkan sebagai objek laki-laki. Artinya, perempuan hadir hanya sebagai simbolis, akan tetapi tidak diberi kesempatan untuk berbicara.

Menurut Eriyanto (dalam Haryati, 2012), Media Massa bisa menjadi subjek yang mengkonstruksikan realitas yaitu dengan cara menafsirkan dan kemudian menyebarkan kepada khalayak. Media massa memainkan dua peran, yaitu: *pertama*, media massa merupakan sumber kekuatan hegemonik. *Kedua*, media massa merupakan sumber legitimasi, yang memiliki kemampuan untuk memupuk kekuasaannya agar terlihat benar dan absah.

Sesungguhnya, media memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Selain digunakan sebagai tempat mencari informasi, media juga dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat. Media juga

disebut sebagai ruang publik yang berarti memiliki kuasa (Paramita, et al, 2020). Sehingga, media diharapkan tidak menyebabkan masalah social ataupun serangan ekstrim, karena membawa kepentingan umum (McQuail (dalam Lestari, 2018).

Hal ini menunjukkan bahwa jurnalisme memiliki tugas utama yaitu menyampaikan kebenaran, karena hal tersebut merupakan bagian tugas dan kewajiban penting terhadap masyarakat (Sari, 2014).

Akan tetapi, pada kenyataannya Detik.com masih bias gender dalam pemberitaan. Bias gender terjadi apabila salah satu jenis kelamin mengalami ketidakadilan atau dirugikan (Rahminawati, 2001). Bias gender yakni perbedaan penilaian antara jenis kelamin, baik laki-laki atau perempuan secara strotipe, dan menunjukkan kesenjangan antara satu jenis kelamin dengan jenis kelamin lainnya, karena dianggap lebih tinggi kedudukannya (Ashaf, dalam (Hutami, 2018).

Hal tersebut berarti, Detik.com belum mampu memperhatikan dan melayani kepentingan publik, dalam artian tidak memberi nilai-nilai positif seperti adanya bias gender. Sebagaimana dijelaskan McQuail (dalam Lestari, 2018) kepentingan publik berkaitan dengan pengharapan positif. Apabila media massa tidak mampu memberikan pelayanan publik, maka akan berimplikasi pada bergesernya tanggung jawab atas norma, etika, dan nilai masyarakat.

Media komersial ditandai dipengaruhi oleh entitas sebagai institusi bisnis. Kepentingan kekuasaan politik dan ekonomi mengakibatkan perubahan

watak media komersial dan menjadi gaya jurnalisme di Indonesia, yaitu: *pertama*, logika kinerja dalam proses *news gathering* dan *news producing* media dipengaruhi oleh arus kepentingan kekuasaan dan modal. *Kedua*, dramatisasi fakta yang terjadi karena komersialisasi informasi pada pemberitaan media. Fakta yang dimaksudkan bukan untuk kepentingan public, akan tetapi pada kepentingan pasar, sehingga fakta yang dihadikan semakin bias (Ahmad, 2012).

Menurut McQuail (dalam Ahmad, 2012) dalam pemberitaan, media harus mampu mengedepankan empat hal yaitu sebagai berikut: *pertama*, aspek akurasi (*accurate*), *kedua*, media harus memperhatikan kelengkapan berita (*completeness*), *ketiga*, penyajian berita harus relevan (*relevance*), *ke empat*, realitas yang ditampilkan harus objektif (*impartiality*). Sehingga, diharapkan media mampu menghindari bias pada framing pemberitaan.

Media harus mengutamakan kepentingan publik untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang benar. Sehingga, media jauh dari realitas palsu yang tidak sesuai dengan kebenaran ataupun hanya terfokus pada kepentingan pribadi (Abraham, 2016). Dalam menyampaikan informasi, media harus memperhatikan etika, sebagaimana yang sudah ditulis dalam etika profesi yang tertuang dalam Kode Etik Jurnalistik. Hal ini bertujuan agar dalam menjalankan profesi, Media selalu berpegang teguh pada pedoman yang sudah ditetapkan, agar pemenuhan hak public untuk mendapatkan informasi yang benar dapat terpenuhi (Abraham, 2016).