



UNIVERSITAS INDONESIA

**SENSASIONALISME BERITA TELEVISI MENGENAI KRIMINALITAS
DENGAN PELAKU PEREMPUAN
(STUDI KASUS PEMBERITAAN MELINDA DEE DI SEPUTAR
INDONESIA PAGI, SIANG, SORE RCTI DAN REPORTASE PAGI,
SIANG, SORE TRANS TV)**

SKRIPSI

**DENASTY PUTRI PUSPITA AULIA
0806345921**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI JURNALISME SIAR
DEPOK 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**SENSASIONALISME BERITA TELEVISI MENGENAI KRIMINALITAS
DENGAN PELAKU PEREMPUAN
(STUDI KASUS PEMBERITAAN MELINDA DEE DI SEPUTAR
INDONESIA PAGI, SIANG, SORE RCTI DAN REPORTASE PAGI,
SIANG, SORE TRANS TV)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**DENASTY PUTRI PUSPITA AULIA
0806345921**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI JURNALISME SIAR
DEPOK 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Denasty Putri Puspita Aulia

NPM : 0806345921

Tanda Tangan :



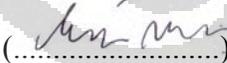
Tanggal : 11 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Denasty Putri Puspita Aulia
NPM : 0806345921
Program Studi : Jurnalisme Siar
Judul Skripsi : Sensasionalisme Berita Televisi Mengenai
Kriminalitas dengan Pelaku Perempuan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program S1 Reguler Departemen Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalisme Siar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Drs. Awang Ruswandi, M. Si. (.....)
Penguji : Donna Asteria S.Sos, M.Si (.....)
Ketua Sidang : Dra. Ken Reciana Sanjoto, MA (.....)
Sekretaris Sidang : Wisnu Triwibowo (.....)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 11 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Penelitian ini diawali dengan ketertarikan saya mengenai sensasionalnya berita kriminal di televisi, terutama bila berita kriminal tersebut berkaitan dengan perempuan. Saya melihat bahwa jika perempuan berada di dalam berita sebagai sosok objek atau korban pemberitaannya maka prinsip- prinsip yang terdapat dalam kaidah-kaidah jurnalistik dilanggar karena lebih mengarah pada sensasionalisme.

Berbagai penelitian dengan perempuan sebagai objek berita kriminal sudah banyak dibahas. Penelitian mengenai sensasionalisme dalam berita kriminal juga pernah diteliti. Akan tetapi penelitian dengan perempuan sebagai pelaku kejahatan dalam berita kriminal di televisi belum pernah saya temukan. Berdasarkan belum adanya pembahasan tersebut, saya mencoba untuk menggambarkan penerapan praktek sensasionalisme dalam berita kriminal dengan pelaku perempuan. Selain itu, saya juga ingin melihat perbandingan tingkat sensasionalisme berita antara dua program berita dari stasiun televisi swasta yang berbeda di Indonesia.

Penelitian ini saya harapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai sensasionalisme bagi para pembaca terutama para pekerja di bidang jurnalistik. Saya juga berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Depok, 11 Januari 2012

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur saya panjatkan yang paling pertama dan utama kepada Alloh SWT, Tuhan Yang Maha Penyayang, Maha Pengasih, Maha Segalanya. Berkat Kuasa Alloh SWT saya dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi penuh perjuangan, agar dapat lulus 3.5 tahun dari Universitas Indonesia yang penuh kenangan. Semua tahapan yang sudah saya lalui ini juga tidak lepas dari kasih sayang serta dukungan orang-orang sekitar.

1. Orang tua saya Drs. Buchoding A.M dan Ditje Fauziah, papa mama yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil. Papa yang menjadi contoh panutan seorang pekerja keras dan mencintai keluarga. Mama saya tercinta, segalanya bagi saya, tujuan hidup saya, kesuksesan saya tidak akan pernah ada tanpa doa serta sujudnya yang tiada henti bagi saya. Kakak perempuan saya beserta suami yang memberikan dukungan moriil dan materiil, Dona Amalia serta Drs. Moch. Seno Putro, dua kakak laki-laki saya Buce Darmawan dan Hendra Sulaiman yang memberikan banyak nasihat serta dukungan semangat serta materiil bagi saya agar tidak pernah putus asa dan terus berjuang, serta tiga keponakan saya Intan Lyana Putri, Rinda Ayu Putrilia, dan Muhamad Akbar penyemangat skripsi saya.
2. Drs. Awang Ruswandi, M.Si dosen pembimbing tercinta yang selama ini selalu sabar mendampingi dan mendorong saya untuk terus bersemangat dan pantang menyerah mengerjakan skripsi agar saya lulus 3.5 tahun. Mas Awang selalu memberikan arahan terbaik dalam bimbingan skripsi saya selama ini. Mas Awang selalu menyempatkan memberikan kritik dan saran di sela-sela kesibukannya. Terimakasih banyak Mas Awang, syukur saya tidak terhingga diberikan pembimbing terbaik dalam hidup saya.
3. Donna Asteria S.Sos, M.Si, dosen yang paling baik, sabar, dan perhatian terhadap saya serta skripsi saya. Terimakasih banyak Mba Dona yang selalu

menyempatkan waktu untuk *sharing* dan memberikan nasihat- nasihat bagi saya.

4. Dra. Ken Reciana Sanjoto, MA sebagai Ketua Program Sarjana Reguler Departemen Ilmu Komunikasi yang selalu membantu dan memudahkan proses pengerjaan skripsi saya.
5. Departemen Ilmu Komunikasi, khususnya Program Sarjana Reguler yang memudahkan proses pembuatan skripsi saya sejak sidang outline hingga sidang skripsi. Terimakasih kepada Mas Gugi dan Mba Indah yang sering direpotkan dalam hal pembuatan surat- menyurat untuk keperluan wawancara, beasiswa, dan skripsi saya
6. Masmimar Mangiang, Bang Mimar adalah sosok yang sudah saya anggap seperti orang tua di kampus. Selalu menjadi tempat bertanya, bercerita, dan curhat masalah- masalah yang saya hadapi. Terimakasih banyak Bang Mimar atas jurnal- jurnal yang pernah diberikan yang sangat membantu saya.
7. Dra. Nina M. Armando, MSi. Atas bantuan mba Nina saya memperoleh video berita yang jumlahnya sangat banyak dari KPI. Terimakasih banyak mba Nina, maaf merepotkan bagi sekretaris serta pegawai KPI. Skripsi saya tidak dapat terwujud tanpa bantuan Mba Nina dan seluruh *stakeholder* KPI.
8. Satrio Arismunandar, atas bantuan Mas Satrio saya memperoleh *link* Eksekutif Produser Reportase untuk saya wawancarai. Terimakasih banyak Mas Satrio.
9. Eko Susanto, senior saya angkatan 2006 yang juga bekerja di KPI. Terimakasih banyak ka Eko, skripsi saya tidak akan ada tanpa bantuan kakak. Ka Mila, Ka Nandari senior- senior saya yang menjadi tempat bimbingan skripsi. Terimakasih banyak kakak- kakak senior.
10. Terimakasih teristimewa untuk Beli Made dan Mba Windy, serta para jurnalis Seputar Indonesia lain, yang memberi warna di masa magang saya dan sangat sangat membantu saya dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih banyak sekali.

11. Sahabat terbaik saya sejak SMA, Indah Rachmawati, Kartika Dewi, dan Pipit yang selalu menjadi tempat pelipur lara dan penat saat mengerjakan skripsi ini.
12. Sobat Jurnal 3.5 tahun dan 4 tahun. Abal terimakasih banyak atas kesabaran dan bantuannya mengajari SPSS dan menjadi tempat bercerita. Adhika sahabat yang selalu memberikan *surprise* dan penyemangat saat pengerjaan skripsi. Febi sahabat cantik saya yang mengajari untuk lebih cuek dan santai serta menemani ke Trans TV. Ucuy yang selalu menjadi penghibur dan penghilang stres. Aka yang menjadi sahabat ambisius di awal- awal pencarian judul skripsi. Rifki teman sesama pembimbing yang menyemangati. Ica, Maxi, Isal, Reno, Inyong, Ari, Griya, Fauzan, Dona, Ivan, Leleminho, Vine, Garti, Nina, dan semua sobie jurnal angkatan 2008!!
13. Teman- teman yang berambisi yang selalu menemani saat mengerjakan skripsi di MBRC lantai tiga, bercerita, melepas stres, Dara, Diana, Cia, Tania, Mendy, dan Shienny.
14. Tim 3 Enterprise, EO terbaik, tempat *freelance* terspesial, orang- orang di dalamnya yang sudah saya anggap keluarga sendiri, Mba Mia, Mba Tika, Ka Irin, Ka Sinta, Mba Novi, Mba Caca, dan Bobby yang selalu menjadi sahabat jalan- jalan dan penghilang stres. Agil dan Om Oke yang selalu menjadi penyemangat. Terimakasih tetap memberikan saya *event* dan mendukung skripsi saya. Jaya terus 3 Enterprise.
15. Teman- teman Komunikasi angkatan 2008 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas kenangan terbaik bersama kalian. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
Akhir kata saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi segala pihak.

Depok, 11 Januari 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Denasty Putri Puspita Aulia
NPM : 0806345921
Program Studi : Jurnalisme Siar
Program : S1 Reguler
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non- exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Sensasionalisme Berita Televisi Mengenai Kriminalitas dengan Pelaku Perempuan

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengalangan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 11 Januari 2012

Yang Menyatakan


(Denasty Putri Puspita Aulia)

ABSTRAK

Nama : Denasty Putri Puspita Aulia
Program Studi : Jurnalisme Siar
Judul : Sensasionalisme Berita Televisi Mengenai Kriminalitas dengan Pelaku Perempuan

Market driven journalism mendorong para pembuat berita untuk bersaing memperoleh perhatian penonton dengan menggunakan sensasionalisme. Berita sensasional dibuat atas nama rating penonton yang tinggi sehingga memperoleh keuntungan besar. Salah satu jenis berita televisi yang tergolong sensasional adalah berita kriminal yang memiliki kemampuan menarik perhatian khalayak. Berita kriminal tidak luput dari keberadaan perempuan. Berita kriminal dengan pelaku perempuan yang cukup menarik perhatian publik adalah kasus pembobolan dana nasabah bank swasta oleh Melinda Dee. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengukur tingkat sensasionalisme berita Melinda Dee yang ditampilkan oleh dua program berita Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV.

Penulis menggunakan konsep dan indikator ‘sensasionalisme’ yang sudah digunakan dalam penelitian sebelumnya oleh Zhou (2001). Penelitian ini menggunakan paradigma positivis dan bersifat deskriptif. Penulis hendak membuktikan teori atau konsep dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan membandingkan pesan dari sumber yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program berita Seputar Indonesia lebih sensasional dalam menyajikan berita Melinda Dee dibandingkan dengan program berita Reportase. Penelitian ini juga membuktikan bahwa personalisasi berita mengenai Melinda Dee sangat sering digunakan pada kedua program berita agar lebih sensasional.

Kata Kunci:

market driven journalism, sensasionalisme, berita televisi, analisis isi, berita kriminal, pelaku perempuan.

ABSTRACT

Name : Denasty Putri Puspita Aulia
Study Program : Broadcast Journalism
Title : Sensationalism in News Television Focusing on Crime News
with Women Offender

Market driven journalism driving newsmaker to compete in getting attention with sensationalism for the audience. Sensational news are made up by gaining high rate audience for income or big profit from the advertising agency. One type of television news categorized sensational is crime news which have the ability to draw many audience's attention. Crime news never losing the presence sight of a woman. Crime news with women offender which has drawn attention on public audience is fraud case at one of overseas private bank by Malinda Dee. In this research, author wants to examine the degree of sensationalism in Melinda News published by two news media programs Seputar Indonesia RCTI and Reportase Trans TV.

Author adopts the concept and sensationalism indicator that have been applied by previous research conducted by Zhou (2001). This descriptive research uses the positives paradigm. Author wants to prove that concept by using quantitative approach. The method conducted in this research use content analysis by comparing the message from two news Media programs that mention before (Seputar Indonesia RCTI and Reportase Trans TV). The research outcomes have found that in presenting news of Melinda Dee, Seputar Indonesia RCTI News Program more sensational than Reportase Trans TV. Furthermore, in order to make the news more sensational, both of news programs often use personalization of Melinda Dee.

Keywords:

market driven journalism, sensationalism, news television, content analysis, news crime, women offender.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Signifikansi Penelitian	10
1.5.1 Signifikansi Akademis	10
1.5.2 Signifikansi Praktis	10
1.5.3 Signifikansi Sosial	11
2. KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kerangka Konsep	12
2.1.1 Sensasionalisme	12
2.2 Definisi Konseptual	21
2.2.1 Sensasionalisme	21
2.2.2 Berita Televisi	22
2.2.3 Berita Kriminal dan Pelaku Perempuan	24
2.3 Hipotesis Pengarah	29
3. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Pendekatan Penelitian	31
3.3 Metode Penelitian	32
3.4 Jenis Penelitian Berdasarkan Tujuan	33
3.5 Populasi dan Karakteristiknya	34
3.6 Prosedur Penarikan Sampel	35
3.7 Unit Analisis	36

3.8 Uji Reliabilitas	37
3.9 Definisi Operasional	38
3.10 Operasionalisasi Konsep	53
3.11 Kelemahan Penelitian	54
3.12 Keterbatasan Penelitian	54
4. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Program Berita Seputar Indonesia RCTI	55
4.2 Gambaran Umum Program Berita Reportase Trans TV	59
5. ANALISIS DAN INTERPRETASI	
5.1 Analisis	66
5.1.1 Analisis Program Berita Seputar Indonesia (Pagi, Siang, Sore) dan Reportase (Pagi, Siang, Sore).....	66
5.1.1.2 Perbandingan Secara Umum.....	66
5.1.1.3 Analisis Dimensi Isi	67
5.1.1.4 Analisis Dimensi Format	81
5.2 Interpretasi Data	108
5.2.1 Perbandingan Sensasionalisme antara Seputar Indonesia dan Reportase	108
6. PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	121
6.2 Rekomendasi	121
6.2.1 Rekomendasi Praktis	121
6.2.2 Rekomendasi Akademis	122
6.3 Implikasi Penelitian	123
DAFTAR REFERENSI	124
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Program Berita dan Jumlah Paket Berita Melinda Dee.....	28
Tabel 3.2	Operasionalisasi Konsep.....	36
Tabel 5.1	Perbandingan Keberadaan Suara Natural Paket Berita Melinda Dee pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	64
Tabel 5.2	Perbandingan Kehadiran Narasumber Politisi dan Ahli pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	67
Tabel 5.3	Perbandingan Kehadiran Narasumber Politisi dan Ahli VS <i>Layperson</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	68
Tabel 5.4	Perbandingan Penggunaan Personalisasi Berita pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	71
Tabel 5.5	Total Perbandingan Penampilan Emosi pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	74
Tabel 5.6	Perbandingan Penggunaan <i>Eyewitness Camera</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	76
Tabel 5.7	Perbandingan Penggunaan <i>Close Up</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	77
Tabel 5.8	Perbandingan Penggunaan Teknik <i>Zoom In</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	79
Tabel 5.9	Perbandingan Penggunaan Teknik <i>Zoom Out</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	80
Tabel 5.10	Perbandingan Penggunaan dan Persentase Teknik <i>Zoom</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	80
Tabel 5.11	Perbandingan Penggunaan Perspektif <i>High Angle</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	81
Tabel 5.12	Perbandingan Penggunaan Perspektif <i>Eye Level</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	82

Tabel 5.13	Perbandingan Penggunaan Perspektif <i>Low Angle</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	83
Tabel 5.14	Perbandingan Jumlah Penggunaan Perspektif <i>High Angle, Eye Level, dan Low Angle</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	83
Tabel 5.15	Penggunaan <i>Sound Effect</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	84
Tabel 5.16	Penggunaan Musik pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	85
Tabel 5.17	Penggunaan <i>Sound Effect</i> dan Musik pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	85
Tabel 5.18	Perbandingan Rata- Rata Durasi per <i>Shot</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	86
Tabel 5.19	Perbandingan Penggunaan <i>Wipe Movement</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	87
Tabel 5.20	Perbandingan Penggunaan <i>Dissolve</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	88
Tabel 5.21	Perbandingan Penggunaan <i>Flash</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	89
Tabel 5.22	Perbandingan Penggunaan <i>Fade</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	89
Tabel 5.23	Perbandingan Penggunaan <i>Slide and Peel</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	90
Tabel 5.24	Perbandingan Penggunaan <i>Rotation</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	90
Tabel 5.25	Perbandingan Penggunaan <i>Fly</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	91
Tabel 5.26	Perbandingan Penggunaan <i>The Frame within a frame</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	92
Tabel 5.27	Perbandingan Penggunaan <i>Supers</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	93

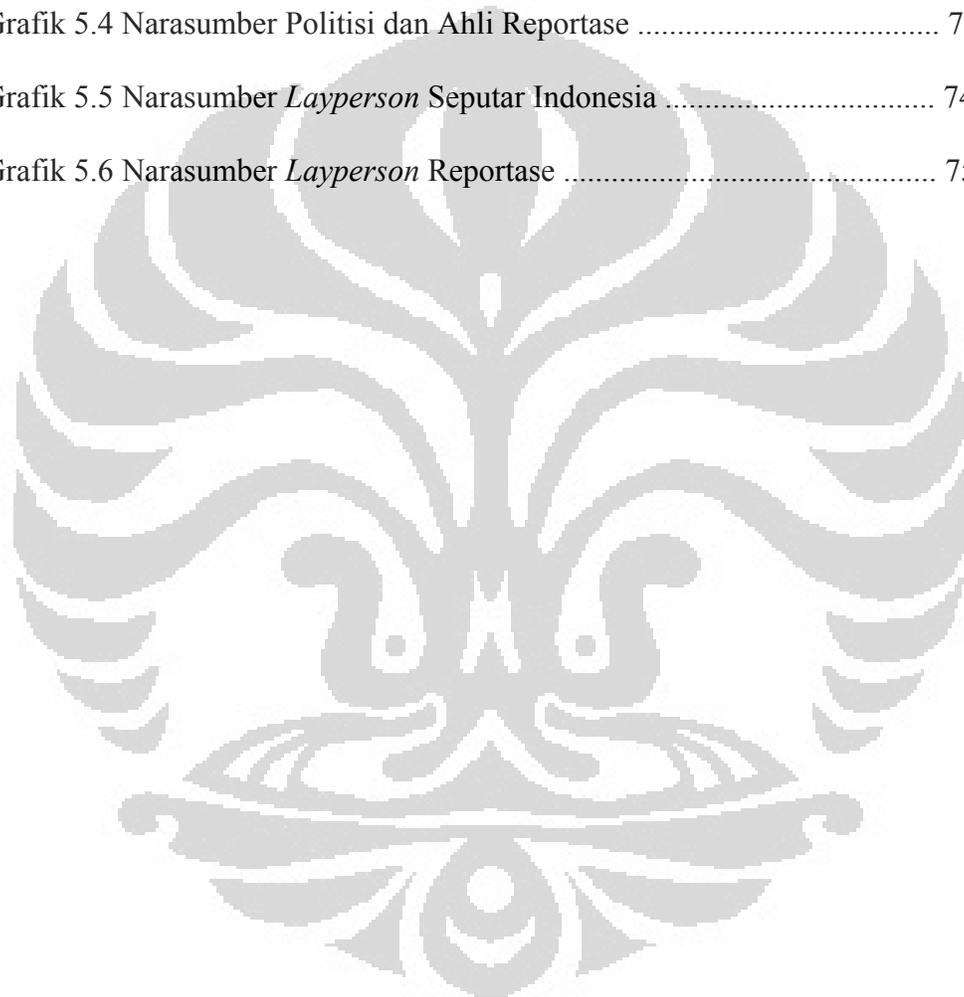
Tabel 5.28	Perbandingan Penggunaan <i>Split Screen</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	94
Tabel 5.29	Perbandingan Penggunaan <i>Freeze Frame</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	95
Tabel 5.30	Perbandingan Penggunaan <i>Compresion</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	96
Tabel 5.31	Perbandingan Penggunaan <i>Posterization</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	96
Tabel 5.32	Perbandingan Penggunaan <i>Snapshot</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	97
Tabel 5.33	Perbandingan Penggunaan <i>Secondary Frames</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	97
Tabel 5.34	Perbandingan Penggunaan <i>Echo</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	98
Tabel 5.35	Perbandingan Penggunaan <i>Highlighting</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	98
Tabel 5.36	Perbandingan Penggunaan <i>Mosaic</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	99
Tabel 5.37	Perbandingan Penggunaan <i>Slow Motion</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	100
Tabel 5.38	Perbandingan Penggunaan <i>Repeating Images</i> pada Seputar Indonesia dan Reportase.....	101

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Struktur Organisasi Seputar Indonesia.....	52
Diagram 4.2 Struktur Organisasi Reportase.....	57
Diagram 4.3 Support.....	59
Diagram 5.1 Personalisasi Berita Seputar Indonesia	77
Diagram 5.2 Personalisasi Berita Reportase	78
Diagram 5.3 Penampilan Emosi Kebahagiaan (Tersenyum) MD Seputar Indonesia	80
Diagram 5.4 Penampilan Emosi Kebahagiaan (tersenyum) MD Reportase	80
Diagram 5.5 <i>Eyewitness Camera</i> Seputar Indonesia	82
Diagram 5.6 <i>Eyewitness Camera</i> Reportase	83
Diagram 5.7 Penggunaan <i>Zoom In</i> Seputar Indonesia	86
Diagram 5.8 Penggunaan <i>Zoom In</i> Reportase	87

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1 Suara Natural pada paket berita Seputar Indonesia	69
Grafik 5.2 Suara Natural pada Paket Berita Reportase	70
Grafik 5.3 Narasumber Politisi dan Ahli Seputar Indonesia	72
Grafik 5.4 Narasumber Politisi dan Ahli Reportase	73
Grafik 5.5 Narasumber <i>Layperson</i> Seputar Indonesia	74
Grafik 5.6 Narasumber <i>Layperson</i> Reportase	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PEROLEHAN RATING NEWS PROGRAM

Lampiran 2 CODINGBOOK

Lampiran 3 UJI RELIABILITAS

Lampiran 4 DAFTAR PAKET BERITA MELINDA DEE PADA SEPUTAR
INDONESIA DAN REPORTASE



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kompetisi yang sengit antara televisi, koran, dan radio serta adanya keterbatasan medium, membuat televisi bergeser dari penekanan terhadap percakapan publik mengarah pada hiburan. Televisi telah membuat hiburan sebagai format dasar penggambaran segala sesuatu. Hiburan merupakan supra- ideologi segala diskursus dalam televisi. Tayangan televisi dibuat untuk menghibur dan menyenangkan penonton. Hal yang terpenting dari televisi adalah orang- orang menontonnya (Postman).

Siaran berita tidak luput dari tujuan televisi yang menghibur. Itulah sebabnya maka dalam acara siaran berita, meskipun penonton mendapatkan kisah tragedi dan kekejaman setiap hari, para penyiar masih dapat mengajak penonton untuk “bergabung lagi bersama kami besok.” Singkatnya, sebuah siaran berita merupakan suatu format hiburan, bukan pendidikan, refleksi maupun katarsis (Menghibur Diri Sampai Mati, 1995).

Saat ini informasi dibuat lebih atraktif atau berorientasi pada hiburan, caranya dengan membuat informasi semakin ‘sensasional’ atau menyerupai ‘tabloid’ dari waktu ke waktu (Uribe & Gunter, 2007). Informasi yang sensasional akan membangkitkan emosi khalayak yang merupakan mediator menuju rasa ketertarikan. Dalam penelitian Lang tahun 2003 yang menganalisa reaksi khalayak pada tampilan berita sensasional, hasilnya menunjukkan bahwa khalayak semakin tertarik oleh tampilan berita yang sensasional. Selain itu, kemampuan khalayak dalam mengingat isi berita juga semakin tinggi. Penelitian Lang memberikan bukti bahwa ada hubungan yang penting antara tayangan yang menghibur dan format berita yang menggugah emosi dengan tingkat keterikatan khalayak dengan berita tersebut (Uribe & Gunter, 2007).

Khalayak atau penonton mencari tayangan yang menghibur dan berita yang menggugah emosi mereka. Semua stasiun televisi akan berlomba- lomba untuk

menarik perhatian penonton. Terjadilah kompetisi dalam *market news* yang ketat. Kondisi ini telah memberikan peningkatan terhadap sebuah fenomena yang dinamakan ‘sensasionalisme.’ Sensasionalisme dipahami sebagai produk negatif dari *market driven journalism*.

Market driven journalism dipercaya telah menekan para pembuat berita untuk bersaing memperoleh perhatian penonton dengan menggunakan sensasionalisme. Menurut Hendriks Vettehen, banyaknya jumlah stasiun TV yang ada dan kebutuhan untuk menarik pengiklan menyebabkan berita yang tampil di TV lebih banyak mengandung hal-hal sensasional (Vettehen, 2006). Ciri-ciri sensasional dipercaya mampu menarik perhatian penonton. Oleh karena itu, sensasionalisme dalam berita sudah diduga akan meningkat (e.g., Adams, 1978; McManus, 1994). Sebagian besar peneliti dan kritikus menduga bahwa *market driven journalism* akan menghasilkan berita yang rendah level informasinya dan memiliki konten yang serupa, ditujukan pada populasi yang diminati pengiklan (e.g., Bagdikian, 1985; Mc Manus, 1994; Underwood, 1988).

Teori *market* Mc Manus tentang produksi berita (1994) memberikan pandangan mengenai penyebab sensasionalisme. Menurut McManus (1994), produser berita berhadapan dengan konflik aturan di pekerjaannya sehari-hari. Di satu sisi, para produser (jurnalis) memiliki tugas sekaligus kewajiban untuk melayani publik (penonton) dengan menginformasikan peristiwa penting sesuai dengan aturan tradisional jurnalisisme yang semestinya. Dalam menjalankan tugas dan kewajiban menghasilkan karya jurnalistik yang berkualitas, jurnalis khususnya jurnalis televisi diharuskan berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia. Akan tetapi, kondisi persaingan yang ketat antar berbagai stasiun televisi (khususnya program berita), membuat produser berita hanya mempertahankan perolehan iklan agar siaran beritanya disaksikan oleh jumlah penonton yang banyak. Ketentuan-ketentuan berperilaku dan menghasilkan karya jurnalistik yang semestinya dilanggar oleh para jurnalis. Jurnalis lebih mementingkan cara untuk menarik perhatian penonton daripada mematuhi pedoman yang ada dalam Kode Etik Jurnalistik Televisi.

Market-driven journalism terbukti meningkatkan kebutuhan akan program berita yang menarik perhatian penonton. Motif keuntungan seringkali didefinisikan sebagai dorongan untuk praktik jurnalistik sensasional. Berita sensasional dibuat untuk menarik perhatian atas nama rating penonton yang tinggi (Berkowitz, 1993; Scott & Gobetz, 1992 dalam *Explicating sensationalism in television news*). Mc Manus berpendapat bahwa kebutuhan untuk menarik perhatian penonton berpotensi untuk menimbulkan konflik mengenai tugas melayani publik. Aturan pasar bertentangan dengan aturan jurnalistik. Sebagai contoh, seleksi berita berdasarkan perhatian menarik jumlah penonton dapat menghasilkan seleksi berita yang lebih menarik, namun sedikit informasinya.

Salah satu jenis berita televisi yang tergolong sensasional adalah berita kriminal (Zhou, 2001). Berita kriminal digolongkan ke dalam berita sensasional karena topik dan gambar yang ditampilkan termasuk sensasional. Selain itu, berita kriminal juga memiliki kemampuan untuk menarik perhatian khalayak. Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan Newhagen (1998) dan Grimm (1996) (dalam Uribe & Gunter, 2007), berita kriminal mampu membangkitkan respon *neural* pada khalayak. Misalnya saja memprovokasi emosi seperti rasa takut, perasaan terasing, maupun luapan rasa gembira. Peliputan yang hebat mengenai kejahatan juga menimbulkan kesan pada penonton bahwa kejahatan merajalela di sekitar mereka (Santana, 2005).

Berita kriminal adalah uraian tentang peristiwa/fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita tentang kejahatan yang ditayangkan di televisi. Saat ini, berita kriminal tidak lagi identik dengan pelaku laki-laki. Keterlibatan perempuan sebagai pelaku kriminalitas bukan merupakan sesuatu yang baru (walaupun keterlibatan ini jumlahnya relatif lebih kecil dibandingkan pria).

Berita kriminal dengan pelaku perempuan yang cukup menarik perhatian publik adalah kasus pembobolan dana nasabah salah satu Bank swasta oleh MD. MD alias Malinda alias Malinda Dee, memiliki nama asli Inong Melinda. Pemberitaan Melinda Dee sangat menarik perhatian penonton. Dalam pemberitannya foto-foto Melinda yang berpakaian seksi seringkali dimunculkan. Berita Melinda sebagai pelaku kejahatan tidak ditayangkan seperti pelaku kejahatan pria yang lebih

menekankan pada penanganan kasus hukumnya. Media menyajikan berita Melinda secara tidak objektif karena lebih banyaknya porsi tayangan berita mengenai informasi personal Melinda.

Pemberitaan kasus hukum Melinda diawali dengan munculnya foto- foto Melinda yang menampilkan sosok perempuan berparas cantik, seksi, dan terlihat dari golongan ekonomi menengah atas. Keberadaan foto- foto Melinda pada tayangan berita televisi menjadi topik perbincangan masyarakat. Media seringkali memfokuskan pengambilan gambar pada wajah dan bagian tubuh Melinda. Fokus perhatian penonton lebih diarahkan pada fisik Melinda, bukan kepada cara Melinda mengambil dana milik nasabahnya hingga 17 Milyar rupiah. Sosok Melinda lebih sensasional untuk ditayangkan karena Melinda adalah sosok perempuan yang cantik seksi, dan bergelimang harta, namun pelaku kejahatan.

Semua media berlomba- lomba memberitakan Melinda sebagai berita utama. Tidak terkecuali program berita televisi “Seputar Indonesia RCTI” dan “Reportase Trans TV”. Terhitung sejak tanggal 28 Maret 2011, tayangan mengenai Melinda mulai menghiasi layar televisi. Baik Seputar Indonesia maupun Reportase, sempat mengulang paket berita Melinda Dee yang telah ditayangkan di buletin siang mereka pada buletin sorenya atau pada buletin esok hari. Pengulangan paket ini seolah- olah menunjukkan bahwa berita Melinda sangat penting sehingga layak untuk diputar beberapa kali. Pengulangan berita ini juga membuat berita mengenai Melinda diingat oleh penontonnya.

Seputar Indonesia memulai cerita Melinda pada 28 Maret 2011 dengan judul berita “Kejahatan Perbankan”. Dan disusul keesokan harinya dengan judul berita “Tertipu Kemolekan Melinda”, “Modal Cantik dan Molek, Perdaya Nasabah.” Kedua paket berita ini menggambarkan bahwa Melinda menggunakan modal kecantikan dan kemolekan tubuhnya untuk menipu dan memperdaya nasabah. Padahal unsur kecantikan dan kemolekan tubuh tidak berkaitan dengan kasus hukum Melinda. Foto- foto Melinda dengan pakaian yang seksi dan menunjukkan lekukan tubuh (serta bagian payudara) terus menerus ditayangkan. Foto- foto Melinda yang berpenampilan seksi, Melinda bersama teman- teman dan kerabatnya, Melinda dengan mobil- mobil

mewahnya, serta Melinda yang berpenampilan *glamour* adalah beberapa foto yang ditayangkan dengan durasi yang cukup lama. *Close up* wajah dan *zoom in* keseluruhan tubuh Melinda juga sering dilakukan.

Berita Melinda di Seputar Indonesia berlanjut pada 1 April 2011 dengan tayangan disitanya mobil- mobil mewah Melinda. Tayangan berita tersebut berupa gambar mobil- mobil mewah Melinda yang berharga milyaran rupiah. Seputar Indonesia juga menghadirkan tayangan berita yang memaparkan informasi bahwa dana yang diambil Melinda dari nasabahnya, ia gunakan untuk membeli mobil- mobil mewahnya. Seputar Indonesia juga menampilkan tayangan berita yang berjudul “Suami Kekar Melinda”. Tayangan ini berisi tentang suami siri Melinda, Andhika yang juga seorang artis. Dalam paket berita tersebut tampak Andhika sedang mengendarai mobil Ferrari merah yang telah disita pihak kepolisian sebagai barang bukti kejahatan Melinda. Penonton juga memperoleh informasi dari tayangan ini bahwa suami siri Melinda masih berusia 21 tahun, dan selama ini dibiayai kehidupannya oleh Melinda.

Cerita Melinda berlanjut sampai Melinda muncul di hadapan publik. Kemunculan Melinda pertama kali dari gedung KPK sangat menarik perhatian penonton. Para pembuat berita lebih memfokuskan pengambilan gambar pada wajah Melinda, keseluruhan tubuh serta penampilan Melinda yang kala itu tetap mengumbar senyum dan terlihat cantik. Dalam tayangan kemunculan Melinda, Melinda masih dapat berdandan dan menggunakan pakaian yang *stylish*. Hampir seluruh isi tayangan berita kemunculan Melinda dipenuhi dengan pengambilan gambar wajah dan tubuh Melinda. Tayangan kemunculan Melinda pertama kali ke hadapan publik seringkali diulang oleh Seputar Indonesia.

Pemberitaan Melinda terus mengarah ke ranah personal atau kehidupan pribadinya. Terdapat pemberitaan mengenai kediaman Melinda yang sepi, hingga sosok Melinda di mata teman- teman SMA. Bahkan dihadirkan pula tayangan yang berisi foto- foto Melinda saat masih SMA. Dalam tayangan berita tersebut tampak perbandingan foto Melinda saat SMA dan foto Melinda yang saat ini sudah cantik (berubah fisiknya).

Sosok Melinda yang penuh sensasi terus berlanjut dengan pemberitaan mengenai radang payudara Melinda. “Sudah jatuh, tertimpa tangga pula” pernyataan ini sempat diungkapkan dalam narasi berita Melinda di Seputar Indonesia. Berita mengenai radang payudara Melinda dipenuhi dengan gambar berupa foto- foto Melinda yang berpakaian seksi dan menunjukkan lekuk tubuhnya (termasuk payudara). Selain itu, ditampilkan pula grafis mengenai awal mula penyakit radang payudara Melinda yang diakibatkan silikon cair murah yang ia pakai. Porsi pemaparan informasi tentang kasus hukum Melinda seperti pemberitaan mengenai tiga nasabahnya yang dirugikan sangat sedikit dibandingkan dengan kehidupan personalnya.

Sementara itu Reportase memulai cerita Melinda sejak tanggal 29 Maret 2011. Reportase Pagi memberitakan Melinda dengan judul “Penggelapan Dana Nasabah” sebanyak empat kali (berita yang sama diulang). Dalam tayangan berita ini, foto- foto Melinda yang berpenampilan cantik dan seksi yang ditayangkan. Ada perbedaan tayangan berita Melinda pada Reportase dan Seputar Indonesia. Dalam pemberitaan Melinda di Reportase sejak tanggal 29 hingga hingga 30 Maret, wajah Melinda ditutup bagian matanya, sehingga wajah Melinda tidak tampak seutuhnya. Reportase menutupi identitas Melinda.

Akan tetapi, sejak tanggal 1 April wajah Melinda tidak lagi dikaburkan. Sama seperti Seputar Indonesia, Reportase menampilkan wajah Melinda secara utuh. Tayangan berita yang berisi foto- foto seksi Melinda tidak luput ditayangkan Reportase dalam durasi yang lama. Reportase juga menyajikan berita Melinda dengan lebih menonjolkan kecantikan Melinda. Foto- foto Melinda yang ditayangkan di Reportase sama dengan yang ditayangkan di Seputar Indonesia. Fokus pengambilan gambar wajah Melinda dan penampilan tubuhnya juga hadir dalam tayangan berita ketika Melinda muncul pertama kali di hadapan publik. Dalam tayangan tersebut, pengambilan gambar memfokuskan pada wajah Melinda dengan riasan yang tebal, berkerudung, dan menggunakan poni. Tayangan berita kemunculan Melinda ini hanya didominasi gambar- gambar wajah Melinda.

Pemberitaan Melinda terus berlanjut sampai dengan berita mengenai Melinda yang mengalami radang payudara akibat silikon pada salah satu bagian payudaranya bocor. Reportase memberikan porsi pemberitaan yang cukup banyak mengenai radang payudara Melinda. Paket berita mengenai radang payudara Melinda selalu disertai dengan foto- foto Melinda yang menggunakan pakaian terbuka (menunjukkan bagian tubuh Melinda secara jelas, terutama payudara). Reportase juga menampilkan paket berita yang berisi gambaran awal mula radang payudara dapat menimpa Melinda. Reportase memberikan pemaparan informasi bahwa radang payudara terjadi karena tidak bersihnya lingkungan tempat tinggal Melinda saat ini yaitu di tahanan Bareskrim. Pemberitaan dilanjutkan dengan operasi payudara Melinda yang dikabarkan akan menggunakan Jamkesmas atau Jaminan Kesehatan Masyarakat yang sebenarnya diperuntukkan bagi rakyat miskin. Pro kontra bermunculan menanggapi isu tersebut. Isu Penggunaan Jamkesmas untuk operasi Melinda menyulut emosi penonton yang menganggap Melinda tidak berhak memperoleh fasilitas Jamkesmas. Cerita Melinda diakhiri dengan pemberitaan mengenai operasi plastik yang ia biayai sendiri dan persidangan terhadap orang-orang terdekatnya.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan terminologi 'sensasionalisme' yang didasarkan pada penelitian oleh Shuhua Zhou tahun 2001 yang didukung pula dengan dua rekannya Grabe dan Barnett (2001). Penelitian Vettehen dan Nuijten yang meneliti sensasionalisme pada program berita televisi di Belanda juga akan digunakan untuk membangun instrumen penelitian ini.

I.2 Permasalahan

Sejak awal kemunculan Melinda di depan publik, sosoknya sudah cukup sensasional karena menarik perhatian penonton. Suatu berita dikatakan sensasional ketika berita tersebut dapat menghibur dan menarik perhatian khalayak (Zhou, 2001). Perhatian penonton terhadap pemberitaan Melinda diawali dengan tayangan berita mengenai sosok Melinda dari foto- fotonya yang berparas cantik, bertubuh seksi, dan berasal dari golongan menengah ke atas namun seorang pelaku kejahatan.

Pemberitaan mengenai berlimpahnya harta kekayaan milik Melinda dengan gambar mobil- mobil mewah Melinda, apartemen, dan rumah mewah Melinda turut menambah perhatian publik. Publik kaget karena mengetahui seorang perempuan cantik dan kaya yang melakukan tindakan kriminal.

Kontroversi yang terus bermunculan membuat pemberitaan Melinda yang sensasional, sangat menyita emosi penonton. Sosok perempuan cantik yang ternyata pelaku kejahatan jarang ditemui dalam berita kriminal di Indonesia. Pemberitaan berita kriminal dengan kasus perempuan sebagai pelaku kejahatan juga berbeda ketika pria yang menjadi pelaku kejahatan. Ketika perempuan berperan sebagai pelaku tindak kriminalitas, sosoknya dan informasi pribadinya digali dan dipaparkan sedetail mungkin. Kehidupan pribadi dan informasi personal yang sangat bersifat sensitif seperti pemberitaan mengenai perceraian Melinda dengan suami pertamanya, pemberitaan mengenai radang payudara dan operasi payudara Melinda sebenarnya tidak ada kaitannya dengan kasus hukum Melinda, namun tetap ditayangkan oleh Seputar Indonesia dan Reportase.

Sebagian besar pemberitaan kriminal biasanya berkisar tentang perempuan sebagai objek kejahatan (korban pelecehan, pemerkosaan, dsb). Sebagian besar pemberitaan dengan perempuan dalam berita kriminal biasanya dijadikan sebagai obyek atau korban. Jika akhirnya perempuan masuk berita di halaman satu surat kabar atas “kekuatannya” sendiri, atau menjadi berita di dalam media siaran, lebih sering ia muncul sebagai sosok korban suatu tindak kriminalitas (Debra H. Yatim dalam Media Massa dan Wanita). Melinda adalah kasus yang berbeda karena ia berperan sebagai sebagai pelaku tindak kriminalitas. Berita Melinda Dee memiliki nilai berita yang tinggi bagi Seputar Indonesia dan Reportase karena kedua program berita ini menaruh perhatian terhadap kasus Melinda dengan intensitas pemberitaan yang cukup lama (sejak akhir Maret hingga Juni). Akan tetapi, sebagian besar tayangan berita Melinda yang ditampilkan lebih banyak berkisar pada sosok Melinda seorang perempuan sensasional yang menarik perhatian serta respon emosional penonton.

Sosok Melinda yang ditampilkan ke publik dengan penekanan pada informasi personal dan kehidupan pribadinya, membuat berita Melinda tidak disajikan secara objektif. Tujuan jurnalisme adalah melaporkan kebenaran atau dengan kata lain memberikan laporan secara objektif. Pemberitaan yang objektif adalah penyajian berita yang benar, tidak berpihak, dan berimbang (Siahaan et al, 2001: 60). Karya jurnalistik berupa tayangan berita televisi mengenai Melinda yang tidak berimbang terutama dengan lebih banyaknya tayangan yang berisi foto- foto Melinda yang seksi dan Melinda yang tetap cantik saat muncul di depan publik, menyudutkan posisi Melinda. Hal- hal utama dan bersifat penting untuk dikemukakan seperti ganti rugi bagi nasabah yang tertipu, lemahnya sistem keamanan penyimpanan dana nasabah, dan tanggung jawab Citibank, tidak memperoleh porsi pemberitaan yang besar.

Seputar Indonesia dan Reportase menampilkan tayangan berita yang menempatkan Melinda sebagai perempuan cantik dan seksi namun pelaku kejahatan yang lebih menarik untuk digali kehidupan pribadinya. Ketidakberimbangan penyajian berita Melinda Dee menunjukkan bahwa pedoman bagi para jurnalis televisi yaitu Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia tidak lagi menjadi pedoman utama. Para jurnalis akhirnya tunduk pada segala upaya demi menarik perhatian penonton.

Dengan studi pemberitaan yang mengangkat perempuan sebagai pelaku kejahatan yang ditayangkan oleh stasiun televisi di Indonesia. Penulis mengambil stasiun televisi swasta RCTI dan Trans TV, untuk melihat perbandingan pola penyajian pemberitaan Melinda Dee pada kedua stasiun televisi. Penulis ingin melihat ada atau tidaknya kecenderungan pola penyajian yang sensasional yang ditampilkan dalam pemberitaan dua program berita Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV. Alasan menggunakan Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV karena kedua program berita stasiun televisi ini termasuk dalam *top 10 program news* (Sumber: Ac Nielsen).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola penyajian pemberitaan Melinda Dee sebagai pelaku kejahatan perempuan pada program berita Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV?
2. Bagaimana kecenderungan sensasionalisme dalam pemberitaan Melinda Dee sebagai pelaku kejahatan perempuan pada program berita Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola penyajian pemberitaan Melinda Dee sebagai pelaku kejahatan perempuan pada program berita Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV.
2. Untuk mengetahui ada/tidaknya kecenderungan pola penyajian yang sensasional dalam pemberitaan Melinda Dee sebagai pelaku kejahatan pada program berita Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV.

1.5 Signifikansi Penelitian

1.5.1 Signifikansi Akademis

1. Menambah pengetahuan bagi ilmu komunikasi terutama jurnalisme siar mengenai konsep sensasionalisme dalam berita televisi.
2. Memperkaya penelitian dengan konsep sensasionalisme berita televisi yang menggunakan *content analysis* sehingga dapat menjadi acuan untuk penelitian lain yang lebih mendalam.

1.5.2 Signifikansi Praktis

Signifikansi praktis dalam penelitian ini mencakup banyak unsur, diantaranya:

1. Penelitian ini diharapkan bisa menambah kajian ilmiah tentang pemberitaan televisi, terutama mengenai berita kriminal dengan perempuan sebagai pelaku kejahatan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi pijakan

referensial bagi kelanjutan diskusi tentang perempuan sebagai pelaku kejahatan dalam berita kriminal.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi program berita dari stasiun televisi yang bersangkutan dalam menjalankan fungsinya sebagai agen informasi yang memberitakan isu- isu perempuan.
3. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran tentang sikap pemberitaan televisi terhadap isu perempuan.

1.5.3 Signifikansi Sosial

Signifikansi sosial dalam penelitian ini adalah sebaiknya program berita stasiun televisi dapat memberikan contoh dan pendidikan yang baik terutama untuk bersikap menghargai perempuan. Antara lain dengan tidak menyederhanakan kasus hukum dengan membuat berita dengan pelaku perempuan menjadi sensasional hanya agar menarik perhatian penonton.

BAB 2

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kerangka Konsep

2.1.1 Sensasionalisme

Dalam penelitian Shuhua Zhou tahun 2001, ia menjabarkan pengertian konsep sensasionalisme dalam konteks penelitian berita televisi. Zhou mengutip Mott yang menyatakan sensasionalisme berita televisi merupakan berita yang dapat menstimulasi atau merangsang respon emosional yang tidak menyenangkan. Zhou juga mengutip Tannebaum dan Lynch yang mengatakan sensasionalisme adalah berita yang mengagetkan dan menggetarkan sensibilitas moral dan keindahan. Pengertian sensasionalisme oleh Emery & Emery yang juga ditekankan adalah pentingnya emosi. Graber yang juga dikutip oleh Zhou mengaitkan sensasionalisme dengan kemampuan berita dalam membangkitkan empati.

Daniels dalam penelitian Zhou (2001) menyatakan bahwa berita yang sensasional adalah yang menyalahi zona nyaman khalayak dalam pengertian melewati jarak psikologi yang nyaman bagi khalayak terhadap suatu kejadian yang sebenarnya terjadi. Slattery dan Hakanen juga setuju bahwa sensasionalisme dapat didefinisikan sebagai isi berita yang mampu menstimulasi atau merangsang indera (*senses*) dari khalayak berita tersebut. Mott (1962), Adams (1978), dan Ryu (1982) menyatakan berita yang sensasional juga dianggap dapat merangsang reaksi emosional dari khalayak. Graber menambahkan rasa empati sebagai efek dari berita sensasional (Uribe & Gunter, 2007).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Grabe menyimpulkan definisi sensasionalisme. Sensasionalisme dianggap sebagai keberadaan fitur- fitur atau tampilan dalam berita yang mampu memprovokasi respon emosi dan rangsangan psikologis atau bangkitnya rasa tertentu dari pribadi khalayak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sensasionalisme adalah suatu karakter proses pengemasan berita

yang menempatkan penekanan pada elemen- elemen yang dapat memprovokasi efek tertentu pada sistem sensorik manusia (Uribe & Gunter, 2007).

Uribe dan Gunter (2007, p.2009) menggambarkan sensasionalisme sebagai “sebuah karakteristik dari proses kemas berita yang menekankan elemen- elemen yang dapat menimbulkan efek terhadap sistem sensor manusia.” Hendriks Vettehen (2008) mendefinisikan sensasionalisme sebagai ‘sebuah konsep teoritis yang meliputi ciri- ciri produk jurnalistik yang dapat menarik perhatian penonton.’

Berdasarkan definisi- definisi ini, dapat disimpulkan bahwa sensasionalisme merujuk pada ciri- ciri isi dan ciri- ciri formal dari pesan yang memiliki kemampuan untuk memancing perhatian atau membangkitkan respon penonton. Menurut Zhou, isi berita yang termasuk sensasional adalah yang menghibur dan menarik perhatian khalayak, seperti kriminal, selebriti, seksualitas, bencana, kecelakaan, dan ketakutan publik. Sedangkan isi berita yang dianggap nonsensasional adalah politik, ekonomi, dan sosial (Zhou, 2001).

Topik kriminalitas yang antara lain berisi tayangan kekerasan dikategorikan sebagai topik sensasional karena hasil analisa mengenai tayangan kekerasan yang dilakukan Newhagen (1998) dan Grimm (1996) (dalam Uribe & Gunter, 2007) telah menunjukkan bahwa tayangan demikian mampu membangkitkan respon neural pada khalayak. Walaupun tidak hanya mengenai kekerasan, isu kejahatan seperti penipuan, pencurian, dan sebagainya turut dikategorikan sebagai topik sensasional.

Akan tetapi, pengukuran dari topik berita saja tidak cukup untuk menyebut suatu berita sensasional. Pendapat ini didasari oleh pertimbangan bahwa desain grafis, teknik kamera, dan teknik *editing* memberikan kontribusi yang cukup besar sehingga khalayak menangkapnya sebagai liputan yang sensasional (Francke (1985); Shaw & Slater (1985); Slattery (1994); Stevens (1985a, 1985b); Tannenbaum & Lynch (1960); dalam Zhou, 2001). Pengukuran lewat dimensi format (pengemasan *audio visual*) juga perlu dilakukan. Instrumen dalam penelitian ini adalah turunan konsep menjadi dua dimensi, yaitu isi berita dan format.

Ada pula Vettehen (2006) yang melihat sensasionalisme dari (a) Isi seputar kebutuhan dasar (*basic needs content*); (b) Pengemasan ala tabloid (*tabloid*

packaging); dan (c) Cara bercerita yang gamblang (*vivid story telling*). Yang termasuk dalam *basic needs content* adalah isi berita baik *audio*, *visual*, dan *verbal*, yang dapat digolongkan sebagai sesuatu yang ‘penting’ bagi semua orang karena berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia. Misalnya, cerita mengenai seks, kekerasan, kriminalitas, bencana, atau kelaparan. Kategorisasi ini termasuk ke dalam konseptualisasi sensasionalisme tradisional.

Sementara itu *tabloid packaging* mengacu pada fitur formal dalam penyampaian berita yang mempresentasikan perubahan informasi. Dalam berita TV, yang termasuk kategori ini bukan hanya transisi dari satu *scene* ke *scene* lain atau *shot* kamera, tetapi juga teknik *editing* dan teknik dekorasi yang tidak umum, seperti pemakaian musik.

Kategori terakhir adalah *vivid story telling*, dimana berita disajikan secara konkrit dan menghadirkan unsur *proximity* kepada khalayak (Vettehen, 2006). Menurut Nisbett dan Ross, informasi dideskripsikan sebagai *vivid*, apabila dibuat untuk menarik perhatian dan meningkatkan imajinasi dengan menyajikan sesuatu yang: (a) menarik secara emosional; (b) konkret dan gambar yang merangsang; (c) merangsang kedekatan baik dalam hal panca indera maupun kedekatan spasial (Vettehen & Nuijten, 2006). Contoh dari *vivid storytelling* misalnya memasukkan komentar dari *layperson* (masyarakat) dalam sebuah isu yang diangkat dalam berita.

Menurut Vettehen, sensasionalisme terkait aspek *vividness* ini memiliki 16 indikator, dan dari ke-16 indikator ini, ia meneliti tidak hanya dari faktor isi berita saja namun juga faktor pengemasan audio dan visual. Namun, dalam penelitian ini tidak semua indikator Vettehen akan digunakan.

Dalam penelitian ini, instrumen Vettehen (2006) yang akan digunakan adalah:

I. Dimensi Isi

Instrumen- instrumen dimensi isi digunakan untuk melihat unsur- unsur sensasional yang terkandung dalam isi berita. Dalam dimensi isi terdapat subdimensi dan indikator- indikator:

1) Penggunaan suara natural

Suara natural adalah suara yang masuk ke dalam rekaman gambar saat proses pengambilan gambar berlangsung. Apabila terdapat suara asli yang berasal dari lokasi kejadian yang bersifat dramatis, seperti suara bom, tangisan atau teriakan subjek dalam berita, maka kemunculan suara natural dihitung. Jika suara- suara ini masuk ke dalam berita maka berita tersebut dikatakan sensasional.

2) Penggunaan narasumber yang menarik perhatian

Subdimensi penggunaan narasumber terbagi menjadi tiga indikator, yaitu:

a. Narasumber Politisi

Narasumber politisi adalah orang- orang yang duduk dalam pemerintahan, atau orang- orang yang memiliki kekuasaan. Menurut Hvitfelt, kehadiran politisi sebagai narasumber suatu berita akan mengurangi sensasionalisme berita tersebut.

b. Narasumber Ahli

Narasumber ahli adalah orang- orang yang memiliki pengetahuan (*capable*) tentang hal yang diberitakan. Kehadiran narasumber ahli juga akan mengurangi sensasionalisme suatu berita.

c. Narasumber Warga (*Layperson*)

Layperson adalah masyarakat biasa yang diwawancarai untuk dimintai pendapatnya. *Layperson* bisa merupakan korban maupun orang selain korban. Berbeda dengan narasumber politisi dan ahli, kehadiran *layperson* akan menambah sensasionalisme suatu berita, karena masyarakat akan merasakan kedekatan dengan topik yang sedang dibicarakan.

3) Personalisasi Berita

Personalisasi terjadi ketika sebuah berita menampilkan individu dalam keseharian mereka atau sedang berbicara tentang situasi personal mereka. Personalisasi tidak harus orang yang menjadi subjek berita yang menceritakan kondisi mereka. Personalisasi lebih kepada penggambaran dari berita tersebut.

4) Penampilan Emosi

Berdasarkan teori psikologi, subdimensi penampilan emosi terbagi menjadi empat indikator. Keempat indikator tersebut merupakan empat macam emosi ‘dasar’ yang dikemukakan oleh Kruger (1996), yaitu:

1. Kegembiraan (subindikator: orang tertawa, ceria, senyum)
2. Kesedihan (subindikator: orang menangis, bermimik muram)
3. Ketakutan (subindikator: orang panik)
4. Kemarahan (subindikator: orang berteriak-teriak)

II. Dimensi Format

Dimensi format digunakan untuk mengukur sensasionalisme dalam teknik pengemasan berita. Dimensi ini antara lain mencakup penggunaan teknik kamera, teknik *editing*, dan penggunaan efek.

1) Penggunaan teknik *eyewitness camera*

Eyewitness camera dimaksudkan agar penonton di rumah merasa terlibat langsung dengan apa yang ditampilkan di layar TV. *Eyewitness camera* adalah sebuah teknik di mana kamera diletakkan di pundak *camera person* sehingga gambar terlihat bergoyang-goyang. Dengan demikian, penonton di rumah merasa bahwa kamera tersebut adalah mata mereka. Teknik ini disebut juga dengan kamera subjektif. Semakin banyak kemunculan *eyewitness camera*, maka suatu berita dikatakan semakin sensasional.

2) Penggunaan teknik *close-up*

Suatu gambar dikatakan *close-up* jika wajah seseorang muncul sedikitnya sebanyak $\frac{3}{4}$ dari besar layar atau minimal memenuhi 80% dari keseluruhan layar. Penelitian Dahlgren (1999) menyatakan bahwa *close up* menimbulkan kedekatan antara penonton dengan orang yang tampil di TV sehingga termasuk ke dalam aspek yang membuat berita menjadi sensasional.

3) Teknik *zoom*

a. *Zoom in*

Teknik *zoom* adalah suatu teknik pengambilan gambar dimana *shot* dimulai dari sebuah gambar yang lebar, kemudian semakin lama semakin fokus pada suatu benda atau detail tertentu yang ada dalam gambar tadi.

Menurut Grabe (2001), *zoom in* meningkatkan keterlibatan penonton dalam berita yang ditayangkan. Jadi, semakin besar jumlah kemunculan *zoom in* dalam sebuah berita, semakin sensasional berita tersebut.

b. *Zoom out*

Teknik *zoom out* adalah suatu teknik pengambilan gambar dimana *shot* dimulai dari sebuah gambar yang fokus atau detail, kemudian semakin lama semakin menjauh sehingga menampilkan pemandangan gambar yang lebih lebar.

Meskipun ada penelitian yang mengatakan bahwa *zoom out* mengurangi kadar sensasionalisme dalam berita. Namun, menurut Vettehen, berita terkadang justru dimulai dengan *shot* yang menggambarkan detail untuk menarik rasa ingin tahu penonton, kemudian ditampilkanlah gambar keseluruhan dengan cara gambar tadi di *zoom out* sebagai ‘solusi’ atas rasa penasaran penonton. Oleh karena itu, *zoom out* dalam penelitian ini juga dihitung sebagai indikator yang menandakan adanya sensasionalisme dalam sebuah berita. Semakin banyak jumlah *zoom out* maka semakin sensasional sebuah berita.

4) Penggunaan perspektif kamera

Penggunaan perspektif kamera juga dapat mempengaruhi emosi khalayak. Ada tiga jenis perspektif kamera, antara lain: *high angle*, *eye level*, dan *low angle*.

High angle merupakan pengambilan gambar dari atas objek. Kesan yang ditimbulkan dari pengambilan gambar ini adalah kesan ‘lemah’, ‘tak berdaya’,

‘kesendirian’, dan kesan lain yang mengandung konotasi ‘dilemahkan atau dikerdilkan’. Keberadaan perspektif ini akan menambah indikasi sensasionalisme.

Eye level adalah teknik pengambilan gambar yang sejajar dengan objek. Posisi kamera dan objek lurus sejajar sehingga gambar yang diperoleh tidak ke atas atau ke bawah. Sudut pengambilan seperti ini tidak menimbulkan kesan tertentu, oleh karena itu keberadaan perspektif ini tidak berpengaruh terhadap indikasi sensasionalisme.

Perspektif terakhir adalah *low angle*, yaitu pengambilan gambar dari bawah objek. Sudut pengambilan ini akan menimbulkan kesan ‘berkuasa’. Sama seperti *high angle*, perspektif ini juga akan menambah indikasi sensasionalisme.

5) Suara yang sengaja ditambahkan

Suara yang sengaja ditambahkan adalah segala suara selain dari suara natural, yang ditambahkan dalam proses *editing* pascaproduksi. Suara- suara tersebut antara lain:

- a. *Sound effects*: Suara tambahan selain suara natural, *voice over*, dan musik. Wright dan Huston (1983) dalam Zhou (2001) menyatakan *sound effect* memiliki kemampuan untuk menarik perhatian. Sehingga keberadaan *sound effect* akan menjadikan suatu berita menjadi sensasional.
- b. Musik. Penelitian yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa variasi musik memberikan dampak yang signifikan pada reaksi psikologis (Ries (1969), Zimny & Weidenfeller (1963) dalam Zhou, 2001). Penambahan musik sebagai *background* juga akan menjadikan suatu berita menjadi sensasional.

6) Rata- rata durasi *shot*

Penelitian Vettehen, Nuijten, dan Beentjes (2006) menyimpulkan bahwa panjang durasi berita akan menentukan sensasional atau tidaknya sebuah berita. Semakin panjang durasi paket berita, yang berdampak panjangnya durasi *shot*, maka akan menambah sensasionalisme berita. Semakin panjang durasi berita membuat produsen berita memiliki kesempatan untuk menambahkan teknik *editing* yang

mampu meningkatkan sensasionalisme berita. Dengan kata lain, semakin panjang durasi per *shot*, maka berita akan semakin sensasional.

Selain indikator- indikator di atas yang digunakan oleh Vettehen, penelitian ini juga akan menggunakan indikator yang digunakan oleh Zhou (2001). Dalam penelitiannya Zhou menggunakan 19 indikator untuk proses *editing*, sedangkan Vettehen hanya menggunakan empat indikator (*fade, dissolve, slow motion, repeating images*). Penulis beranggapan bahwa indikator yang digunakan Zhou lebih dapat merepresentasikan keadaan yang terdapat di Indonesia, oleh karena itu untuk dimensi *editing*, penulis akan menggunakan indikator Zhou. Ke- 19 indikator tadi kemudian dibagi ke dalam dua sub- dimensi besar, yaitu efek transisional dan efek non-transisional.

Efek Transisional

Ada delapan kategori yang masuk ke dalam kelompok efek transisional.

- a. *Wipe movement*. Efek elektronik dimana satu gambar mendorong gambar lain keluar dari layar.
- b. *Dissolve*. Menyediakan transisi gradual dari satu *shot* ke *shot* lainnya sementara kedua gambar saling *overlap* (penumpukan gambar).
- c. *Flash*. *Frame* putih disisipkan ke dalam dua *shot*, yang hal ini kemudian menciptakan sebuah cahaya yang mengejutkan. Efek ini sama seperti *flash* pada kamera.
- d. *Fade*. Muncul ketika gambar muncul secara berangsur- angsur dari tampilan berwarna hitam (*fade in*) atau justru menghilang menjadi tampilan hitam (*fade out*).
- e. *Slide* dan *peel*. Efek seperti membalik buku.
- f. *Rotation*. Ketika gambar berputar pada sumbu vertikal atau jatuh pada sumbu horizontal 360 derajat.
- g. *Fly*. Mengecilkan sebuah gambar dan disaat yang sama menggerakkan dan memutar gambar tersebut ke sebuah posisi yang baru di layar atau menggerakkan gambar tersebut keluar dari layar.

- h. *The Frame within a frame*. Teknik ini maksudnya adalah ketika *frame* yang akan muncul selanjutnya menimpa *frame* yang ada sebelumnya.

Efek Non- Transisional

Ada 12 kategori yang masuk ke dalam kelompok efek non transisional.

- a. *Supers*. Kata- kata yang ditulis pada latar grafis maupun pada gambar yang bergerak, biasa juga disebut *superimposed*.
- b. *Split screen*. Layar secara vertikal dibagi menjadi dua bagian, dengan masing-masing bagian menunjukkan gambar yang berbeda.
- c. *Freeze frame*. Sebuah objek berada di posisi yang sama selama durasi pengambilan gambar. Gambar tidak bergerak ini dapat berupa tulisan dan gambar grafis, ataupun foto.
- d. *Compresion*. Sebuah objek muncul lebih panjang dan tipis, atau lebih lebar dan tebal, dengan cara mengubah aspek rasio dari layar.
- e. *Posterization*. Dibuat ketika jumlah warna dan level serian dari sebuah gambar diatur sedemikian rupa.
- f. *Snapshot*. Ketika layar TV yang *full screen* dibagi menjadi beberapa *frame* gambar yang lebih kecil.
- g. *Secondary frames*. Ketika paling sedikit dua gambar disejajarkan pada *slight angle* dalam satu layar. Contoh: Ketika ada wawancara telepon antara *anchor* dengan narasumber di luar negeri. Di pojok layar ada kotak yang berisi foto jurnalis yang sedang melakukan *teleconference*. Lapisan kedua ini dikategorikan sebagai *secondary frames*.
- h. *Echo*. Disebut juga *minor effect*. Muncul ketika gambar yang sama diulang seolah gambar itu diletakkan di antara dua cermin yang berlawanan.
- i. *The Frame within a frame*. Teknik ini maksudnya adalah ketika *frame* yang akan muncul selanjutnya menimpa *frame* yang ada sebelumnya. (Efek ini kemudian dikategorikan sebagai efek transisional).
- j. *Highlighting*. Sebuah efek yang menirukan pergerakan *spotlight* melewati sebuah area.

- k. *Mosaic*. Biasa digunakan di wajah narasumber untuk melindungi identitasnya.
- l. *Slow motion*. Gerakan video diperlambat, agar durasi visual material menjadi lebih panjang.
- m. *Repeating of images*. Sebuah *shot* yang muncul lebih dari satu kali dalam sebuah paket. Jika pada *echo* gambar diulang- ulang, maka pada *repeating image shot* yang diulang merujuk pada pemakaian *shot* yang sama lebih dari satu kali.

2.2 Definisi Konseptual

2.2.1 Sensasionalisme

Tahap paling awal dalam penerimaan informasi adalah sensasi, yaitu proses menangkap stimuli sebelum terjadinya persepsi. Sensasi berasal dari kata 'sense', yang artinya alat penginderaan yang menghubungkan organisme (manusia) dengan lingkungannya (Jalaludin Rakhmat). Sensasionalis merupakan istilah untuk menyebutkan adanya penggunaan bahan- bahan atau metode- metode dalam rangka menciptakan unsur keterkejutan (*shocks*), hal- hal yang menarik (*excite*) atau hal- hal yang membangun keanehan (*curiosity*) bagi khalayak. Tujuannya adalah untuk merangsang adanya sensasi berlebihan. Dalam berita televisi, sensasionalisme bertujuan membuat khalayak semakin tertarik dalam menyaksikan tayangan tersebut.

Pengertian ini sesuai dengan definisi yang dipaparkan oleh Shuhua Zhou dalam penelitiannya pada tahun 2001, yaitu berita yang mampu menggetarkan sensibilitas moral dan keindahan, dan mampu merangsang respon emosional. Rangsangan dari berita televisi dimulai dari rangsangan indera, yaitu indera penglihatan (mata) dan indera pendengaran (telinga). Berita televisi memiliki kelebihan dalam hal *audio visual* sehingga pengemasan *audio visual* memiliki pengaruh yang signifikan selain pentingnya faktor isi berita.

2.2.2 Berita TV

Berita televisi merupakan suatu hasil produk jurnalisme yang disampaikan melalui medium televisi. Sebagai medium, Pareno (2005) dalam buku *Media Massa Antara Realitas dan Mimpi* menyebut televisi sebagai media massa yang dapat menyampaikan pesan melalui gambar bergerak (video) sebagai kekuatan andalannya, suara (*audio*) sebagai kekuatan pendamping, dan bahkan tulisan ataupun gambar tak bergerak sebagai kekuatan pendukung (h. 63). Televisi memiliki beberapa karakteristik, diantaranya; tayangan yang disajikan meliputi gambar bergerak, suara, dan tulisan sekedarnya, menekankan bahasa gambar sebagai medium penyampaian informasi utama (*thinking in pictures*), memiliki realisme dan kredibilitas yang paling kuat, serta media penyampaian pesan yang paling efektif (h. 65-66).

Ciri khas dari berita televisi adalah pada penyajian gambar *visual* dan suara, baik narasumber ataupun narasi secara bersamaan. Pada berita televisi, bahasa gambar lebih banyak berbicara daripada bahasa tulisan (Wahjudi, 1996). Menurut Ritonga M. J (1997) pesan melalui televisi diyakini mampu berpengaruh langsung terhadap pemirsanya. Baik yang bersifat kognitif, afektif, maupun *behavioral* (Priyo Soemandoyo, 1999). Sebagai siaran hasil karya jurnalistik, berita televisi merupakan produk acara televisi yang mengutamakan kecepatan penyampaian informasi, realitas, atau peristiwa yang terjadi. Onong Uchyana Effendy (Baksin 2006) membagi berita televisi dalam beberapa jenis, yakni warta berita (*straight newscast*), siaran pandangan mata (*the on the spot telecast*), wawancara udara (*interview on the air*), dan komentar.

Karakteristik berita televisi juga dibangun sesuai sifatnya sebagai medium audio visual, oleh karena itu televisi menekankan kekuatan berita pada gambar yang digunakan. Gambar dalam tayangan televisi tidak semata-mata disiarkan tanpa adanya arti tertentu. Menurut Baksin (2006) ada lima hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan gambar untuk jurnalistik televisi, yaitu *camera angle*, *frame size*, gerakan kamera, gerakan objek, dan komposisi (h. 120).

Penelitian ini menggunakan jenis berita televisi *hard news*. *Hard news* merupakan berita yang sangat penting terkait peristiwa atau masalah penting yang

perlu secepatnya diketahui oleh masyarakat. Dalam penelitian ini paket berita televisi yang diteliti dalam beberapa jenis diantaranya (Baksin, Jurnalistik Televisi);

1) Format Grafis

Format berita grafis biasanya digunakan jika sebuah berita penting baru saja terjadi dan stasiun televisi belum mendapatkan akses untuk mengambil gambar dan merekamnya dalam kaset video. Untuk menggantikan gambar video yang belum ada maka digunakan grafis. Pada banyak kasus, terutama jenis berita bencana, maka grafis yang dibutuhkan berupa peta yang menunjukkan lokasi di mana bencana itu terjadi. Grafis dapat pula muncul dalam bentuk foto seseorang.

2) Format VO/SOT

VO/ SOT yaitu format berita TV yang memadukan *voice over* (VO) dan *sound on tape* (SOT). Lead in dan isi tubuh berita dibacakan presenter. Lalu di akhir berita dimunculkan *soundbite* dari narasumber sebagai pelengkap dari berita yang telah dibacakan sebelumnya. Format VO/SOT dipilih jika gambar yang ada kurang menarik atau kurang dramatis, namun ada pernyataan narasumber yang perlu ditonjolkan untuk melengkapi narasi pada akhir berita. Total durasi tidak lebih dari 60 detik, di mana sekitar 40 detik untuk VO dan 20 detik untuk *soundbite*.

3) Format Paket (*Package*)

Adalah laporan berita lengkap dengan narasi yang direkam ke dalam pita kaset. Narasi dalam paket dibacakan oleh seorang pengisi suara yang biasanya adalah reporter atau penulis berita (*writer*). Jadi, berbeda dengan format VO di mana narasi dibacakan oleh presenter di studio. Kebanyakan berita tv dihadirkan dalam format ini. Rata- rata durasi sebuah paket dalam suatu program berita 1,45 menit hingga 2,5 menit. Tentu saja ada paket yang berdurasi lebih lama, misalnya 5 menit, atau bahkan 30 menit untuk sebuah laporan khusus. Dalam sebuah paket biasanya mengandung bagian- bagian sebagai berikut:

- Gambar
- Narasi
- Suara alami
- Kutipan langsung narasumber

- Grafis
- Laporan reporter di depan kamera (*stand up*)

Paket selalu diawali dengan presenter yang membacakan intro.

4) Format *Vox Pops*

Voice of people atau *vox populi*, yaitu komentar- komentar singkat dari masyarakat yang berada di jalan untuk merefleksikan opini publik tentang suatu berita.

2.2.3 Berita Kriminal dan Pelaku Perempuan

Menurut Assegaff (1991) dalam Jurnalistik Masa Kini, berita kriminal adalah salah satu berita yang selalu menarik perhatian karena dekat dengan kehidupan masyarakat dan masyarakat menyukainya walaupun berita- berita jenis ini yang terlalu dibumbui 'rasa' sensasional sering dikecam masyarakat. Sementara itu Effendy (1999) mengungkapkan bahwa berita kriminal merupakan berita atau laporan mengenai kejahatan yang diperoleh terutama dari pihak kepolisian yang diantaranya berupa berita pencurian, pembunuhan, penodongan, pencopetan, perampokan, pemerkosaan, dan lain sebagainya yang melanggar aturan undang- undang negara.

Budhiarty (2004) mendefinisikan berita kriminal sebagai acara yang menayangkan informasi yang hanya berkisar mengenai kejadian kriminal/kejahatan, kecelakaan, kebakaran dan atau orang hilang. Tayangan ini dapat dikemas dalam format berita (*news*) ataupun laporan mendalam (*indepth report*) yang mengupas suatu kasus (lama atau baru, belum atau sudah terungkap) dan terkadang disertai tips-tips untuk mengantisipasi setiap modus kejahatan. Berita kriminal adalah uraian tentang peristiwa atau fakta mengenai tindakan kriminal (kejahatan) yang dilakukan oleh pelaku kejahatan. Berita dianggap menarik minat khalayak pemirsanya dengan kemasan aktual dan mendalam.

Jenis kejahatan yang spesifik menurut Kunarto (1996: 13) adalah sebagai berikut: (1) pencurian, (2) penganiayaan, (3) perampokan, (4) kejahatan obat bius, (5) penipuan, termasuk korupsi, (6) pembunuhan yang disengaja, (7) pembunuhan yang tidak disengaja, (8) perkosaan, (9) penyuapan, dan (10) penculikan. Berdasarkan

pernyataan- pernyataan tersebut di atas, maka disimpulkan bahwa berita kriminal yang dimaksud pada penelitian ini adalah uraian tentang peristiwa/fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita tentang kejahatan yang ditayangkan di televisi (Patty, 2004).

Perempuan tidak luput dalam pemberitaan kriminal. Soemandoyo dalam Wacana Gender dan Layar Televisi menuliskan berita tentang perempuan adalah berita yang menyangkut perempuan baik sebagai obyek maupun subyek. Dalam bahasa Piliang (1998) media menyampaikan informasi fakta tentang bencana, kejahatan, kriminalitas, kekerasan, dalam komodifikasi media (termasuk berita) semuanya direduksi menjadi sebuah tontonan, menjadi sebuah hiburan (*entertainment*). Tak terkecuali di dalamnya, pemberitaan tentang perempuan itu sendiri.

Kartono menyebutkan keterlibatan perempuan sebagai pelaku kriminalitas bukan merupakan sesuatu yang baru, walaupun keterlibatan ini relatif lebih kecil dibandingkan pria. Soenaryo dalam Pedoman Mempelajari Ilmu Kriminologi mengungkapkan bahwa kriminalitas di lingkungan perempuan jauh lebih rendah bila dibandingkan dengan kriminalitas kaum pria. Kriminalitas dilakukan perempuan dalam bentuk kejahatan dan pelanggaran. Kriminalitas dilakukan perempuan diantaranya disebabkan oleh kondisi yang memaksa untuk melakukan kriminalitas dan faktor ekonomi yang tidak dapat dihindarinya (Kartono, 1986).

Data pada umumnya menunjukkan jumlah perempuan sebagai pelaku kejahatan memang relatif kecil dibandingkan dengan pria, namun kajian mengenai hal ini tetap penting mengingat para kriminolog dan pemerhati masalah- masalah perempuan dalam telaahnya melihat adanya kecenderungan jumlah kejahatan yang dilakukan perempuan meningkat. Hal ini diduga karena kesempatan dan gerak perempuan di berbagai sektor kehidupan dan di luar rumah semakin meluas.

Kecilnya angka terpidana perempuan dibandingkan dengan pria diduga karena aktivitas perempuan di sektor publik dan di luar rumah masih relatif kecil ketimbang pria. Mungkin pula kasus- kasus yang dilakukan oleh perempuan dianggap kurang

serius sehingga tidak dilaporkan, diselesaikan secara damai atau perkara dapat dituntaskan di tingkat kepolisian (Media Massa dan Wanita).

Kriminalitas dilakukan perempuan dalam bentuk kejahatan dan pelanggaran. Dari sumber data pengadilan negeri tahun 1990 dan tahun 1992 tercermin bahwa jenis kejahatan terbanyak dilakukan oleh perempuan maupun pria tetap pada jenis kejahatan tradisional (pencurian, penganiayaan, penipuan, penggelapan, kesusilaan, dan terhadap ketertiban umum). Kejahatan terhadap harta benda seperti tindak pencurian merupakan salah satu jenis kejahatan terbesar yang dilakukan oleh perempuan baik sebagai terdakwa maupun terpidana (Romany Sihite, 1998). Kriminalitas dilakukan perempuan dengan segala aspek yang melingkupi, antara lain kondisi yang memaksa untuk melakukan kriminalitas dan faktor ekonomi yang tidak dapat dihindarinya (Wahyu, 2003).

Sebagai obyek yang sering tampil, tidak bisa dipungkiri, pemberitaan tentang perempuan dalam media massa masih cenderung menempatkannya sebagai bahan ejekan. Tertawaan, kekaguman—yang sebenarnya sekaligus bisa diartikan lain sebagai pelecehan. Perempuan seringkali diberitakan tidak sebagaimana mestinya. Perempuan dalam televisi lebih pasif daripada pria. Berbagai ukuran telah digunakan dalam berbagai penelitian untuk menginvestigasi tingkat kepasifan atau keaktifan perempuan dan pria dalam gambaran televisi.

Ketidakhadiran perempuan dari program petualangan atau program *action* dan peran pembuat keputusan, kecenderungan perempuan yang dilukiskan sebagai korban daripada penyerang, keuangan dan emosi perempuan yang tergantung pada pria, ketidakinginan perempuan atau ketidakmampuan untuk menyelesaikan masalahnya sendiri; ciri- ciri ini telah dimaknai di Kanada (contohnya, *National Action Commite on the Status of Women*, 1978) dan di Amerika (contohnya, Tedesco, 1975) sebagai refleksi gambaran perempuan yang dilambangkan dengan pasif. Penelitian terhadap program anak- anak (Rickel dan Grant, 1979) juga menemukan sebuah gambaran keseluruhan dari gambaran perempuan yang didefinisikan sebagai sosok yang tergantung, korban, dan orang- orang yang pasif.

Dalam pemberitaan pula, penelitian menunjukkan suatu kecenderungan untuk mengembangkan gambaran ketergantungan dan kepasifan yang dihubungkan dengan perempuan. Survey pada tahun 1974 (*American Association of University Women*) menyimpulkan bahwa program berita televisi secara umum menampilkan gambaran stereotip perempuan; korban yang tidak tertolong dan istri atau ibu yang *supportif*. Dua tahun kemudian, sebuah penelitian dari WNBC-TV News (*Women's Advisory Council*, 1976) menemukan bahwa perempuan dianggap lebih memiliki nilai berita ketika menjadi pelaku utama tindakan kriminal, korban, penghibur atau berhubungan dengan pria yang terkenal.

Media massa cenderung mengeksploitasi, mengemas sensasi, menguja *bombas*, *hot stuff* atas sosok perempuan—yang secara sadar atau tidak sadar dilakukan pengelola media—sebagai obyek pemberitannya. Eksploitasi terhadap perempuan dalam produk media massa pun semakin terasakan. Walaupun gambaran perempuan dalam media massa sudah sering dibicarakan namun masih ada kekecewaan, karena dalam kenyataan tidak tampak adanya perubahan: perempuan tetap sering ditampilkan secara ‘tidak sesuai’ (Media Massa dan Wanita). Masalah yang ditimbulkan berkaitan dengan berita-berita yang mengeksploitasi penderitaan perempuan adalah kaum perempuan mengalami kesulitan besar untuk melindungi dirinya terhadap perilaku pembuat media massa semacam itu. Semua berita yang menarik, sensasi, selalu berkonotasi dengan perempuan (Wacana Gender dan Layar Televisi).

Tayangan berita televisi mengenai Melinda Dee ditampilkan secara tidak ‘sesuai’ dan tidak objektif. Jurnalis televisi Indonesia menjunjung tinggi azas praduga tak bersalah (Tebba, 2005, p. 172-175). Penayangan berita kriminal dikatakan tidak menerapkan Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia, berdasarkan pasal-pasal berikut:

1. Pasal 5E, Netralitas Berita.

Dalam menayangkan sumber dan bahan berita secara akurat, jujur, dan berimbang, jurnalis televisi Indonesia menyatakan secara jelas berita-berita

yang bersifat fakta, analisis, komentar, dan opini (Tebba, 2005, p.172-175). Dalam pasal 5E mengatur tentang netralitas berita. Penayangan berita kriminal dikatakan tidak menerapkan kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia pasal 5E, diukur dengan:

- Pencampuran fakta dan opini jurnalis

Dalam suatu berita dikatakan terdapat opini jurnalis, apabila ada penggunaan kata maupun kalimat yang memiliki konotasi tertentu tanpa adanya penjelasan terperinci mengapa kata atau kalimat tersebut digunakan, atau disebut juga komentar, atau analisis jurnalis, karena yang dikemukakan bukanlah fakta atau kejadian yang sesungguhnya, melainkan hanya opini.

2. Pasal 5H. Kesantunan Berita

Dalam menayangkan sumber dan bahan berita secara akurat, jujur, dan berimbang, jurnalis televisi Indonesia menyajikan berita dengan menggunakan bahasa dan gambar yang santun dan patut, serta tidak melecehkan nilai- nilai kemanusiaan (Teba, 2005, p. 172-175). Dalam pasal 5H ini mengatur tentang kesantunan berita. Penayangan berita kriminal dikatakan tidak menerapkan Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia pasal 5H, diukur dengan:

- Terdapat tayangan yang tidak senonoh atau vulgar.

Tayangan berita dianggap tidak senonoh atau vulgar, apabila jurnalis menayangkan gambar yang dianggap cabul, tidak sopan, dan sejenisnya.

- Melecehkan nilai- nilai kemanusiaan.

Suatu berita dikatakan tidak melecehkan nilai- nilai kemanusiaan maksudnya adalah tidak melanggar prinsip- prinsip moralitas dalam penyajian beritanya.

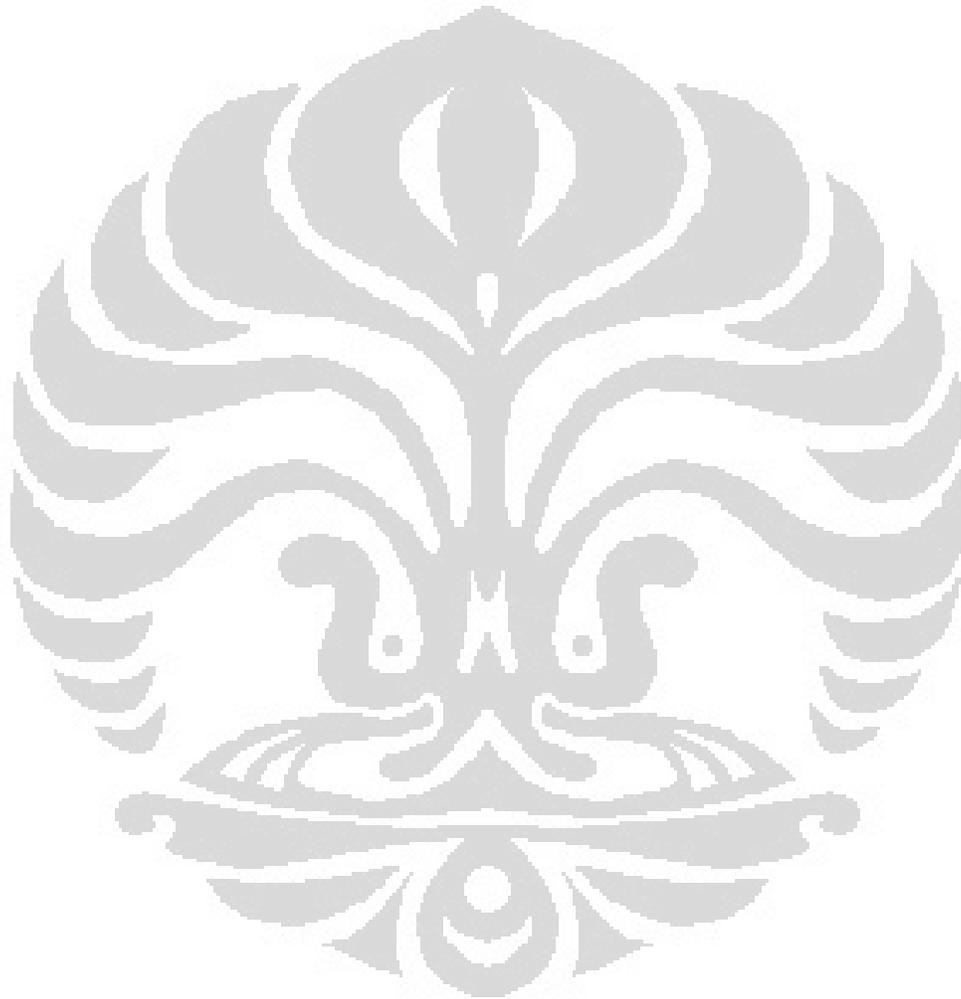
3. Pasal 6, terdapat pernyataan yang mengadili tersangka (*trial by the press*)
Jurnalis Indonesia dalam melaporkan dan menyiarkan informasi, tidak diperkenankan menghakimi atau membuat kesimpulan mengenai kesalahan seseorang. Misalnya belum jelas bahwa tersangka adalah pelaku tetapi dalam pemberitaan terdapat pernyataan yang menyudutkan, bahwa tersangka adalah pelaku kejahatan.
4. Pasal 7, Identitas Korban dan Tersangka
Jurnalis televisi Indonesia dalam memberitakan kejahatan susila dan kejahatan anak dibawah umur, wajib menyamarkan identitas wajah dan suara tersangka maupun korban (Tebba, 2005, p.172-175).
5. Pasal 11 Hak Sumber Berita
Jurnalis televisi Indonesia menghargai harkat dan martabat serta hak pribadi sumber berita (Tebba, 2005, p. 172-175). Misalnya dengan adanya unsur paksaan dalam menggali informasi. Dalam mencari informasi jurnalis televisi wajib menghargai hak sumber berita. Jurnalis tidak diperkenankan memaksa narasumber untuk memberikan keterangan atau informasi mengenai suatu hal.

2.3 Hipotesis Pengarah

Berita televisi mengenai kriminalitas dengan Melinda, perempuan pelaku kejahatan dikatakan sensasional apabila pengemasan (*editing*) tayangan berita Melinda dipenuhi dengan berbagai efek transisional dan non transisional. Selain itu, pemberitaan Melinda dikatakan sensasional apabila lebih menonjolkan penggambaran kecantikan wajah dan keseksian tubuh Melinda (melalui banyaknya tampilan foto-foto seksi Melinda) serta pemaparan informasi personal yang porsinya lebih besar dibandingkan dengan kasus hukum Melinda.

Antara berita Melinda pada Seputar Indonesia dan Reportase, terdapat perbedaan pola penyajian dan orientasi sensasionalisme. Reportase lebih memaparkan kehidupan pribadi Melinda disertai dengan banyaknya tayangan aset kekayaan yang ia miliki, sehingga orientasi sensasionalisme Reportase lebih menekankan personalisasi berita kehidupan Melinda. Sementara orientasi sensasional Seputar Indonesia lebih kepada

pengemasan berita dengan berbagai efek transisional dan non transisional serta penonjolan isu kecantikan dan kemolekan tubuh Melinda (modal menipu) dengan seringnya penyajian berita yang diiringi foto- foto seksi Melinda.



BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma positivis. Paradigma positivis adalah paradigma yang menempatkan realita sebagai sesuatu yang nyata dan berada “di luar sana” dan menunggu untuk ditemukan.

“Reality is real, it exist “out there” and is waiting to be discovered. We can learn about people by observing their behavior, what we see in external reality” (Neuman).

Dalam paradigma ini, pencarian dan pengukuran data didasarkan pada fakta yang empiris yang juga bebas dari nilai personal. Dan observasi fakta empiris tersebut dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang biasanya melibatkan pengukuran dengan angka. Paradigma ini mementingkan objektivitas dibandingkan subjektivitas (Neuman, 2003). Paradigma ini dipilih karena dalam penelitian ini penulis mengukur tingkat sensasionalisme dalam berita televisi mengenai kriminalitas dengan pelaku perempuan, yaitu Melinda Dee, secara objektif. Penulis tidak mengukur tingkat sensasionalisme secara subjektif atau berdasarkan pendapat pribadi.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis pendekatan kuantitatif melibatkan aktivitas perhitungan yang hasilnya dijabarkan secara numerik atau dalam bentuk angka- angka untuk menjawab rumusan pertanyaan atau masalah penelitian (Dedy Mulyana, 2007).

Ciri- ciri utama penelitian kuantitatif (Irawan, 2006) antara lain:

1. Permasalahan penelitian terbatas dan sempit.
2. Mengikuti pola berpikir deduktif.
3. Mempercayai angka (statistika atau matematika) sebagai instrumen untuk menjelaskan kebenaran.
4. Membangun validitas internal dan validitas eksternal sebaik mungkin.

Pendekatan penelitian kuantitatif dipilih karena hasil berupa angka dapat dikatakan cukup valid untuk mengukur tingkat sensasionalisme program berita Seputar Indonesia dan Reportase dalam memberitakan Melinda Dee.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Neuman menyebutkan “*content analysis is a technique for gathering and analyzing the content of text.*” Secara umum, analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan di media atau teks. Analisis isi dapat didefinisikan sebagai teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks. “Isi” dalam hal ini dapat berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan (Neuman, 2003).

Beberapa definisi analisis isi juga dijelaskan oleh beberapa ahli yang lain seperti (Martono, 2010):

1. Menurut Berelson, analisis isi merupakan teknik penelitian yang objektif, sistematis, dan menggambarkan secara kuantitatif mengenai isi media komunikasi yang bersifat manifes;
2. Menurut Cartwright, analisis isi merupakan metode penggambaran secara objektif, sistematis dengan menggunakan teknik deskripsi kuantitatif dari setiap perilaku simbolis;
3. Menurut Smith, analisis isi merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dari tubuh materi (teks) (biasanya verbal) secara sistematis dan objektif dengan mengidentifikasi karakteristik tertentu dari suatu materi (dalam Crano, 2002).

Pelopori analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. Berita yang dikumpulkan dianalisis dan dikoding sesuai dengan indikator yang telah dijabarkan dalam kerangka konsep. Berita mengenai Melinda Dee kemudian dianalisis dan dikoding sesuai dengan indikator yang dijabarkan dalam kerangka konsep.

Analisis isi tidak dapat diberlakukan pada semua penelitian sosial. Analisis isi dapat dipergunakan jika memiliki syarat berikut:

1. Data yang tersedia sebagian besar terdiri dari bahan- bahan yang terdokumentasi (buku, surat kabar, pita rekaman, naskah/manuskrip).
2. Ada keterangan pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menerangkan tentang dan sebagai metode pendekatan terhadap data tersebut.
3. Peneliti memiliki kemampuan teknis untuk mengolah bahan-bahan/data- data yang dikumpulkannya karena sebagian dokumentasi tersebut bersifat sangat khas/spesifik.

Penelitian dengan metode analisis ini bersifat deskriptif. Dalam praktiknya, hal ini mudah dilakukan dengan cara membandingkan isi pesan dari dua sumber yang berbeda (Massofa, 2008). Dalam penelitian ini penulis membandingkan berita dengan tema yang sama namun dari dua sumber yang berbeda, *Seputar Indonesia* dan *Reportase*.

3.4 Jenis Penelitian Berdasarkan Tujuan

Penelitian ini bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini, penulis berusaha melakukan pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu dengan mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, namun tidak melakukan pengujian hipotesa (Greenfield, 1996, h.131). Menurut Neuman, tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memperlihatkan suatu gambaran yang spesifik dan detail mengenai situasi tertentu, kondisi maupun hubungan sosial (Neuman30). Penelitian ini

tergolong penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu, tetapi dalam bentuk yang sudah terstruktur.

Penulis menggunakan analisis isi deskriptif yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek- aspek atau karakteristik dari suatu pesan. Analisis isi deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variabel. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pola sensasionalisme dan tingkat sensasionalisme dalam dimensi isi dan format berita Melinda Dee di Seputar Indonesia dan Reportase. Untuk mendeskripsikannya, disediakan ukuran- ukuran tertentu yang berasal dari konsep- konsep yang digunakan. Setelah itu, hasil keduanya akan dibandingkan untuk melihat program berita mana yang memiliki tingkat sensasionalisme yang jauh lebih besar. Penelitian ini tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi, namun penjelasan per indikator yang mengasosiasikan hal tertentu.

3.5 Populasi dan Karakteristik

Populasi dalam penelitian ini adalah Program Berita Seputar Indonesia (RCTI) dan Reportase (Trans TV) yang memuat berita Melinda Dee sejak 28 Maret sampai 17 Juni 2011. Program berita yang diambil adalah program berita Seputar Indonesia Pagi (pukul 04.30- 06.00 WIB), Siang (pukul 12.00- 12.30 WIB), dan Sore (pukul 17.00-17.30 WIB) serta Reportase Pagi (04.30- 06.00 WIB), Siang (pukul 12.00- 12.30 WIB), dan Sore (pukul 17.00- 17.30 WIB).

Tabel 3.1
Program Berita dan Jumlah Paket Berita Melinda Dee

No.	Program Berita	Jumlah Paket Berita Melinda Dee
1.	Seputar Indonesia Pagi, Siang, Sore	49 Paket Berita
2.	Reportase Pagi, Siang, Sore	26 Paket Berita
		Total= 75 Paket Berita

Berita Melinda Dee yang ada dalam kurun waktu 28 Maret hingga 17 Juni dipilih karena dalam rentang waktu ini adalah awal mula pemberitaan kasus Melinda sampai hilangnya pemberitaan Melinda pada kedua Program Berita Seputar Indonesia dan Reportase (yang awalnya cukup intens). Pada jangka waktu ini tayangan Melinda terus hadir dalam kedua program berita sampai benar- benar tidak ada lagi setelah tanggal 17 Juni. Dalam kurun waktu hampir satu setengah bulan, pemberitaan Melinda Dee berisi tentang awal kasus Melinda mencuat ke ranah publik, pengusutan kasus hukum Melinda, Melinda dan kehidupan pribadinya, Melinda dan Citibank, mobil- mobil mewah dan penelusuran harta kekayaan melinda, korban- korban Melinda, terseretnya orang- orang terdekat Melinda sebagai tersangka, operasi plastik Melinda, operasi payudara Melinda, dan pro kontra operasi payudara Melinda dengan biaya yang ditanggung oleh jamkesmas.

Alasan penulis menggunakan Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV karena kedua program berita ini termasuk dalam *top 10 program news* (Sumber: Data Rating YPMA- Oktober 2011). RCTI sudah memiliki ‘nama besar’ di masyarakat Indonesia, sementara Trans TV meskipun sebagai televisi yang lebih muda dari RCTI, namun mendapat *animo* yang tinggi dari penonton. Menurut data rating share AC Nielsen selama bulan Maret- April- Mei- Juni (kurun waktu penayangan berita Melinda), jumlah penonton kedua program berita ini cukup besar dengan rentang rata- rata 700 ribu hingga 1 juta-an penonton.

3.6 Prosedur Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian anggota populasi yang diambil melalui prosedur tertentu sehingga mewakili populasinya. Pengambilan sampel sangat dipengaruhi oleh unit analisis serta populasinya. Berita Melinda dikumpulkan sejak akhir bulan Maret hingga Juni yang terdapat pada Seputar Indonesia dan Reportase. Paket berita Melinda dari program Seputar Indonesia dan Reportase menjadi unit analisis dalam penelitian ini.

Teknik penarikan sampel digunakan untuk mengumpulkan informasi yang dapat dimanfaatkan untuk menjawab permasalahan penelitian secara objektif. Teknik

penarikan sampel dilakukan melalui perekaman paket berita. Paket berita tersebut kemudian dibedah dengan metode analisis isi (*content analysis*), yang kemudian dikoding berdasarkan indikator yang telah dirumuskan sebelumnya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini secara *non probabilita*. Sampel dalam penelitian ini adalah populasi atau seluruh total paket berita Melinda Dee yang ditayangkan di Seputar Indonesia dan Reportase. Sampel sebanyak 75 paket berita Melinda Dee selama akhir bulan Maret (sejak tanggal 28 Maret hingga 31 Maret), bulan April (1 bulan penuh), dan awal bulan Juni (sejak tanggal 7, 9, 10, 11 Juni dan 17 Juni).

3.7 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah; paket berita dengan jenis grafis berupa tabel atau grafik penjelasan kasus hukum Melinda serta foto- foto Melinda, *VO/SOT* berupa format berita TV mengenai Melinda yang memadukan voice over (VO) dan sound on tape (SOT), *Package* berupa laporan berita lengkap dengan narasi dalam paket yang dibacakan oleh seorang pengisi suara yang biasanya adalah reporter atau penulis berita (*writer*), dan *Vox Pop* berupa komentar- komentar singkat dari masyarakat untuk merefleksikan opini publik mengenai Melinda Dee yang terdapat dalam program Seputar Indonesia dan Reportase. Paket berita adalah rangkaian video yang telah dikemas untuk menyajikan suatu topik berita. Penanda suatu paket adalah diawali oleh intro dan ditutup oleh pembaca berita di studio. Dalam penelitian ini, hanya paket saja yang diukur. Intro, obrolan, dan sebagainya dari pembaca berita, iklan, logo pengiklan, tidak termasuk.

3.8 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian yang digunakan sebagai alat ukur diuji terlebih dahulu tingkat reliabilitasnya, dengan menggunakan Cohen's Kappa. Apabila angka pengukuran reliabilitas ini berada di atas angka 0.6, maka instrumen tersebut reliabel. Dari pengujian reliabilitas beberapa indikator, maka indikator tersebut termasuk reliabel. Angka uji reliabilitas berkisar antara 0.667 sampai dengan 1.000. Berikut rincian hasil uji reliabilitas:

Dimensi Isi

1. Penggunaan Suara Natural	1.000
2. Narasumber	0.667
3. Personalisasi Berita	1.000
4. Penampilan Emosi	1.000

Dimensi Format

1. Penggunaan teknik <i>eyewitness camera</i>	1.000
2. Penggunaan teknik <i>close-up</i>	1.000
3. Teknik <i>zoom</i>	0.667
4. Penggunaan perspektif kamera	0.667
5. Suara yang sengaja ditambahkan	1.000
6. Rata-rata durasi <i>shot</i>	1.000
7. Efek Transisional	1.000
8. Efek Non- Transisional	1.000

Reliabilitas dalam analisis isi berfungsi untuk melihat kecocokan antarinterkoder atau *intercoder reliability*, yaitu reproduksibilitas (derajat sejauh mana proses dapat diciptakan kembali dalam berbagai keadaan yang berbeda, di lokasi berbeda). Reliabilitas ini untuk melihat apakah data dapat direproduksi oleh peneliti independen lain dengan menggunakan instruksi pengkodean yang sama terhadap serangkaian data yang sama. Jika jawaban antar dua pengkoder ini tercapai kecocokan sempurna, maka keandalannya terjamin (Krippendorff, 1993, diterjemahkan oleh Wajidi). Penulis menggunakan *intercoder* kedua yaitu mahasiswa Jurnalisme Siar. Pemilihan *intercoder* didasarkan pada kesamaan latar belakang program studi sehingga memiliki dasar pengertian istilah jurnalistik serta pemahaman berita kriminal yang hampir sama dengan penulis.

3.9 Definisi Operasional

Penulis menggunakan definisi operasional yang juga digunakan oleh Vettehen (2006). Menurut Vettehen, sensasionalisme terkait aspek *vividness* ini memiliki

beberapa indikator. Dalam indikator ini Vettehen tidak hanya meneliti dari faktor isi berita saja namun juga faktor pengemasan *audio* dan *visual*.

Dimensi Isi

1) Suara natural

Suara natural adalah suara yang masuk ke dalam rekaman gambar saat proses pengambilan gambar berlangsung. Apabila terdapat suara asli yang berasal dari lokasi kejadian yang bersifat dramatis, seperti suara bom, tangisan atau teriakan subjek dalam berita, maka kemunculan suara natural dihitung. Jika suara- suara dramatis ini masuk ke dalam paket berita, maka berita tersebut dikatakan sensasional.

2) Penggunaan narasumber

Subdimensi penggunaan narasumber terbagi menjadi tiga indikator, yaitu:

- a. Narasumber Politisi. Narasumber politisi adalah tokoh pemerintahan atau pemegang kekuasaan (orang- orang yang duduk dalam pemerintahan/ memiliki kekuasaan).
- b. Narasumber Ahli. Narasumber ahli adalah orang- orang yang memiliki pengetahuan khusus tentang hal yang diberitakan.
- c. Narasumber Warga (*Layperson*). Narasumber warga atau *Layperson* adalah masyarakat sipil.

3) Personalisasi Berita

Personalisasi terjadi ketika sebuah berita menampilkan individu dalam keseharian mereka atau sedang berbicara tentang situasi personal mereka. Personalisasi lebih kepada penggambaran dari berita tersebut.

4) Penampilan Emosi

Berdasarkan teori psikologi, subdimensi penampilan emosi terbagi menjadi empat indikator (empat macam emosi ‘dasar’ yang dikemukakan oleh Kruger, 1996), yaitu:

1. Kegembiraan (subindikator: orang tertawa, ceria, senyum)
2. Kesedihan (subindikator: orang menangis, bermimik muram)
3. Ketakutan (subindikator: orang panik)
4. Kemarahan (subindikator: orang berteriak-teriak)

Dimensi Format

Dimensi format digunakan untuk mengukur sensasionalisme dalam teknik pengemasan berita. Dimensi ini antara lain mencakup penggunaan teknik kamera, teknik *editing*, dan penggunaan efek.

1) Penggunaan teknik *eyewitness camera*

Eyewitness adalah sebuah teknik yang mengasumsikan posisi khalayak seolah-olah berada di lokasi kejadian. *Eyewitness camera* dimaksudkan agar penonton di rumah merasa terlibat langsung dengan apa yang ditampilkan di layar TV. Kamera ditempatkan pada bahu *camera person*, dan secara subjektif mengikuti kejadian. Teknik ini disebut juga dengan kamera subjektif. Cara pengambilan gambar seperti ini hendak menimbulkan kesan khalayak hadir di tempat kejadian.

2) Penggunaan teknik *close-up*

Suatu gambar dikatakan *close-up* jika wajah seseorang muncul sedikitnya sebanyak $\frac{3}{4}$ dari besar layar atau minimal memenuhi 80% dari keseluruhan layar.

3) Teknik *zoom*

- a. *Zoom in*. Teknik *zoom in* adalah suatu teknik pengambilan gambar dimana *shot* dimulai dari sebuah gambar yang lebar, kemudian semakin lama semakin fokus pada suatu benda atau detail.
- b. *Zoom out*. Teknik *zoom out* adalah suatu teknik pengambilan gambar dimana *shot* dimulai dari sebuah gambar yang fokus atau detail, kemudian menuju ke *shot* yang lebih lebar.

4) Penggunaan perspektif kamera

Penggunaan perspektif kamera juga dapat mempengaruhi emosi khalayak. Ada tiga jenis perspektif kamera, antara lain: *high angle*, *eye level*, dan *low angle*. *High angle* ketika sudut pandang dari atas subjek (pengambilan gambar dari atas objek). *Eye level* ketika sudut pandang sejajar subjek (pengambilan gambar sejajar dengan objek). Perspektif terakhir adalah *low angle*, yaitu ketika sudut pandang dari bawah subjek (pengambilan gambar dari bawah objek).

5) Suara yang sengaja ditambahkan

Suara yang sengaja ditambahkan adalah segala suara selain dari suara natural, yang ditambahkan dalam proses *editing* pascaproduksi. Suara- suara tersebut antara lain:

- a. *Sound effects*: Suara tambahan di luar suara natural, *voice over*, dan musik (yang bukan berasal dari lokasi kejadian).
- b. Musik. Musik yang digunakan sebagai *backsound*.

6) Rata- rata durasi *shot*. Adalah rata- rata durasi per shot.

Selain definisi operasional di atas yang digunakan oleh Vettehen, penulis juga menggunakan definisi operasional yang digunakan oleh Zhou (2001). Dalam penelitiannya Zhou menggunakan 19 indikator untuk proses *editing*. Ke- 19 indikator tadi kemudian dibagi ke dalam dua sub- dimensi besar, yaitu efek transisional dan efek non- transisional.

Efek Transisional

Ada delapan kategori yang masuk ke dalam kelompok efek transisional.

- a. *Wipe movement*. Efek elektronik dimana satu gambar mendorong gambar lain keluar dari layar.
- b. *Dissolve*. Transisi gradual dari satu *shot* ke *shot* lainnya sementara kedua gambar saling *overlap* (penumpukkan gambar).

- c. *Flash. Frame* putih disisipkan ke dalam dua *shot*, yang hal ini kemudian menciptakan sebuah cahaya yang mengejutkan. Efek ini sama seperti *flash* pada kamera.
- d. *Fade*. Gambar muncul secara berangsur-angsur dari tampilan berwarna hitam (*fade in*) atau justru menghilang menjadi tampilan hitam (*fade out*).
- e. *Slide* dan *peel*. Efek seperti membalik buku.
- f. *Rotation*. Ketika gambar berputar pada sumbu vertikal atau jatuh pada sumbu horizontal 360 derajat.
- g. *Fly*. Gambar dikecilkan dan bergerak dan berputar pada posisi baru dalam layar atau justru keluar layar.
- i. *The Frame within a frame*. ketika *frame* yang akan muncul selanjutnya menimpa *frame* yang ada sebelumnya.

Efek Non- Transisional.

Ada dua belas kategori yang masuk ke dalam kelompok efek non transisional.

- a. *Supers*. Kata- kata yang ditulis pada latar grafis maupun pada gambar yang bergerak.
- b. *Split screen*. Layar secara vertikal dibagi menjadi dua bagian, dengan masing-masing bagian menunjukkan gambar yang berbeda.
- c. *Freeze frame*. Sebuah objek berada di posisi yang sama selama durasi pengambilan gambar. Gambar tidak bergerak ini dapat berupa tulisan dan gambar grafis, ataupun foto.
- d. *Compresion*. Sebuah objek muncul lebih panjang dan tipis, atau lebih lebar dan tebal, dengan cara mengubah aspek rasio dari layar.
- e. *Posterization*. ketika jumlah warna dan level serian dari sebuah gambar diatur sedemikian rupa.
- f. *Snapshot*. Ketika layar TV yang *full screen* dibagi menjadi beberapa *frame* gambar yang lebih kecil.
- g. *Secondary frames*. Ketika paling sedikit dua gambar disejajarkan pada *slight angle* dalam satu layar.

- h. *Echo*. ketika gambar yang sama diulang seolah gambar itu diletakkan di antara dua cermin yang berlawanan.
- i. *Highlighting*. Efek yang menirukan pergerakan *spotlight* melewati sebuah area.
- n. *Mosaic*. Biasa digunakan di wajah narasumber untuk melindungi identitasnya.
- j. *Slow motion*. Gerakan video diperlambat.
- k. *Repeating of images*. Sebuah *shot* yang muncul lebih dari satu kali dalam sebuah paket

3.10 Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini, penulis menentukan bahwa suatu indikator dikatakan sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5% (persentase setengah dari total sampel 75 paket berita Melinda Dee).

Tabel 3.2
Operasionalisasi Konsep

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
1.	Sensasionalisme	Isi			Suara Natural	Suara yang masuk saat proses pengambilan gambar (Apabila terdapat suara asli yang berasal dari lokasi kejadian yang bersifat dramatis, seperti suara bom, tangisan atau teriakan subjek dalam berita, maka kemunculan suara natural dihitung)	Ada/Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
			Penggunaan Narasumber (Unit Analisis Paket)		Politisi	Tokoh pemerintahan atau pemegang kekuasaan (orang- orang yang duduk dalam pemerintahan/ memiliki kekuasaan)	Ada/Tidak	Kurang Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Kurang Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
					Ahli	Orang- orang yang memiliki pengetahuan khusus tentang hal yang diberitakan	Ada/Tidak	Kurang Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Kurang Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
1.	Sensasionalisme	Isi			<i>Layperson</i>	Masyarakat sipil	Ada/Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
			Personalisasi Berita	Personalisasi Berita	Menampilkan individu dalam keseharian mereka atau sedang berbicara tentang situasi personal. Personalisasi lebih kepada penggambaran dari berita tersebut.	Ada/Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%	
			Penampilan emosi	Kebahagiaan	Orang tertawa, ceria, senyum	Ada/Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%	
				Kesedihan	Orang menangis, bermimik muram	Ada/Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%	

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
1.	Sensasionalisme	Isi	Penampilan Emosi	Ketakutan	Orang panik	Orang panik	Ada/Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
				Kemarahan	Orang berteriak-teriak	Orang berteriak-teriak	Ada/Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format	Teknik Kamera		<i>Eyewitness Camera</i>	Teknik yang mengasumsikan posisi khalayak seolah-olah berada di lokasi kejadian. Kamera ditempatkan pada bahu <i>camera person</i> , dan secara subjektif mengikuti kejadian. Cara pengambilan gambar seperti ini hendak menimbulkan kesan khalayak hadir di tempat kejadian.	Ada/ Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Interval waktu	Semakin kecil, makin sensasional
					<i>Close up</i>	Wajah seseorang muncul sedikitnya sebanyak $\frac{3}{4}$ dari besar layar atau minimal memenuhi 80% dari keseluruhan layar	Ada/ Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
				Teknik <i>Zoom</i>	<i>Zoom in</i>	Teknik kamera dari <i>shot</i> lebar menjadi semakin fokus pada detail	Ada/ Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							% dari total <i>shot</i>	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format	Teknik Kamera	Permainan Zoom	<i>Zoom-out</i>	Teknik kamera dari <i>shot</i> yang detail menuju ke <i>shot</i> yang lebih lebar	Ada/ Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							% dari total <i>shot</i>	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
				Perspektif Kamera	<i>High Angle</i>	Sudut pandang dari atas subjek (pengambilan gambar dari atas objek)	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							% dari total perspektif	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
					<i>Eye Level</i>	Sudut pandang sejajar subjek (pengambilan gambar sejajar dengan objek)	Jumlah	Kurang Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							% dari total perspektif	Kurang Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
					<i>Low Angle</i>	Sudut pandang dari bawah subjek (pengambilan gambar dari bawah objek).	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							% dari total perspektif	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format		Suara yang ditambahkan pada proses <i>editing</i>	<i>Sound effect</i>	Suara tambahan di luar suara natural, <i>voice over</i> , dan musik (yang bukan berasal dari lokasi kejadian)	Ada/ Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
					Musik	Musik yang digunakan sebagai <i>backsound</i>	Ada/ Tidak	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
				Rata-rata durasi per shot	Rata-rata durasi per shot	Durasi paket : jumlah <i>shot</i>	Jumlah detik per <i>shot</i>	Semakin panjang semakin sensasional
			<i>Editing</i>	Efek Transisional	<i>Wipe Movement</i>	Efek elektronik dimana satu gambar mendorong gambar lain keluar dari layar.	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Rata-rata interval waktu	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							% dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format	Editing	Efek Transisio-nal	<i>Dissolve</i>	Transisi gradual dari satu <i>shot</i> ke <i>shot</i> lainnya sementara kedua gambar saling <i>overlap</i> (penumpukkan gambar)	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Rata- rata interval waktu	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							%dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
					<i>Flash</i>	<i>Frame</i> putih disisipkan ke dalam dua <i>shot</i> , yang hal ini kemudian menciptakan sebuah cahaya yang mengejutkan. Efek ini sama seperti <i>flash</i> pada kamera	IDEM	IDEM
					<i>Fade</i>	Gambar muncul secara berangsur-angsur dari tampilan berwarna hitam (<i>fade in</i>) atau justru menghilang menjadi tampilan hitam (<i>fade out</i>)	IDEM	IDEM

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format	Editing	Efek Transisio-nal	<i>Slide and Peel</i>	Efek seperti membalik buku	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Rata- rata interval waktu	Semakin kecil, makin sensasional
							% dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
					<i>Rotation</i>	Gambar berputar pada sumbu vertikal atau jatuh pada sumbu horizontal 360 derajat.	IDEM	IDEM
					<i>Fly</i>	Gambar dikecilkan dan bergerak dan berputar pada posisi baru dalam layar /justru keluar layar	IDEM	IDEM
					<i>Frame within a frame</i>	<i>Frame</i> yang akan muncul selanjutnya menimpa <i>frame</i> yang ada sebelumnya.	IDEM	IDEM

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategorisasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format	Efek Dekoratif	Efek non-transisi	<i>Supers</i>	Kata- kata yang ditulis pada latar grafis maupun pada gambar yang bergerak	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Rata- rata interval waktu	Semakin kecil, makin sensasional
					<i>Split screen</i>	Layar secara vertikal dibagi menjadi dua bagian, dengan masing- masing bagian menunjukkan gambar yang berbeda	IDEM	IDEM
					<i>Freeze frame</i>	Sebuah objek berada di posisi yang sama selama durasi pengambilan gambar. Gambar tidak bergerak ini dapat berupa tulisan dan gambar grafis, ataupun foto.	IDEM	IDEM
					<i>Compression</i>	Sebuah objek muncul lebih panjang dan tipis, atau lebih lebar dan tebal, dengan cara mengubah aspek rasio dari layar	IDEM	IDEM

No	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategori sasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format	Efek Dekoratif	Efek non-transisi	<i>Posterization</i>	Ketika jumlah warna dan level serian dari sebuah gambar diatur sedemikian rupa.	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Rata-rata interval waktu	Semakin kecil, makin sensasional
					<i>Snapshot</i>	Ketika layar TV yang <i>full screen</i> dibagi menjadi beberapa <i>frame</i> gambar yang lebih kecil.	IDEM	IDEM
					<i>Secondary frame</i>	Ketika paling sedikit dua gambar disejajarkan pada <i>slight angle</i> dalam satu layar.	IDEM	IDEM
					<i>Echo</i>	ketika gambar yang sama diulang seolah gambar itu diletakkan di antara dua cermin yang berlawanan	IDEM	IDEM
					<i>Highlighting</i>	Efek yang menirukan pergerakan <i>spotlight</i> melewati sebuah area	IDEM	IDEM

No.	Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Sub Sub Dimensi	Indikator	Deskripsi Indikator	Kategori sasi	Ket.
2.	Sensasionalisme	Format	Efek Dekoratif	Efek non-transisi	<i>Mosaic</i>	Biasa digunakan di wajah narasumber untuk melindungi identitasnya	Jumlah	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Rata-rata interval waktu	Semakin kecil, makin sensasional
					<i>Slow motion</i>	Gerakan video diperlambat	IDEM	IDEM
					<i>Repeating of Images</i>	Sebuah <i>shot</i> yang muncul lebih dari satu kali dalam sebuah paket	Jumlah gambar yang diulang	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%
							Rata-rata pengulangan berbagai <i>shot</i>	Sensasional apabila persentase penggunaannya lebih dari 37.5%

3.11 Kelemahan Penelitian

Kelemahan penelitian ini terdapat pada adanya kemungkinan *human error* pada proses *coding* indikator. *Coding* indikator dilakukan dengan cara memperhatikan dan mencatat hal- hal yang terdapat dalam rekaman, sesuai dengan indikator- indikator sensasionalisme yang digunakan penulis dalam penelitian ini.

3.12 Keterbatasan Penelitian

Peneliti hanya membahas satu tema berita secara spesifik yaitu berita kriminal dengan studi kasus Melinda Dee. Penelitian terhadap sampel penelitian dengan tema berita yang lebih luas dapat memberikan gambaran yang lebih umum mengenai sensasionalisme dalam berita televisi. Selain itu terdapat berita yang tidak diperoleh oleh penulis karena video dari KPI yang diberikan ada yang tidak lengkap yaitu tanggal 2 April, 13 April, 28 April, 30 April dan 11 Juni. Padahal bisa saja terdapat video berita mengenai Melinda Dee di tanggal- tanggal tersebut.

BAB 4

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Program Berita Seputar Indonesia RCTI

Sejak 21 tahun yang lalu, pemberitaan Rajawali Citra Televisi Indonesia atau RCTI, sudah hadir di Indonesia hingga hari ini. Tanggal 24 Agustus 1989 RCTI mulai mengudara secara terestrial di Jakarta. Sejak Maret 2004, kepemilikan RCTI berpindah tangan ke Media Nusantara Citra (MNC) milik Hary Tanoesudibjo. Menurut profil perusahaan yang terdapat dalam website resmi RCTI, saat ini RCTI adalah stasiun TV swasta yang memiliki jaringan terluas di Indonesia. Sebanyak 48 stasiun *relay* yang dimiliki, membuat program- program RCTI disaksikan oleh sekitar 180 juta pemirsa yang tersebar di 302 kota di seluruh Nusantara, atau kira- kira 80% dari jumlah penduduk Indonesia.

Program berita RCTI adalah Seputar Indonesia. Seputar Indonesia adalah buletin berita pertama yang disiarkan oleh TV swasta Indonesia. Seputar Indonesia pertama kali mengudara pada November 1989 dengan nama Seputar Jakarta. Pada awalnya buletin berita yang disiarkan di RCTI bernama Nuansa Pagi (berubah menjadi Seputar Indonesia Pagi), Buletin Siang (berubah menjadi Seputar Indonesia Siang), Seputar Indonesia (untuk sore), dan Buletin Malam (berubah menjadi Seputar Indonesia Malam). Perubahan tidak hanya terjadi pada nama program berita RCTI. Awalnya RCTI memiliki program berita yang khusus menyajikan berita kriminal yaitu Sergap dengan maskot khasnya yaitu “Bang Napi.” Akan tetapi, saat ini program berita Sergap sudah tidak ditayangkan lagi. RCTI juga sempat menghadirkan program berita Seputar Peristiwa yang menyajikan berita- berita unik dan menarik, namun program tersebut tidak bertahan lama.

Kini Seputar Indonesia telah berubah menjadi satu dengan nama yang tetap yaitu Seputar Indonesia. Seputar Indonesia Pagi yang disiarkan pukul 04. 30 - 06.00 WIB, Seputar Indonesia Siang yang disiarkan pukul 12.00 - 12.30 WIB, Seputar Indonesia disiarkan pukul 17.00 - 17.30 WIB dan Seputar Indonesia Malam disiarkan

pukul 01.00 - 01.30 WIB. Setiap hari (pagi, siang, sore) tim redaksi Seputar Indonesia akan melaksanakan rapat redaksi yang dihadiri oleh koordinator liputan (korlip), koordinator daerah (korda), dan kepala kamera. Tidak semua redaksi hadir dalam rapat redaksi. Tim redaksi yang akan melaksanakan rapat redaksi sebelumnya akan membaca berbagai koran (dengan berbagai terbitan) serta mencari isu- isu terhangat untuk dijadikan topik pembahasan. Setiap pagi empat korda yang bertugas bertanggung jawab untuk menerima berita daerah dari seluruh biro di Indonesia. Tugas- tugas korda antara lain; *mendownload* video dari daerah, mengirim *script* atau naskah ke produser, serta menelepon kontributor- kontributor untuk menayakan perkembangan atau hal- hal terkait berita yang dikirim. Setiap korda yang bertugas pada waktu itu (misalnya *shift* pagi dan malam) akan menyaring berita daerah yang “dianggap menarik.” Jika belum ada berita yang sampai di *email* korda, maka korda akan menelepon para biro untuk menayakan *update* berita yang biro peroleh. Penyaringan yang dilakukan oleh korda juga nantinya akan didiskusikan di dalam rapat redaksi.

Rapat redaksi akan dilaksanakan sebelum Seputar Indonesia (pagi, siang, sore) ditayangkan. Dalam rapat redaksi akan ditentukan berita yang akan disajikan. Daftar berita yang akan ditayangkan dalam Seputar Indonesia dinamakan “LISTING SINDO”. Dalam LISTING SINDO atau penyaringan daftar berita juga disertakan *shot* pengambilan gambar berita dari Biro (daerah). Jika gambar dirasa kurang menarik meskipun beritanya menarik, maka berita tersebut tidak diambil. Berita yang sudah diseleksi akan diedit lagi oleh produser. Setelah diedit, berita baru layak ditayangkan. Unsur gambar sangat penting bagi penyaringan berita. Pemilihan berita yang akan diangkat juga dipengaruhi oleh rating. Berita yang sudah dipilih dan direncanakan saat rapat redaksi sewaktu- waktu bisa gagal naik jika pengejaran yang dilakukan oleh reporter dan kameramen tidak berhasil. Penggantian berita yang akan ditayangkan ditentukan oleh Eksekutif Produser dan Produser.

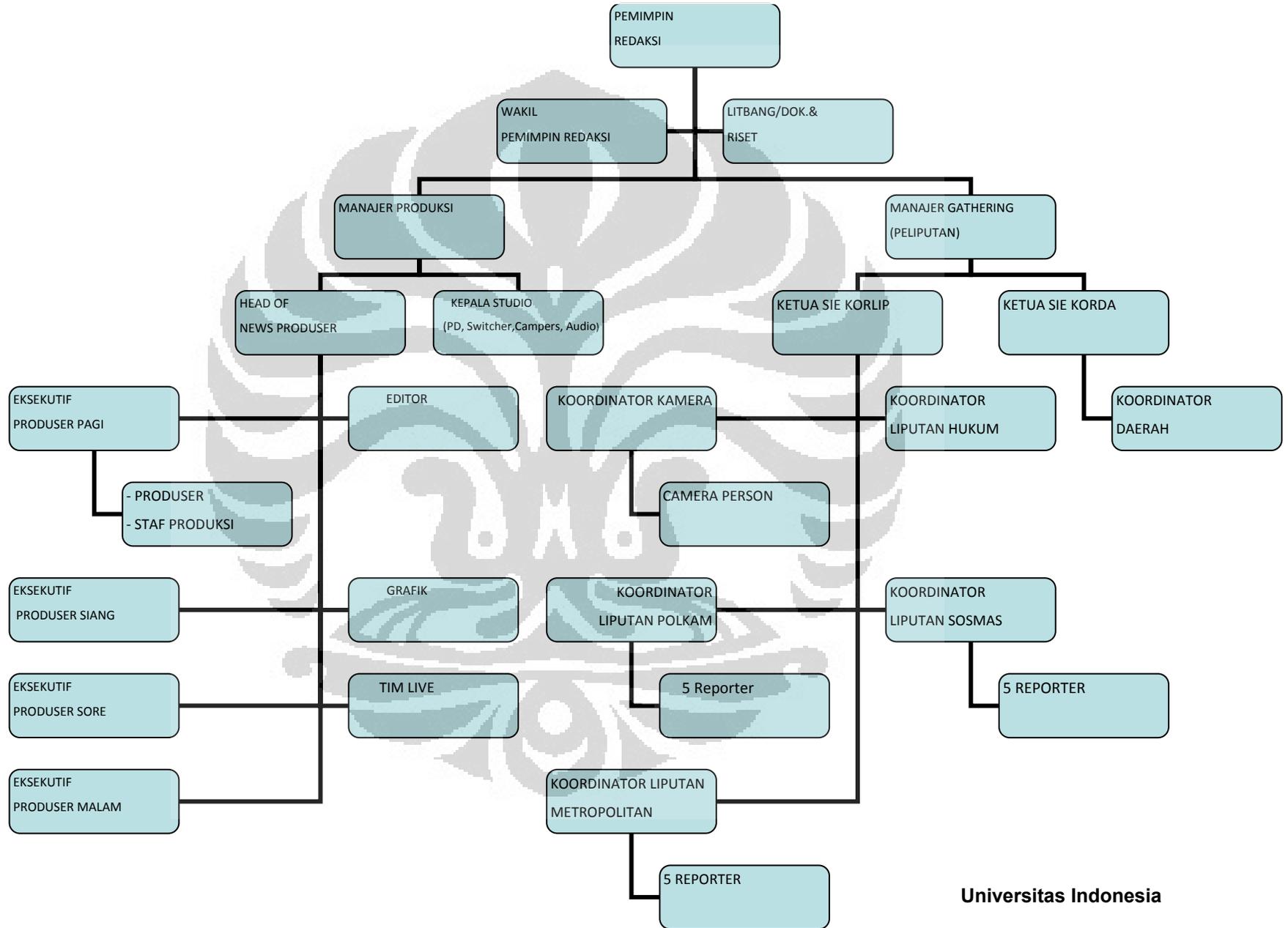
Seputar Indonesia juga memiliki *agenda setting* yaitu berita yang berdampak pada masyarakat atau memiliki kepentingan publik. Ide- ide topik berita akan dikemukakan dari satu minggu sebelum penayangannya. Topik berita yang diajukan

lebih dari satu berita. Salah satu contohnya adalah kasus pemukulan siswa STPDN. Alasan mengangkat tema ini adalah agar setelah diberitakan di Seputar Indonesia, kasus ini dapat dihentikan segera. Contoh berita lain adalah kasus Dora (remaja yang dari kepalanya terus mengeluarkan darah) serta kasus Nunun Nurbaeti (istri wakapolri yang diduga melakukan suap dalam pemilihan Deputy Gubernur Bank Indonesia).

Unsur- unsur yang diutamakan dalam pengambilan berita adalah *prominence* (keterkenalan), *proximity* (jarak atau kedekatan), *human interest*, penting dan menarik, serta unik. Pembagian beberapa tema untuk pemberitaan Seputar Indonesia terdiri atas empat segmen; diantaranya tema politik, ekonomi, hukum, peristiwa, sosial masyarakat, olahraga, kriminal, unik, dan feature atau lain- lain. Berita- berita yang berasal dari daerah biasanya disiarkan pada SekilasInfo yang hadir tiap satu jam sekali yang menayangkan satu hingga dua berita saja. Seputar Indonesia memiliki 24 produser (total dari seluruh program pagi, siang, sore, dan malam) serta tujuh koordinator daerah (korda). Para penyiar Seputar Indonesia diantaranya; Putra Nababan, Aiman Witjaksono, Gustav Aulia, Ajeng Kamaratih, Michael Tjandra, Isyana Bagoes Oka, Dian Mirza, dan Inne Sudjono.

Terdapat kecenderungan pemberitaan yang dilakukan Seputar Indonesia yang didasarkan pada segmentasi penontonnya dan tema berita. Sebanyak 55% Penonton Seputar Indonesia adalah penonton yang berasal dari Jakarta. Oleh karena itu, isu- isu yang diangkat mengenai isu- isu yang berkaitan dengan Jakarta, isu- isu yang berdampak pada masyarakat, isu- isu kekuasaan (*affair*, korupsi, skandal), isu penyalahgunaan kekuasaan (semakin tinggi kekuasaan maka semakin menarik), dan isu- isu *human interest*. Pemberitaan Seputar Indonesia Siang lebih kepada penonton ibu- ibu, sementara Seputar Indonesia Sore lebih pada pemberitaan dengan tema politik (Redaksi Seputar Indonesia). Program berita Seputar Indonesia yang dijadikan sampel penulis dalam penelitian ini adalah tayangan sejak tanggal 28 Maret hingga 17 Juni 2011 (tidak berurutan). Semua paket berita mengenai Melinda Dee diambil sebagai sampel.

Diagram 4.1
Struktur Organisasi Seputar Indonesia



4. 2 Gambaran Umum Program Berita Reportase Trans TV

PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) merupakan perusahaan yang dimiliki oleh TRANS CORPORATION, yang juga merupakan pemilik dari TRANS 7. Trans TV memperoleh ijin siaran pada bulan Oktober 1998 setelah dinyatakan lulus dari ujian kelayakan yang dilakukan tim antar departemen pemerintah, maka sejak tanggal 15 Desember 2001, TRANS TV memulai siaran secara resmi. Visi dari stasiun televisi swasta ini adalah menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi *stakeholders*, menyampaikan program- program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai- nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh *stakeholders* serta mitra kerja, dan memberi kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat. Sementara misi TRANS TV adalah sebagai wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai- nilai demokrasi (www.transtv.co.id).

Berdasarkan *website* Trans TV, terdapat beberapa program yang ada dalam Trans TV News, diantaranya Jelajah, Reportase (Pagi, Siang, Sore, Malam), Benu Buloe, Hidup Ini Indah, Jika Aku Menjadi, Bosan Jadi Pegawai, John Pantau, Harmoni Alam, Bingkai Berita, Hidup Kedua, Riwayat, Pengabdian, Menjamu Tamu, iND!GO, Anak Negeri, dan Jelang Siang. Program berita Reportase Trans TV adalah program berita yang memiliki jumlah penayangan yang paling banyak dibandingkan dengan program berita yang lain. Reportase hadir empat kali dalam sehari yaitu pagi, siang, sore, dan malam. Nama Reportase pertama kali digunakan untuk program berita buletin pada Program Reportase Pagi.

Selanjutnya berturut-turut lahir Reportase Malam, Reportase Sore, dan terakhir Reportase Siang. Buletin berita Reportase terdiri dari Reportase Pagi, Reportase Siang, Reportase Sore, Reportase Malam, Reportase Investigatif, dan Reportase Minggu. Reportase Pagi disiarkan pukul 04.30 - 06.00 WIB, Reportase Siang pukul 12.00 - 12.30 WIB, Reportase Sore pukul 17.00 – 17.30 WIB, Reportase

Malam pukul 02.00 WIB (dini hari), dan Reportase Investigatif ditayangkan pada hari Sabtu dan Minggu pukul 17.00 WIB.

Siaran berita sore Trans TV pertama kali mengudara pada 1 Agustus 2002, dengan nama berita Trans Petang. Lalu tanggal 27 November 2003 namanya berubah menjadi Reportase Sore (www.transtvnews.co.id). Program berita Reportase menampilkan berbagai kumpulan berita aktual (*hardnews*) baik nasional, daerah, maupun internasional. Program Reportase juga tidak luput menampilkan informasi ringan dan seputar dunia olahraga. Para penyiar Reportase Trans TV diantaranya; Ivan Kurnia, Milda Julian, Christian Reinaldo, Reni Riswanda, Ryan Wiedaryanto, Zulfikar Naghi, Arrumaisha Rani, Ranggani Puspanya, Bunga Harumdhani, Anisa Sulandana, Shahnaz Mariela, serta Tiffany Raytama.

Program berita Reportase adalah buletin. Oleh karena itu, sehari sebelum penayangan Reportase, selalu diadakan rapat redaksi untuk membuat prediksi berita-berita sebelumnya. Prediksi ini dinamakan “Rundown Bayangan”. Estimasi rapat redaksi untuk setiap program biasanya dilakukan pada malam hari untuk Reportase Pagi, yang berikutnya pada pukul setengah satu siang. Pada rapat redaksi itu juga diadakan rapat *budgeting* (Redaksi Trans TV).

Rapat redaksi program berita Reportase dihadiri oleh produser, eksekutif produser, asisten produser, staf produksi, koordinator liputan (korlip), serta koordinator daerah (korda). Korlip berperan sebagai penyedia berita-berita yang bersifat lokal (berita-berita dari Jakarta). Sementara korda berperan sebagai penyedia berita-berita yang berasal dari daerah. Baik korlip dan korda juga diberikan *list* liputan serta *request* berita. Berita yang sudah dikumpulkan atau sudah dimiliki oleh korlip dan korda selanjutnya akan didiskusikan oleh produser. Produser dari tiap program Reportase Pagi, Siang, Sore, dan Malam yang menentukan berita-berita yang akan ditayangkan.

Berita-berita dari korlip dan korda yang telah diseleksi oleh produser, selanjutnya dibuat menjadi *rundown*. Dari 12 berita yang masuk ke dalam *rundown* berita, hanya delapan hingga sepuluh paket berita yang akan ditayangkan. Jumlah paket berita dari *rundown* yang akan ditayangkan, tergantung pada durasi dari paket

berita tersebut. Pemilihan berita yang ditayangkan oleh program Reportase ditayangkan berdasarkan tren berita yang sedang terjadi, koran, program berita stasiun televisi lain (program berita saingan), serta portal- portal berita. Selain itu Reportase juga memiliki *agenda setting* pemberitaan yang dinamakan “Berita- Berita Agenda.” Misalnya seperti pada segmen “Cerita Kota, Cerita Sehat, Ragam, serta Jelang Akhir Pekan.” Segmen- segmen ini terdapat dalam program Reportase. Selain itu, *agenda setting* yang dibuat dapat juga mengenai *dramatic story*. Misalnya, kasus jaminan kesehatan daerah di Surabaya dimana banyak masyarakat yang ditolak saat mengajukan jamkesda ke Rs. Sutomo. Reportase akan menggarap berita tersebut secara personalisasi. Reportase akan lebih menyoroti masalah pasien dan keluarganya.

Porsi pemberitaan Reportase 50: 50. Artinya Reportase menayangkan secara seimbang pemberitaan yang berasal dari Jakarta dan pemberitaan dari daerah. Pemberitaan daerah ini mencakup terutama 13 kota- kota besar di Indonesia (seperti Yogyakarta, Surabaya, Medan, dsb.). Porsi pembagian berita yang merata ini karena Reportase berusaha sebisa mungkin melayani semua masyarakat Indonesia, sehingga ada keterwakilan.

Prinsip pemberitaan Reportase adalah “*Matter to Us*”. Berita- berita yang diangkat oleh Reportase adalah berita yang berdampak pada masyarakat serta berkenaan dengan hajat hidup orang banyak. Filosofi pemberitaan Reportase adalah berita- berita ringan yang tidak memberatkan penonton sehingga tidak memerlukan kepintaran untuk mencernanya. Hal ini karena *target audience* Reportase yang utama adalah *female* (ibu- ibu dan remaja putri) dan *family*. Settingan pola berita yang akan ditayangkan di Reportase adalah “*dramatic story*, perasaan, tidak menggunakan kepintaran (mudah dicerna), serta menekankan unsur empati.”

Pola pemberitaan settingan “ala Reportase” tersebut sangat bagus dalam perolehan *rating*. Reportase tidak mengangkat berita politik yang berat, kongres partai, serta carut marut perpolitikan yang membingungkan bagi penonton. Berita- berita perpolitikan adalah berita yang disaksikan oleh penonton *male* yang bukan

sasaran penonton Reportase. Oleh karena itu, berita perpolitikan yang sulit dicerna dan dipahami oleh penonton, tidak akan dibuat oleh Reportase.

Contoh penekanan berita yang dramatis oleh Reportase adalah berita mengenai anak yang kesetrum dan meninggal dunia seketika. Reportase lebih mengutamakan pemberitaan yang menyentuh perasaan. Dalam berita-berita yang ditayangkan, Reportase sering sekali menampilkan berita-berita unik seperti manusia bersisik atau ayam yang tidak mati padahal sudah disembelih. Reportase mengakui bahwa memang berita ini remeh temeh, namun rating dari berita-berita seperti ini cukup tinggi. Saat berita-berita unik ini ditayangkan ternyata penonton menyukainya dan rating juga merangkak naik. Untuk membuat berita unik ini menjadi lebih berbobot, redaksi Reportase menambah edukasi dalam pemberitaan seperti dengan menghadirkan ahli kesehatan atau dokter.

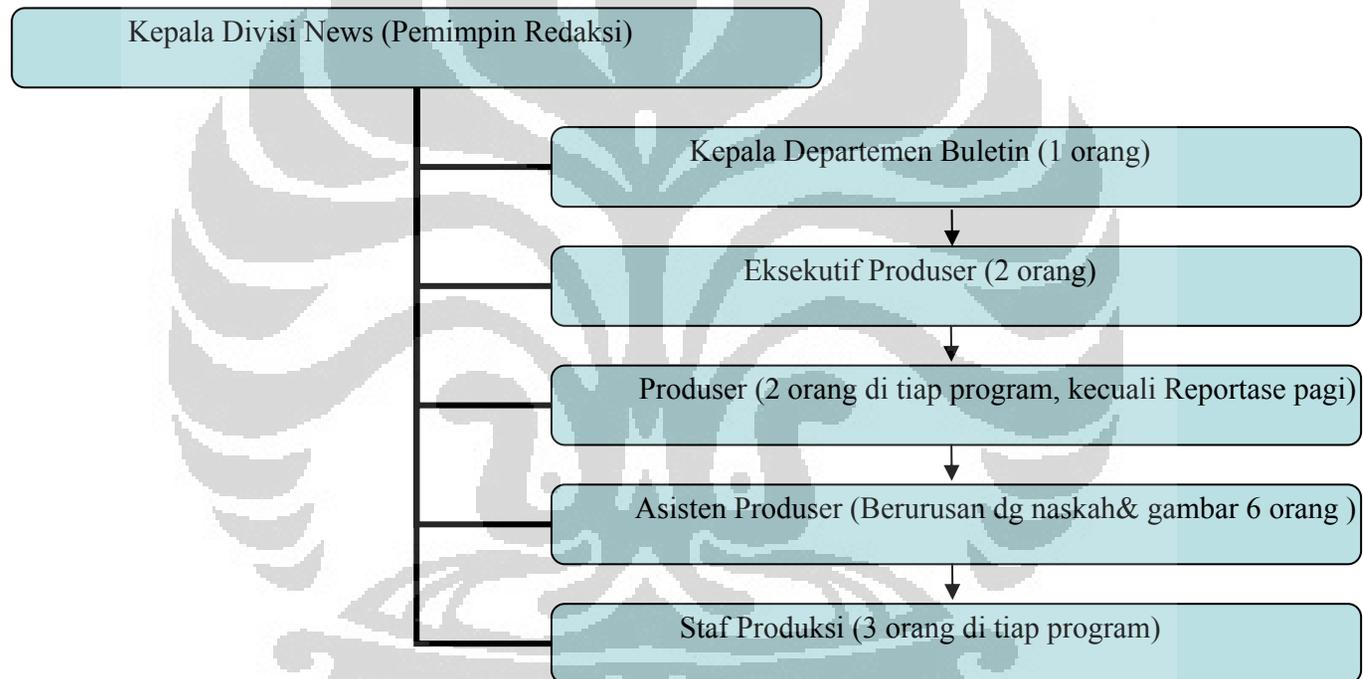
Redaksi Reportase juga memiliki kebijakan berupa tidak diperkenalkannya menggunakan banyak efek pada berita-berita *straight news*. Efek-efek hanya boleh dipakai pada berita *soft news* atau *feature*. Penggunaan efek pada *straight news* akan membuat subjektivitas berita berkurang. Selain itu redaksi Reportase merasa bahwa penggunaan banyak efek tidak pantas dan tidak sesuai untuk berita karena berita seperti direkayasa. Redaksi Reportase menganggap bahwa penggunaan efek akan membuat rasa dari berita tersebut berbeda dengan apa yang ingin disampaikan.

Program berita Reportase yang dijadikan sampel penulis dalam penelitian ini adalah tayangan sejak tanggal 28 Maret hingga 17 Juni 2011 (tidak berurutan). Semua paket berita mengenai Melinda Dee diambil sebagai sampel.

Divisi News terbagi dalam 3 Departemen; diantaranya:

1. Buletin and Current Affair

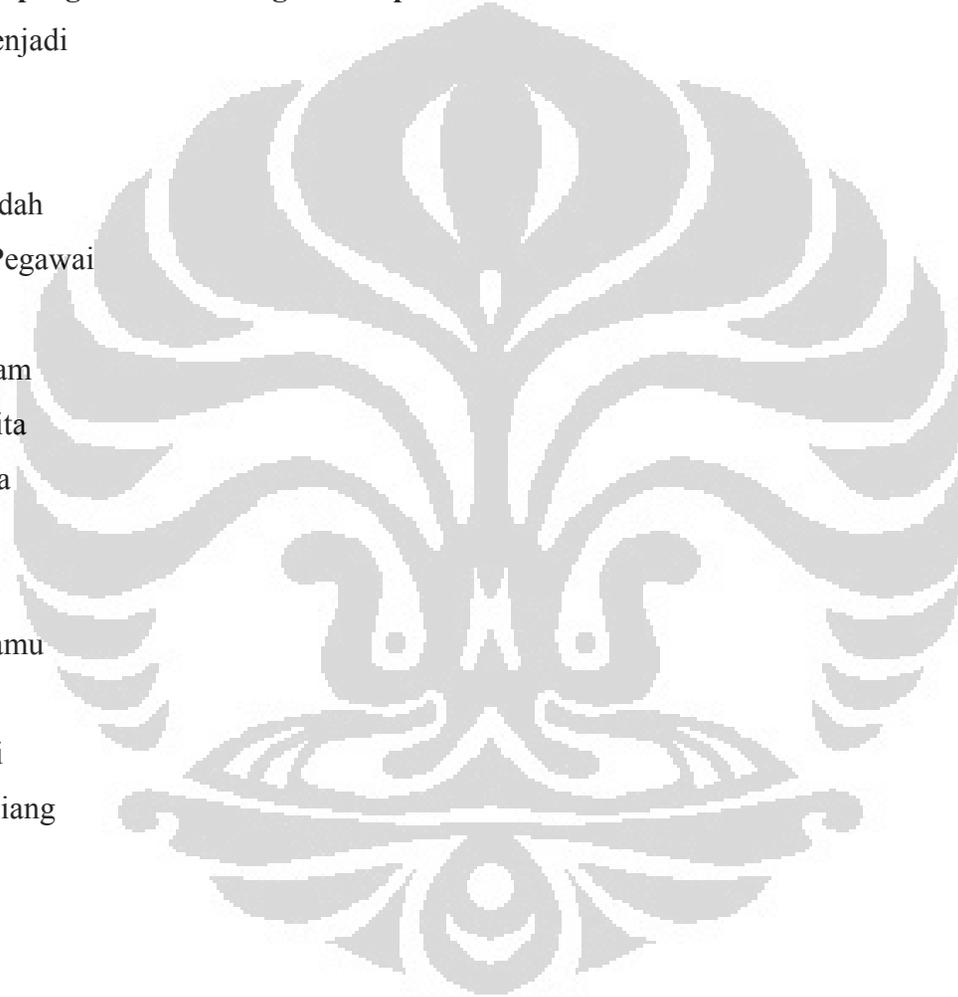
Diagram 4.2
Struktur Organisasi Reportase



2. Magazine and Documentaries

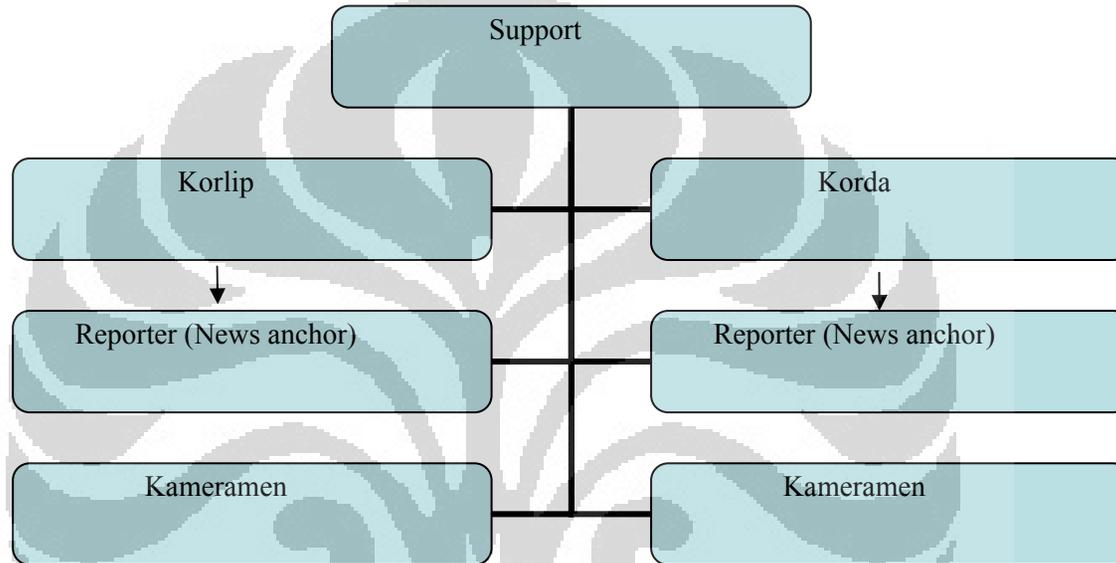
Membawahi program News Magazine seperti:

1. Jika Aku Menjadi
2. Jelajah
3. Benu Buloe
4. Hidup Ini Indah
5. Bosan Jadi Pegawai
6. John Pantau
7. Harmoni Alam
8. Bingkai Berita
9. Hidup Kedua
10. Riwayat
11. Pengabdian
12. Menjamu Tamu
13. iND!GO
14. Anak Negeri
15. dan Jelang Siang



3. Support

Diagram 4.3 Support



BAB 5

ANALISIS DAN INTERPRETASI

5.1 Analisis

5.1.1 Analisis Program Berita Seputar Indonesia (Pagi, Siang, Sore) dan Reportase (Pagi, Siang, Sore)

5.1.1.2 Perbandingan Secara Umum

Pada berita mengenai Melinda Dee, terdapat perbandingan yang terlihat sangat nyata antara kedua program berita Seputar Indonesia dan Reportase. Perbedaan tersebut berupa jumlah paket berita yang ditayangkan selama kurang lebih 1 ½ bulan (28 Maret- 31 Maret, 1-30 April, 7,9,10,11, dan 17 Juni). Paket berita mengenai Melinda Dee yang ditayangkan di Seputar Indonesia jumlahnya lebih banyak daripada paket berita Melinda Dee yang ditayangkan di Reportase. Seputar Indonesia menayangkan 49 paket berita Melinda Dee, sementara Reportase menayangkan 26 paket berita saja. Dapat dikatakan jumlah paket berita Melinda yang ditayangkan di Seputar Indonesia hampir dua kali lipat dibandingkan dengan Reportase. Padahal, rentang waktu penayangan berita Melinda pada kedua program berita sama.

Perbedaan jumlah paket berita ini dikarenakan Reportase lebih banyak menayangkan berita- berita yang berasal dari daerah (bencana alam, kemiskinan), berita sosial (kelaparan, sekolah yang dijadikan kandang bebek) serta berita yang bersifat unik (hewan yang memiliki kekurangan alat indera, perburuan babi hutan). Porsi- porsi berita tersebut lebih besar dibandingkan dengan pemberitaan yang terjadi di Jakarta terutama kasus hukum, salah satunya kasus Melinda Dee. Reportase tidak mengangkat berita- berita politik maupun kasus hukum yang terasa meberatkan penonton (membutuhkan kepintaran untuk mencernanya).

Sebaliknya, Seputar Indonesia memiliki porsi pemberitaan yang lebih besar terhadap kasus hukum yang terjadi di ibu kota (terutama kasus Melinda Dee) dibandingkan dengan berita- berita lain. Seputar Indonesia juga menayangkan paket berita yang berasal dari daerah, namun porsi pemberitaannya tidak sebanyak

Reportase. Tidak seperti Reportase, Seputar Indonesia jarang menampilkan berita-berita unik. Berita-berita yang ditampilkan Seputar Indonesia terkesan ‘lebih berbobot’ dengan porsi berita politik serta hukum yang lebih banyak.

Selain dari perbedaan jumlah paket berita yang tampak nyata, perbedaan lain juga terdapat dalam cara pengemasan (gaya pengeditan dari redaksi) dan penayangannya. Seputar Indonesia sering sekali (banyak) menggunakan efek transisional dalam perpindahan dari satu *shot* ke *shot* berikutnya. Hampir seluruh efek transisional dan non transisional digunakan dalam paket berita Melinda Dee di Seputar Indonesia. Sebaliknya, Reportase jarang sekali (hanya sedikit) menggunakan efek transisional dan efek non transisional dalam pengemasan paket beritanya. Seluruh paket berita Reportase menggunakan teknik *cut to cut* untuk perpindahan antar*shot*.

Redaksi Reportase memiliki kebijakan berupa tidak diperkenankannya menggunakan banyak efek pada berita-berita *straight news*. Efek-efek hanya boleh dipakai pada berita *soft news* atau *feature*. Penggunaan efek pada *straight news* akan membuat subjektivitas berita berkurang. Selain itu redaksi Reportase merasa bahwa penggunaan banyak efek tidak pantas dan tidak sesuai untuk berita karena berita seperti direkayasa. Redaksi Reportase menganggap bahwa penggunaan efek akan membuat rasa dari berita tersebut berbeda dengan apa yang ingin disampaikan. Angka perbandingannya akan penulis sajikan pada bagian analisis *packaging* dalam penelitian ini.

5.1.1.3 Analisis Dimensi Isi

1. Keberadaan Suara Natural

Suara natural adalah suara yang bersifat dramatis yang masuk ke dalam rekaman gambar saat proses pengambilan gambar berlangsung. Misalnya saja tangisan atau teriakan subjek dalam berita, maka kemunculan suara natural dihitung. Jika suara-suara ini masuk ke dalam berita maka berita tersebut dikatakan sensasional. Semakin sering suara natural yang dramatis terdapat dalam paket berita, maka semakin sensasional berita tersebut. Baik Seputar Indonesia dan Reportase

menggunakan suara natural pada paket beritanya. Menurut Vettehen (2006) keberadaan suara natural akan menambah tingkat sensasionalisme berita. Berita dengan suara natural akan lebih menarik perhatian masyarakat (penonton).

Berikut ini tabel perbandingan keberadaan suara natural paket berita Melinda pada Seputar Indonesia dan Reportase:

Tabel 5.1
Perbandingan Keberadaan Suara Natural Paket Berita Melinda Dee pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Ada suara natural	28 paket (57.1%)	18 paket (69.2%)
Tidak ada suara natural	21 paket (42.9%)	8 paket (30.8%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

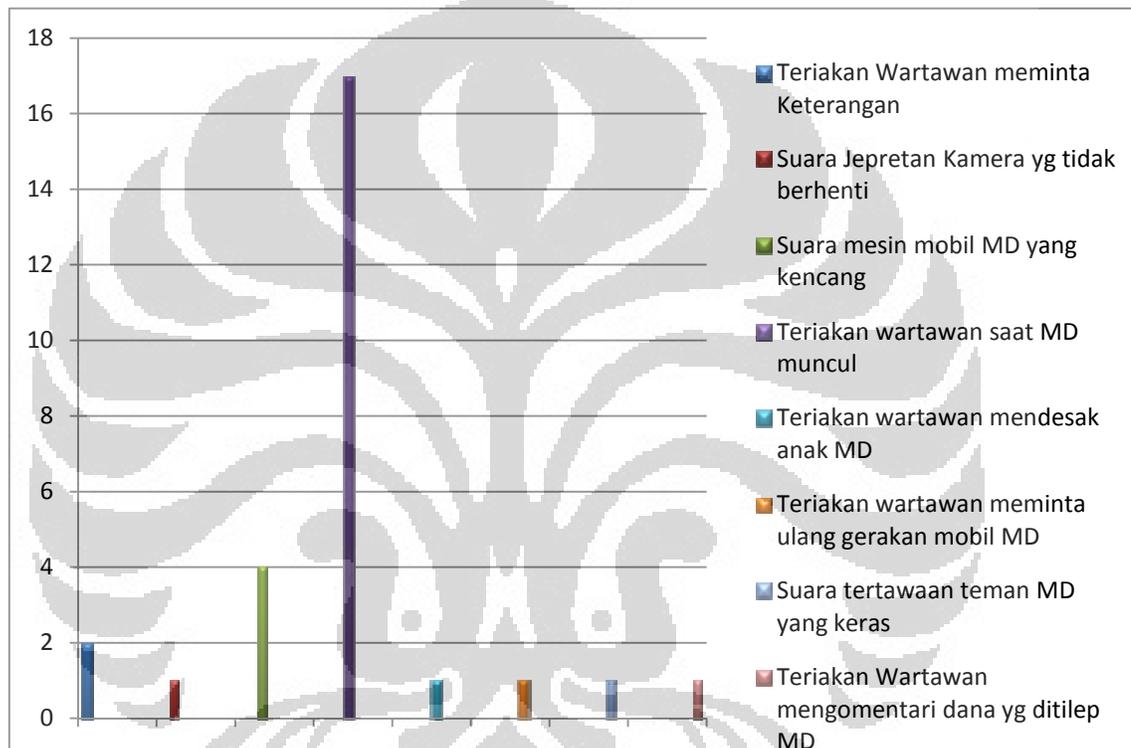
Berdasarkan penggunaan suara natural dalam paket berita, baik Seputar Indonesia maupun Reportase sama- sama menggunakan suara natural dalam porsi cukup besar pada paket beritanya. Keduanya memiliki persentase penggunaan suara natural yang melebihi 37.5%, artinya dalam penggunaan suara natural kedua paket berita di kedua program termasuk sensasional. Akan tetapi, persentase keberadaan suara natural Reportase sebesar 69.2 % sementara Seputar Indonesia 57.1%, sehingga dapat dikatakan bahwa Reportase lebih sensasional daripada Seputar Indonesia dalam penggunaan suara natural.

Keberadaan suara natural yang terkesan dramatis terdapat pada paket berita kedua program, baik Seputar Indonesia maupun Reportase. Suara natural yang sering muncul dalam paket berita program Seputar Indonesia antara lain; (1) Teriakan wartawan meminta keterangan, (2) Suara jepretan kamera yg tidak berhenti (saat Melinda muncul pertama kali), (3) Suara mesin mobil Melinda yg kencang, (4) Teriakan wartawan saat MD muncul “Mba Melinda Apa Kabar? Mba Pink- Mba pink” (saat mencoba untuk menahan dan mengajukan pertanyaan ke Melinda yang muncul pertama kali di Gedung KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi), (5) Teriakan wartawan mendesak anak MD, (6) Teriakan wartawan meminta ulang gerakan mobil MD, dan (7) Teriakan wartawan mengomentari dana yg ditilep MD. Paket berita

dengan suara natural teriakan wartawan saat Melinda pertama kali muncul ke hadapan publik memiliki porsi yang paling besar dibandingkan dengan suara natural lain.

Berikut ini adalah grafik penjelasan macam suara natural yang digunakan pada Seputar Indonesia:

Grafik 5.1
Suara Natural pada paket berita Seputar Indonesia

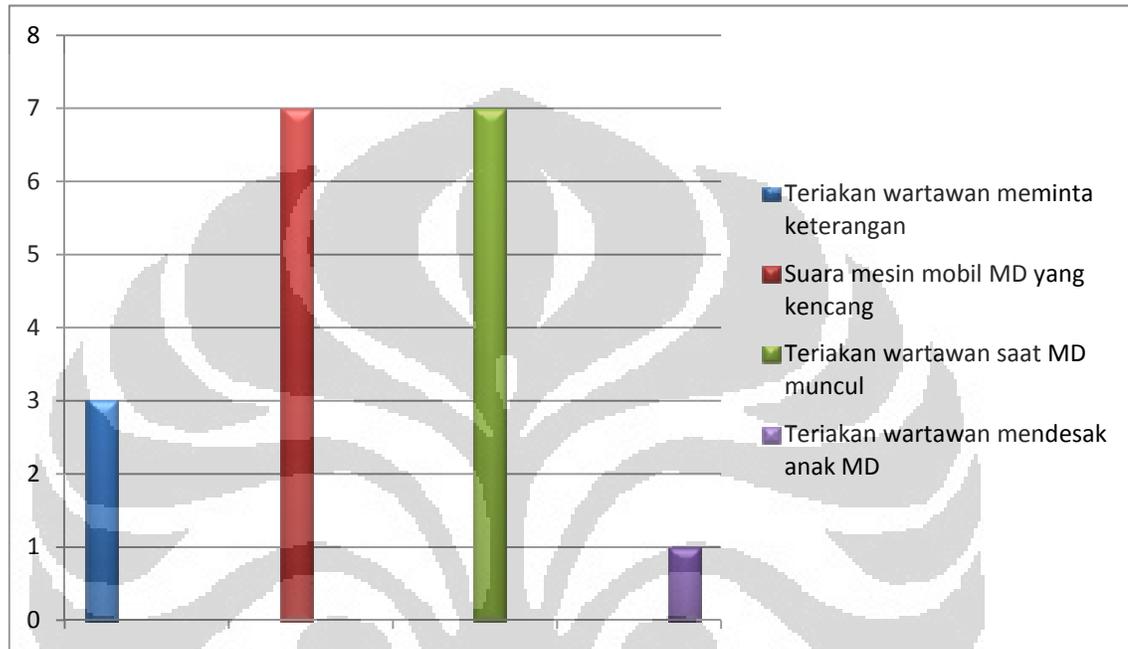


Sementara itu, suara natural yang terdapat dalam paket berita Reportase antara lain; (1) Teriakan wartawan meminta keterangan, (2) Suara mesin mobil Melinda yang kencang, (3) Teriakan wartawan saat Melinda muncul (“Melindanya woi Melindanya”), dan (4) Teriakan wartawan mendesak anak MD (untuk menjawab pertanyaan wartawan).

Berbeda dengan suara natural pada paket berita Seputar Indonesia yang berjumlah delapan jenis, Reportase memiliki paket berita dengan jenis suara natural yang lebih sedikit yaitu empat jenis. Selain itu Reportase memiliki porsi yang cukup besar dengan suara natural teriakan wartawan saat MD muncul pertama kali dan suara

mobil mewah MD yang kencang. Meski Reportase memiliki jenis suara natural yang lebih sedikit, namun persentase penggunaannya lebih besar dibandingkan dengan Seputar Indonesia.

Grafik 5.2
Suara Natural pada Paket Berita Reportase



2. Penggunaan Narasumber

Penggunaan narasumber terbagi menjadi tiga macam diantaranya; politisi, ahli, dan masyarakat umum atau *layperson*. Keberadaan narasumber politisi dan ahli dianggap dapat menurunkan sensasionalisme karena tidak menambah unsur kedekatan (*proximity*). Sebaliknya dengan penggunaan narasumber *layperson*. Keberadaan narasumber *layperson* akan menambah tingkat sensasionalisme dalam berita. Hal ini karena khalayak (penonton) merasa adanya kedekatan dengan berita yang menggunakan narasumber *layperson*. Terdapat perasaan bahwa penonton mungkin saja mengalami apa yang dialami oleh narasumber yang sama-sama masyarakat umum tersebut.

Paket berita yang dilengkapi narasumber dianggap lebih menarik perhatian khalayak. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan narasumber politisi adalah

orang-orang yang berada di kursi pemerintahan politik seperti Presiden, anggota MPR/DPR, menteri, dan sebagainya. Sementara itu, narasumber ahli adalah orang-orang yang memiliki pengetahuan khusus dalam suatu hal.

Berikut ini adalah perbandingan penggunaan narasumber politisi dan narasumber ahli antara program Seputar Indonesia dan Reportase:

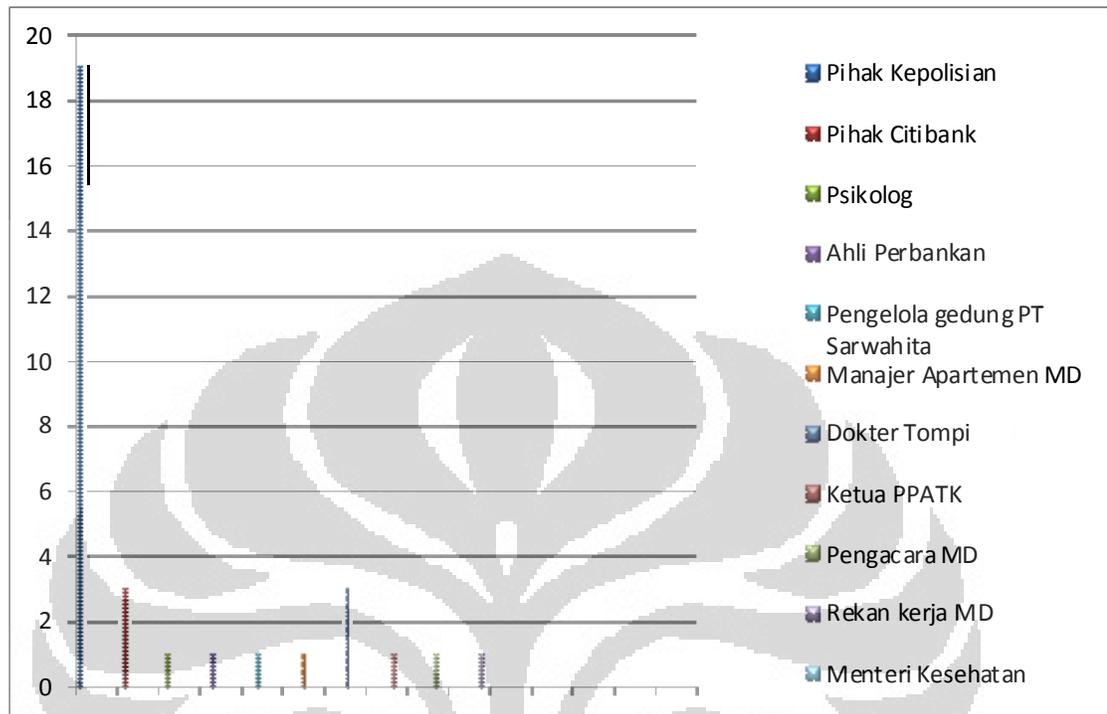
Tabel 5.2
Perbandingan Kehadiran Narasumber Politisi dan Ahli pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Narasumber Politisi	1 orang (3%)	3 orang (14.3%)
Narasumber Ahli	34 orang (97%)	18 orang (85.7%)

Narasumber ahli dan politisi dalam paket berita Seputar Indonesia, diantaranya: (1) Pihak Kepolisian (Anton Bahrul Alam- Kadiv Humas Mabes Polri paling sering muncul dibandingkan dengan polisi yang lain, Brigjen Pol. Arif Sulistyono- Dir. Ekonomi Khusus Mabes Polri, Timur Pradopo- Kapolri, dan Komjen Pol Ito Sumardi), (2) Pihak Citibank, (3) Psikolog (membenarkan bahwa fisik Melinda yang menjadi modal awal dan utama dalam menarik nasabah), (4) Ahli Perbankan, (5) Pengelola gedung PT Sarwahita Group, (6) Manajer apartemen MD, (7) Dokter Tompi, (8) Ketua PPATK, (9) Pengacara MD, (10) Rekan Kerja MD, dan (11) Menteri Kesehatan Endang Sri Rahayu (saat menanggapi isu penggunaan jamkesmas oleh Melinda Dee).

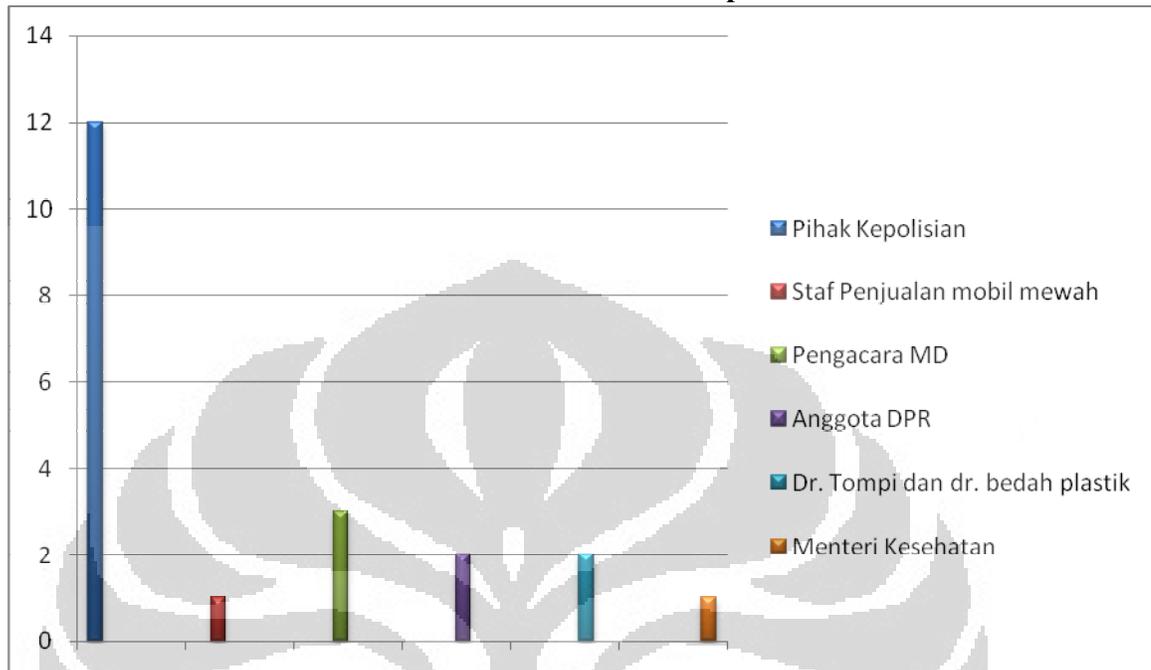
Seputar Indonesia memiliki jenis narasumber politisi dan ahli yang cukup beragam, yaitu 11 jenis. Dari keseluruhan penggunaan narasumber politisi dan ahli, paket berita yang menggunakan narasumber ahli dari pihak kepolisian paling besar jumlahnya yaitu 19 orang. Paket berita yang menggunakan narasumber ahli berupa pihak Citibank dan dokter Tompi juga dihadirkan lebih banyak dibandingkan dengan narasumber lain yang hanya satu orang.

Grafik 5.3
Narasumber Politisi dan Ahli Seputar Indonesia



Reportase juga menghadirkan narasumber dari pihak kepolisian, namun jumlahnya hanya 12 orang, tidak sebanyak seperti Seputar Indonesia. Akan tetapi, Reportase memiliki kesamaan dengan Seputar Indonesia yaitu penggunaan pihak kepolisian sebagai narasumber ahli paling banyak dibandingkan dengan narasumber lain. Terdapat kesamaan penggunaan dokter Tompi sebagai narasumber ahli yang menanggapi radang payudara MD. Narasumber ahli dan politisi dalam paket berita Reportase, diantaranya: (1) Pihak kepolisian, (2) Staf penjualan mobil mewah, (3) Pengacara MD, (4) Anggota DPR, (5) dr. Tompi dan dr. bedah plastik, dan (6) Menteri kesehatan

Grafik 5.4
Narasumber Politisi dan Ahli Reportase



Narasumber yang juga terdapat dalam suatu berita adalah narasumber *layperson* (warga biasa). Narasumber *layperson* adalah narasumber yang menentukan tingkat sensasionalisme dalam suatu berita (narasumber sensasional). Penggunaan narasumber *layperson* tentunya menambah tingkat sensasionalisme suatu berita. Sesuai dengan yang dinyatakan Hvitvelt (1994), bahwa *layperson* akan menambah rasa kedekatan dengan khalayak sehingga dapat lebih menggugah rasa. Perbandingan kehadiran narasumber *layperson* dengan narasumber politisi serta narasumber ahli dalam Seputar Indonesia dan Reportase dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

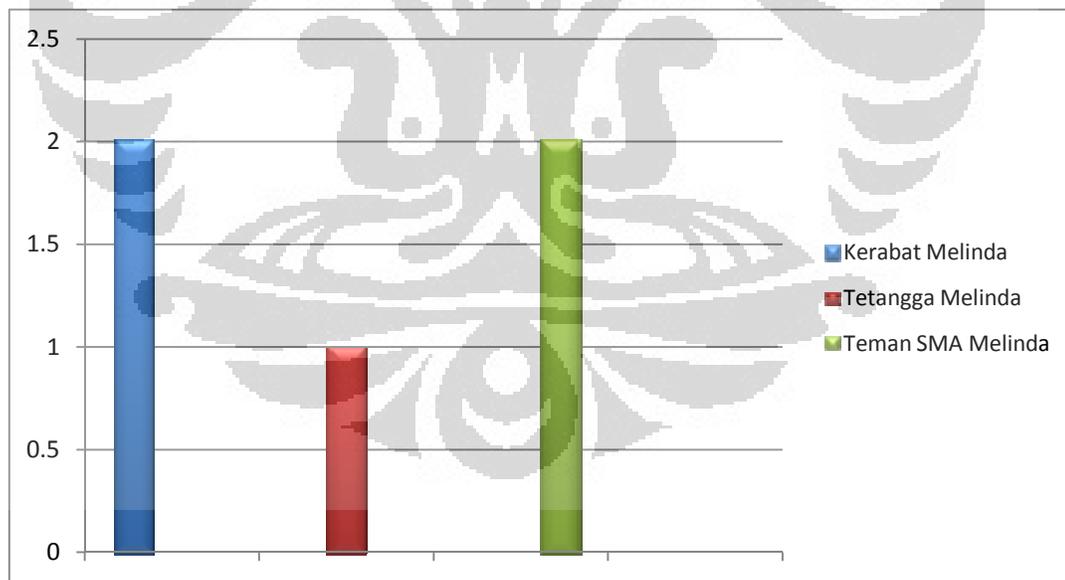
Tabel 5.3
Perbandingan Kehadiran Narasumber Politisi dan Ahli VS *Layperson* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Narasumber Politisi dan Ahli	35 orang (87.5%)	21 orang (78%)
Narasumber <i>Layperson</i>	5 orang (12.5%)	6 orang (22%)

Berdasarkan tabel di atas tampak bahwa persentase penggunaan narasumber non sensasional yaitu narasumber politisi dan ahli Seputar Indonesia dan Reportase lebih besar (87.5%) daripada Reportase (78%). Persentase narasumber non sensasional ini lebih dari 37,5%, artinya penggunaan narasumber ahli dan politik membuat kedua program berita kurang sensasional. Selain itu, persentase penggunaan narasumber sensasional berupa narasumber *layperson* pada program berita Reportase hanya 22%, sementara Seputar Indonesia sebesar 12.5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam indikator penggunaan narasumber, kedua program berita Reportase dan Seputar Indonesia kurang sensasional dalam penggunaan narasumber.

Narasumber *layperson* dalam paket berita Seputar Indonesia adalah tetangga Melinda yang ditanyai tentang sosok Melinda, Kerabat Melinda, serta teman-teman masa SMA Melinda yang ditanyai tentang Melinda semasa remaja. Terdapat kesamaan narasumber *layperson* Seputar Indonesia dan Reportase, yaitu tetangga Melinda (orang yang sama).

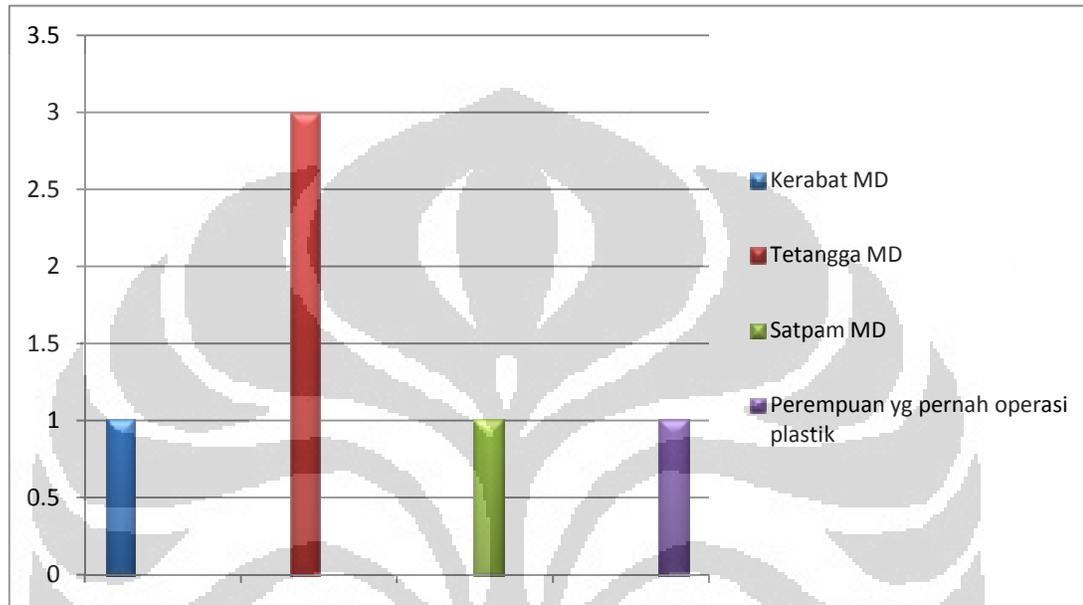
Grafik 5.5
Narasumber *Layperson* Seputar Indonesia



Narasumber *layperson* dalam paket berita Reportase adalah kerabat MD, tetangga MD, satpam MD yang ditanyai tentang bagaimana sosok Melinda, dan perempuan yg pernah melakukan operasi plastik. Reportase lebih sering

menghadirkan narasumber *layperson* karena memiliki empat jenis narasumber *layperson* dalam paket beritanya yang lebih banyak dibandingkan dengan Seputar Indonesia.

Grafik 5.6
Narasumber *Layperson* Reportase



3. Personalisasi Berita

Vettehen (2006) melihat sensasionalisme dari (a) Isi seputar kebutuhan dasar (*basic needs content*); (b) Pengemasan ala tabloid (*tabloid packaging*); dan (c) Cara bercerita yang gamblang (*vivid story telling*). Terdapat satu indikator dimensi isi yang sangat tampak pada kedua program berita saat menayangkan berita Melinda Dee, yaitu cara menyajikan paket berita dengan personalisasi berita.

Berikut tabel perbandingan penggunaan personalisasi berita dalam Seputar Indonesia dan Reportase:

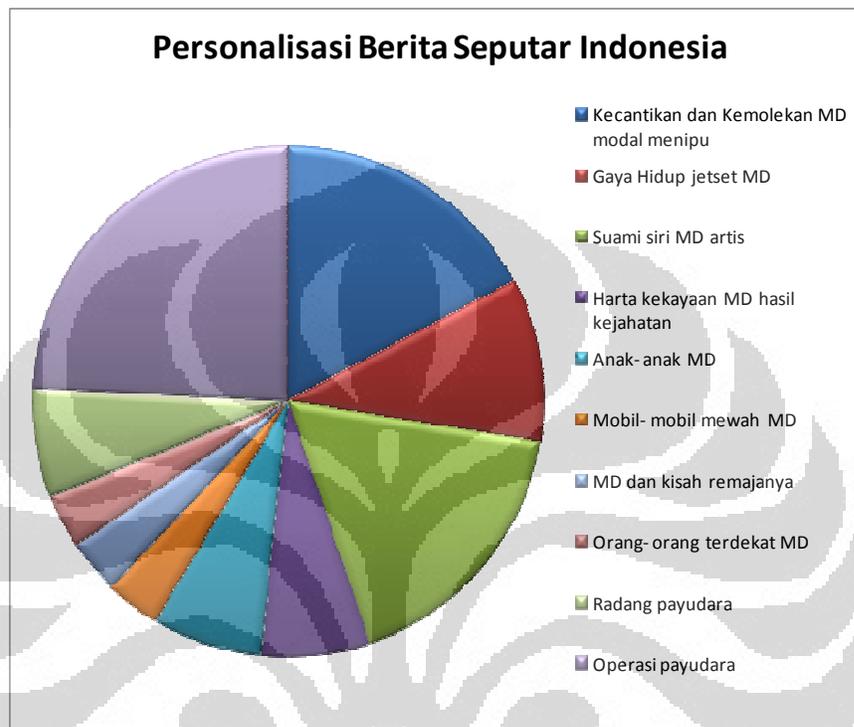
Tabel 5.4
Perbandingan Penggunaan Personalisasi Berita pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Ada Personalisasi Berita	29 paket (59.2%)	23 paket (88.5%)
Tidak Ada Personalisasi Berita	20 paket (40.8%)	3 paket (11.5%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Berdasarkan tabel di atas tampak bahwa dalam penggunaan indikator personalisasi berita, kedua program sama- sama sensasional. Akan tetapi, persentase penggunaan personalisasi berita Seputar Indonesia sebesar 59.2%, sementara Reportase sebesar 88.5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Reportase lebih sensasional daripada Seputar Indonesia.

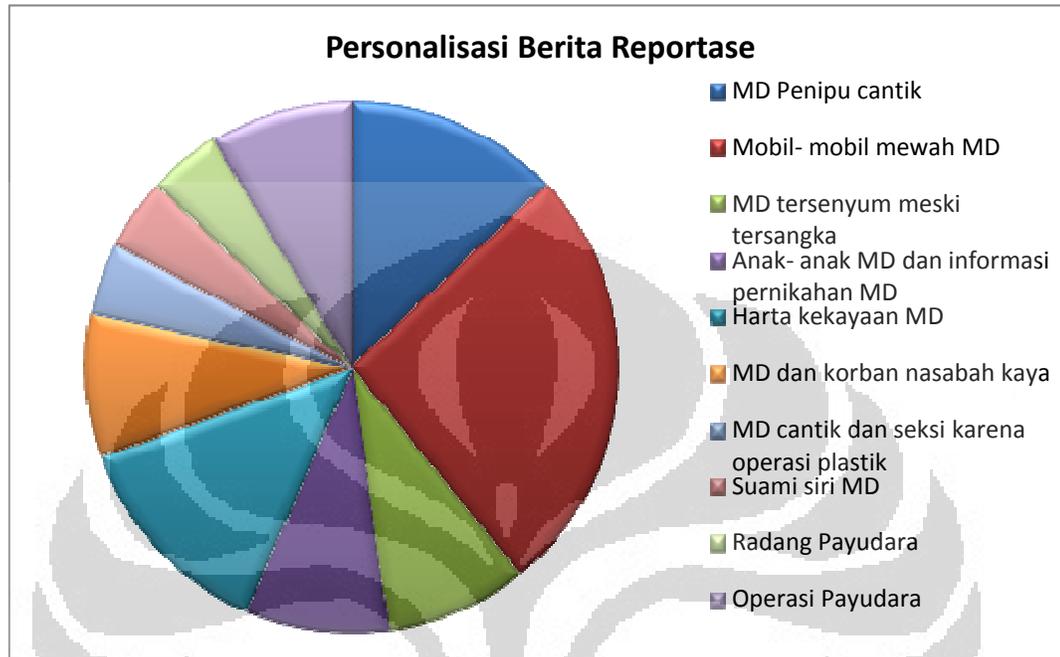
Personalisasi berita Melinda yang ditampilkan oleh Seputar Indonesia antara lain: (1) Kecantikan dan kemolekan MD modal menipu, (2) Gaya hidup jetset MD, (3) Suami siri MD, (4) Harta kekayaan MD hasil kejahatan, (5) Anak- anak MD, (6) Mobil- mobil mewah MD, (5) MD dan kisah remajanya, (6) Orang- orang terdekat MD, (7) Radang payudara MD, dan (8) Operasi payudara MD. Paket berita dengan personalisasi mengenai kecantikan dan kemolekan Melinda sebagai modal untuk menipu para nasabahnya memiliki porsi yang cukup besar. Informasi personal mengenai suami siri Melinda yang seorang artis dan gaya hidup jet set Melinda juga mendapat porsi pemberitaan yang besar.

Diagram 5.1
Personalisasi Berita Seputar Indonesia



Reportase juga menampilkan tayangan mengenai operasi plastik yang berisi informasi mengenai; (1) MD penipu cantik, (2) Mobil- mobil mewah MD, (3) MD yg selalu tersenyum meski tersangka, (4) Anak- anak MD dan informasi pernikahan MD (informasi mengenai mantan suami Melinda yang memiliki *showroom* mobil, anak Melinda yang berkuliah di luar negeri, serta informasi bahwa kini Melinda sudah menikah lagi dengan Andhika seorang model, bintang iklan, dan artis), (5) Harta kekayaan MD (penyelusuran harta kekayaan Melinda), (6) MD dan korban nasabah kaya, (7) MD cantik dan seksi karena operasi plastik, (8) Suami siri MD, (9) Radang payudara, dan (10) Operasi payudara (bahwa Melinda dapat cantik melebihi umur aslinya karena operasi plastik di wajah dan bagian tubuh yang ia jalani). Berbeda dengan Seputar Indonesia, Reportase memiliki paket berita yang paling banyak dengan personalisasi berita mengenai mobil- mobil mewah MD.

Diagram 5.2
Personalisasi Berita Reportase



4. Penampilan Emosi

Dalam subdimensi penampilan emosi, Menurut Kruger (1996) terdapat empat indikator yang terdiri dari empat macam emosi ‘dasar’ antara lain; kegembiraan (orang tertawa, ceria, senyum), kesedihan (orang menangis, bermimik muram), ketakutan (orang panik), dan kemarahan (orang berteriak- teriak). Penampilan emosi adalah indikator terakhir dalam dimensi isi yang menentukan tingkat sensasionalisme berita. Penampilan emosi yang dijadikan indikator bukan hanya berasal dari emosi yang ditampilkan oleh narasumber, melainkan emosi yang ditampilkan oleh seluruh subjek utama dalam gambar atau berita yang sedang ditayangkan.

Dalam penelitian ini, penulis menemukan emosi dari subjek gambar berupa kegembiraan, kesedihan, dan kemarahan. Sementara itu, emosi ketakutan yang ditampilkan oleh subjek gambar tidak penulis temukan dalam paket berita Seputar Indonesia dan Reportase. Penulis hanya menemukan emosi kebahagiaan berupa senyuman yang ditampilkan oleh Melinda Dee.

Jika diakumulasikan, total perbandingan kemunculan penampilan emosi kebahagiaan, kesedihan, kemarahan, dan ketakutan dalam paket berita Melinda Dee adalah sebagai berikut:

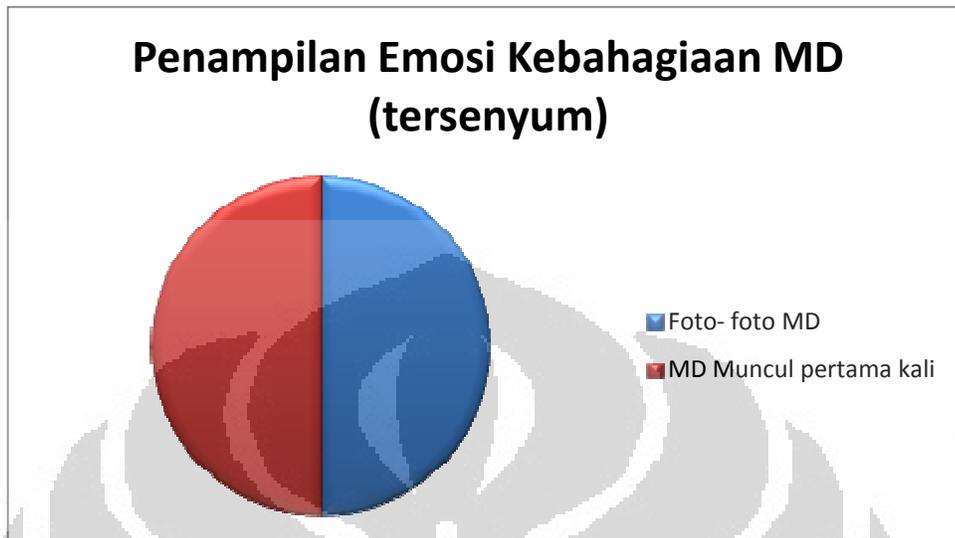
Tabel 5.5
Total Perbandingan Penampilan Emosi pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Emosi Kebahagiaan	46 paket (95.8%)	20 paket (91%)
Senyum	44 paket	20 paket
- Foto- Foto MD	22 paket	9 paket
- MD muncul pertama kali	22 paket	11 paket
Tertawa	2 paket	0 paket
Emosi Kesedihan	2 paket (4.2%)	1 paket (4.5%)
Muram	2 paket	1 paket
Menangis	0 paket	0 paket
Emosi Kemarahan	0 paket (0%)	1 paket (4.5%)
Emosi Ketakutan	0 paket (0%)	0 paket (0%)

Dalam paket berita Melinda Dee di Seputar Indonesia, emosi kegembiraan berasal dari foto- foto Melinda dan saat Melinda muncul pertama kali di hadapan publik. Saat Melinda muncul pertama kali, ia tersenyum dan sempat menyapa wartawan yang mengelilinginya dengan ramah. Tidak ada emosi malu, kesal, dan marah yang tampak dari wajah Melinda.

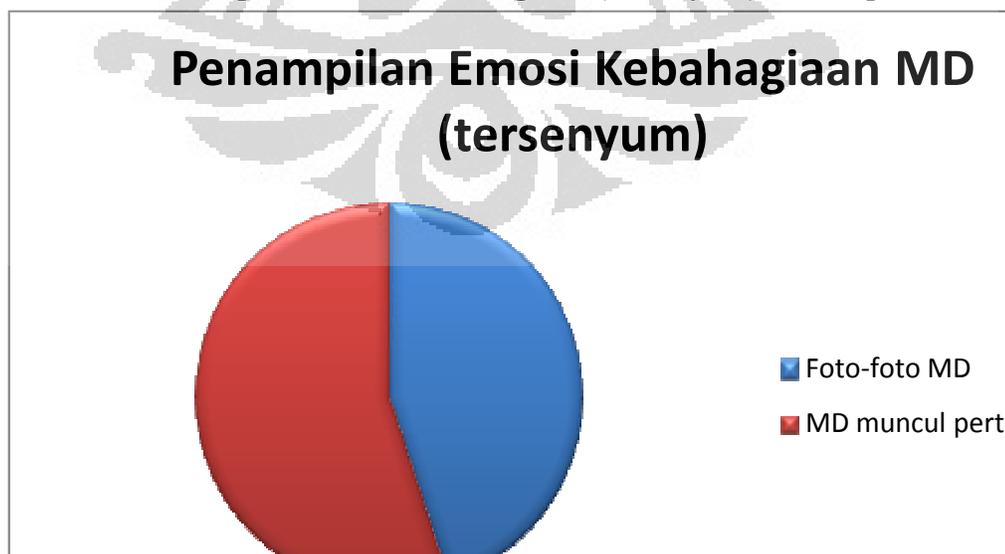
Persentase penampilan emosi Seputar Indonesia dan Reportase lebih dari 90%, artinya dalam indikator penampilan emosi kedua program berita termasuk sensasional. Akan tetapi, persentase Seputar Indonesia sebesar 95.8% atau lebih sensasional dibandingkan dengan Reportase yang sebesar 91%.

Diagram 5.3
Penampilan Emosi Kebahagiaan (Tersenyum) MD Seputar Indonesia



Dalam paket berita Reportase, penampilan emosi kegembiraan yang ditampilkan sama dengan Seputar Indonesia yaitu berupa foto-foto Melinda yang tampak tersenyum dan kemunculan Melinda pertama kali di depan publik yang meyapa wartawan dengan ramah. Baik dalam paket berita Seputar Indonesia maupun Reportase, ekspresi yang ditampilkan Melinda selalu tersenyum. Tidak ada ekspresi tawa, sedih, atau marah yang tampak dari wajah Melinda.

Diagram 5.4
Penampilan Emosi Kebahagiaan (tersenyum) MD Reportase



5.1.1.4 Analisis Dimensi Format

Berdasarkan definisi konseptual dan instrumen penelitian, analisis pada dimensi format akan dibagi ke dalam dua jenis yaitu teknik kamera dan penggunaan efek, antara lain sebagai berikut:

1. Teknik Kamera

a. *Eyewitness Camera*

Eyewitness camera adalah teknik di mana kamera diletakkan di pundak *camera person* sehingga penonton merasa bahwa kamera tersebut adalah mata penonton. Penonton seolah-olah merasa berada di lokasi kejadian (Vettehen 2006). Pada penelitian ini, teknik *eyewitness camera* dihitung dengan mencatat jumlah dan interval waktu kemunculan *eyewitness camera* satu ke *eyewitness camera* berikutnya. Semakin banyak jumlah *eyewitness camera* dalam suatu paket berita maka semakin besar tingkat sensasionalisme. Sementara itu untuk interval waktu, semakin kecil interval waktu kemunculan *eyewitness camera* ke kemunculan *eyewitness camera* berikutnya, maka semakin besar tingkat sensasionalisme berita tersebut.

Berikut ini perbandingan jumlah dan interval waktu *eyewitness camera* dalam berita Melinda Dee:

Tabel 5.6
Perbandingan Penggunaan *Eyewitness Camera* pada Seputar Indonesia dan Reportase

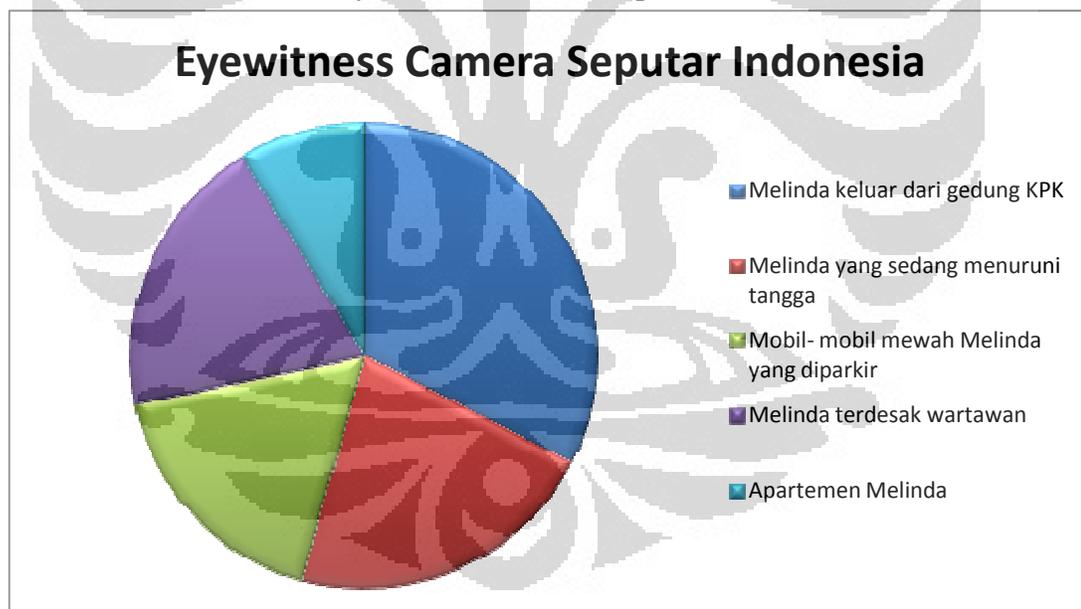
Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>eyewitness camera</i>	46 paket (94%)	24 paket (92%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>eyewitness camera</i>	3 paket (6%)	2 paket (8%)
Jumlah penggunaan <i>eyewitness Camera</i>	424 kali	241 kali
Rata- rata interval waktu	4.7 detik	4.8 detik

Berdasarkan perbandingan persentase jumlah dan interval waktu kemunculan *eyewitness camera* dalam paket berita Seputar Indonesia dan Reportase, dapat dikatakan bahwa kedua program berita sama- sama sensasional. Akan tetapi,

persentase jumlah penggunaan *eyewitness camera* Seputar Indonesia lebih besar (94%) dibandingkan dengan Reportase yang 92%. Selain itu interval waktu Seputar Indonesia juga lebih kecil dibandingkan dengan Reportase. Sehingga Seputar Indonesia lebih sensasional.

Dalam paket berita Seputar Indonesia banyak ditemukan *eyewitness camera* terhadap pengambilan gambar Melinda yang keluar dari gedung KPK. *Eyewitness camera* juga hadir ketika pengambilan gambar Melinda yang sedang menuruni tangga, kameramen terus mengikuti gerakan Melinda agar memperoleh gambar wajah dan penampilan Melinda dengan jelas. Suasana dimana penonton di rumah merasa terlibat langsung dengan yang ditampilkan di layar TV juga sering muncul saat paket berita mobil- mobil mewah Melinda. *Eyewitness camera* juga tampak saat pengambilan gambar apartemen Melinda dari halaman depan.

Diagram 5.5
Eyewitness Camera Seputar Indonesia

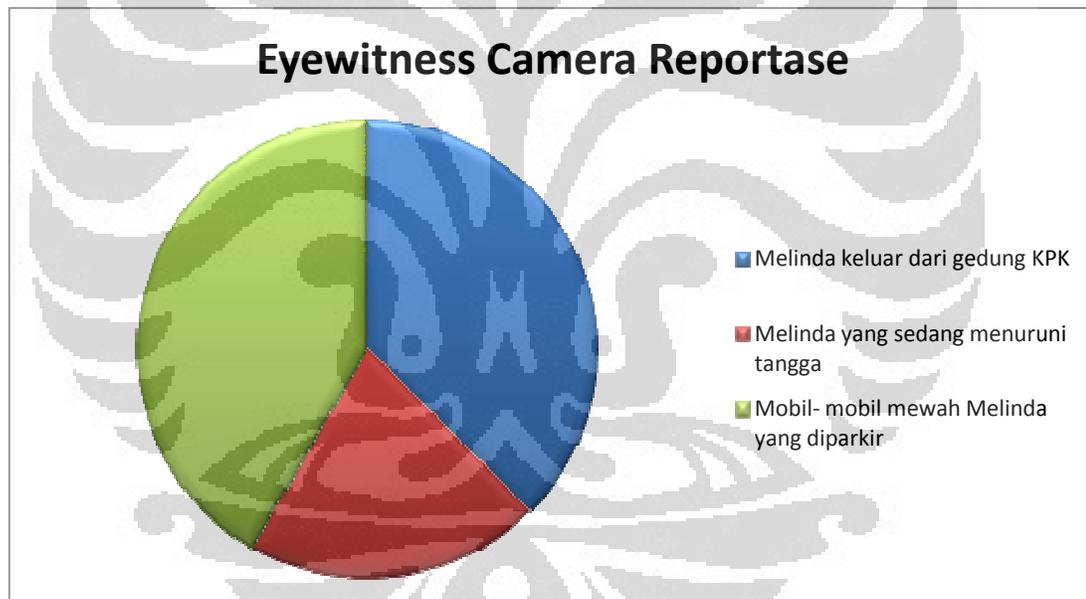


Reportase juga memiliki teknik *eyewitness camera* pada paket berita kemunculan Melinda di hadapan publik. Tayangan berita Reportase menunjukkan pengambilan gambar yang mengikuti gerakan Melinda saat keluar dari gedung KPK, Melinda menuruni tangga, dan Melinda yang terdesak oleh puluhan wartawan. Selain

itu, *eyewitness camera* pada Reportase juga tampak di paket berita mobil- mobil mewah Melinda yang terus diikuti gerakannya.

Eyewitness camera tidak dapat dihindari ketika objek gambar bergerak (tidak statis). Kameramen harus mengikuti dan mengejar gerakan objek agar tetap dapat ditangkap kamera. Kondisi dimana objek bergerak memang tidak menguntungkan bagi kameramen, namun *eyewitness camera* terbukti menarik perhatian penonton karena penonton di rumah merasa bahwa kamera tersebut adalah mata mereka. Sehingga penonton di rumah merasa terlibat langsung dengan apa yang ditampilkan di layar TV (Vettehen 2006). Semakin banyak kemunculan *eyewitness camera* dalam suatu paket berita, maka berita tersebut dikatakan semakin sensasional.

Diagram 5.6
Eyewitness Camera Reportase



b. Close Up

Suatu gambar dikatakan *close-up* jika wajah seseorang muncul sedikitnya sebanyak $\frac{3}{4}$ dari besar layar atau minimal memenuhi 80% dari keseluruhan layar. Teknik *close up* digunakan dalam kedua program berita Seputar Indonesia dan Reportase dalam paket berita Melinda Dee. Seputar Indonesia menggunakan *close up* pada wajah Melinda pada paket berita kecantikan dan kemolekan tubuh Melinda

modal menipu, paket berita Melinda muncul pertama kali, paket berita gaya hidup jet set Melinda, serta pada paket berita radang dan operasi payudara Melinda.

Sementara itu, Reportase jug menggunakan *close up* pada wajah Melinda saat tayangan berita Melinda penipu cantik, Melinda muncul pertama kali, dan berita mengenai operasi payudara Melinda. Seputar Indoensia dan Reportase menggunakan banyak *close up* dengan durasi yang cukup lama saat Melinda muncul pertama kali ke hadapan publik.

Pengunaan *close up* pada kedua program berita hampir sama, namun jumlah penggunaannya terhitung tidak terlalu banyak. Berikut ini perbandingan penggunaan *close up* dalam berita Melinda Dee di kedua program:

Tabel 5.7
Perbandingan Penggunaan *Close Up* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Menggunakan <i>close up</i>	9 paket (18%)	4 paket (15%)
Tidak menggunakan <i>close up</i>	40 paket (82%)	22 paket (85%)
Jumlah penggunaan <i>close up</i>	12 kali	7 kali

Berdasarkan perbandingan penggunaan dan jumlah *close up* dari seluruh paket berita tampak bahwa Seputar Indonesia menggunakan teknik *close up* sebesar 18% dari seluruh paket beritanya. Sementara persentase penggunaan *close up* oleh Reportase sebesar 15% dari seluruh paket beritanya. Artinya, dalam penggunaan indikator *close up*, kedua program berita kurang sensasional karena persentasenya kurang dari 37.5%.

c. Teknik Zoom

Teknik *zoom* adalah suatu teknik pengambilan gambar dimana *shot* dimulai dari sebuah gambar yang lebar, kemudian semakin lama semakin fokus pada suatu benda atau detail tertentu yang ada dalam gambar tadi. Teknik *zoom* terbagi menjadi dua macam yaitu *zoom in* dan *zoom out*. Penghitungan indikator *zoom* dilihat berdasarkan jumlah dan persentase total *shot*. Semakin besar jumlah serta persentase

total *shot* maka semakin besar tingkat sensasionalisme suatu berita. Teknik *zoom in* dan *zoom out* digunakan dalam paket berita Seputar Indonesia serta Reportase.

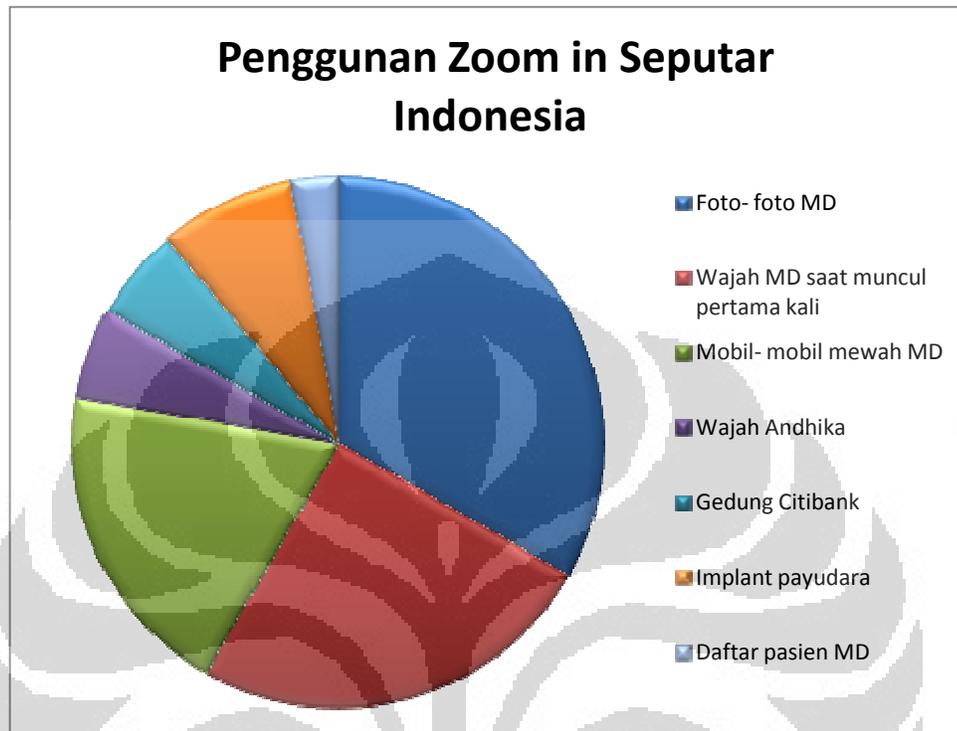
Tabel 5.8
Perbandingan Penggunaan Teknik *Zoom In* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Ada <i>zoom in</i>	36 paket (73.5%)	17 paket (65.4%)
Tidak ada <i>zoom in</i>	13 paket (26.5%)	9 paket (34.6%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Teknik *zoom in* sering digunakan Seputar Indonesia ketika menampilkan *shot* foto- foto Melinda, wajah Melinda Dee ketika keluar dari gedung KPK, mobil- mobil mewah Melinda yang disimpan di rumah barang sitaan negara, merek mobil Melinda, wajah Andhika Gumilang saat mengendarai mobil mewah, gedung perkantoran PT Sarwahita Grup (dimana Melinda memiliki saham terbesar), *implant* payudara yang ditunjukkan oleh Dr. Tompi, dan daftar nama pasien yang menunjukkan nama Melinda sebagai salah satu pasien ruang Cendrawasih di Rumah Sakit Siloam.

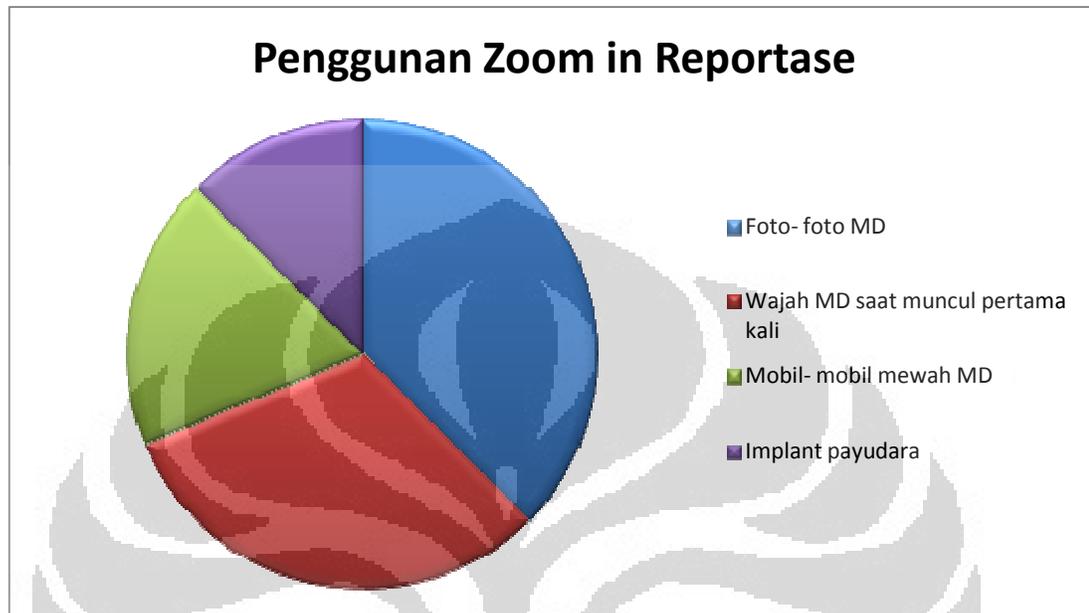
Dengan teknik *zoom in*, maka wajah Melinda terlihat jelas di layar televisi. *Zoom in* wajah Melinda ini seperti mengeksploitasi sosok Melinda yang sangat ingin diketahui oleh publik. *Zoom in* juga dilakukan saat menunjukkan *implant* payudara yang rusak sangat menarik perhatian penonton karena penonton membayangkan bahwa kondisi *implant* yang rusak tersebut yang tengah dialami oleh Melinda. Menurut Grabe (2001), *zoom in* meningkatkan keterlibatan penonton dalam berita yang ditayangkan. Sehingga semakin banyak *zoom in* yang digunakan, semakin sensasional berita tersebut.

Diagram 5.7
Penggunaan *Zoom In* Seputar Indonesia



Reportase memiliki penggunaan *zoom in* pada paket beritanya, yaitu pada foto-foto Melinda, *shot* Melinda keluar dari gedung KPK, mobil-mobil mewah Melinda yang disita di rumah barang sitaan negara, dan pengambilan gambar dr. Tompi menunjukkan *implant* payudara. *Zoom in implant* payudara ini dilakukan dua kali, yaitu pada *implant* yang bentuknya masih dalam kondisi yang bagus serta *implant* yang sudah rusak dan robek.

Diagram 5.8
Penggunaan *Zoom In* Reportase



Penggunaan *zoom out* pada kedua program berita jauh lebih sedikit dibandingkan dengan penggunaan *zoom in*. Pada paket berita Seputar Indonesia, terdapat penggunaan *zoom out* ketika Melinda keluar dari gedung KPK (sama dengan penggunaan *zoom in*). Selain itu teknik *zoom out* juga digunakan saat pengambilan gambar mobil- mobil mewah Melinda, serta pengambilan gambar logo Citibank (dari gedung perkantorannya). Sedangkan Reportase hanya menggunakan teknik *zoom out* satu kali dalam paket berita ketika Melinda muncul pertama kali dari gedung KPK. Baik Seputar Indonesia dan Reportase sama- sama menggunakan teknik *zoom in* dan *zoom out* pada gambar Melinda yang keluar dari gedung KPK. Berikut tabel penggunaan teknik *zoom out* pada Seputar Indonesia dan Reportase:

Tabel 5.9
Perbandingan Penggunaan Teknik *Zoom Out* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Ada <i>Zoom Out</i>	32 paket (65.3%)	1 paket (3.8%)
Tidak Ada <i>Zoom Out</i>	17 paket (34.7%)	25 paket (96.2%)

Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)
-------	-----------------	-----------------

Berikut ini adalah tabel total perbandingan penggunaan dan persentase teknik *zoom* Seputar Indonesia dan Reportase:

Tabel 5.10
Perbandingan Penggunaan dan Persentase Teknik *Zoom* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Persentase penggunaan <i>zoom in</i>	36 paket (73.5%)	17 paket (65.4%)
Jumlah penggunaan teknik <i>zoom in</i>	149 kali	42 kali
Persentase penggunaan <i>zoom out</i>	32 paket (65.3%)	1 paket (3.8%)
Jumlah penggunaan teknik <i>zoom out</i>	85 kali	1 kali

Berdasarkan data perbandingan penggunaan keseluruhan teknik *zoom* (*zoom in* maupun *zoom out*) tampak bahwa Seputar Indonesia lebih sensasional daripada Reportase. Hal ini karena jumlah penggunaan dan persentase keberadaan teknik *zoom in* Seputar Indonesia lebih besar (73.5%) dibandingkan dengan Reportase (65.4%). Sama halnya dengan persentase penggunaan teknik *zoom out* Seputar Indonesia yang lebih besar (65.3%) dibandingkan dengan Reportase (3.8%).

d. Perspektif Kamera

Penggunaan perspektif kamera juga mempengaruhi tingkat sensasionalisme suatu berita. Ada tiga jenis perspektif kamera, antara lain: *high angle*, *eye level*, dan *low angle*. *High angle* merupakan pengambilan gambar dari atas objek yang menimbulkan kesan ‘lemah’, ‘tak berdaya’, ‘kesendirian’, dan kesan lain yang mengandung konotasi ‘dilemahkan atau dikerdilkan’. Keberadaan *high angle* akan menambah tingkat sensasionalisme. *Eye level* adalah teknik pengambilan gambar yang sejajar dengan objek. Keberadaan *eye level* tidak berpengaruh terhadap indikasi sensasionalisme. *Low angle*, yaitu pengambilan gambar dari bawah objek. Sama seperti *high angle*, perspektif ini juga akan menambah tingkat sensasionalisme.

Program berita Seputar Indonesia memiliki perspektif *high angle* dalam paket beritanya. Perspektif *high angle* tampak pada paket berita Melinda muncul pertama kali di depan khalayak. Pada tayangan berita tersebut *high angle* tampak saat (1) pengambilan gambar wawancara dengan Melinda dan (2) Melinda turun dari gedung KPK. Perspektif *high angle* terhadap gambar yang sama digunakan oleh Reportase. Akan tetapi pengulangan gambar pada paket berita dengan perspektif ini lebih banyak dimiliki oleh Seputar Indonesia.

Seputar Indonesia dan Reportase menggunakan *high angle* agar tetap memperoleh gambar Melinda meski dari atas sekalipun. Penggunaan *high angle* untuk Melinda Dee dikarenakan kondisi pengambilan gambar yang tidak memungkinkan, namun pengambilan gambar seperti ini membuat posisi Melinda menjadi lemah dan tidak berdaya. Posisi pengambilan gambar seperti ini secara tidak langsung mengeksploitasi dan memojokkan Melinda. Berikut tabel perbandingan penggunaan perspektif *high angle* pada Seputar Indonesia dan Reportase:

Tabel 5.11
Perbandingan Penggunaan Perspektif *High Angle* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Menggunakan <i>High Angle</i>	14 paket (28.6%)	6 paket (23.1%)
Tidak Menggunakan <i>High Angle</i>	35 paket (71.4%)	20 paket (76.9%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Perspektif *eye level* terdapat pada paket berita kedua program. Baik Seputar Indonesia dan Reportase menggunakan perspektif ini (sebagian besar) pada saat mewawancarai narasumber; diantaranya (1) wawancara dengan pihak kepolisian, (2) konferensi pers dengan pihak kepolisian, (3) wawancara dengan dokter kulit serta ahli bedah estetik dan kecantikan, serta (4) wawancara dengan Menteri Kesehatan. Penggunaan *eye level* pada Reportase diaplikasikan pada gambar yang sama yang diambil oleh Seputar Indonesia. Akan tetapi, terdapat perbedaan jumlah penggunaan perspektif *eye level* karena jumlah narasumber yang dimiliki Seputar Indonesia memang lebih banyak. Seputar Indonesia mewawancarai ahli perbankan, sementara

Reportase tidak. Berikut ini tabel perbandingan penggunaan perspektif *eye level* pada Seputar Indonesia dan Reportase:

Tabel 5.12
Perbandingan Penggunaan Perspektif *Eye Level* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Menggunakan <i>Eye Level</i>	31 paket (63.3%)	17 paket (65.4%)
Tidak Menggunakan <i>Eye Level</i>	18 paket (36.7%)	9 paket (34.6%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Terdapat kesamaan penggunaan perspektif *low angle* pada paket berita Seputar Indonesia dan Reportase, yaitu pada paket berita kemunculan Melinda pertama kali, tepatnya saat tayangan gambar Melinda yang keluar dari gedung KPK. Saat itu Melinda belum menuruni tangga, dan posisi kameramen Reportase dan Seputar Indonesia ada di bawah. Berikut ini tabel perbandingan penggunaan perspektif *low angle* pada Seputar Indonesia dan Reportase:

Tabel 5.13
Perbandingan Penggunaan Perspektif *Low Angle* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Menggunakan <i>Low Angle</i>	25 paket (51%)	16 paket (61.5%)
Tidak Menggunakan <i>Low Angle</i>	24 paket (49%)	10 paket (38.5%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Berikut ini adalah tabel total perbandingan penggunaan seluruh perspektif kamera Seputar Indonesia dan Reportase:

Tabel 5.14
Perbandingan Jumlah Penggunaan Perspektif *High Angle*, *Eye Level*, dan *Low Angle* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
<i>High Angle</i>	14 paket (28.6%)	6 paket (23.1%)
Jumlah penggunaan <i>high angle</i>	28 kali	11 kali

<i>Eye Level</i>	31 paket (63.3%)	17 paket (65.4%)
Jumlah penggunaan <i>eye level</i>	72 kali	24 kali
<i>Low Angle</i>	25 paket (51%)	16 paket (61.5%)
Jumlah penggunaan <i>low angle</i>	56 kali	29 kali

Perspektif kamera *high angle* dan *low angle* mempengaruhi tingkat sensasionalisme suatu berita. Sementara *eye level* tidak mempengaruhi atau termasuk ke dalam indikator non sensasional. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh hasil bahwa berdasarkan penjumlahan persentase perspektif kamera, Reportase lebih sensasional dibandingkan dengan Seputar Indonesia.

e. Suara yang Ditambahkan pada Proses *Editing*

Suara yang sengaja ditambahkan adalah segala suara selain dari suara natural, yang ditambahkan dalam proses *editing* pascaproduksi. Suara- suara tersebut terdiri dari *sound effects* dan musik. Wright dan Huston (1983) dalam Zhou (2001) menyatakan bahwa *sound effect* memiliki kemampuan untuk menarik perhatian. Sehingga keberadaan *sound effect* akan menjadikan suatu berita menjadi sensasional.

Dalam penggunaan *Sound Effect*, hanya Seputar Indonesia saja yang menggunakannya. Sementara Reportase tidak menggunakan *sound effect* dalam paket beritanya atau 0%. Seputar Indonesia memiliki 3 paket berita yang menggunakan *sound effect* atau persentasenya sebesar 6.1%. Salah satu paket berita Seputar Indonesia yang menggunakan *sound effect* adalah paket berita yang menampilkan Andhika (suami Melinda) yang sedang mengendarai mobil ferrarinya. *Sound effect* berupa mesin mobil yang menderu kencang layaknya sedang balapan (*sound effect* seperti pada film- film balapan mobil).

Tabel 5.15
Penggunaan *Sound Effect* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Menggunakan <i>sound effect</i>	3 paket (6.1%)	0 paket (0%)
Tidak menggunakan <i>sound effect</i>	46 paket (93.9%)	26 paket (100%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Vettehen mengungkapkan bahwa *tabloid packaging* mengacu pada fitur formal dalam penyampaian berita yang mempresentasikan perubahan informasi. Dalam berita TV, yang termasuk kategori ini bukan hanya transisi dari satu *scene* ke *scene* lain atau *shot* kamera, tetapi juga teknik *editing* dan teknik dekorasi yang tidak umum, seperti pemakaian musik. Penggunaan musik dalam paket berita sama- sama digunakan oleh Seputar Indonesia dan Reportase. Seputar Indonesia memiliki 27 paket berita yang menggunakan musik atau sebesar 55.1%. Sedangkan Reportase memiliki 6 paket berita yang menggunakan musik atau sebesar 23.1%. Ada perbedaan penggunaan musik pada Seputar Indonesia dan Reportase. Dalam paket berita Melinda Dee, Seputar Indonesia menggunakan musik berupa lagu- lagu pop populer seperti “Wanita Racun Dunia” dan “Kamu Tukang Bohong.”

Selain lagu populer, dalam paket berita Seputar Indonesia juga digunakan musik- musik yang bernada mencekam dan menegangkan. Penggunaan volume musik ini cukup keras terdengar di dalam paket berita. Berbeda dengan Seputar Indonesia, musik yang digunakan Reportase tidak berupa lagu populer, hanya musik bernada cukup menegangkan. Selain itu, volume musik yang terdapat pada paket berita Melinda di Reportase tidak sekencang Seputar Indonesia. Persentase penggunaannya juga jauh lebih sedikit.

Tabel 5.16
Penggunaan Musik pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Menggunakan musik	27 paket (55.1%)	6 paket (23.1%)
Tidak menggunakan musik	22 paket (44.9%)	20 paket (76.9%)
Total	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Apabila diakumulasi maka penggunaan suara yang ditambahkan pada Seputar Indonesia dan Reportase, adalah:

Tabel 5.17
Penggunaan *Sound Effect* dan Musik pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Menggunakan <i>sound effect</i>	3 paket (6.1%)	0 paket (0%)
Jumlah penggunaan <i>sound effect</i>	3 kali	0
Menggunakan Musik	27 paket (55.1%)	6 paket (23.1%)
Jumlah penggunaan musik	27 kali	6 kali

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Seputar Indonesia lebih sensasional daripada Reportase. Hal ini karena Seputar Indonesia memiliki paket berita dan persentase yang lebih besar dalam penggunaan *sound effect* dan musik dibandingkan dengan Reportase.

f. Rata- Rata Durasi per *Shot*

Penelitian Vettehen, Nuijten, dan Beentjes pada tahun 2006 menunjukkan bahwa semakin singkat durasi per *shot*, maka tampilan sensasional yang akan ditampilkan menjadi semakin sedikit. Atau dengan kata lain, semakin panjang durasi per *shot*, semakin sensasional berita tersebut. Semakin panjang durasi paket berita, maka semakin membuat editor leluasa untuk menambah tampilan sensasional dalam paket berita. Program berita Seputar Indonesia memiliki rata- rata durasi paket berita sebesar 232.1 detik atau sekitar tiga menit 52 detik per paket berita. Hal ini berarti 49 paket berita Seputar Indonesia yang dijadikan sampel analisis, rata- rata durasi per *shot*-nya sebesar 4.7 detik. Sementara itu, program berita Reportase yang memiliki jumlah paket lebih sedikit daripada Seputar Indonesia (26 paket berita), rata- rata durasi paket beritanya adalah sebesar 132.4 detik. Atau rata- rata durasi per *shot* –nya sebesar 5.1 detik.

Tabel 5.18
Perbandingan Rata- Rata Durasi per *Shot* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Rata- rata durasi paket berita	235.1 detik	132.4 detik
Rata- rata durasi per <i>shot</i>	4.8 detik	5.1 detik

Sebenarnya Seputar Indonesia memiliki rata- rata durasi paket berita yang jauh lebih besar daripada Reportase. Akan tetapi, ketika rata- rata durasi paket berita itu dibagi dengan seluruh paket berita yang dianalisis maka diperoleh hasil bahwa rata- rata durasi per *shot* Seputar Indonesia lebih kecil (4.8 detik) dibandingkan dengan Reportase (5.1 detik). Hal ini dikarenakan program berita Seputar Indonesia memiliki banyak paket berita Melinda yang digabung dengan berita Shelly (Penipu). Sementara penulis hanya menganalisis berita mengenai Melinda, sehingga durasi berita Shelly sang penipu yang dirangkai dengan berita Melinda tidak dihitung.

2. *Editing*

Penulis beranggapan bahwa indikator yang digunakan Zhou lebih dapat merepresentasikan keadaan yang terdapat di Indonesia, sehingga penulis menggunakan instrumen sub dimensi *editing* yang digunakan oleh Zhou (2001). Dalam penelitiannya, Zhou menggunakan 19 indikator untuk proses *editing*, sedangkan Vettehen hanya menggunakan empat indikator (*fade, dissolve, slow motion, repeating images*). Instrumen tersebut dibagi ke dalam dua sub- dimensi besar, yaitu efek transisional dan efek non- transisional.

A. Efek Transisional

Seputar Indonesia dan Reportase menggunakan efek transisional dalam paket beritanya. Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa Seputar Indonesia lebih banyak menggunakan efek transisional dibandingkan dengan Reportase. Hampir seluruh paket berita Reportase menggunakan teknik *cut to cut* untuk perpindahan antar*shot* nya. Efek transisional terdiri dari beberapa indikator.

Indikator yang pertama adalah *wipe movement*, yaitu efek elektronik dimana satu gambar mendorong gambar lain keluar dari layar. Baik Seputar Indonesia dan Reportase sama- sama tidak menggunakan efek ini sebagai efek transisional dalam paket beritanya.

Tabel 5.19
Perbandingan Penggunaan *Wipe Movement* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>wipe movement</i>	0 paket	0 paket
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>wipe movement</i>	49 paket (100%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>wipe movement</i>	0 kali	0 kali

Selanjutnya efek *dissolve* yang menyediakan transisi gradual dari satu *shot* ke *shot* lainnya, sementara kedua gambar saling *overlap* (penumpukan gambar). Seputar Indonesia sering sekali menggunakan efek *dissolve* dalam paket beritanya. Pergantian antar *shot* satu ke *shot* lainnya lebih banyak menggunakan efek ini dibandingkan dengan efek lain. Penggunaan efek *dissolve* sangat terasa ketika pergantian *shot* foto- foto Melinda (hampir semua pergantian *shot* foto- foto Melinda menggunakan efek *dissolve*), pergantian *shot* mobil- mobil mewah Melinda, dan pergantian *shot* dari wawancara menuju foto- foto Melinda. Jika dirata- ratakan, satu paket berita Melinda menggunakan efek *dissolve* sebanyak empat kali dalam tiap paket (dalam 36 paket berita).

Sementara itu, meski hampir seluruh paket berita Reportase menggunakan efek *cut to cut*, efek *dissolve* juga terdapat pada pergantian *shot*. Akan tetapi jumlahnya jauh berbeda. Efek *dissolve* pada paket berita Reportase hanya tampak pada pergantian foto- foto Melinda. Jika dilihat dari persentase jumlah penggunaan *dissolve* seputar Indonesia sebesar 73.5% sementara Reportase hanya 8%, maka dapat dikatakan bahwa Seputar Indonesia lebih sensasional daripada Reportase.

Tabel 5.20
Perbandingan Penggunaan *Dissolve* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>dissolve</i>	36 paket (73.5%)	2 paket (8%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>dissolve</i>	13 Paket (26.5%)	24 paket (92%)
Jumlah penggunaan <i>dissolve</i>	143 kali	13 kali

Selain efek *dissolve*, terdapat pula efek *flash*. Efek *flash* diaplikasikan ketika *frame* putih disisipkan ke dalam dua *shot*, sehingga menciptakan sebuah cahaya yang mengejutkan. Efek ini sama seperti *flash* pada kamera. Penggunaan efek *flash* hanya digunakan oleh paket berita Seputar Indonesia. Efek transisional *flash* digunakan pada pergantian *shot* foto- foto Melinda, pergantian antara *shot* foto- foto Melinda dan Melinda keluar dari gedung KPK, pergantian *shot* mobil- mobil mewah Melinda, serta pergantian *shot* nama Melinda sebagai pasien RS. Siloam. Sementara itu Reportase tidak menggunakannya efek *flash* sama sekali pada seluruh paket beritanya. Oleh karena itu, Seputar Indonesia lebih sensasional daripada Reportase, karena persentase penggunaan efek *flash* Seputar Indonesia sebesar 55%.

Tabel 5.21
Perbandingan Penggunaan *Flash* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>flash</i>	27 paket (55%)	0 paket
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>flash</i>	22 paket (45%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>flash</i>	90 kali	0

Efek *transisonal* lain adalah *fade* yaitu efek ketika gambar muncul secara berangsur- angsur dari tampilan berwarna hitam (*fade in*) atau justru menghilang menjadi tampilan hitam (*fade out*). Seputar Indonesia menggunakan efek *fade* pada pergantian *shot* mobil- mobil mewah Melinda yang diparkir di Mabes Polri,

pergantian *shot* mobil- mobil yang berada di rumah sitaan barang negara, pergantian *shot* dari grafis penjelasan kasus hukum Melinda ke gambar Melinda. Efek *fade* ini tidak ditemukan sama sekali dalam paket berita Reportase (atau Reportase tidak menggunakan efek ini). Sementara persentase penggunaan efek *fade* pada Seputar Indonesia hanya sebesar 26.5%. Sehingga Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional dalam penggunaan efek *fade*.

Tabel 5.22
Perbandingan Penggunaan *Fade* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>fade</i>	13 paket (26.5 %)	0
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>fade</i>	36 paket (73.5%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>fade</i>	26 kali	0

Efek selanjutnya adalah efek *slide and peel*. Efek ini seperti membalik buku. Seputar Indonesia hanya menggunakan efek *slide and peel* satu kali saat perpindahan *shot* rumah mewah Melinda. Sementara Reportase tidak menggunakan efek *slide and peel* sama sekali dalam paket beritanya. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional dalam penggunaan efek *slide and peel*.

Tabel 5.23
Perbandingan Penggunaan *Slide and Peel* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>slide and peel</i>	1 paket (2%)	0
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>slide and peel</i>	48 paket (98%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>slide and peel</i>	1 kali	0

Efek *transisional rotation*, yaitu ketika gambar berputar pada sumbu vertikal atau jatuh pada sumbu horizontal 360 derajat. *Rotation* sering sekali digunakan oleh Seputar Indonesia pada hampir seluruh foto- foto Melinda Dee. Foto Melinda yang sering sekali diaplikasikan efek *rotation* misalnya foto Melinda menggunakan kacamata hitam yang sedang berdiri di depan mobil *ferrari* merah, foto Melinda menggunakan jaket, Melinda menggunakan kacamata dan bertolak pinggang, foto Melinda dari *facebook* (saat masih SMA), dan Melinda menggunakan kebaya berwarna pink. Efek *rotation* diaplikasikan sebanyak 109 kali dalam paket berita Seputar Indonesia, sedangkan Reportase tidak menggunakan efek ini sama sekali. Oleh karena itu persentase penggunaan efek *rotation* Seputar Indonesia 57% atau lebih sensasional daripada Reportase.

Tabel 5.24
Perbandingan Penggunaan *Rotation* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>rotation</i>	28 paket (57%)	0
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>rotation</i>	21 paket (43%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>rotation</i>	109 kali	0

Selanjutnya terdapat efek *fly* yaitu efek mengecilkan sebuah gambar dan disaat yang sama menggerakkan dan memutar gambar tersebut ke sebuah posisi yang baru di layar atau menggerakkan gambar tersebut keluar dari layar. Seputar Indonesia menggunakan efek ini pada pergantian *shot* foto- foto Melinda dan mobil- mobil mewah Melinda. Efek *fly* hanya terdapat pada paket berita Seputar Indonesia saja. Reportase tidak menggunakan efek ini sama sekali pada paket beritanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional dalam penggunaan efek *fly*.

Tabel 5.25
Perbandingan Penggunaan *Fly* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>fly</i>	14 paket (29%)	0
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>fly</i>	35 paket (71%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>fly</i>	32 kali	0

Efek yang terakhir adalah efek transisional *the Frame within a frame*. Teknik ini maksudnya adalah ketika *frame* yang akan muncul selanjutnya menimpa *frame* yang ada sebelumnya. Baik Seputar Indonesia dan Reportase sama-sama menggunakan efek ini. Seputar Indonesia menggunakan efek ini pada *shot* foto-foto Melinda, pergantian foto Melinda menuju gambar Melinda keluar dari gedung KPK, set up *shot* Dr. Tompi serta pergantian *shot* nama Melinda yang tercantum pada daftar nama pasien. Sementara itu, Reportase menggunakan efek ini pada *shot* operasi payudara serta *shot* penjelasan mengenai awal mula radang payudara. Akan tetapi, persentase jumlah penggunaan efek *the frame within a frame* Reportase lebih banyak yaitu sebesar 35% dibandingkan dengan Seputar Indonesia sebesar 27%. Akan tetapi persentase penggunaan efek ini tidak melebihi 37.5%, sehingga kedua program berita kurang sensasional.

Tabel 5.26
Perbandingan Penggunaan *The Frame within a frame* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>the frame within a frame</i>	13 paket (27%)	9 paket (35%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>the frame within a frame</i>	36 paket (73%)	17 paket (65%)
Jumlah penggunaan <i>the frame within a frame</i>	47 kali	27 kali

Jika diakumulasikan maka jumlah efek transisional yang digunakan oleh Seputar Indonesia lebih banyak dibandingkan dengan Reportase. Seputar Indonesia

lebih sensasional dibandingkan dengan Reportase dalam penggunaan efek transisional berupa *dissolve*, *flash*, dan *rotation*. Jumlah efek transisional yang lebih banyak itu tampak pada jumlah penggunaan efek dan pada paket berita Seputar Indonesia.

B. Efek Non Transisional

Selain efek transisional, efek non transisional juga dapat menambah kemenonjolan suatu berita. Jumlah efek non transisional lebih banyak daripada efek transisional. Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa kedua program berita Seputar Indonesia dan Reportase sama- sama menggunakan efek non transisional dalam paket beritanya. Akan tetapi, hasil yang diperoleh sama seperti pada penggunaan efek transisional. Seputar Indonesia lebih banyak menggunakan efek non transisional daripada Reportase. Paket berita Reportase ada yang sama sekali tidak menggunakan efek non transisional.

Efek non transisional yang pertama adalah *supers* yaitu kata- kata yang ditulis pada latar grafis maupun pada gambar yang bergerak, biasa juga disebut *superimposed*. Penggunaan efek *superimposed* pada Seputar Indonesia berupa grafis penjelasan bagaimana Melinda dapat mengambil dana nasabah dengan bantuan *teller* tanpa diketahui pihak manapun. Grafis ini terdapat pada paket berita Seputar Indonesia berjudul “Modus Melinda Tilep Dana.” Grafis pada paket berita Melinda juga tampak pada berita yang menayangkan informasi berupa penjabaran harta kekayaan Melinda. Paket berita berjudul “Mobil Mewah dan Pajak Wah” juga memberikan penjelasan berupa grafis detail uang pajak yang harus dikeluarkan kalau memiliki mobil- mobil mewah seperti milik Melinda.

Efek *supers* juga terdapat dalam paket berita berjudul “Andhika Gumilang Punya 6 KTP”. Sementara itu Reportase memiliki paket berita dengan grafis pada saat menayangkan berita tentang dugaan salah satu Jendral yang merupakan nasabah Melinda yang tertipu. Grafis tersebut berupa pernyataan sang Jendral yang dikutip dari *detik.com* yang menyatakan bahwa “ya saya salah satu nasabahnya, kehilangan uang tapi hanya sedikit”. Selain itu efek *supers* juga terdapat pada paket berita

Melinda “Melinda Dee Sakit” yang menerangkan tentang awal mula terjadinya radang payudara pada Melinda. Persentase penggunaan *supers* Seputar Indonesia sebesar 29% sedangkan Reportase 8%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional dalam penggunaan efek *supers*.

Tabel 5.27
Perbandingan Penggunaan *Supers* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>supers</i>	14 paket (29%)	2 paket (8%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>supers</i>	35 paket (71%)	24 paket (72%)
Jumlah penggunaan <i>supers</i>	14 kali	4 kali

Efek yang kedua adalah *split screen* dimana layar secara vertikal dibagi menjadi dua bagian, dengan masing- masing bagian menunjukkan gambar yang berbeda. Pada tayangan Melinda Dee di Seputar Indonesia, terdapat beberapa paket berita yang menggunakan efek *split screen*. Efek *split screen* dalam program Seputar Indonesia ditayangkan pada *shot* Melinda yang keluar dari gedung KPK dengan foto-foto Melinda di depan koleksi mobil mewahnya. Selain itu, *split screen* juga muncul ketika gambar wawancara Kadiv Humas Mabes Polri (Anton Bachrul Alam) yang sedang menjelaskan kasus hukum Melinda yang disejajarkan dengan foto-foto Melinda serta saat Melinda keluar dari gedung KPK. Efek *split screen* juga muncul pada paket berita Reportase yaitu saat tayangan yang menampilkan foto Jendral yang diduga menjadi nasabah Melinda yang disejajarkan dengan foto Melinda. Persentase penggunaan *split screen* Seputar Indonesia sebesar 20% sedangkan Reportase hanya 4%, sehingga dapat dikatakan Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional.

Tabel 5.28
Perbandingan Penggunaan *Split Screen* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>split screen</i>	10 paket (20%)	1 paket (4%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>split screen</i>	39 paket (80%)	25 paket (96%)

<i>screen</i>		
Jumlah penggunaan <i>split screen</i>	49 kali	2 kali

Efek non transisional *freeze frame* yaitu ketika sebuah objek berada di posisi yang sama selama durasi pengambilan gambar. Gambar tidak bergerak ini dapat berupa tulisan dan gambar grafis, ataupun foto. Seputar Indonesia dan Reportase menggunakan efek ini dalam jumlah yang cukup banyak. *Freeze frame* pada paket berita Seputar Indonesia sebagian besar adalah foto- foto Melinda, mobil- mobil Melinda yang sedang diparkir, grafis penjelasan modus Melinda menipu nasabah, serta mobil- mobil Melinda yang disita di rumah sitaan barang negara.

Terdapat kesamaan penggunaan efek non transisional *freeze frame* Seputar Indonesia dengan Reportase. Reportase juga menggunakan efek *freeze frame* sebagian besar pada foto- foto Melinda dan gambar mobil mewah (gambar yang diunduh). Seputar Indonesia dan Reportase memang menggunakan efek ini, namun hasil analisis menunjukkan bahwa persentase penggunaan jumlah *freeze frame* Reportase lebih besar (65%) dibandingkan dengan Seputar Indonesia (53%). Oleh karena itu, Reportase lebih sensasional daripada Seputar Indonesia.

Tabel 5.29
Perbandingan Penggunaan *Freeze Frame* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>freeze frame</i>	26 paket (53%)	17 paket (65%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>freeze frame</i>	23 paket (47%)	9 paket (35%)
Jumlah penggunaan <i>freeze frame</i>	116 kali	85 kali

Efek *Compression* adalah efek dimana sebuah objek muncul lebih panjang dan tipis, atau lebih lebar dan tebal, dengan cara mengubah aspek rasio dari layar. Seputar Indonesia menggunakan efek ini pada foto- foto Melinda Dee. Foto Melinda yang

sering sekali menggunakan efek ini adalah foto Melinda menggunakan kacamata dan berdiri di depan mobil mewahnya, foto Melinda menggunakan kebaya berwarna pink, serta foto Melinda menggunakan kacamata hitam dan baju hitam. Efek *compression* diaplikasikan hanya pada foto- foto Melinda pada program Seputar Indonesia. Reportase tidak menggunakan efek *compression* sama sekali pada paket beritanya. Persentase penggunaan efek *compression* pada paket berita Seputar Indonesia sebesar 20%, sehingga dapat disimpulkan bahwa Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional.

Tabel 5.30
Perbandingan Penggunaan *Compression* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>compression</i>	10 paket (20%)	0 paket
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>compression</i>	39 paket (80%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>compression</i>	22 kali	0 kali

Posterization dibuat ketika jumlah warna dan level serian dari sebuah gambar diatur sedemikian rupa. Seputar Indonesia menggunakan efek ini pada paket berita yang berjudul “Melinda Dee Sakit.” Efek ini digunakan pada *shot* nama Melinda yang menjadi pasien RS. Siloam. Daftar nama tersebut diubah warnanya menjadi kekuningan. Nama Ruang Cendrawasih tempat Melinda dirawat juga menggunakan efek *posterization*. Warna *shot* nama Ruang Cendrawasih berubah menjadi kehijauan. Efek *posterization* tidak ditemukan pada paket berita Reportase. Persentase penggunaan efek *posterization* Seputar Indonesia 4% sehingga Seputar Indonesia Reportase kurang sensasional.

Tabel 5.31
Perbandingan Penggunaan *Posterization* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>posterization</i>	2 paket (4%)	0 paket

Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>posterization</i>	47 paket (96%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>posterization</i>	5 kali	0 kali

Efek non transisional *snapshot*. Ketika layar TV yang *full screen* dibagi menjadi beberapa *frame* gambar yang lebih kecil. Seputar Indonesia menggunakan efek *snapshot* yaitu ketika membagi layar televisi yang *full screen* dengan beberapa foto Melinda yang berbeda. Sementara itu, Reportase tidak memiliki satu pun paket berita yang menggunakan efek *snapshot*. Persentase penggunaan efek *snapshot* Seputar Indonesia 2% sehingga Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional.

Tabel 5.32
Perbandingan Penggunaan *Snapshot* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>snapshot</i>	1 paket (2%)	0 paket
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>snapshot</i>	48 paket (98%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>snapshot</i>	1 kali	0 kali

Secondary frames yaitu ketika paling sedikit dua gambar disejajarkan pada *slight angle* dalam satu layar. Contoh: ketika ada wawancara telepon antara *anchor* dengan narasumber di luar negeri. Di pojok layar ada kotak yang berisi foto jurnalis yang sedang melakukan *teleconference*. Lapisan kedua ini dikategorikan sebagai *secondary frames*. Sama seperti pada efek *snapshot*, penggunaan efek *secondary frames* hanya terdapat pada Seputar Indonesia. Efek ini terdapat pada *shot* foto- foto Melinda yang banyak yang disejajarkan dalam satu layar. Persentase penggunaan efek *secondary frames* Seputar Indonesia 2%. Oleh karena itu, Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional.

Tabel 5.33
Perbandingan Penggunaan *Secondary Frames* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>secondary frames</i>	1 paket (2%)	0 paket
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>secondary frames</i>	48 paket (98%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>secondary frames</i>	2 kali	0 kali

Echo, disebut juga *minor effect*. Muncul ketika gambar yang sama diulang seolah gambar itu diletakkan di antara dua cermin yang berlawanan. Baik program berita Seputar Indonesia dan Reportase tidak menggunakan efek ini pada paket beritanya.

Tabel 5.34
Perbandingan Penggunaan *Echo* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>echo</i>	0 paket	0 paket
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>echo</i>	49 paket (100%)	26 paket (100%)
Jumlah penggunaan <i>echo</i>	0 kali	0 kali

Highlighting yaitu sebuah efek yang menirukan pergerakan *spotlight* melewati sebuah area. Penulis tidak menemukan penggunaan efek non transisional *highlighting* saat menganalisis seluruh paket berita Seputar Indonesia dan Reportase.

Tabel 5.35
Perbandingan Penggunaan *Highlighting* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>highlighting</i>	0 paket	0 paket
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>highlighting</i>	49 paket (100%)	26 paket (100%)

Jumlah penggunaan <i>highlighting</i>	0 kali	0 kali
---------------------------------------	--------	--------

Efek non transisional *mosaic*, biasa digunakan di wajah narasumber untuk melindungi identitasnya. Penggunaan efek *mosaic* lebih banyak digunakan oleh Reportase. Sejak awal paket berita Melinda Dee, Reportase sudah menggunakan efek ini. Efek *mosaic* digunakan oleh Reportase untuk mengaburkan wajah Melinda Dee. Paket berita Reportase yang menggunakan efek *mosaic* berjudul “Penggelapan Dana Nasabah.” Selain efek *mosaic* pada wajah melinda, efek ini juga diaplikasikan pada gambar- gambar mengenai operasi payudara (pembedahan) yang bukan berasal dari rekaman asli Melinda Dee. Reportase juga menggunakan efek ini pada gambar payudara saat penjelasan awal mula penyakit radang payudara.

Ada yang menarik dengan penggunaan efek *mosaic* ini, yaitu adanya kesamaan gambar dan kesamaan pengaplikasian efek *mosaic* antara Reportase dan Seputar Indonesia. Seputar Indonesia menggunakan efek *mosaic* pada gambar- gambar mengenai operasi payudara (pembedahan) yang juga bukan berasal dari rekaman Melinda Dee. Hal ini berarti baik Reportase dan Seputar Indonesia menayangkan gambar yang sama (sumber pencarian gambar yang sama untuk menceritakan reka adegan operasi). Dalam hal penggunaan efek *mosaic*, Seputar Indonesia dan Reportase sama- sama kurang sensasional.

Tabel 5.36
Perbandingan Penggunaan *Mosaic* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>mosaic</i>	5 paket (10%)	2 paket (8%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>mosaic</i>	44 paket (90%)	24 paket (92%)
Jumlah penggunaan <i>mosaic</i>	10 kali	14 kali

Efek *slow motion* adalah gerakan video diperlambat, agar durasi *visual* material menjadi lebih panjang. Efek *slow motion* tidak terlalu banyak penggunaannya pada kedua program berita. Akan tetapi ada kesamaan penggunaan

efek ini yaitu pada saat Melinda Dee keluar dari gedung KPK dan menuruni tangga KPK, baik Seputar Indonesia dan Reportase sama- sama membuat lambat adegan ini. Berdasarkan hasil analisis, maka persentase penggunaan efek *slow motion* Reportase lebih besar yaitu sebesar 8% sementara Seputar Indonesia sebesar 6%. Dengan demikian, Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional.

Tabel 5.37

Perbandingan Penggunaan *Slow Motion* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>slow motion</i>	3 paket (6%)	2 paket (8%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>slow motion</i>	46 paket (94%)	24 paket (92%)
Jumlah penggunaan <i>slow motion</i>	4 kali	2 kali

Repeating of images yaitu *shot* yang muncul lebih dari satu kali dalam sebuah paket. Jika pada *echo* gambar diulang- ulang, maka pada *repeating image shot* yang diulang merujuk pada pemakaian *shot* yang sama lebih dari satu kali. Pengulangan gambar atau efek *repeating of images* yang sering dilakukan oleh kedua program berita menunjukkan tidak banyaknya *shot* yang dimiliki oleh Seputar Indonesia dan Reportase. Pengulangan pada Seputar Indonesia jauh lebih banyak dibandingkan dengan Reportase.

Pengulangan Seputar Indonesia sering sekali diaplikasikan pada foto- foto Melinda. Terdapat beberapa macam foto Melinda yang sering sekali diulang dalam paket berita Seputar Indonesia. Diantaranya; foto Melinda menggunakan kebaya berwarna pink, foto Melinda menggunakan kacamata hitam sedang berdiri di depan mobil mewahnya, foto Melinda dengan tiga gaya yang berbeda, foto Melinda bersama teman- teman, foto Melinda menggunakan kerudung, foto Melinda menggunakan jaket kulit, foto Melinda dari *facebook*, dan foto Melinda menggunakan *dress* berwarna hijau. Berdasarkan persentase penggunaan efek *repeating of images*, Seputar Indonesia memiliki persentase yang lebih besar yaitu

73%, sementara Reportase sebesar 54%. Oleh karena itu, Seputar Indonesia lebih sensasional daripada Reportase.

Tabel 5.38
Perbandingan Penggunaan *Repeating Images* pada Seputar Indonesia dan Reportase

Keterangan	Seputar Indonesia	Reportase
Jumlah paket yang menggunakan <i>Repeating of images</i>	36 paket (73%)	14 paket (54%)
Jumlah paket yang tidak menggunakan <i>Repeating of images</i>	13 paket (27%)	12 paket (46%)
Jumlah penggunaan <i>Repeating of images</i>	197 kali	27 kali

Kedua program berita Seputar Indonesia dan Reportase menggunakan efek non transisional pada paket beritanya. Efek non transisional yang diungguli oleh Seputar Indonesia adalah *repeating of images*. Sementara Reportase lebih sensasional pada efek *freeze frame*. Vettehen dan Beentjes (2006) mengungkapkan bahwa penambahan transisi selain *cuts* merupakan bentuk sensasionalisme, karena akan menambah *vividness* (kemenonjolan) berita.

5.2 Interpretasi Data

5.2.1 Perbandingan Sensasionalisme antara Seputar Indonesia dan Reportase

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat sensasionalisme dalam program Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Trans TV saat menayangkan berita Melinda Dee. Penulis berusaha menjabarkan hasil analisis dengan membandingkan penggunaan indikator- indikator yang dapat mengukur sensasionalisme suatu berita. Indikator yang digunakan sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu terbagi menjadi dua dimensi, dimensi isi dan dimensi format. Hasil analisis data menunjukkan bahwa Seputar Indonesia lebih sensasional dibandingkan dengan Reportase.

Akan tetapi, jika dijabarkan berdasarkan perbandingan dimensi isi, Reportase lebih sensasional dibandingkan dengan Seputar Indonesia. Dalam hal penggunaan suara natural Reportase lebih sensasional. Reportase memiliki paket berita dengan

penggunaan suara teriakan wartawan meminta keterangan dan suara mesin mobil mewah Melinda yang kencang dengan persentase yang lebih besar dibandingkan dengan Seputar Indonesia. Suara teriakan wartawan yang berbunyi “Melindanya woi atau Mba pink- mba pink” dipertahankan oleh redaksi Reportase. Teriakan ini seperti menyudutkan posisi Melinda sebagai pelaku kejahatan perempuan, wartawan berani untuk memberikan sebutan mba pink- mba pink untuk memanggil nama Melinda. Sementara itu, jika pelaku kejahatannya seorang pria, ia tidak diteriaki dengan penampilan yang digunakan.

Dalam indikator penggunaan narasumber, Reportase dan Seputar Indonesia dikatakan kurang sensasional. Hal ini karena kedua program berita menampilkan banyak narasumber ahli dan politisi untuk memaparkan serta memberikan keterangan mengenai kasus Melinda. Selain itu, penggunaan narasumber sensasional berupa narasumber *layperson* juga tidak memenuhi indikator sensasional.

Dalam indikator personalisasi berita, Seputar Indonesia dan Reportase sama-sama menggunakan indikator ini dalam paket beritanya. Seputar Indonesia menggunakan personalisasi pada pemberitaan Melinda menggunakan kecantikan dan keseksian tubuhnya sebagai modal untuk menipu nasabah. Seputar Indonesia menyoroti personalisasi kecantikan Melinda dengan paket- paket berita yang menampilkan foto- foto Melinda yang cantik dan berpakaian seksi. Sementara itu, Reportase menggunakan gaya penceritaan personalisasi berita yang berbeda dibandingkan dengan Seputar Indonesia. Gaya penceritaan personalisasi berita Reportase dengan lebih banyak menampilkan paket berita mobil- mobil mewah Melinda dan harta kekayaan Melinda. Pada paket berita Reportase hampir selalu diiringi gambar mobil- mobil mewah Melinda dengan berbagai merek dan rumah mewah Melinda di berbagai tempat. Lebih banyak dan beragamnya gaya personalisasi berita, membuat Reportase lebih sensasional dibandingkan dengan Seputar Indonesia.

Akan tetapi, tidak semua dimensi isi Reportase lebih sensasional dibandingkan dengan Seputar Indonesia. Dalam penampilan emosi terutama emosi kebahagiaan (senyum), Seputar Indonesia menampilkan foto- foto Melinda yang

selalu tampak tersenyum serta saat Melinda muncul pertama kali ke hadapan publik dengan jumlah paket yang sama banyaknya. Meski Reportase juga menampilkan emosi kebahagiaan (senyum) dalam tayangan berita yang sama berupa foto- foto Melinda dan kemunculan Melinda, jumlahnya tidak sebanyak Seputar Indonesia. Sehingga Seputar Indonesia lebih sensasional daripada Reportase dalam penampilan emosi.

Selain dilihat dari dimensi isi, dimensi format juga memperlihatkan perbedaan sensasionalisme antara Seputar Indonesia dan Reportase. Apabila dilihat dari perbandingan dimensi format, maka Seputar Indonesia lebih sensasional dibandingkan dengan Reportase. Dalam penggunaan teknik *eyewitness camera*, Seputar Indonesia sering sekali menampilkannya dalam paket berita kemunculan Melinda Dee pertama kali di hadapan publik. Kondisi Melinda yang saat itu dikerumuni banyak wartawan membuat teknik ini sering sekali digunakan dan diulang dalam paket berita Seputar Indonesia. Sementara Reportase juga memiliki penggunaan teknik *eyewitness camera* yang sama saat paket berita Melinda pertama kali muncul, namun pengulangan paket beritanya tidak sebanyak Seputar Indonesia. Sehingga dapat dikatakan, Seputar Indonesia lebih sensasional.

Dalam penggunaan indikator *close up* Seputar Indonesia dan Reportase kurang sensasional karena sedikitnya penggunaan teknik ini dalam paket berita. Meski demikian, teknik ini selalu diaplikasikan saat mengambil wajah Melinda (terutama kemunculan Melinda). Pada paket-paket berita mengenai kecantikan Melinda untuk menunjukkannya, *shot* berupa *close up* wajah Melinda sering ditayangkan. *Shot* berupa wajah Melinda juga ditayangkan oleh Reportase, namun jumlahnya tidak sebanyak Seputar Indonesia.

Teknik lain yaitu *zoom*. Seputar Indonesia menggunakan teknik *zoom* (*zoom in* dan *zoom out*) yang cukup sering pada paket beritanya. Teknik ini seringkali digunakan saat paket berita kemunculan Melinda yaitu ketika pengambilan *shot* wajah Melinda, kerudung Melinda, bagian mata Melinda, tubuh Melinda, dan *implant* payudara yang ditunjukkan oleh dr. Tompi. Teknik ini seperti mengeksploitasi tubuh Melinda. Paket berita Melinda di kedua program seringkali melakukan *zoom in* pada

wajah dan bagian tubuh Melinda. Penggunaan *zoom* juga digunakan Reportase pada kemunculan Melinda dan bagian wajah Melinda, namun Reportase tidak memiliki *shot* ketika *zoom in implant payudara*. Sehingga Seputar Indonesia lebih sensasional dibandingkan Reportase.

Selanjutnya dalam penggunaan perspektif kamera, Reportase seringkali menggunakan teknik ini ketika Melinda keluar dari gedung KPK (muncul pertama kali) dimana posisi wartawan berada di bawah Melinda, pengambilan gambar Melinda (yang sudah menuruni tangga) dari atas karena banyaknya wartawan yang mengelilingi, pengambilan gambar polisi yang sedang mengendarai mobil mewah Melinda, serta wawancara dengan Kadiv Humas Anton Bahrul Alam yang seringkali menggunakan perspektif *low angle*. Sementara itu, Seputar Indonesia juga menggunakan perspektif kamera yang sama saat Melinda muncul pertama kali dan saat Melinda dikerumuni wartawan, namun Seputar Indonesia tidak memiliki *shot* polisi yang sedang mengendarai mobil Melinda. Sehingga Reportase lebih sensasional dibandingkan dengan Seputar Indonesia.

Pada teknik kamera suara yg ditambahkan saat *editing*, Seputar Indonesia lebih sensasional daripada Reportase. Hal ini karena paket berita Seputar Indonesia menggunakan lagu- lagu dan *sound effect* yang cukup sering daripada Reportase. Contohnya saat paket berita Seputar Indonesia yang berjudul “Modal Cantik Penipu Seksi”, yang diiringi dengan lagu ‘Wanita Racun Dunia’.

Dimensi format yang terakhir adalah teknik *editing* (efek transisional dan efek non transisional). Dalam penggunaan teknik *editing*, hasil analisis menunjukkan perbedaan yang nyata bahwa Seputar Indonesia lebih banyak dan sering menggunakan efek transisional dan efek non transisional (hampir semua) dalam paket beritanya. Sementara Reportase jarang (hanya beberapa) yang menggunakan teknik ini.

Apabila dilihat dari perbandingan seluruh dimensi, baik isi maupun format, maka Seputar Indonesia lebih sensasional dibandingkan dengan Reportase. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa jika penggunaan semua indikator dalam dimensi isi dan dimensi format diakumulasi, maka terbukti

bahwa Seputar Indonesia lebih sensasional dibandingkan dengan Reportase. Orientasi sensasionalisme Seputar Indonesia tampak pada penampilan emosi, penggunaan teknik *eyewitness camera*, penggunaan suara natural, penggunaan teknik *zoom*, dan pengemasan paket berita yang banyak menggunakan teknik *editing* (efek transisi dan non transisi). Sementara Reportase memiliki orientasi sensasionalisme pada penggunaan suara natural, personalisasi beritanya yang sangat menonjol, perspektif kamera, dan rata- rata durasi per *shot*.

Sensasionalis merupakan istilah untuk menyebutkan adanya penggunaan bahan- bahan atau metode- metode dalam rangka menciptakan unsur keterkejutan (*shocks*), hal- hal yang menarik (*excite*) atau hal- hal yang membangun keanehan (*curiosity*) bagi khalayak. Berita Melinda Dee menciptakan unsur- unsur di atas. Penonton dibuat terkejut dengan paket berita yang menghadirkan sosok Melinda Dee yang merupakan seorang perempuan cantik yang berpenampilan menarik dan bergaya hidup mewah, namun seorang pelaku kejahatan. Tayangan berita mengenai kasus hukum Melinda dipenuhi dengan foto- foto Melinda yang cantik, seksi, dan berpenampilan mewah (berasal dari golongan menengah atas).

Jika selama ini penonton disuguhi tayangan berita dengan pelaku kriminal pria maka sosoknya tidak akan terlalu ditampilkan. Berita kriminal dengan seorang pelaku kejahatan pria tidak terlihat dengan jelas fisik aslinya. Tayangan berita kriminal dengan penjahat pria tidak terlihat wajah aslinya karena wajahnya diberikan efek *mosaic* sehingga buram. Selain itu, penjahat pria juga menutupi wajahnya dengan topeng atau dengan kedua telapak tangan sambil menundukkan kepala. Hal ini sangat berbeda dengan sosok Melinda sebagai pelaku kejahatan.

Hampir seluruh paket berita Melinda terdapat foto- foto dirinya yang berpenampilan cantik dan seksi serta gambar Melinda muncul pertama kali ke publik. Dalam paket berita Melinda di Seputar Indonesia, sejak awal hingga akhir penayangannya, wajah Melinda selalu tampak dengan jelas dan selalu diulang- ulang. Sementara itu, Reportase hanya memberikan efek *mosaic* atau buram hanya pada 3 paket beritanya (29- 30 Maret). Setelah itu Reportase juga menampilkan wajah Melinda dengan jelas. Dalam paket berita Seputar Indonesia dan Reportase yang

menayangkan foto Melinda dengan kerabat atau rekan bisnisnya, kedua program berita ini sama- sama tidak memburamkan wajah kerabat Melinda tersebut.

Tayangan berita yang menampilkan mobil- mobil mewah, rumah, serta apartemen mewah milik Melinda yang ditampilkan sebagai barang bukti hasil kejahatan Melinda cukup menarik perhatian penonton. Penonton disuguhi tayangan mewah dan mahalnya mobil- mobil milik Melinda Dee yang sebagian besar berharga di atas satu milyar rupiah. Pengambilan kesimpulan bahwa kekayaan Melinda selama ini adalah hasil kejahatan merupakan pernyataan yang mengadili Melinda. Hal ini melanggar pedoman kode etik jurnalistik televisi pasal 6 mengenai pernyataan yang mengadili tersangka (*trial by the press*). “Jurnalis Indonesia dalam melaporkan dan menyiarkan informasi, tidak diperkenankan menghakimi atau membuat kesimpulan mengenai kesalahan seseorang”. Belum jelas informasi mengenai penelusuran harta Melinda dari hasil kejahatan, namun Seputar Indonesia dan Reportase sudah memberikan pernyataan yang menyudutkan, bahwa Melinda kaya karena seorang pelaku kejahatan.

Indikator sensasionalisme yang menonjol pada pemberitaan Melinda adalah personalisasi berita. Paket- paket berita Seputar Indonesia memiliki delapan jenis tema personalisasi berita, sementara Reportase memiliki sepuluh jenis personalisasi berita. Terdapat judul paket berita Seputar Indonesia “Masalah Baru Melinda Dee.” Judul paket ini didukung pula dengan isi berita yang mengungkapkan bahwa Melinda sudah jatuh tertimpa tangga pula. Artinya, sudah terlilit kasus hukum, kini Melinda terkena penyakit radang payudara. Kehidupan Melinda dieksploitasi dengan pemaparan informasi personal dan pribadinya. Seputar Indonesia mengeksploitasi Melinda dengan paket berita yang berisi tayangan mengenai kecantikan dan kemolekan tubuh Melinda adalah modalnya sebagai penipu. Paket berita ini dilengkapi dengan foto- foto Melinda yang berpakaian seksi dan menampilkan lekuk tubuhnya, *zoom in* wajah Melinda, pengulangan foto- foto Melinda yang berkali- kali, dan rata- rata durasi *shot* yang cukup lama.

Tayangan berita yang dipenuhi dengan foto- foto seksi Melinda melanggar Pasal 5H kode etik jurnalistik televisi mengenai Kesantunan Berita. Dalam

menayangkan sumber dan bahan berita secara akurat, jujur, dan berimbang, jurnalis televisi Indonesia menyajikan berita dengan menggunakan bahasa dan gambar yang santun dan patut, serta tidak melecehkan nilai- nilai kemanusiaan (Teba, 2005, p. 172-175). Penayangan berita kriminal dikatakan tidak menerapkan Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia pasal 5H karena terdapat tayangan yang tidak senonoh atau vulgar. Jurnalis televisi tidak diperkenankan untuk menampilkan foto- foto Melinda yang menampilkan dengan jelas bagian tubuh Melinda (payudara) karena hal ini tidak sopan dan dirasa tidak santun.

Dalam penggunaan personalisasi berita, Reportase lebih sensasional. Reportase mengeskplotasi Melinda dengan paket beritanya yang menggunakan personalisasi berita tentang operasi kulit demi kecantikan. Berita tersebut hanya memaparkan bahwa Melinda cantik tidak secara alami. Reportase juga membuat paket berita yang isi beritanya membahas bagaimana radang payudara bisa menimpa seorang perempuan. Narasi paket berita Melinda sering sekali mengungkapkan Melinda sebagai penipu cantik dan seksi. Terdapat paket berita yang berjudul “Tipu Muslihat Penipu Seksi.” Seolah- olah perempuan cantik itu tidak boleh melakukan kejahatan. Melinda dengan sengaja memanfaatkan kecantikan dan kemolekan tubuhnya untuk menipu nasabah.

Terdapat pula informasi mengenai pernikahan Melinda yang terdahulu serta anak- anak Melinda. Personalisasi berita ini tidak ada kaitannya dengan kasus hukum Melinda. Penggunaan personalisasi berita memiliki dampak buruk bagi subjek pemberitaan yaitu Melinda Dee. Keberadaan perempuan dalam berita khususnya berita kriminal, sudah sensasional. Informasi- informasi personal Melinda yang lebih ditonjolkan oleh kedua program berita dianggap dapat menarik perhatian masyarakat (penonton). Akan tetapi, akibatnya adalah pemahaman penonton akan berita Melinda Dee berkurang karena penonton lebih mengingat Melinda sebagai sosok penjahat cantik penipu yang terkena radang payudara.

Berita kriminal dengan Melinda sebagai pelaku kejahatan perempuan yang sensasional lebih menyoroti kehidupan pribadi dan informasi personal Melinda. Sementara dalam berita kriminal dengan pelaku kejahatan pria, informasi personalnya

tidak pernah diungkap ke ranah publik. Media menciptakan kemasan yang sensasional dalam paket berita Melinda Dee. Tujuannya adalah untuk merangsang adanya sensasi berlebihan. Dalam berita televisi, sensasionalisme bertujuan untuk membuat khalayak semakin tertarik dalam menyaksikan tayangan tersebut. Program berita Seputar Indonesia dan Reportase mengemas berita Melinda secara sensasional agar khalayak semakin tertarik dan terus mengikuti perkembangan berita Melinda yang ditayangkan di layar kaca.

Berita mengenai kriminalitas dengan Melinda sebagai pelaku utamanya, tidak hanya sensasional karena topik berita kriminalitas itu sendiri. Berita mengenai Melinda Dee menggetarkan sensibilitas moral dan memancing respon emosional bagi penonton karena menampilkan sosok perempuan pelaku kejahatan yang jarang ditemui dalam layar kaca. Penonton dibuat heran dan tidak habis pikir karena disuguhi tayangan berita berupa foto- foto Melinda berpenampilan *glamour*, harta kekayaan Melinda yang berlimpah, operasi plastik untuk kecantikan Melinda. Dalam penggambaran atau tayangan berita (*audio visual*) Melinda yang disajikan oleh kedua program berita, paket berita Seputar Indonesia dan Reportase sangat merangsang respon emosional penonton. Berita Melinda Dee terbukti memancing emosi para penonton ketika menontonnya terutama ketika paket berita mengenai pro kontra penggunaan jamkesmas bagi Melinda untuk operasi radang payudaranya.

Sebagai seorang penjahat, program berita Seputar Indonesia dan Reportase menyetujui dan memperbolehkan Melinda untuk dieksploitasi penderitaannya dengan terus mengulang paket berita mengenai radang payudara Melinda. Seputar Indonesia dan Reportase sering melakukan *repeating of images* paket berita ketika Melinda muncul pertama kali di depan publik. Akan tetapi Seputar Indonesia lebih sering menggunakannya. Ada kecenderungan meningkatnya tindak kejahatan yang dilakukan oleh perempuan. Hal ini diduga karena adanya kesempatan dan gerak perempuan di berbagai sektor kehidupan dan di luar rumah yang semakin meluas (Media Massa dan Wanita). Melinda adalah seorang perempuan karir yang memiliki pekerjaan yang bagus dan sangat *prestise* yaitu seorang *Senior Relationship Manager* di Citibank, sebuah bank swasta yang terkemuka di Indonesia. Bahkan Melinda sudah

bekerja di Citibank selama 20 tahun. Melinda bukan sosok perempuan tradisional yang berdiam diri di rumah dan menjadi ibu rumah tangga. Melinda adalah perempuan masa kini yang bekerja di luar sektor domestik.

Selain menarik perhatian penonton, berita mengenai Melinda Dee dianggap memiliki nilai berita yang tinggi. Sebuah penelitian dari WNBC-TV News (*Women's Advisory Council*, 1976) menemukan bahwa perempuan dianggap lebih memiliki nilai berita ketika menjadi pelaku utama tindakan kriminal, korban, penghibur atau berhubungan dengan pria yang terkenal. Kasus Melinda Dee dianggap memiliki nilai berita yang tinggi karena Melinda adalah sosok perempuan pelaku utama tindakan kriminal. Dalam pemaparan kasusnya, Melinda juga berhubungan dengan pria terkenal yaitu Andhika Gumilang, suami sirinya yang merupakan seorang artis ternama. Selain itu, salah satu nasabah yang Melinda tangani dan diduga tertipu oleh Melinda adalah seorang pria Jendral Kepolisian yang merupakan mantan ajudan Presiden RI Megawati.

Melinda Dee merupakan sosok perempuan yang ditempatkan media sebagai bahan ejekan karena dalam pemberitaannya Melinda digambarkan sebagai sosok seorang perempuan yang dieksploitasi dengan paket berita yang memaparkan kehidupan pribadinya, masa mudanya, keluarganya, hingga penyakit radang payudara yang ia alami. Seputar Indonesia menyudutkan Melinda dengan menonjolkan informasi bahwa Melinda adalah pelaku kejahatan cantik dan seksi yang telah memperdaya nasabahnya. Sementara Reportase menyudutkan Melinda dengan pemberitaan bahwa Melinda dapat cantik karena operasi plastik.

Tubuh Melinda Dee adalah sebuah komoditi dalam berita televisi. Media massa cenderung mengeksploitasi, mengemas sensasi, menguja *bombas*, *hot stuff* atas sosok Melinda—yang secara sadar atau tidak sadar dilakukan pengelola media—sebagai obyek pemberitannya. Media massa cenderung mengeksploitasi informasi personal radang payudara dan operasi payudara Melinda. Media massa menarik perhatian penonton dengan terus memaparkan sosok Melinda sebagai sosok yang penuh sensasi. Sosok Melinda dan kehidupan pribadinya terus diberitakan oleh kedua program berita Walaupun gambaran perempuan dalam media massa sudah sering

dibicarakan namun masih ada kekecewaan, karena dalam kenyataan tidak tampak adanya perubahan: perempuan tetap sering ditampilkan secara ‘tidak sesuai’ (Media Massa dan Wanita).

Melinda tidak ditampilkan secara objektif. Sebagai sosok perempuan yang sensasional, Melinda tidak digambarkan sebagaimana pelaku kejahatan pada umumnya (pemaparan kasus hukum secara mendalam, bukan informasi personal/kehidupan pribadinya). Kehidupan pribadi Melinda dieksploitasi oleh kedua program berita dengan menampilkan sisi personal Melinda. Masalah yang ditimbulkan berkaitan dengan berita-berita yang mengeksploitasi penderitaan perempuan membuat kaum perempuan pada akhirnya mengalami kesulitan besar. Perempuan sulit untuk melindungi dirinya terhadap perilaku pembuat media massa semacam itu.

Perempuan tidak diberitakan sebagaimana layaknya, kecuali sebagai bumbu masak penyedap “hidangan” media massa bersangkutan (Ridjal, dkk, 1993 dalam Wacana Gender & Layar Televisi). Pemberitaan Melinda dalam kedua program berita terbukti menempatkan Melinda sebagai bahan ejekan, pelecehan, dan tertawaan. Hal ini tampak pada paket berita mengenai pembahasan mengenai radang payudara serta penggunaan jamkesmas untuk operasi payudara Melinda. Media memunculkan pro kontra di kalangan masyarakat ‘bahwa jamkesmas yang diperuntukkan untuk masyarakat menengah ke bawah akan digunakan oleh Melinda untuk operasi payudara’. Semua berita yang menarik, sensasi, selalu berkonotasi dengan perempuan (Wacana Gender dan Layar Televisi).

Citra perempuan diberitakan jelek demi kegiatan kapitalistik. Perempuan dalam kacamata kapitalis semakin dibendakan. Tingkat sensasionalisme yang tinggi dari kedua berita (Seputar Indonesia lebih sensasional) menunjukkan bahwa berita Melinda berhasil menarik perhatian penonton karena baik Seputar Indonesia serta Reportase menjadi program berita dengan rating yang tinggi. Berdasarkan data *rating share* yang diperoleh dari AC Nielsen, kedua program berita ini memiliki jumlah penonton yang cukup banyak (700 ribu hingga 1 juta penonton) selama penayangan berita Melinda Dee sejak akhir bulan Maret, April (satu bulan penuh), hingga awal Juni. Kompetisi dan adanya *market driven journalism* mendorong program berita

berlomba-lomba memperoleh porsi penonton yang lebih besar. Semua berita yang menarik, sensasi, selalu berkonotasi dengan perempuan. Urusan pemberitaan berkaitan dengan seks, pelacur, pelecehan, perkosaan, penyelewengan, permasalahan rumah tangga, selalu berkonotasi negatif terhadap sosok perempuan.

Penelitian ini memaparkan bahwa apabila berita televisi ingin memiliki daya tarik, *Seputar Indonesia* dan *Reportase* harus mencoba sebanyak mungkin melengkapi tayangannya. Hal tersebut tampak pada berita yang dikemas dengan pemilihan kata-kata tertentu pada judul (misalnya, “Suami Kekar Melinda”), penggunaan grafis, gambar dan keterangan yang menarik, peminjaman mulut pakar untuk menyampaikan sebuah gagasan, penetapan *angle* untuk sajian media, penggunaan musik, lagu dan efek berulang-ulang sehingga *familiar* serta penentuan agenda diskusi (*agenda setting*). Berita Melinda seorang perempuan pelaku kejahatan adalah komodifikasi berita yang direduksi menjadi sebuah tontonan hiburan. Kasus hukum Melinda bukanlah sebuah tayangan berita, namun sebuah tayangan hiburan semata. Menurut Zhou (2001), isi berita yang termasuk sensasional adalah yang menghibur dan menarik perhatian khalayak.

Pengemasan berita secara sensasional berhasil menjadi strategi untuk menarik perhatian penonton dan pengiklan sebanyak mungkin. Pemberitaan Melinda Dee sebagai perempuan pelaku kejahatan menarik perhatian penonton dan memperoleh rating yang tinggi. Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang diperoleh oleh penulis, penelitian ini mendukung fakta bahwa jika akhirnya perempuan menjadi berita dalam media siaran, maka ia akan tetap dieksploitasi baik sebagai korban kejahatan maupun ketika perempuan berperan sebagai pelaku kejahatan. Perempuan sering muncul dalam berita televisi sebagai korban kejahatan. Sita van Bemmelen mengungkapkan bahwa kebebasan berbicara hanya berlaku untuk pembuat media massa, tetapi tidak untuk perempuan. Perempuan dipandang sebagai penyebab masalah, misalnya dalam kasus pelacuran, pemerkosaan, dan sebagainya karena berpakaian tidak sopan sehingga menarik perhatian. Ia mengungkapkan contoh yang paling mengesankan adalah cara penggambaran perempuan yang menderita karena

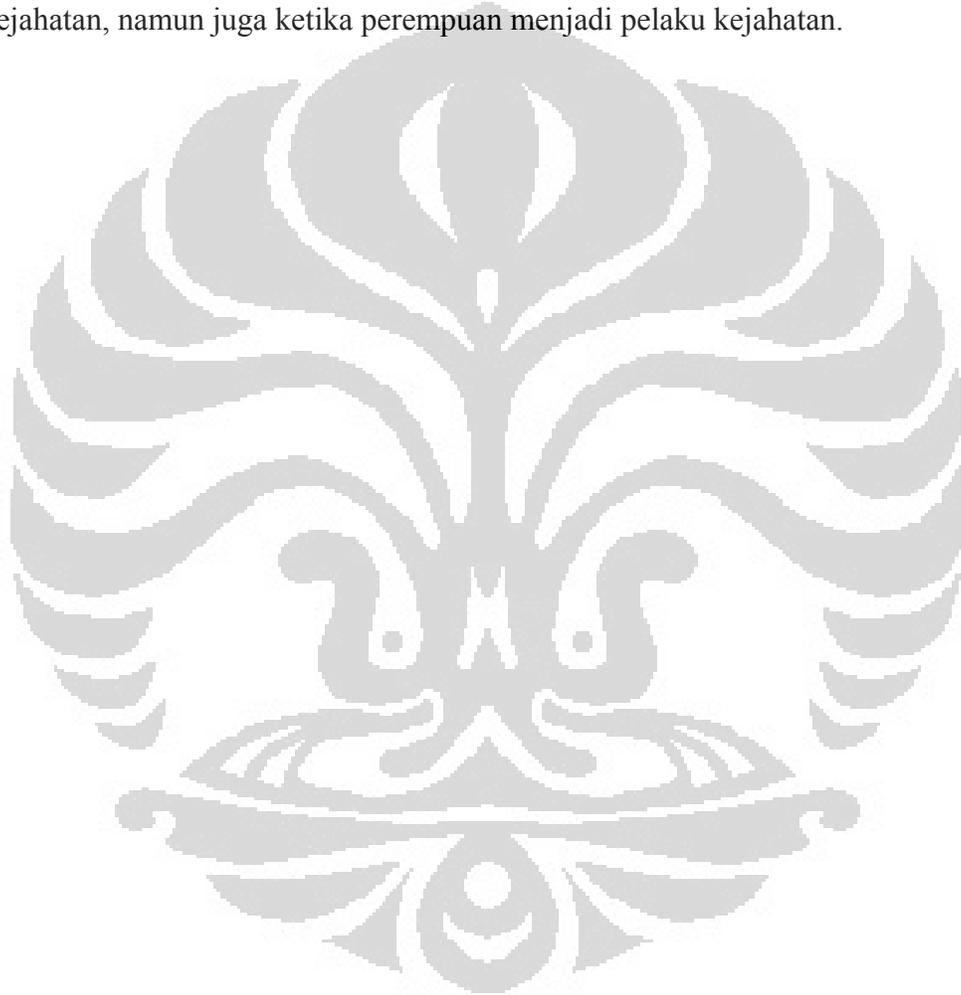
diperkosa. Pengalaman yang sebenarnya menyedihkan namun dijadikan cerita sensasional dengan detail- detail *vulgar* dalam media massa.

Ditambah lagi ada ungkapan atau sindiran bahwa perkosaan terjadi karena kesalahan perempuan itu sendiri karena perempuan menggunakan pakaian terbuka. Seringkali berita mengenai perkosaan, dibebaskan begitu rincinya. Khalayak memperoleh gambaran yang komprehensif sehingga dapat mencoba melakukan tindakan yang serupa sendiri di kemudian hari. Sementara itu pemberitaan yang ditampilkan seringkali menggunakan bahasa yang melecehkan perempuan. Secara tersirat maupun tersurat perempuan dituding sebagai pemicu masalah. Perempuan digambarkan sebagai orang yang dungu atau orang yang dengan mudahnya dibohongi. Media memberikan pemahaman bahwa perempuan korban kejahatan ini memang mendapat ganjaran yang setimpal.

Hal ini juga berlaku pada pemberitaan perempuan sebagai pelaku kejahatan. Melinda adalah bentuk eksploitasi terhadap perempuan berupa pemaparan secara detail informasi personal dan kehidupan pribadinya meskipun Melinda berperan sebagai pelaku kejahatan bukan korban dari kejahatan. Melinda sama seperti perempuan korban kejahatan, merupakan sosok pemicu masalah yang berhak untuk disudutkan posisinya. Posisi perempuan sebagai korban kejahatan dianggap 'dalang' dari suatu masalah. Apabila perempuan berperan sebagai pelaku kejahatan, maka pemberitaan media menggambarkan perempuan sebagai pihak yang berhak untuk dieksploitasi, disudutkan, dan disalahkan dalam pemberitaannya. Melinda sebagai pelaku kejahatan juga menjadi korban kejahatan yang dilakukan oleh media massa melalui penggambaran sosoknya sebagai perempuan.

Media massa mempunyai mengeksploitasi kesulitan dan penderitaan yang dialami oleh perempuan yang menjadi pelaku dalam tindakan kriminal yang merugikan banyak pihak. Perempuan sebagai pelaku kejahatan adalah pihak yang berperan sebagai pemicu masalah dan kejahatan. Melinda melanggar stereotip dan pola pikir masyarakat yang menganggap perempuan adalah sosok yang terpuji, perempuan yang baik, ibu rumah tangga, dan mematuhi norma- norma yang berlaku.

Berita tentang perempuan adalah berita-berita yang menyangkut perempuan baik sebagai obyek atau subyek. Sensasionalisme dalam berita perempuan dirasa sah-sah saja dilakukan demi memperoleh rating yang tinggi dan meraup keuntungan dari pengiklan. Melalui penelitian ini, penulis membuktikan bahwa sosok perempuan dalam berita kriminal selalu ‘dipersalahkan’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksploitasi terhadap perempuan tidak hanya terjadi ketika ia menjadi korban kejahatan, namun juga ketika perempuan menjadi pelaku kejahatan.



BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

- Penyajian berita Melinda Dee pada Seputar Indonesia lebih sensasional dibandingkan dengan Reportase. Seputar Indonesia lebih sensasional dalam lima kategori, diantaranya; penampilan emosi, penggunaan teknik *eyewitness camera*, penggunaan suara natural, penggunaan teknik *zoom*, dan pengemasan paket berita yang banyak menggunakan teknik *editing* (efek transisional dan non transisional).
- Personalisasi berita mengenai kehidupan sehari-hari Melinda jauh lebih menonjol dan menarik perhatian dibandingkan dengan kasus hukum Melinda. Personalisasi berita Melinda berupa pemaparan informasi mengenai kecantikan Melinda, jumlah kekayaan Melinda, kehidupan pribadi Melinda, dan operasi payudara Melinda. Porsi penayangan berita mengenai personalisasi kehidupan Melinda yang lebih besar daripada kasus hukumnya membuat sosok Melinda Dee tidak ditayangkan secara objektif oleh kedua program berita.
- Melinda perempuan pelaku kejahatan dieksplotasi dalam tayangan berita Seputar Indonesia dan Reportase yang sensasional. Penelitian ini membuktikan bahwa perempuan akan menjadi bahan utama eksploitasi pemberitaan baik sebagai korban kejahatan maupun pelaku kejahatan.

6.2 Rekomendasi

6.2.1 Rekomendasi Praktis

1. Kaidah jurnalistik yang menjadi pegangan dan pedoman bagi para jurnalis maupun tim produksi seharusnya benar-benar diaplikasikan dengan semestinya. Sensasionalisme yang berlebihan atas nama perolehan rating tinggi sebaiknya jangan sampai menghilangkan prinsip utama karya jurnalistik berupa kebenaran. Efek-efek yang ditambahkan saat proses editing

dapat saja digunakan, asalkan tidak mengurangi substansi (isi utama) dari berita yang ditayangkan. Kompetisi yang sengit antara program berita sebaiknya dijadikan ajang untuk meningkatkan kualitas karya jurnalistik.

2. Perlu adanya pendidikan dan pemahaman jurnalistik terutama mengenai sensasionalisme bagi para jurnalis televisi (*newsanchor*, reporter, *camera person*, editor, dan tim redaksi lain yang bertanggung jawab dalam penanyangan berita). Sedikitnya syarat berupa pendidikan atau *background* jurnalistik bagi para jurnalis membuat mereka berlomba-lomba untuk membuat berita yang menarik perhatian saja. Pengetahuan dan kemampuan jurnalis akan menentukan informasi apa yang nantinya akan diserap oleh masyarakat setelah menyaksikan berita tersebut.
3. Tidak hanya tampilan *visual* saja yang harus diperhatikan oleh para jurnalis televisi. Elemen *audio* baik berupa musik maupun narasi suatu berita juga harus diperhatikan. Terkadang musik yang ditempelkan pada paket berita membuat berita tersebut layaknya film yang menegangkan bagi penonton. Penggunaan efek yang berlebihan ini memiliki efek negatif berupa terganggunya penerimaan informasi oleh khalayak (penonton).

6.2.2 Rekomendasi Akademis

Tema perempuan sebagai pelaku kejahatan dan obyek pemberitaan sensasional dapat dibahas dengan paradigma kritis. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian lebih mendalam. Hasil penelitian tidak hanya menjabarkan tingkat sensasionalisme berita kriminal dengan perempuan di dalamnya, namun juga menggali fakta mengapa tingkat sensasionalisme berita perempuan cukup tinggi. Penulis juga dapat mewawancarai pihak redaksi program berita (alasan pengemasan berita menjadi sensasional) serta penonton perempuan (respon ketika menyaksikan berita dengan eksploitasi perempuan di dalamnya).

Penelitian mengenai sensasionalisme berita selanjutnya sebaiknya lebih mengulas berbagai topik berita (tidak hanya spesifik pada satu topik saja). Selain itu, ketatnya persaingan dalam pertelevisian Indonesia dapat dilihat pula dengan perbandingan tingkat sensasionalisme pada program berita di stasiun televisi berita dan stasiun televisi non berita. Hasil dari penelitian selanjutnya ini diharapkan menggambarkan perbedaan lain dan memperkaya penelitian mengenai sensasionalisme.

6.3 Implikasi Penelitian

6.3.1 Akademis

Penelitian ini menggunakan konsep- konsep sensasionalisme yang telah membuktikan bahwa sensasionalisme digunakan dalam berita kriminal dengan pelaku perempuan terbukti dengan penonjolan personalisasi berita dan pengemasan (*teknik editing*) pada tayangan berita yang ditampilkan.

6.3.2 Praktis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi redaksi dan orang- orang yang bekerja di Media, terutama redaksi program berita televisi mengenai indikator- indikator yang dapat membuat berita televisi menjadi sensasional.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah, 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Allen, R. C., Hill, A. (2004). *The Television Studies Reader*. London: Routledge.
- Assegaf, D. (1991). *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Bailey, K. (1994). *Methods of Social Research* (4th ed). USA: The Free Press.
- Baksin, Askurifai. (2006). *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Katarsis.
- Crawford, N. A. (1924). *The Ethics of Journalism*. New York: Greenwood Press.
- Credon, Pamela. (1989). *Women In Mass Communication: Challenging Gender Values*. London: Sage Publications.
- Effendy, O. U. (2000). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Gallagher, Margaret. (1981). *Unequal Opportunities: The Case of Women and The Media*. Paris: Presses Universitaires de France, Vendome.
- Idris, S. (1999). *Perihal Berita Televisi*. Jakarta: Rora Karya.
- Irawan, Prasetya. (2006). *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu- Ilmu Sosial*. Depok: Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
- Kriyantono, Rachmat. (2007). *Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Kovach, Bill dan Rosenstiel, Tom. (2001). *Elemen- Elemen Jurnalisme*. New York: Crown Publishers.
- Krippendorff, K. (1993). *Analisa isi: pengantar teori dan metodologi*. (Farid Wajidi, Penerjemah). Jakarta: PT Raja Frafindo Persada.
- Kunarto. (1996). *Tren Kejahatan dan Pendidikan Pidana*. Jakarta: Cipta Manunggal.
- Martono, Nanang. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Press.
- Masduki. (2005). *Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik*. Yogyakarta: UII Pers.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Neuman, Lawrence. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, USA: Pearson Education.
- Nurudin. (2009). *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soemandoyo, Priyo. (1999). *Wacana Gender dan Layar Televisi: Studi Perempuan dalam Pemberitaan Televisi Swasta*. Yogyakarta: LP3Y dan The Ford Foundation
- Postman, Neil. (1995). *Menghibur Diri Sampai Mati: Mewaspada Media Televisi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Rakhmat, Jalaludin. (2005). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Sugiono. (2002). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Santana K. Septiawan (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Soenaryo. (1982). *Pedoman Mempelajari Ilmu Kriminologi*. Yogyakarta: Yayasan Annur.

Soesilo, R. (1976). *Kriminologi (Pengetahuan tentang Sebab- Sebab Kejahatan)*. Bogor: Politea

Tebba, Sudirman. (2005). *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Kalam Indonesia.

Trewin, Janet. (2003). *Presenting on TV and Radio: An Insider's guide*. London:Focal Press.

Tyrell, R. (1975). *The Work of television journalist*. London: Focal Press.

Universitas Indonesia (2004). Pengantar penulisan imiah.

Diktat

Sihite, Romany. (1998). *Wanita, Kejahatan, dan Keadilan*. Depok: FISIP Universitas Indonesia.

Makalah

Assegaf, Djafar H. 1992 . *KODE JURNALISTIK DAN MARTABAT WANITA dalam Kumpulan Makalah Seminar Media Massa dan Wanita*. Depok: FISIP Universitas Indonesia.

Jurnal

Vettehen, P. H., Nuijten, K., & Beentjes, J. (2006). *News in an Age of Competition: Sensationalism in Dutch Television News 1995-2001*.

Zhou, Shuhua. (2001). *Explicating sensastionalism in television news: contentand the bells and ehistles of form*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.

Kleemans, M., & Hendriks Vettehen, P. (2009) *Sensationalism in television news: A review*. In R.P. Konig, P. W. M. Nelissen, & F. J. M. Hustmans (Eds), *Meaningful media: Communication research on the social construction of reality* (pp. 226-243). Nijmegen, The Netherlands: Tandem Felix

Skripsi

Oktaviana, Kartika. 2008. *Sensasionalisme dalam Berita Televisi Indonesia (Analisis Isi Sensasionalisme dalam Program Berita Televisi Metro Siang dan Kabar Siang)*. Universitas Indonesia

Sekar W, Nurullia Eka. 2008. *Sensasionalisme Berita Kriminal dalam Televisi Swasta Indonesia (Analisis Isi Berita Pembobolan ATM dalam Program Berita Seputar Indonesia RCTI dan Reportase Sore Trans TV)*. Universitas Indonesia

Desyani C., Anggrita. 2011. *Konstruksi Aktivitas Ormas Pada Berita sebagai Pemanfaatan Media untuk Propaganda (Analisis Wacana Kritis terhadap Berita Nasional Demokrat di Headline News Metro TV)*. Universitas Indonesia.

Puji A., Wahyu. 2003. *LANDASAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR LEMBAGA PEMASYARAKATAN WANITA DI SEMARANG Penekanan Desain Arsitektur Bioklimatik*. Universitas Diponegoro.

Novilena, Patty. 2004. *Hubungan Karakteristik Individu, Sikap, dan Perilaku Menonton Tayangan Berita Kriminal di Televisi (Kasus Desa Tambun Raya, Kecamatan Basarang, Kabupaten Kapuas, Propinsi Kalimantan Tengah)*. Institut Pertanian Bogor.

Tesis

Rodliyah. 1992. *Kejahatan yang Dilakukan oleh Wanita Beserta Perlindungan Hukum bagi Wanita Pelaku Tindak Pidana di Wilayah Hukum Pengadilan Negeri Semarang*. Universitas Indonesia.

Internet

www.detik.com Diakses tanggal 2 Agustus pukul 10.00

www.digilib.lib.ui Diakses tanggal 2 Agustus pukul 10.00

www.okezone.com Diakses tanggal 11 Agustus pukul 19.00

www.transv.co.id Diakses tanggal 7 November 2011 pukul 15.00



PROFILE PROGRAM :
REPORTASE SIANG, REPORTASE SORE, SEPUTAR INDONESIA - RCTI & TRANS, All
people 5+, 10 cities
MARCH - JUNE 2011

Analysis : Programmes
Selected date(s) : 01/03/2011 - 30/06/2011;
Selected channel(s) : RCTI; TRANS;
Selected day part(s) : 02.00.00 - 25.59.59 (All days);
Selected market(s) : Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang,
 Bandung, Makassar, Yogyakarta,
 Palembang, Denpasar, Banjarmasin
Selected target(s) : All people above 5 years old
Total Individuals (5+, 10 cities) : 52,213,275 individuals
Sumber: Ac Nielsen

Program Type	Target	Index		
		REPORTASE SIANG	REPORTASE SORE	SEPUTAR INDONESIA
		TRANS	TRANS	RCTI
News:Hard News	Male	76	82	84
	Female	124	118	116
	5-9 years	88	86	79
	10-14 years	84	94	86
	15-19 years	100	105	91
	20-29 years	96	87	93
	30-39 years	117	112	105
	40-49 years	103	97	104
	50+ years	101	118	134
	SES AB	139	116	102
	SES CDE	87	95	99

Source : The Nielsen Company

2

Index: angka yang menggambarkan profil pemirsa, yang juga mengidentifikasi efektivitas suatu program pada target pemirsa tertentu.

Jika Index <100 kurang efektif
 >100 sangat efektif
 = 100 efektif

Lanjutan

**PROGRAM RATING MONTHLY - RCTI & TRANS, all people 5+, 10 cities
MARCH - JUNE 2011**

Analysis : Programmes
Selected date(s) : 01/03/2011 - 30/06/2011;
Selected channel(s) : RCTI & TRANS;
Selected day part(s) : 02.00.00 - 25.59.59 (All days);
Selected market(s) : Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin
Selected target(s) : All people above 5 years old
Total Individuals (5+, 10 cities) : 52,213,275 individuals

Month	SEPUTAR INDONESIA			REPORTASE SIANG			REPORTASE SORE		
	RCTI			TRANS			TRANS		
	Average Number of Audience	Rating(%)*	Share(%)**	Average Number of Audience	Rating(%)*	Share(%)**	Average Number of Audience	Rating(%)*	Share(%)**
March	1,027,000	2.0	12.6	764,000	1.5	11.6	931,000	1.8	11.2
April	866,000	1.7	12.3	866,000	1.7	12.3	1,002,000	1.9	11.4
May	832,000	1.6	11.1	810,000	1.6	11.7	986,000	1.9	12.0
June	852,000	1.6	11.5	811,000	1.6	11.2	958,000	1.8	11.9

Source : The Nielsen Company

* Percentage of average number of audience towards TV population

** Percentage of average number of audience towards total TV viewers

Lanjutan

**TOP 10 PROGRAM BY GENRE - All national channels, 10 cities, ses ABC
24 - 30 OCTOBER 2011**

Analysis : Programmes
Selected date(s) : 24/10/2011 - 30/10/2011;
Selected channel(s) : TVRI1; RCTI; SCTV; ANTV; METRO; TRANS;
 Global TV; TRANS7; TVONE; MNCTV; INDOSIAR;
Selected day part(s) : 02.00.00 - 25.59.59 (All days);
Selected market(s) : Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung,
 Makassar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar,
 Banjarmasin
Selected target(s) : All people from SES ABC
Total Individuals (5+,10 cities) : 39,053,452 individuals

Sumber:YPMA

Program Type									
News		No.	Program	Channel	Sub - Program Type	Average number of audience	Rating (%)*	Share (%)**	Index
1	REPORTASE	TRANS	News:Hard News	1,118,000	2.9	19.0	105		
2	LIPUTAN 6 TERKINI	SCTV	News:Hard News	912,000	2.3	23.2	112		
3	REPORTASE SORE	TRANS	News:Hard News	808,000	2.1	14.2	103		
4	LIPUTAN 6 SIANG	SCTV	News:Hard News	778,000	2.0	16.5	105		
5	LIPUTAN 6 PETANG	SCTV	News:Hard News	649,000	1.7	11.3	101		
6	SEPUTAR INDONESIA	RCTI	News:Hard News	613,000	1.6	10.8	100		
7	REDAKSI SORE	TRANS7	News:Hard News	591,000	1.5	12.0	103		
8	SEPUTAR INDONESIA SIANG	RCTI	News:Hard News	582,000	1.5	12.4	107		
9	REPORTASE SIANG	TRANS	News:Hard News	499,000	1.3	11.5	100		
10	SIDIK KASUS	MNCTV	News:Feature	422,000	1.1	8.1	87		

Nama Program:

Nama Paket:

Topik:

Durasi:

Ada= 1 ; Tidak Ada= 0

Indikator	Keterangan Indikator	Kategorisasi	Kode/Hasil
Suara Natural	Suara yang masuk saat proses pengambilan gambar berlangsung	Ada/Tidak	
Narasumber Politisi	Tokoh pemerintahan atau pemegang kekuasaan	Ada/Tidak	
		Jumlah	
Narasumber Ahli	Orang yang memiliki pengetahuan khusus	Ada/Tidak	
		Jumlah	
Narasumber Layperson	Masyarakat sipil	Ada/Tidak	
		Jumlah	
Personalisasi Berita	Menampilkan individu dalam keseharian mereka atau sedang berbicara tentang situasi personal mereka	Ada/Tidak	
Kegembiraan	Orang tertawa, ceria, senyum	Ada/Tidak	
Kesedihan	Orang menangis, bermimik muram	Ada/Tidak	
Ketakutan	Orang panik	Ada/Tidak	
Kemarahan	Orang berteriak- teriak	Ada/Tidak	

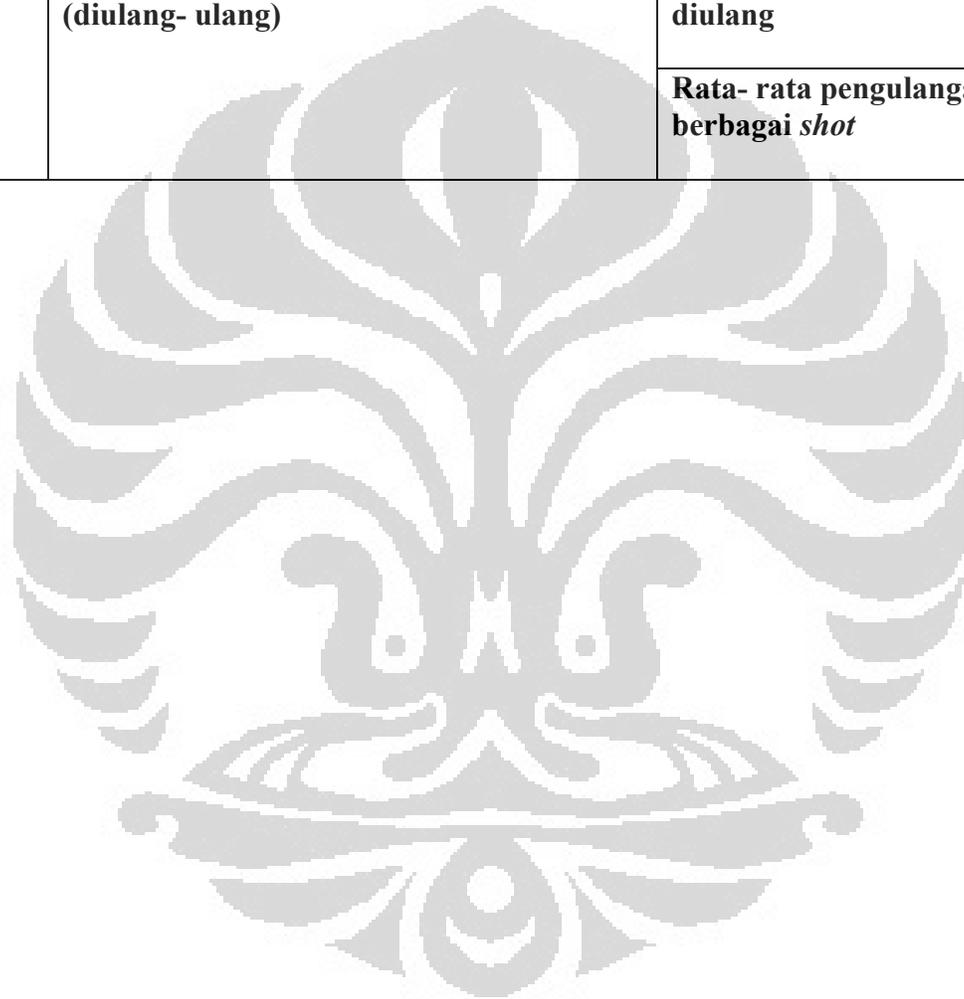
Indikator	Keterangan Indikator	Kategorisasi	Kode/Hasil
<i>Eyewitness Camera</i>	Gambar yang bergoyang (Karena kamera berada di bahu <i>cam-person</i> yang mengikuti kejadian)	Ada/ Tidak	
		Jumlah	
		Interval waktu	
<i>Close up</i>	Wajah memenuhi $\frac{3}{4}$ atau 80% layar	Ada/ Tidak	
		Jumlah	
<i>Zoom in</i>	Teknik kamera dari <i>shot</i> lebar menjadi semakin fokus pada detail	Ada/ Tidak	
		Jumlah	
		% dari total <i>shot</i>	
<i>Zoom-out</i>	Teknik kamera dari <i>shot</i> yang detail menuju ke <i>shot</i> yang lebih lebar	Ada/ Tidak	
		Jumlah	
		% dari total <i>shot</i>	
<i>High Angle</i>	Sudut pandang dari atas subjek	Jumlah	
		% dari total perspektif	
<i>Eye Level</i>	Sudut pandang sejajar subjek	Jumlah	
		% dari total perspektif	
<i>Low Angle</i>	Sudut pandang dari bawah subjek	Jumlah	
		% dari total perspektif	
<i>Sound effect</i>	Suara tambahan di luar suara natural (yang bukan berasal dari lokasi kejadian)	Ada/ Tidak	
		Jumlah	

Indikator	Keterangan Indikator	Kategorisasi	Kode/Hasil
Musik	Musik yang digunakan sebagai <i>backsound</i>	Ada/ Tidak	
		Jumlah	
Rata- rata durasi per shot	Durasi paket : jumlah <i>shot</i>	Jumlah detik per <i>shot</i>	
<i>Wipe Movement</i>	Gambar didorong keluar layar oleh gambar lain	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		% dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	
<i>Dissolve</i>	Terjadinya <i>overlapping</i> gambar	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		% dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	
<i>Flash</i>	Masuknya Video putih antara dua <i>shot</i>	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		% dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	
<i>Fade</i>	Gambar muncul perlahan setelah muncul video hitam/putih polos, atau menghilang menuju putih atau hitam polos	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		% dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	

Indikator	Keterangan Indikator	Kategorisasi	Kode/Hasil
<i>Slide and Peel</i>	Efek seperti membalik buku	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		% dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	
<i>Rotation</i>	Gambar berputar 360 derajat pada sumbu vertikal horizona	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		%dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	
<i>Fly</i>	Gambar dikecilkan dan bergerak dan berputar pada posisi baru dalam layar atau justru keluar layar	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		%dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	
<i>Frame within a frame</i>	Gambar kedua muncul dalam lapisan gambar pertama	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
		%dari total transisi dalam 1 paket (termasuk cut)	
<i>Supers</i>	Kata- kata yang muncul pada latar grafis maupun gambar	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	

Indikator	Keterangan Indikator	Kategorisasi	Kode/Hasil
<i>Split screen</i>	Layar dibagi dua dan menampilkan gambar yang berbeda	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Freeze frame</i>	Menampil-kan gambar tidak bergerak	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Compression</i>	Gambar menjadi lebih panjang dan langsing atau lebih besar dan lebar	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Posterization</i>	Level warna gambar diubah. Misalnya: menjadi kekuningan, kemerahan, dsb.	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Snapshot</i>	Layar televisi dibagi menjadi beberapa <i>frame</i> yang lebih kecil	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Secondary frame</i>	Sedikitnya ada dua gambar yang diletakkan sejajar pada <i>angle</i> yang tipis pada sebuah layar	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Echo</i>	Pengulangan gambar, seolah- olah diletakkan di depan cermin	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Highlighting</i>	Gambar diberi efek sorotan.	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Mosaic</i>	Mengaburkan wajah narasumber	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	

Indikator	Keterangan Indikator	Kategorisasi	Kode/Hasil
<i>Slow motion</i>	Gambar bergerak perlahan	Jumlah	
		Rata- rata interval waktu	
<i>Repeating of Images</i>	Gambar yang sama muncul berkali- kali (diulang- ulang)	Jumlah gambar yang diulang	
		Rata- rata pengulangan berbagai <i>shot</i>	



Lampiran 3
Uji Reliabilitas

Dimensi Isi

1. Penggunaan Suara Natural

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement	Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases		20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

2. Narasumber

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement	Kappa	.667	.167	3.162	.002
N of Valid Cases		20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

3. Personalisasi Berita

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement	Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases		20			

3. Personalisasi Berita

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

4. Penampilan Emosi

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Dimensi Format

1. Eyewitness Camera

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

2. Close Up

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

3. Teknik Zoom

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	.667	.167	3.162	.002
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

4. Perspektif Kamera

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	.667	.167	3.162	.002
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

5. Suara yang Sengaja Ditambahkan

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

6. Rata-Rata Durasi Shot

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

7. Efek Transisional

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

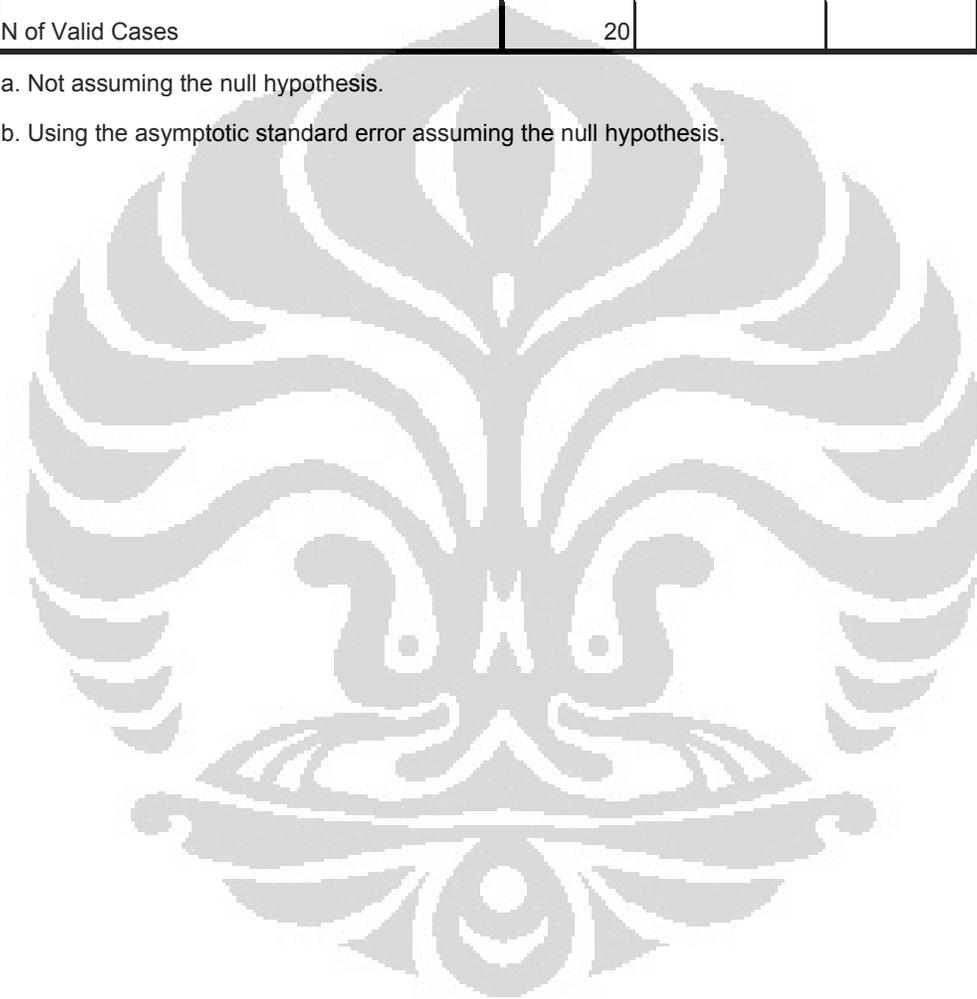
8. Efek Non Transisional

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Measure of Agreement Kappa	1.000	.000	4.472	.000
N of Valid Cases	20			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.



Daftar Paket Berita Melinda Dee Pada Seputar Indonesia Dan Reportase
Daftar Berita Melinda Dee pada Seputar Indonesia dan Reportase (Akhir Maret- April- Awal Juni)

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
1.	28 Maret	Seputar Indonesia Pagi	-	
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	-	
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Kejahatan Perbankan	Polisi berhasil mengungkap kejahatan perbankan yang melibatkan seorang mantan karyawan MD (37) Bank asing yang membobol dana nasabah sebesar 17 Milyar. Kasus terbongkar setelah pengaduan dari nasabah ke pihak kepolisian. Barang bukti berupa 1 mobil hammer disita kepolisian.
		Reportase Sore	-	
2.	29 Maret	Seputar Indonesia Pagi	1. Kejahatan Perbankan	Isi Berita sama dengan tanggal 28 Maret
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	1. Tertipu Kemolekan Melinda 2. Bergaya dari Hutang	Mabes Polri masih menetapkan satu tersangka saja, yaitu Melinda. Melinda dilaporkan oleh 1 nasabah yang curiga dana di rekeningnya berkurang di Citibank. Foto Melinda disandingkan dengan Shelly, yang juga penipu cantik. Bermodal wajah cantik dan kemolekan tubuh berhasil menipu. Tuntutan gaya hidup membuat gelap mata. Melinda memanipulasi data dengan mengalihkan dana nasabah ke rekeningnya. Hal ini untuk memenuhi gaya hidup jet set.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
2.	29 Maret	Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penipu Ulung 2. Gaya Hidup Penipu Ulung 	<p>Penipu Shelly dan berita Melinda digabung. Kasir Bank/ teller yang membantu Melinda ditangkap.</p> <p>Shelly dan Melinda memiliki banyak kesamaan. Berita Shelly dan Melinda digabung. Bermodal wajah cantik dan body yahud untuk kehidupan jetset.</p>
		Reportase Sore	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggelapan Dana Nasabah 	<p>Seorang perempuan cantik berinisial MD menjadi buah bibir karena disangka membobol dana nasabah sebesar 17 Milyar. Mobil hamer Melinda disita sebagai barang bukti. (Wajah melinda diberikan efek sehingga tidak terlihat).</p>
3.	30 Maret	Seputar Indonesia Pagi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggelapan Dana Nasabah 2. Gaya Hidup Penipu Ulung 	<p>Polisi kembali menangkap teller berinisial D. Korban yang melapor masih 3 orang, belum bertambah. Pihak Citibank tidak lagi memperkerjakan MD.</p> <p>Isi berita sama dengan Seputar Indonesia tanggal 29 Maret.</p>
		Reportase Pagi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggelapan Dana Nasabah 2. Penggelapan Dana Nasabah 3. Penggelapan Dana Nasabah 4. Penggelapan Dana Nasabah 	<p>Isi berita sama dengan Reportase Sore tanggal 29 Maret</p> <p>Isi berita sama (berita diulang)</p> <p>Isi berita sama (berita diulang)</p> <p>Isi berita sama (berita diulang) ada di format rangkuman berita reportase</p>

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
3.	30 Maret	Seputar Indonesia Siang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggelapan Dana Nasabah 2. Modus Melinda Tilep Dana 	<p>Melinda dan tersangka Dewi (teller) terancam hukuman 7 tahun penjara. Sejumlah bukti manipulasi data membuktikan keterlibatan Melinda.</p> <p>Memiliki jabatan tinggi di Citibank, Melinda mempunyai kewenangan luas untuk mengakses transaksi yang terjadi setiap hari. Lewat bantuan Dewi (teller) Melinda memindahkan dana milik nasabah ke rekening Melinda. Aksi Melinda terbongkar ketika salah satu nasabah menarik dana tanpa sepengetahuan Melinda, dan mengetahui dana di rekeningnya berkurang.</p>
		Reportase Siang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggelapan Dana Nasabah 2. Penipu Cantik 	<p>Isi berita sama dengan Reportase pagi tanggal 30 Maret</p> <p>Berita dirangkai dengan berita Shelly Penipu cantik. Penipuan Shelly dan Melinda didorong karena gaya hidup. Fisik cantik dijadikan modal menipu.</p>
4.	31 Maret	Seputar Indonesia Pagi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggelapan Dana Nasabah 2. Tipu muslihat penipu seksi 	<p>Melinda dan tersangka D benar- benar terancam hukuman 7 tahun penjara. Kasus Melinda terus berkembang dengan tertangkapnya D. Tak jelas mengapa pihak citibank tidak memberikan rincian bagi nasabah.</p> <p>Isi berita sama dengan tanggal 30 Maret- Modus Penggelapan Dana Nasabah</p>

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
4.	31 Maret	Seputar Indonesia Pagi	3. Penggelapan Dana Nasabah	Kasus penggelapan dana nasabah melinda terus berkembang karena tertangkapnya D dan Melinda. Pihak Citibank enggan berkomentar tentang lemahnya sistem Citibank (isi berita hampir sama dengan sebelumnya).
		Reportase Pagi	-	-
		Seputar Indonesia Siang	1. Tipu Muslihat Penipu Seksi	Tebar pesona dengan kemolekan tubuh Melinda berhasil menggelapkan uang nasabahnya hingga miliaran rupiah, dengan pesonanya itu melinda berhasil menarik nasabah yang kabarnya dari kalangan pejabat.
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Pembobolan Nasabah Citibank	Gaya hidup mewah bankir di balik penggelapan dana. Polisi sita mobil mewah melinda Rp. 3 Miliar. Mabes polri terus menyelidiki dan melakukan rekonstruksi, polisi juga telah menangkap teller D. Penyidik terus menyelidiki aset Melinda.
4.	31 Maret	Reportase Sore	1. Penggelapan Dana Nasabah	Melinda dee diduga mengalirkan dana nasabah ke rekening dan sejumlah perusahaan miliknya. 20 tahun bekerja di Citibank, 3 tahun sedot dana nasabah. (Wajah Melinda sudah tidak lagi ditutupi).

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
5.	1 April	Seputar Indonesia Pagi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembobolan Nasabah Citibank 2. Mobil Mewah “Si Pembobol Bank” 3. Mobil Mewah “Si Pembobol Bank” 	<p>Isi berita sama dengan Seputar Indonesia Sore tanggal 31 Maret.</p> <p>Polisi sita 5 mobil mewah Melinda. Mobil mewah diduga hasil kejahatan. Harga mobil mewah melinda miliaran rupiah.</p> <p>Mobil- mobil mewah Melinda disita polisi. Uang hasil kejahatan Melinda Dee dibelikan mobil mewah seharga miliaran rupiah. Sampai saat ini total mobil mewah yang disita sebanyak 5 mobil.</p>
		Reportase Pagi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggelapan Dana Nasabah 2. Penggelapan Dana Nasabah Citibank 	<p>Mobil mewah Melinda ‘ferari seharga 6 milyar’ ditemukan. Selain mobil ferari, barang bukti kejahatan Melinda berupa mercedez benz yang disita pekan lalu seharga 1,5 milyar dan hummer 3 seharga 1,4 milyar.</p> <p>3 Mobil mewah Melinda disita pihak mabes polri, 2 diantaranya menggunakan plat mobil dengan inisial nama Melinda ‘DEE’. Sebelumnya tim penyidik sudah menyita 2 mobil mewah milik suami dan anak Melinda. Hingga saat ini polisi berhasil menyita 5 mobil mewah Melinda.</p>

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
5.	1 April	Reportase Pagi	3. Penggelapan Dana Nasabah	Isi berita sama (berita diulang)
			4. Penggelapan Dana Nasabah Citibank	Isi berita sama (berita diulang)
		Seputar Indonesia Siang	1. Sepak Terjang Melinda 2. Sepak Terjang Melinda	Melinda memiliki aset kekayaan yang luar biasa. Satu persatu harta kekayaan Melinda disita polisi. Aset Melinda diduga ratusan miliar. Sebagai seorang Senior Relation Manager, Melinda bebas mengatur keuangan nasabah.
		Reportase Siang	1. Sita Mobil Mewah	Polisi berhasil menyita mobil- mobil mewah Melinda. Mobil- mobil mewah Melinda yang diparkir di halaman mabes polri menarik perhatian masyarakat.
		Seputar Indonesia Sore	1. 2 Ferrari Malinda Disita	Ferrari Andhika Gumilang (suami Melinda) pemberian dari Melinda. Polisi sita 4 mobil mewah Melinda. Apartemen Melinda seharga 6 miliar bisa jadi disita pihak kepolisian.
		Reportase Sore	1. Sita Mobil Mewah	Mobil mewah Melinda kembali disita polisi yang harganya mencapai belasan milyar rupiah. (Isi sebagian besar berita hampir sama dengan berita di Reportase Siang) Mobil mewah ini merupakan hasil penggelapan dana dari Melinda, sang bankir seksi.
6.	2 April	Seputar Indonesia Pagi	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Pagi	1. Penggelapan Dana Nasabah	3 mobil Melinda Dee yang diparkir di Mabes Polri menarik perhatian masyarakat sejak jum'at pagi. Masyarakat tidak segan- segan berfoto dengan latar belakang mobil mewah Melinda.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
6.	2 April	Reportase Pagi	2. Penggelapan Dana Nasabah	Isi berita sama (berita diulang)
			3. Penggelapan Dana Nasabah Citibank	Isi berita sama (berita diulang)
		Seputar Indonesia Siang	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Siang	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Seputar Indonesia Sore	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Sore	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
7.	4 April	Seputar Indonesia Pagi	-	
		Reportase Pagi	1. Penggelapan Dana Nasabah	Selain shelly, Polisi menangkap penipu cantik Melinda yang berhasil membobol dana nasabah 17 Milyar rupiah. Polisi juga menangkap teller yang membantu Melinda, selain itu polisi juga menyita mobil- mobil mewah milik Melinda.
		Seputar Indonesia Siang	-	
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Malinda Sang Pembobol Bank	Inilah wajah Melinda Dee (kemunculan perdana Melinda di depan publik). Kasus Melinda terbongkar akibat pengaduan dari nasabah Melinda yang merugi 17 miliar. Dana yang dibobol dari nasabah diduga disalurkan ke 8 rekening, 2 diantaranya rekening milik Melinda dan perusahaannya.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
7.	4 April	Seputar Indonesia Sore	2. Gugup Kendarai Mobil Mewah	3 Mobil mewah Melinda Dee dipindahkan ke rumah penyimpanan barang sitaan negara. Polisi sempat gugup mengendarai mobil Melinda yang dipindah dari Mabes Polri ke tempat penyimpanan barang sitaan negara.
		Reportase Sore	1. Pembobolan Rekening Nasabah	Malinda Dee tersangka pembobol dana nasabah citibank muncul di depan publik. Kali pertama Melinda muncul di depan publik. Mobil Melinda dibawa ke rumah barang sitaan.
8.	5 April	Seputar Indonesia Pagi	1. Gugup Kendarai Mobil Mewah 2. Malinda Sang Pembobol Bank 3. Malinda Sang Pembobol Bank 4. Gugup Kendarai Mobil Mewah	Isi berita sama dengan Sindo Sore 4 April Setelah seminggu terakhir diberitakan media, Melinda Dee akhirnya muncul dan memberikan pernyataan. Kasus Melinda akhirnya terbongkar akibat pengaduan 3 nasabah Melinda yang merugi 17 miliar. Isi berita sama (berita diulang) Isi berita sama (berita diulang)
		Reportase Pagi	1. Kasus Pencucian Uang 2. Kasus Pencucian Uang	Melinda batal ke citibank landmark untuk diklarifikasi karena sakit perut. 3 mobil mewah Melinda dipindahkan dari mabes polri ke rumah penyimpanan barang sitaan negara

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
8.	5 April	Reportase Pagi	3. Kasus Pencucian Uang	Melinda batal ke citibank landmark untuk diklarifikasi karena sakit perut. (Isi berita sama dengan berita pertama)
			4. Kasus Pencucian Uang	3 mobil mewah Melinda dipindahkan dari mabes polri ke rumah penyimpanan barang sitaan negara (Isi berita sama dengan berita kedua)
		Seputar Indonesia Siang	1. Penggelapan Dana Nasabah	Isi berita sama dengan berita Melinda Sang Pembobol Bank, Seputar Indonesia Pagi tanggal 5 April.
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Telusuri Harta Melinda	Rumah mewah di kawasan Tebet Barat tampak sepi setelah kemunculan Melinda sebagai pembobol dana nasabah.
		Reportase Sore	1. Pembobolan Citibank	Anak Melinda menjenguk Melinda yang dikabarkan sakit. Suami siri Melinda, Andhika Gumilang masih menjadi saksi.
9.	6 April	Seputar Indonesia Pagi	1. Telusuri Harta Melinda	Isi berita sama dengan Seputar Indonesia Sore 5 April
			2. Malinda Dee	
			3. Aksi Bobol Bank Ala Melinda	Masyarakat dikejutkan dengan pembobolan dana nasabah dengan indikasi orang dalam.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
9.	6 April	Reportase Pagi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rapat DPR-Citibank 2. Pembobolan Citibank 	<p>Rapat yang diadakan antara pihak DPR dan Citibank terkait dengan adanya penggelapan dana yang dilakukan oleh Melinda Dee.</p> <p>Isi berita sama dengan Reportase Sore 5 April 2011 (Anak Melinda menjenguk Melinda)</p>
		Seputar Indonesia Siang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapakah Korban Melinda? 2. Malinda Mulai Bangkrut? 	<p>Kabar yang sempat beredar salah satu nasabah Melinda adalah Jendral BG berbintang dua, namun Mabes polri yang diwakili Kadiv Humas Anton Bahrul Alam bantah nasabah Melinda Jendral Bintang Dua. Dua kepala teller Citibank juga diperiksa.</p> <p>Setelah 10 hari ditahan karena menjadi tersangka pembobolan dana nasabah, aset Melinda terus disisir polisi. Kepolisian juga akan melakukan konfrontasi dengan pihak Citibank. Melinda berencana mengembalikan kerugian nasabah, namun hal itu tidak akan mengubah status Melinda. Anak perempuan Melinda kena imbas. Anak Melinda memilih bungkam tidak melayani pertanyaan wartawan.</p>
		Reportase Siang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kasus Penipuan 	<p>Polisi akan memeriksa 2 orang lagi karyawan citibank yang terkait penggelapan dana oleh Melinda. Polisi juga akan mengkonstruksi penggelapan dana oleh Melinda. Sampai hari ini polisi sudah mengembalikan 71 properti milik Melinda yang tidak terkait dengan penggelapan dana. Informasi berlanjut dengan informasi pribadi mengenai rumah Melinda dan wawancara dengan tetangga Melinda.</p>

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
9.	6 April	Seputar Indonesia Sore	1. Malinda Seret Jendral	Hari ini tim penyidik memeriksa dua head teller Citibank Landmark terkait kasus Melinda. Identitas head teller berinisial W dan M. Pemeriksaan ini untuk menyolediki apakah dana yang dikeluarkan sesuai dengan prosedur. Malinda diketahui memanipulasi data dan menyalurkannya ke rekening Melinda. Senin kemarin polisi telah mengembalikan aset melinda yang tidak berhubungan. Sebelumnya Jendral BG diduga menjadi nasabah Melinda, namun pernyataan ini dibantah oleh Kapolri Timur Pradopo. Setelah dikonfirmasi kepada yang bersangkutan, BG membantah memiliki tabungan di Citibank.
		Reportase Sore	1. Siapa Korban Melinda 2. Kasus Penipuan	Polisi tidak menyebutkan identitas korban Melinda Dee. Kapolri membantah anak buahnya menjadi korban Melinda, yaitu Budi Gunawan mantan ajudan Presiden Megawati. Selain mobil mewah, Melinda memiliki banyak properti lain seperti rumah mewah Melinda di Tebet. Menurut Ketua RT (tetangga Melinda), Melinda adalah sosok yang baik dan ramah. Rumah mewah Melinda di Tebet ditempati oleh suami pertama dan ketiga anak Melinda.
10.	7 April	Seputar Indonesia Pagi	1. Malinda Seret Jendral	Isi berita sama dengan Seputar Indonesia Sore 6 April
		Reportase Pagi	1. Penggelapan Uang Nasabah 2. Kasus Penipuan	Melinda mengakui perbuatannya melanggar aturan Citibank. Melinda mengakui melakukan perbuatannya sendiri. Isi berita sama dengan Reportase Sore 6 April 2011.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
10.	7 April	Reportase Pagi	3. Kasus Penipuan	Isi berita sama dengan Reportase Sore 6 April 2011.
		Seputar Indonesia Siang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekonstruksi Kasus Melinda 2. Uang Malinda Mengalir Ke..? 	<p>Rekonstruksi batal dilaksanakan di Citibank landmark Jakarta Pusat, rekonstruksi dipindah ke Mabes Polri. Proses Rekonstruksi diikuti oleh Melinda dan Dwi, teller Citibank. Penyidik ingin mengetahui secara jelas bagaimana modus Melinda.</p> <p>Kuasa hukum Melinda menyebutkan bahwa Melinda mendapat gaji 70 juta per bulan dan mendapat bonus 250 juta per 3 bulan. Penyidik fokus kemana Melinda membelanjakan uang yang ia gelapkan. Ada aliran dana Melinda ke Sarwahita Group. Sampai saat ini penyidik masih menyelidiki kemana uang nasabah Melinda.</p>
		Reportase Siang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Malinda Bergelimang Harta 2. Kasus Penggelapan Dana 	<p>Selama bekerja di Citibank selama 20 tahun, Melinda koleksi mobil dan properti mewah. Di Tebet Melinda punya 3 rumah. Rumah kedua Melinda sedang direnovasi. Rumah ketiga Melinda disewakan kepada orang lain (awalnya ditempati adik Melinda).</p> <p>Kabar bahwa pejabat POLRI, Irjen Budi Gunawan pernah menjadi nasabah dan ditipu Melinda dibantah Kapolri karena pejabat POLRI tsb merasa tidak pernah diwawancarai. Hari ini polisi akan melakukan rekonstruksi di mabes polri.</p>
		Seputar Indonesia Sore	1. Malinda Seret Jendral	Ada dugaan aliran dana Malinda ke Sarwahita Group dimana seorang jendral bintang 3 angkatan udara menjabat sebagai presiden direktornya. Rekonstruksi dibatalkan karena Melinda kurang sehat.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
10.	7 April	Reportase Sore	1. Kasus Penipuan	Rekonstruksi batal dilaksanakan karena pihak citibank dan Bank Indonesia tidak datang ke Mabes Polri. Teller dengan inisial N diperiksa untuk dimintai keterangan apakah yang bersangkutan terlibat.
11.	8 April	Seputar Indonesia Pagi	1. Malinda Seret Jenderal 2. Mobil Mewah dan Pajak Wah...	Isi berita sama dengan Seputar Indonesia Sore 7 April Koleksi Melinda: Mewah, sporty, dan cocok buat balap. Jakarta macet, mobil mewah untuk gengsi. Pajak mobil mewah Melinda 135% atau mencapai 15 miliar rupiah.
		Reportase Pagi	1. Kasus Penipuan	Isi berita sama dengan Reportase Sore 7 April.
		Seputar Indonesia Siang	1. Malinda Seret Jenderal 2. Mobil Mewah dan Pajak Wah...	Ada aliran dana ke Sarwahita Group, perusahaan yang didirikan oleh Melinda. Seorang Jendra TNI AU menjabat sebagai Presiden Komisaris dan Melinda sebagai salah satu direksinya. Isi berita sama dengan Seputar Indonesia Pagi 8 April
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Kemana Aliran Dana Melinda 2. Inong & Kisah Remajanya	Marsma Rio bantah jadi Presiden Komunikasi di PT Sarwahita Dulu dikenal sebagai gadis pendiam. Malinda dulu dan sekarang berbeda. Pendapat teman-teman SMA Melinda. Melinda sejak dulu perhatikan penampilannya.
		Reportase Sore	1. Operasi Plastik	Diduga Melinda Dee menjadi cantik karena melakukan operasi plastik.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
12.	11 April	Seputar Indonesia Pagi	-	
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	1. Penyidik Temukan Aliran Dana	Ada Aliran Dana Rp 2M ke Sarwahita.
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Kasus Melinda Dee	Isi berita sama dengan berita Penyidik Temukan Aliran Dana, Seputar Indonesia Siang tanggal 11 April.
		Reportase Sore	-	
13.	13 April	Seputar Indonesia Pagi		Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang		Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	-	
		Reportase Sore	1. Kasus Penipuan	Hari ini Mabes Polri melakukan rekonstruksi ulang. Pegawai yang pernah bekerja sama dengan Melinda menjadi saksi. Saat ini saksi untuk kasus Melinda berjumlah 25 orang.
14.	18 April	Seputar Indonesia Pagi	-	
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	1. Citibank Diaudit PPAATK	Kasus Inong Malinda Dee mulai menyeret Citibank. Oleh karena itu audit khusus dari dan ke arah rekening Melinda dee akan dilakukan.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
14.	18 April	Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Citibank Diaudit PPATK	Isi berita sama dengan Seputar Indonesia Siang, tanggal 18 April
		Reportase Sore	-	
15.	21 April	Seputar Indonesia Pagi		Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang		Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Lagi, 2 Karyawan Citibank Ditetapkan Tersangka	Dua karyawan Citibank ditetapkan menjadi tersangka
		Reportase Sore	-	
16.	27 April	Seputar Indonesia Pagi	-	
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	1. Suami Melinda Jadi Tersangka	Andika ditahan dan dijadikan tersangka karena menerima aliran dana kejahatan Melinda berupa mobil Hummer. Kendaraan Hummer milik Melinda ternyata atas nama Andhika. Polisi telah menangkap Andhika Selasa siang kemarin.
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Suami 'Kekar' Melinda	Suami Melinda dijadikan tersangka dan dikenakan pasal pencucian uang.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
16.	27 April	Seputar Indonesia Sore	1. Suami 'Kekar' Melinda	Andhika yang berprofesi sebagai bintang iklan itu disebut- sebut sebagai suami kedua Melinda. Ada dugaan Andhika menerima transfer aliran dana jutaan rupiah dari Melinda yang diwujudkan dalam bentuk mobil hummer. Sampai saat ini polisi sudah menangkap 5 tersangka terkait kasus Citibak antara lain; Melinda Dee, Andhika, 2 Head teller, teller Citibank Dwi.
		Reportase Sore	-	
17.	28 April	Seputar Indonesia Pagi	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Pagi	1. Suami Melinda Dee Jadi Tersangka 2. Suami Melinda Dee Jadi Tersangka	Bareskrim polri menetapkan suami Melinda Dee resmi menjadi tersangka karena terbukti menerima aliran dana yang dijadikan mobil mewah. Isi berita sama
		Seputar Indonesia Siang	-	
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Sore	-	
18.	29 April	Seputar Indonesia Pagi	1. Andhika Gumilang Punya 6 KTP	Andhika Gumilang memiliki lebih dari 1 KTP yang menggunakan beragam identitas.
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	-	
		Reportase Siang	-	

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
18.	29 April	Seputar Indonesia Sore	-	
		Reportase Sore	-	
19	30 April	Seputar Indonesia Pagi	1. Adik Melinda Jadi Tersangka	Adik Melinda Dee dijadikan tersangka
		Reportase Pagi		Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Seputar Indonesia Siang		Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Reportase Siang		Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Seputar Indonesia Sore	-	
		Reportase Sore	-	
20.	7 Juni	Seputar Indonesia Pagi	1. Malinda Operasi Payudara	Inong Melinda dipastikan akan menjalankan operasi payudara. Menurut Anton Melinda sudah menjalani pra-operasi. Pada Minggu ini Melinda akan dioperasi di RS. Polri Kramat Jati.
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	-	
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Masalah Baru Melinda Dee	Melinda lebih dari sepekan terakhir berada di RS. Polri akibat operasi plastik yang pernah dilakukannya. Metode pembesaran payudara dengan silikon cari berakibat fatal. Metode Implant gel adalah cara yang teraman. Tekanan darah Melinda juga naik.
		Reportase Sore	1. Malinda Dee Sakit	Melinda Dee dirawat di Rs. Cendrawasih karena menderita radang payudara

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
20.	7 Juni	Reportase Sore	1. Malinda Dee Sakit	akibat infeksi payudara dari operasi plastik yang ia lakukan beberapa tahun di Singapura. Informasi mengenai penjelasan radang payudara disertai ilustrasi gambar.
21.	9 Juni	Seputar Indonesia Pagi	-	
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	1. Operasi Melinda Ditanggung Negara	Radang payudara Melinda rawan akibat fatal. Operasi ini sepenuhnya akan dibiayai oleh negara. Biaya operasinya sekitar 50 juta rupiah. Melinda mengalami radang payudara akibat implantasi silikon cair pada payudaranya. Metode payudara yang benar dengan memasukan gel atau lemak.
		Reportase Siang	-	
		Seputar Indonesia Sore	1. Melinda Dee Sakit	Mabes polri akan menanggung seluruh biaya operasi radang payudara tersangka kasus pencucian uang, Melinda Dee. Hal ini sesuai dengan ketentuan bahwa seluruh biaya pengobatan bagi tahanan yang menderita penyakit merupakan tanggung jawab oleh institusi polri. Melinda Dee akan dioperasi pekan depan di RS Polri Kramat Jati. Mabes polri juga akan mendatangkan dokter dari luar jika diperlukan.
		Reportase Sore	-	
22.	10 Juni	Seputar Indonesia Pagi	-	
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	-	
		Reportase Siang	-	

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
22.	10 Juni	Seputar Indonesia Sore	1. Sakit Melinda Dee	Pihak Mabes Polri menyatakan Melinda akan menjalani pembedahan di dada sekitar 14 Juni di Rs Swasta. Saat ini Melinda masih dalam keadaan sters, depresi, dan sesak napas. Menkes: Jamkesmas untuk warga tidak mampu.
		Reportase Sore	1. Melinda Sakit	Biaya operasi tersangka Melinda Dee ternyata diambil dari jamkesmas yang biasanya diperuntukkan bagi warga miskin. Sementara Melinda Dee bukanlah warga miskin.
23.	11 Juni	Seputar Indonesia Pagi	1. Operasi Melinda Dee	Biaya operasi Melinda.
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	-	
		Reportase Siang	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
		Seputar Indonesia Sore	-	
		Reportase Sore	-	Penulis tidak memperoleh rekaman video
24.	17 Juni	Seputar Indonesia Pagi	1. Operasi Melinda Dee	Melinda Dee dipindahkan ke RS. Siloam, alasannya karena ada alat medis yang tidak dimiliki RS. Polri. Biaya operasi yang dikabarkan lebih dari puluhan juta rupiah akan ditanggung oleh pihak keluarga.
		Reportase Pagi	-	
		Seputar Indonesia Siang	1. Operasi Payudara Melinda Dee	Hingga siang ini Melinda masih menjalani perawatan di RS. Siloam. Terkait dengan biaya operasi yang ditaksir lebih dari puluhan jutaan rupiah akan ditanggung Melinda.
		Reportase Siang	1. Malinda Dipindah	Melinda yang awalnya akan dioperasi di RS Kramat Jati Polri akan dioperasi di RS. Siloam. Biaya operasi Melinda Dee sempat menimbulkan kontroversi karena dikabarkan akan menggunakan jamkesmas untuk warga miskin.

No.	Tanggal	Program	Judul Berita	Deskripsi
		Seputar Indonesia Sore	1. Operasi Melinda Dee	Melinda Dee dipindah ke RS. Siloam Karawaci Tangerang untuk menjalani operasi radang payudara. Sampai saat ini belum diketahui kapan tepatnya Melinda akan dioperasi. Sementara biaya operasi akan ditanggung oleh keluarga Melinda. Dalam kasus Melinda, operasi akan dilakukan dalam beberapa tahap.
		Reportase Sore	-	

