



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini akan menjelaskan beberapa penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan dengan pembahasan yang sejenis, yaitu membahas objektivitas pemberitaan media.

Penelitian mengenai objektivitas pemberitaan media pernah dilakukan oleh Arga Raka, salah satu mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara, pada tahun 2016, dengan judul “Objektivitas Pemberitaan Terkait LGBT Dalam Surat Kabar Harian Republika”. Penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif dan bersifat deskriptif dengan tujuan mengukur seberapa besar tingkat objektivitas dari surat kabar harian Republika dalam memberitakan lesbian, gay, biseksual, dan transgender (LGBT) (Raka, 2016, p. 29).

Hasil penelitian tersebut memberikan jawaban bahwa berita-berita pada surat kabar harian Republika mengenai LGBT didominasi oleh penggunaan fakta psikologis. Sebanyak 57,14% fakta yang digunakan wartawan Republika adalah sebua fakta psikologis dan 40% jawaban lainnya merupakan fakta kombinasi. Dan sisa jawaban 2,86% sama sekali tidak mencantumkan fakta (Raka, 2016, p. 140).

Data yang di atas menunjukkan bahwa wartawan di harian Republika lebih suka menggunakan komentar dari narasumber sebagai sumber berita utamanya.

Surat kabar harian Republika juga dalam memberitakan fenomena LGBT hanya memenuhi prinsip relevansi, prinsip lain seperti prinsip keseimbangan (balance) dan netralitas belum terpenuhi. Dan pemberian porsi dalam menyampaikan pendapat dari narasumber juga tidak terpenuhi secara adil atau seimbang.

Dalam penelitian terdahulu lainnya yang juga sudah dilakukan oleh Georgene Suryani, mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, pada tahun 2015. Penelitian yang dibuat oleh Georgene Suryani berjudul “Objektivitas Pemberitaan Media Daring Berideologi Islam: Studi Analisis Isi Pemberitaan *VOA-Islam.com* Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok Selama Periode September-Oktober 2014” (Suryani, 2015, p. 18). Dalam penelitian ini Georgene Suryani menggunakan paradigm positifis dalam melihat berbagai fenomena yang terjadi.

Penelitian analisis isi kuantitatif ini menggunakan salah satu objek penelitian, yaitu berupa teks berita dari media daring *VOA-Islam.com* mengenai aksi penolakan terhadap Ahok dalam periode September-Oktober 2014. Untuk mengukur seberapa besar tingkat objektivitas pemberitaan yang dilakukan oleh *VOA-Islam.com*, Georgene Suryani mengelompokkan semua unit analisisnya ke dalam beberapa kategori, yaitu fakta, pencantuman waktu terjadinya peristiwa, atribusi, relevansi berita (*news value*), *cover both side*, pencampuran fakta dan opini, kesesuaian judul dan isi berita, dan yang terakhir dramatisasi (Suryani, 2015, p. 22)

Hasil dari penelitian Georgene Suryani menyatakan bahwa pemberitaan yang dibuat oleh *VOA-Islam.com* pencantuman fakta psikologis lebih mendominasi

sebesar 72,97%. Dalam kategori pencantuman waktu terjadinya peristiwa *VOA-Islam.com* sudah menerapkannya secara lengkap dan jelas dengan mencantumkan waktu terjadinya peristiwa, dalam kategori ini menghasilkan jawaban sebesar 78,38%, namun 21,96% sisanya tidak menerangkan waktu dan peristiwa. Dari segi atribusi sumber 64,86% dari keseluruhan berita yang benar-benar memenuhi syarat dalam atribusi sumber secara jelas dan spesifik. Kategori relevansi berita menunjukkan 83,76% sudah memiliki unsur *news value*. Dari segi keseimbangan yang diukur dari indikator *cover both sides*, hanya 13,51% yang memenuhi syarat *cover both sides*. Kemudian dalam kategori pencampuran fakta dan opini, sebanyak 75,68% memuat opini wartawan di dalam berita. Dari segi kesesuaian judul dan isi berita dari *VOA-Islam.com* dapat dikatakan sudah memenuhi kategori, yaitu sebesar 72,97%. Dan di kategori terakhir, yaitu kategori dramatisasi sebesar 89,91% *VOA-Islam.com* menggunakan dramatisasi dalam pemberitaannya (Suryani, 2015, p. 155).

Penelitian Georgene Suryani memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, perbedaan tersebut terletak pada objek penelitiannya. Georgene Suryani memilih *VOA-Islam.com* sebagai objek penelitian, berbeda dengan peneliti yang memilih media cetak Media Indonesia dan media cetak Kompas sebagai objek penelitian.

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	PENELITIAN I	PENELITIAN II
Nama Peneliti	Arga Raka	Georgene Suryani
Tahun Penelitian	2016	2015
Asal Penelitian/lembaga	Universitas Multimedia Nusantara	Universitas Multimedia Nusantara
Judul Penelitian	Objektivitas Pemberitaan Terkait LGBT Dalam Surat Kabar Harian Republika	Objektivitas Pemberitaan Media Daring Berideologi Islam: Studi Analisis Isi Pemberitaan <i>VOA-Islam.com</i> Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok Selama Periode September-Oktober 2014
Teori yang Digunakan	<ul style="list-style-type: none"> - Teori Tanggung Jawab Sosial - Teori Media Massa - Teori Media Cetak - Konsep LGBT - Konsep Objektivitas Westerstahl 	<ul style="list-style-type: none"> - Teori Tanggung Jawab Sosial - Teori Media Massa - Objektivitas Berita
Metode Penelitian	Analisis Isi Kuantitatif	Analisis Isi Kuantitatif
Hasil Penelitian	Hasil penelitian memberikan jawaban	Hasil penelitian menyatakan bahwa pemberitaan yang dibuat

	<p>bahwa berita-berita terkait LGBT pada surat kabar harian Republika didominasi oleh penggunaan fakta psikologis. Sebanyak 57,14% fakta yang digunakan wartawan Republika adalah fakta psikologis, sedangkan 40% lainnya merupakan fakta kombinasi. Kemudian juga terdapat 2,86% yang sama sekali tidak mencantumkan fakta.</p>	<p>oleh <i>VOA-Islam.com</i> pencantuman fakta psikologis lebih mendominasi sebesar 72,97%. Dalam kategori pencantuman waktu terjadinya peristiwa <i>VOA-Islam.com</i> sudah menerapkannya secara lengkap dan jelas dengan mencantumkan waktu terjadinya peristiwa, dalam kategori ini menghasilkan jawaban sebesar 78,38%, namun 21,96% sisanya tidak menerangkan waktu dan peristiwa. Dari segi atribusi sumber 64,86% dari keseluruhan berita yang benar-benar memenuhi syarat dalam atribusi sumber secara jelas dan spesifik. Kategori relevansi berita menunjukkan 83,76% sudah memiliki unsur <i>news value</i>. Dari segi keseimbangan yang diukur dari indikator <i>cover both sides</i>, hanya 13,51% yang memenuhi syarat <i>cover both sides</i>.</p>
--	--	---

		<p>Kemudian dalam kategori pencampuran fakta dan opini, sebanyak 75,68% memuat opini wartawan di dalam berita. Dari segi kesesuaian judul dan isi berita dari <i>VOA-Islam.com</i> dapat dikatakan sudah memenuhi kategori, yaitu sebesar 72,97%. Dan di kategori terakhir, yaitu kategori dramatisasi sebesar 89,91% <i>VOA-Islam.com</i> menggunakan dramatisasi dalam pemberitaannya.</p>
--	--	--

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Tanggung Jawab Sosial

Teori tanggung jawab sosial salah satu teori yang memiliki tujuan utama dalam hal kebebasan pers yang perlu disertakan dengan tanggung jawab sosial. Menurut Sieber, Peterson, dan Schram di dalam teori tanggung jawab sosial, media dikontrol oleh pendapat masyarakat, kode etik profesional, dan tindakan konsumen. Walaupun media memiliki kebebasan pers, mereka haruslah menerapkan teori ini agar media tidak

memberikan pemberitaan yang simpang siur atau tidak jelas yang dapat menyebabkan kesesatan masyarakat ataupun memberikan kesan atau penilaian negatif terhadap suatu hal (Severin & Tankard 2011, p.379).

Tanggung jawab sosial yang seharusnya dilakukan media massa dijalankan sesuai dengan fungs-fungsinya dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Menurut McQuail dalam Teori Komunikasi Massa (2011, p. 55) mengatakan bahwa media lebih dari sekedar tempat untuk memberikan opini, informasi, dan sejenisnya bagi masyarakat, melainkan juga dapat untuk menggambarkan apa yang menjadi realitas bagi masyarakat dan bagaimana kebebasan media dapat diklaim sehingga mampu dijalankan secara damai oleh masyarakat. Dan itu semua kembali lagi pada karakteristik yang memiliki standar format dan genre perilaku masyarakat untuk menggambarkan realitas sosial.

Menurut McQuail dalam *Mass Communication Theory* (2010, p. 171) menjelaskan prinsip utama yang ada di dalam teori tanggung jawab sosial, yaitu:

1. Media harus dapat mengarahkan masyarakat dan mencoba untuk menghindari segala sesuatu yang dapat menyebabkan kriminalitas, ketidaktertiban umum, dan penghinaan terhadap suatu etnik atau agama.
2. Media harus menerima dan memenuhi kewajiban-kewajiban tertentu kepada masyarakat.

3. Kewajiban tersebut harus dipenuhi dengan cara menetapkan standar yang profesional tentang informasi, kebenaran, ketepatan, objektivitas, dan keseimbangan.
4. Dalam menerima dan menerapkan kewajiban tersebut, media harus dapat mengatur diri sendiri dalam kerangka hukum dan lembaga yang sudah ada.
5. Media harus bersifat pluralis dan mencerminkan kebhinekaan masyarakatnya, dengan cara memberikan kesempatan yang sama dalam menyampaikan beberapa sudut pandang dan hak untuk menjawab.
6. Masyarakat dan publik haruslah berdasarkan prinsip yaitu, pertama memiliki hak dalam standar prestasi yang tinggi dan intervensi dibenarkan untuk mengamankan kepentingan umum.
7. Wartawan dan juga media profesional harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap masyarakat, atasan dan target konsumen.

Secara teoritis siaran pers tidaklah bebas, terdapat berbagai aturan untuk melindungi independensi dan profesionalisme pers. Kebebasan pers tersebut dapat digunakan untuk memberikan beberapa manfaat bagi masyarakat dan juga membebaskan media dari kepentingan pemiliknya (McQuail, 1987, p. 125).

Menurut Ardianto dkk (2007, p. 203) di dalam praktik jurnalistiknya pers Indonesia harus sesuai dengan teori tanggung jawab sosial, dan objektif dalam menyampaikan atau menyiarkan beritanya. Kebebasan pers akan lebih berguna, jika disertai dengan tanggung jawab, apapun yang disampaikan atau disiarkan oleh pers harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

2.2.2 Objektivitas Berita

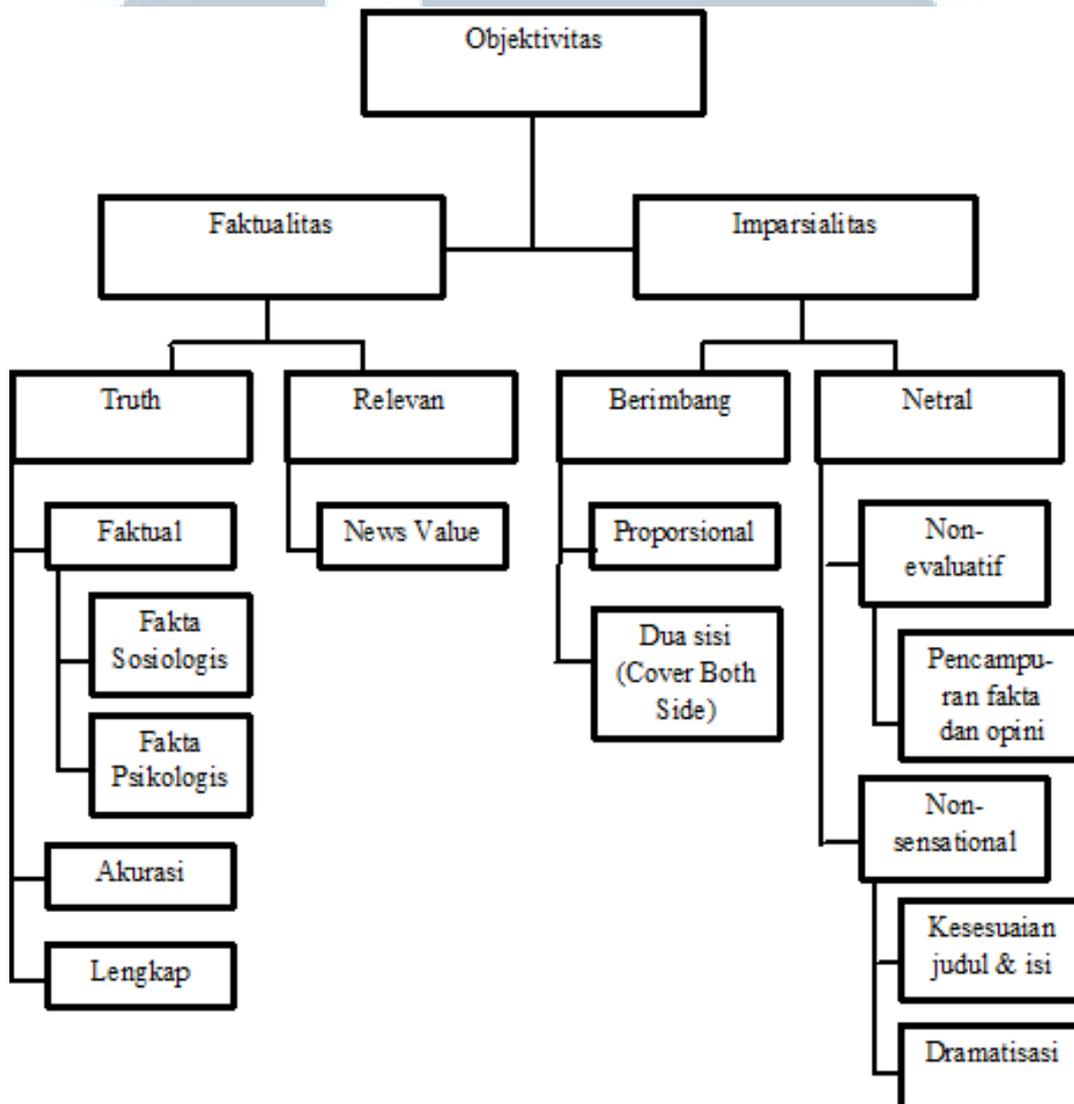
Berita adalah laporan yang terkoordinasi mengenai fakta ataupun ide-ide terbaru yang benar, menarik dan juga penting bagi para pembaca atau penikmatnya, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* seperti internet (Sumadiria, 2006, p. 65).

Dalam membuat berita seorang wartawan di dalam praktik jurnalistiknya harus berisikan informasi yang berkualitas. Salah satu syarat utamanya adalah wartawan haruslah menerapkan prinsip objektivitas dalam beberapa tahapan praktik jurnalistiknya. Berbagai tahapan yaitu, tahap pengumpulan, pengolahan, sampai penyebaran informasi.

Menurut McQuail (2011, p. 96) objektivitas adalah salah satu gagasan yang menuntut berita harus memiliki laporan yang dapat diandalkan dan juga harus jujur mengenai apa yang terjadi sebenarnya di dunia. Dengan cara seperti ini memperjelas bahwa berita media tradisional ataupun media baru lainnya harus bisa dipercaya dan menarik perhatian pembaca atau penikmatnya, tanpa harus merekayasa berita yang seharusnya disampaikan. Konsep Westertahl menyangkut objektivitas

berita yang telah dirinci lebih lanjut oleh Denis McQuail dijelaskan lebih lanjut pada bagan berikut ini.

Bagan 2.1 Objektivitas Berita Westertahl



Sumber: (McQuail, 1992, p. 196)

Menurut Westerstahl dimensi pertama adalah objektivitas adalah faktualitas. Faktualitas berkaitan erat dengan objektivitas seorang wartawan, bahwa berita memberitahukan masyarakat mengenai keadaan

dunia yang sebenarnya (McQuail, 2011, p. 96). Faktualitas dibagi lagi menjadi dua subdimensi, yaitu kebenaran dan relevansi.

Dalam subdimensi kebenaran, seorang wartawan harus membuat atau menyampaikan berita sesuai dengan fakta yang ada di lapangan, tanpa ada informasi yang dipalsukan atau dibuat-buat di dalam berita. Dalam meneliti subdimensi kebenaran, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu, faktual, akurasi, dan lengkap.

Faktual berarti bagaimana wartawan menyampaikan berita sesuai dengan fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan. Lalu akurasi, dijelaskan secara sederhana, yaitu ketepatan data dan informasi yang diberikan wartawan secara cermat (Ardianto, 2007 p. 208). Akurasi juga merupakan salah satu faktor dari kesesuaian fakta dengan peristiwa yang sebenarnya. Dan yang terakhir adalah lengkap, maksudnya berita diberikan secara keseluruhan, baik fakta maupun peristiwa.

Subdimensi kedua dari faktualitas adalah relevansi. Dalam Nordenstreng “relevansi dijelaskan sebagai suatu proses seleksi berita terhadap apa yang penting bagi penerima yang ditujukan kepada masyarakat dan dilaksanakan menurut prinsip yang jelas dan berhubungan” (McQuail, 2011, p. 223). Sebuah informasi dapat dikatakan

relevan apabila hal tersebut berguna dan sesuai bagi kebutuhan khalayak.

Dalam subdimensi relevansi ada beberapa gagasan dan kriteria yang membahas sebuah informasi dapat dikatakan relevan, yang pertama adalah sumber kriteria adalah apa yang dikatakan teori seperti itulah berita yang

seharusnya; kedua adalah apa yang sudah diputuskan oleh jurnalis profesional sebagai hal yang paling relevan; dan yang ketiga adalah apa yang dimaksud oleh khalayak sebagai sesuatu yang menarik dan berguna (McQuail, 2011, p. 97). Dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada gagasan yang ketiga yaitu nilai berita.

Alasan peneliti hanya meneliti bagian faktualitas, karena banyaknya hoaks yang beredar saat pemilu seperti ini, menurut Kementerian Kominfo sekita 1.645 hoaks yang muncul dari bulan Agustus tahu lalu (Zamani, 2019, para. 2). Dan peneliti ingin mengetahui isi berita yang disajikan oleh media cetak Kompas dan Media Indonesia apakah sudah sesuai dengan fakta yang ada.

2.2.3 Media Cetak

Media cetak merupakan media massa pertama yang ada di dunia dan media cetak terus berkembang dalam kehidupan masyarakat global. Seiring berkembangnya zaman media cetak berperan sangat penting dalam fungsinya sebagai pengawasan dan sumber informasi. Dalam sudut pandang jurnalistik, semua informasi yang disediakan kepada khalayak haruslah benar, jelas, akurat, dan juga harus bisa meningkatkan minat dan selera khalayak dalam membaca (Fikri, 2018, p. 81).

Ada dua hal yang mempengaruhi jurnalistik media cetak yaitu, faktor verbal dan faktor visual. Di faktor verbal, kita ditekankan untuk memilih serta menyusun kata dalam susunan kalimat dan paragraf yang efektif maupun komunikatif. Disisi lain faktor visual, membahas pada

kemampuan kita dalam menyusun, menempatkan dan mengatur tata letak yang menyangkut segi tampilan (Sumadiria, 2006, p. 4).

Menurut Stanley J. Baran (2012, p. 142), surat kabar dalam ruang lingkungannya dibagi menjadi beberapa tipe yaitu, surat kabar harian nasional, harian kota besar metropolitan, mingguan dan semi – mingguan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Mengikuti teori tanggung jawab sosial, suatu kasus yang diberitakan oleh media massa, harus memiliki hasil pemberitaan yang layak serta berkualitas dan juga informatif bagi khalayak. Objektivitas sangat diperlukan dalam melakukan hal tersebut.

Hal ini juga yang harus dilakukan atau dilaksanakan dalam melakukan pemberitaan mengenai Pemilu 2019 di Indonesia. Mempertahankan objektivitas menjadi salah satu tugas yang harus dilaksanakan atau dipatuhi oleh media massa. Itulah mengapa, dalam menyajikan informasi kepada khalayak, media massa tidak boleh membuang objektivitasnya. Dalam menyampaikan berita, unsur objektivitas seperti faktualitas berita menjadi unsur yang utama dalam menyampaikan sebuah berita.

Maka dari itu, objektivitas pemberitaan Pemilu 2019 di media cetak Kompas dan Media Indonesia dapat diketahui dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Alasan menggunakan analisis isi kuantitatif dikarenakan hasil yang akan didapatkan dalam penelitian ini berupa angka dari total seluruh populasi atau sampel yang diteliti, dan dijalankan secara objektif.

Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran

