

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum memulai penelitian ini, penulis telah mencari beberapa penelitian terdahulu yang dirasa relevan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan rujukan untuk memperjelas dan membantu proses penelitian ini. Dari hasil pengamatan terhadap beberapa penelitian yang ada, diperoleh tiga penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, mengenai konsep objektivitas milik Westerstahl. Berikut adalah penjabaran dari hasil tiga penelitian terdahulu yang telah penulis dapatkan:

Penelitian terdahulu yang pertama,, merupakan skripsi yang disusun oleh Eka Aprilia yang disetujui pada 10 April 2019, dengan judul Objektivitas Pemberitaan Pilkada Putaran Kedua DKI Jakarta 2017 di Tribunnews.com dan Detik.com Periode 7 Maret – 20 April 2017. Pertanyaan penelitian yang ditanyakan pada penelitian ini ada tiga yaitu, seberapa besar tingkat objektivitas pemberitaan Tribunnews.com pada isu Pilkada DKI 2017, kemudian, seberapa besar nilai per indikator yang terdapat pada skema objektivitas pada Detik.com dan yang terakhir adalah media manakah yang memiliki nilai objektivitas lebih tinggi (Aprillia, 2019, p.6).

Tujuan penelitian dari jurnal ini guna untuk mengetahui tingkat objektivitas pemberitaan dalam Tribunnews.com dan Detik.com dalam

memberitakan Pilkada 2017 putaran kedua DKI Jakarta dalam bentuk persentase, dan mencari tahu media mana yang memiliki tingkat objektivitas yang lebih tinggi. Menurut Eka Aprillia, skripsinya memiliki keterbatasan pada pemahamannya terkait dengan keilmuan dasar kuantitatif, yang dirasa dapat menghambat proses penelitiannya. Kedua adanya perbedaan format berita pada kedua media yang Eka Aprillia teliti (Aprillia, 2019, p.7)

Ada kesamaan konsep yang dipakai pada penelitian ini yaitu konsep objektivitas milik Westerstahl, dimana konsep ini digunakan sebagai alat ukur dari media yang diteliti oleh Aprillia (Aprillia, 2019, p.24)

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif-deskriptif, dengan analisis tersebut digunakan untuk mengkaji isi objektivitas pemberitaan pilkada pada kedua situs berita tersebut dan dengan hasil akhir berupa persentase tiap indikator objektivitas Westerstahl pada berita Pilkada 2017 putaran kedua di setiap media, merupakan analisis isi kategorisasi. Jumlah berita yang diujikan ada Tribunews.com (37) dan Detik.com (40).

Hasil pada indikator faktualitas di Detik.com menunjukkan (52,5%) berita mengandung fakta sosiologis urutan kedua lebih banyak menggunakan fakta kombinasi (27,5%) dan terakhir paling sedikit menggunakan fakta psikologis (20%) (Aprillia, 2019, p.60). Pada Tribunews.com, yang lebih banyak menggunakan fakta psikologis (51,35%) dalam pemberitaan mengenai Pilkada DKI Jakarta putaran kedua 2017 ini, dengan urutan kedua fakta kombinasi (27,02%), dan terakhir fakta

sosiologis (21,63%) Pada Indikator Akurat hasil analisis menunjukkan Detik.com akurat (97,5%) dan Tribunnews.com akurat (97,30%) (Aprillia, 2019, p.60- 61). Pada indikator lengkap menunjukkan Tribunnews.com memiliki berita lengkap sebesar (70,20%,) dan Detik.com sebesar (82,5%) (Aprillia, 2019, p.61). Pada indikator jurnalistik, menunjukkan Tribunnews.com memiliki berita yang relevan sebesar (72,98%,) dan Detik.com sebesar (72,5%) kemudian pada indikator dua sisi, Tribunnews.com memiliki berita yang memberitakan dua sisi sebesar (13,51%,) dan Detik.com sebesar (5%) (Aprillia, 2019, p.62-63) pada indikator proporsional Detik.com pada pemberitaan Pilkada DKI Jakarta putaran kedua 2017 ini menghasilkan berita yang tidak proporsional sebesar (95%), dan pemberitaan yang proporsional hanya ada (5%).

Begitu pula dengan Tribunnews yang hanya memberitakan 13,51% berita yang proporsional dan sebesar (86,49%) diberitakan tidak dengan tidak proporsional (Aprillia, 2019, p.64). kemudian hasil pada indikator non evaluatif Detik.com mendapat hasil (100%) pada pemberitaan yang non evaluatif, dan Tribunnews mendapatkan (91,90%), dan yang terakhir adalah indikator non sensasional, Detik.com sebesar (95%) dan Tribunnews.com mendapat (89,20%) pada jumlah pemberitaan yang dinilai non sensasional (Aprillia, 2019, p.65-66)

Alasan penulis memilih skripsi dari Eka Aprilia ini sebagai salah satu referensi yang penulis cantumkan dalam penelitian terdahulu, karena penulis menggunakan konsep objektivitas Westerstahl yang sama dengan penelitian Eka Aprilia ini diharapkan membantu penulis dalam menurunkan

konsep objektivitas milik Westerstahl menjadi alat ukur yang reliabel dalam menakar tingkat objektivitas suatu pemberitaan.

Penelitian terdahulu yang kedua, merupakan skripsi yang disusun oleh Usis Gita yang disetujui pada 14 Januari 2020, dengan judul *Tingkat Objektivitas Tayangan Talkshow Election Talk di Metro Tv dalam Membahas Pemilu 2019*. Pertanyaan penelitian yang digunakan pada skripsi ini ada dua yaitu, seberapa tinggi tingkat objektivitas pada episode *Talkshow Election Talk* Metro TV dalam membahas mengenai pemilu 2019, dan yang kedua adalah Seberapa tinggi skor masing-masing indikator objektivitas pada episode *Talkshow Election Talk* Metro TV dalam membahas mengenai pemilu 2019 (Gita, 2019, p.7). Skripsi ini mempunyai dua tujuan yaitu untuk mengetahui tingkat objektivitas pada episode *Talkshow Election Talk Metro TV* dalam membahas mengenai pemilu 2019 dan Untuk mengetahui nilai skor masing-masing indikator objektivitas pada episode *Talkshow Election Talk Metro TV* dalam membahas pemilu 2019 (Gita, 2019, p.8).

Penelitian ini juga menggunakan konsep utama yang sama, yaitu konsep objektivitas milik Westerstahl. Yang dimana konsep ini menjadi alat ukur analisis konten jurnalistik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis isi kuantitatif dan bersifat deskriptif.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik dokumentasi dan studi dokumen untuk mendapatkan data. Hasil penelitian dari skripsi Usis Gita ini mendeskripsikan tingkat objektivitas pada acara *Talkshow Election Talk* di Metro Tv dengan menggunakan skor.

Alasan penulis memilih jurnal dari Usis Gita sebagai salah satu referensi yang penulis cantumkan dalam penelitian terdahulu, karena terdapat kesamaan penggunaan konsep objektivitas milik Westerstahl dan penggunaan sistem skoring berdasarkan konsep objektivitas milik Westerstahl, yang penulis harapkan dapat membantu penulis dalam proses kategorisasi variabel.

Penelitian yang terakhir merupakan skripsi yang disusun oleh Mohammad Ichsan Rafi, skripsinya yang berjudul *Perbedaan Tingkat Objektivitas Pemberitaan Isu Lgbt Di Media Online Vice Indonesia Dan Kompas.Com Pada Periode Januari 2019 – Februari 2020* dirasa penulis cukup relevan karena salah satu tujuan dari penelitian Ichsan ini apakah ada perbedaan yang signifikan pada tingkat objektivitas pemberitaan LGBT pada *Kompas.com* dan *Vice Indonesia* periode Januari 2019-Februari 2020. Kemudian ada dua tujuan lainnya yaitu melihat tingkat objektivitas kedua media pada pemberitaannya terkait LGBT pada periode Januari 2019 – Februari 2020 (Rafi, 2020). Tujuan ketiga dari penelitian Ichsan adalah mencari tahu indikator apa yang paling menonjol pada konsep Objektivitas yang digunakan sebagai alat ukur objektivitas pemberitaan. Konsep utama pada penelitian ini juga konsep objektivitas milik Westerstahl.

Penelitian milik Ichsan ini merupakan penelitian kuantitatif bersifat deskriptif. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu isu sosial (Rafli, 2020, p.51). Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Populasi yang dipakai pada penelitian ini adalah (35) berita dari *Kompas.com* dan (35) berita dari *Vice Indonesia* total populasi

adalah (70) beita. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian Ichsan adalah *Total Sampling*, mempertimbangkan jumlah berita yang hanya (70) Ichsan memutuskan untuk melakukan analisis pada keseluruhannya (Rafli, 2020, p.56). Hasil penelitian dari skripsi Ichsan menemukan bahwa, tingkat objektivitas pada Vice Indonesia pada pemberitaan LGBT adalah 4,17 yang masuk dalam kategori sedang, kemudian pada *Kompas.com* tingkat objektivitas pemberitaan LGBT adalah 5,17 yang masuk dalam kategori tinggi (Rafli, 2020, p.138). Penelitian Ichsan juga menemukan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada tingkat objektivitas pemberitaan kedua media pada isu LGBT (Rafli, 2020, p.139).

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Eka Aprillia | Usis Gita | Mohammad Ichsan Rafi |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Judul Penelitian | OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN PILKADA PUTARAN KEDUA DKI JAKARTA 2017 DI TRIBUNNEWS.COM DAN DETIK.COM PERIODE 7 MARET – 20 APRIL 2017 | TINGKAT OBJEKTIVITAS TAYANGAN TALKSHOW ELECTION TALK DI METRO TV DALAM MEMBAHAS PEMILU 2019 | PERBEDAAN TINGKAT OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN ISU LGBT DI MEDIA ONLINE VICE INDONESIA DAN KOMPAS.COM PADA PERIODE JANUARI 2019 – FEBRUARI 2020 |
| Hasil Penelitian | Menganalisis isi berita dari sisi objektivitas pemberitaan pilkada DKI Jakarta putaran kedua 2017 pada Tribunnews.com dan Detik.com. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar objektivitas yang dilakukan oleh kedua media tersebut dalam bentuk persentase yang dibagi ke dalam (8) indikator. | menganalisis tingkat objektivitas tayangan talkshow <i>Election Talk</i> di Metro Tv dan membandingkan rata-rata skornya | Melihat apakah ada perbedaan yang signifikan pada pemberitaan LGBT pada media <i>Kompas.com</i> dan Vice Indonesia |

| | | | |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevansi | Kesamaan penggunaan konsep objektivitas Westerstahl, dan menjadi salah satu acuan dalam kategorisasi variabel. | Kesamaan penggunaan konsep objektivitas Westerstahl, dan menjadi salah satu acuan dalam kategorisasi variabel juga pada penelitian ini menggunakan sistem skoring dalam analisis data. | Kesamaan penggunaan konsep objektivitas Westerstahl, dan menjadi salah satu acuan dalam kategorisasi variabel juga pada penelitian ini menggunakan sistem skoring dalam analisis data. |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Hirarki Pengaruh Terhadap Isi Media

Banyak faktor yang memengaruhi bagaimana berita diberitakan pada suatu media. Berita dapat dipengaruhi bagaimana pandangan, latar belakang dari wartawan peliput berita tersebut, atau juga dapat dipengaruhi dari pandangan, afiliasi atau juga kepentingan politik dari si pemilik media. Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Shoemaker & Reese (Shoemaker & Reese, 2013, p.7) ada beberapa faktor yang memengaruhi isi dari media.

Faktor-faktor yang memengaruhi konten media dapat diklasifikasikan pada beberapa tingkat analisis, yang telah dikemukakan oleh Gans (1979) dan Gitlin (1980) yang nantinya dapat dimasukan pada model yang lebih besar (Shoemaker & Reese, 2013, p.7) yaitu adalah

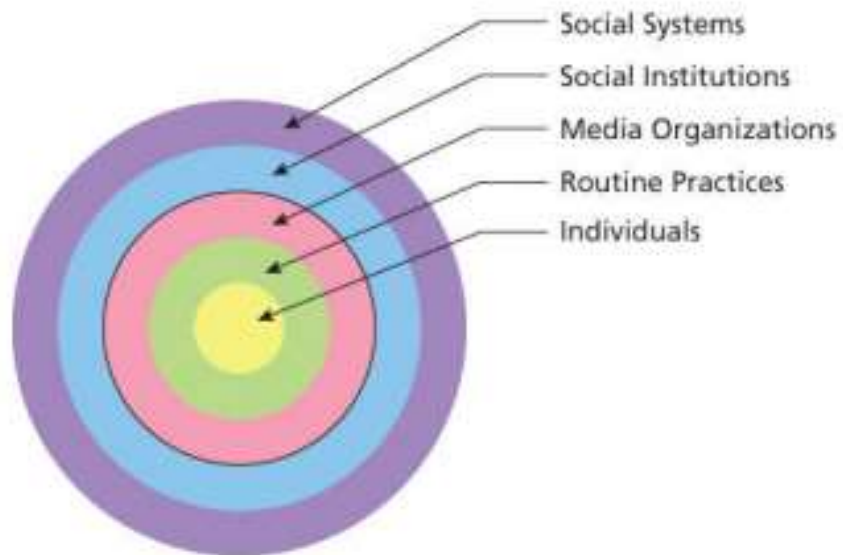
1. **Konten dipengaruhi oleh sosialisasi dan sikap pekerja media.** Ini adalah pendekatan yang berpusat pada komunikator, menekankan faktor psikologis yang memengaruhi pekerjaan individu: profesional, pribadi, dan politik.

2. **Konten dipengaruhi oleh organisasi media dan rutinitas.** Pendekatan ini beranggapan bahwa konten muncul langsung dari hakikat bagaimana kerja media diorganisir. Rutinitas organisasi di mana seorang individu beroperasi membentuk sebuah struktur, membatasi tindakan sekaligus memungkinkannya.
3. **Konten dipengaruhi oleh institusi sosial lainnya.** Pendekatan ini menemukan dampak besar pada konten yang berada di luar organisasi dan komunikator: kekuatan ekonomi, politik, dan budaya. Tekanan audiens dapat ditemukan dalam penjelasan "pasar" tentang "memberikan apa yang diinginkan publik".
4. **Konten adalah fungsi dari posisi ideologis dan alat untuk mempertahankan status quo.** Yang disebut pendekatan hegemoni menempatkan pengaruh besar pada konten media sebagai tekanan untuk mendukung status quo, untuk mendukung kepentingan mereka yang berkuasa di masyarakat.

Berdasarkan dari klasifikasi Gans dan Gitlin diatas Shoemaker dan Reese merumuskan model dari hirarki pengaruh ini. Pada model tersebut (Gambar 2.1) terdapat lima tingkatan pengaruh, *Individual, Routine Practices,*

Media Organizations, Social Institutions, dan Social Systems.

Gambar 2.1 Model Hirarki Pengaruh Shoemaker & Reese



Sumber: Shoemaker & Reese 2013

Pengaruh pada tingkat terdalam adalah tingkat *individuals*, dimana faktor ini mencakup pada karakteristik komunikator individu yang ada pada latar belakang, agama, pendidikan, dsb. dari wartawan peliput berita (Shoemaker & Reese, 2013, p.8).

Tingkat selanjutnya *Routine Practices*, mencakup pada faktor yang paling membatasi dan memungkinkan, pola yang lebih besar, atau rutinitas di mana individu beroperasi (Shoemaker & Reese, 2013, p.8).

Tingkat *Media Organizations* dibedakan dari rutinitas dalam menggambarkan pengaruh entitas terorganisir yang lebih besar di

mana individu beroperasi, konteks yang lebih besar dari *Routine Practices*, adalah yang mencakup peran pekerjaan, kebijakan redaksi, dan bagaimana perusahaan itu sendiri terstruktur. Level ini dapat dikatakan paling berpengaruh pada isi media daripada dua level sebelumnya. Media adalah pemegang kontrol terbesar, dan pada banyak kasus wartawan media dikontrol oleh institusi medianya, jadi wartawan akan tunduk. Sebagai contoh, jika media A memiliki afiliasi tertentu terhadap suatu partai politik, maka bisa saja pemberitaan mengenai partai politik tersebut lebih banyak dan lebih positif (Shoemaker & Reese, 2013, p.8).

Social Institutions, tingkat ini menggambarkan pengaruh yang timbul dari bidang trans-organisasi yang lebih besar, bagaimana organisasi media bergabung menjadi lembaga yang lebih besar yang menjadi bagian dari hubungan terstruktur yang lebih besar karena mereka bergantung dan bersaing dengan lembaga sosial kuat lainnya (Shoemaker & Reese, 2013, p.8). contoh praktis pada tingkat ini adalah bagaimana media memilih narasumbernya.

Social Systems, merupakan tingkatan terluar dari model ini, tingkat ini mencakup pengaruh pada konten dari sistem secara keseluruhan. Ini termasuk kekuatan ideologis dalam arti bahwa mereka menyangkut gagasan dan makna dalam melayani kepentingan dan kekuasaan — mencakup bagaimana semua tingkatan lainnya menghasilkan hasil yang lebih besar. Perspektif ini juga cocok untuk perbandingan lintas negara tentang bagaimana

konteks nasional dan budaya memengaruhi kinerja media. Sebagai contoh, bila media melayani elite politik, dapat menjadi kehilangan keobjektifannya karena media hanya berfokus pada kepentingan elite politik untuk memihak ideologi elite politik tertentu dan akhirnya media yang seharusnya berimbang malah menjadi tidak berimbang (Shoemaker & Reese, 2013, p.8).

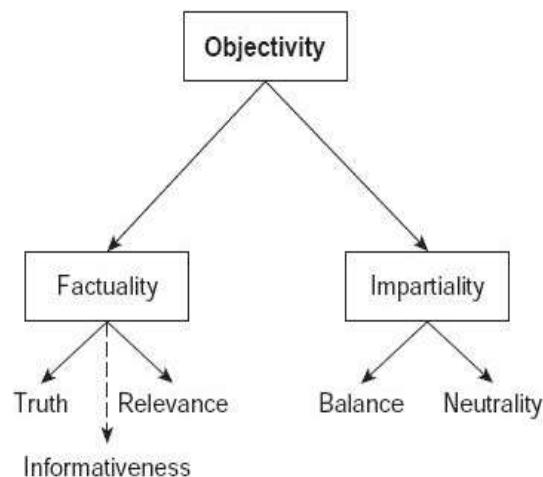
2.2.2 Objektivitas

Objektivitas merupakan konsep paling sentral dalam teori media yang berkaitan dengan kualitas informasi, terutama jika diterapkan pada informasi yang diolah menjadi sebuah berita. Objektivitas adalah bentuk tanggung jawab dari pelaksanaan sebuah media dan juga dalam kegiatan pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran sebuah informasi (Mc Quail, 2010, p. 264).

Tiga ciri objektivitas dalam pelaksanaan pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran sebuah berita, Mc Quail menjelaskan (dalam, Mc Quail, 2010, p. 264) ciri utama adalah adopsi posisi yang tidak terikat dan netral terhadap objek pelaporan. Kedua, adanya upaya untuk menghindari keberpihakan: tidak memihak dalam suatu konflik atau menunjukkan bias keberpihakan terhadap pihak tertentu. Ketiga, objektivitas membutuhkan hubungan yang erat pada akurasi dan kriteria kebenaran lainnya (seperti relevansi dan kelengkapan). Ini juga akan mengurangi asumsi audiens akan adanya motif tersembunyi media kepada pihak ketiga.

Proses observasi dan pelaporan dengan demikian tidak akan terkontaminasi oleh subjektivitas, juga tidak akan mengganggu realitas yang sedang diberitakan (dalam, Mc Quail, 2010, p. 265) Dalam beberapa kondisi (seperti penindasan politik, krisis, perang dan represi aparat yang berlebihan), kebebasan melaporkan informasi hanya dapat diperoleh dengan imbalan jaminan pelaporan yang objektif. Namun di sisi lain, kebebasan pers ini juga termasuk hak untuk bias atau berpihak yang tentunya sangat bertentangan dengan konsep objektivitas ini.

Gambar 2.2 Konsep objektivitas menurut Westerstahl



Sumber: Mc Quail, 2010

Salah satu versi konsep objektivitas yang dikemukakan oleh Westerstahl(1983) mencoba masuk dalam konteks mengukur, seberapa tingkat objektivitas pemberitaan, ia menggunakan skema ini pertama kali untuk mengukur objektivitas siaran televisi Swedia. Versi ini (Gambar 2.1) mengakui bahwa objektivitas harus

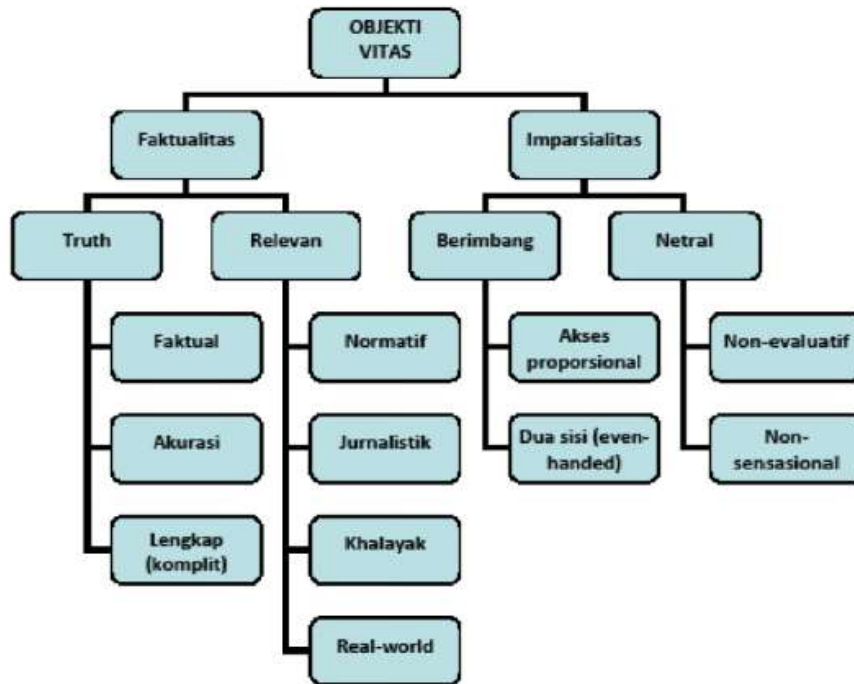
berhubungan dengan nilai-nilai serta fakta dan fakta juga memiliki implikasi yang evaluatif (Mc Quail, 2010, p. 267).

Dalam skema ini, 'faktualitas' merujuk, pertama, pada bentuk pelaporan yang berhubungan dengan peristiwa dan pernyataan yang dapat diverifikasi terhadap sumber dan disajikan tanpa ditambahkan dengan opini, atau setidaknya dipisahkan dengan jelas dari opini apapun (Mc Quail, 2010, p. 266). Faktualitas melibatkan beberapa 'kriteria kebenaran' lainnya: kelengkapan akun, akurasi, dan niat untuk tidak menyesatkan atau menekankan apa yang relevan. Aspek utama kedua dari faktualitas adalah 'relevansi'. Ini lebih sulit untuk didefinisikan dan dicapai dengan cara yang objektif. Ini berkaitan dengan proses seleksi daripada bentuk presentasi dan mensyaratkan bahwa seleksi berlangsung sesuai dengan prinsip yang jelas dan koheren tentang apa yang penting bagi penerima dan / atau khalayak yang dituju (Nordenstreng, 1974) (Mc Quail, 2010, p. 266-267).

Menurut skema Westerstahl, (pada Mc Quail, 2010, p. 266) imparsialitas mengandaikan 'sikap netral' yang harus dicapai melalui kombinasi antara (waktu / ruang / penekanan yang sama atau proporsional) antara interpretasi yang berlawanan, sudut pandang atau versi peristiwa, dan netralitas dalam presentasi. Skema pada Gambar 2.1 telah diberi elemen tambahan, yaitu 'keinformatifan', yang penting untuk makna objektivitas yang lebih lengkap. Referensi adalah kualitas konten informasi yang akan meningkatkan

peluang untuk benar-benar menyampaikan informasi kepada audiens (Mc Quail, 2010, p. 266-267).

Gambar.2.3 Skema Objektivitas Yang Disempurnakan Mc Quail



Sumber: Eriyanto, 2011

Delapan indikator yang penulis ambil sebagai alat ukur artikel berita dari konsep objektivitas Westerstahl ini adalah,

1. Faktualitas menurut Eriyanto dalam bukunya (Eriyanto, 2011, p.195) adalah pemisahan fakta dari opini dan komentar. Faktualitas merupakan fakta yang ada pada dalam pemberitaan. Mengacu pada argumen McQuail, faktualitas terbagi menjadi dua yaitu (Siahaan, 2001, p.100) fakta sosiologis adalah fakta yang berdasarkan pada kejadian nyata yang faktual, juga dapat berupa kesaksian dari narasumber. Kemudian fakta psikologis adalah fakta berita yang dibangun berdasarkan pada opini akan

suatu kejadian. Opini yang dipakai biasanya berasal dari narasumber yang memiliki latar belakang pendidikan, agama, status sosial, dan atau pengalaman pribadi yang relevan pada isu yang diangkat.

2. Akurasi (Dewabrata, 2006, p. 103-104) Ketepatan dan kecermatan jurnalis dalam penulisan, angka, tanggal, dan atribusi narasumber pada berita.
3. Kelengkapan, naskah berita memiliki unsur 5W + 1 H (What, When, Where, Who, Why + How)
4. Relevansi (Jurnalistik), artikel berita memiliki setidaknya satu *news value*.
5. Proporsional, memberitakan kedua sisi secara proporsional.
6. Dua sisi (*Cover both sides*), berita tidak hanya memberitakan dari satu sudut pandang saja/satu sisi saja.
7. Non-evaluatif, wartawan tidak mengevaluasi atau menilai benar atau salah atas suatu kejadian.
8. Non-sensasional, tidak menggunakan kata yang berlebihan atau hiperbola. Kesesuaian artikel berita dengan judul.

Kedelapan indikator ini diambil berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang telah terbukti sebagai alat ukur yang reliabel untuk pengukuran tingkat objektivitas. Konsep objektivitas yang dikemukakan oleh Westerstahl inilah yang akan penulis gunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

2.2.3 Berita Politik

Menurut William (Romli, 2009, p.35) berita adalah penyampaian informasi secara benar dan tidak memihak dari fakta yang memiliki arti penting dan aktual, yang dapat menarik perhatian publik ke surat kabar yang memuat berita tersebut. Politik adalah kegiatan yang menyangkut penentuan tujuan-tujuan dan pelaksanaan tujuan itu. Menurutnya politik membuat konsep-konsep pokok tentang negara (*state*), kekuasaan (*power*), pengambilan keputusan (*decision marking*), kebijaksanaan (*policy of beleid*), dan pembagian (*distribution*) atau alokasi (*allocation*) (Budiarjo, 2008, p. 9-13). Pengertian politik menurut Wilbur White adalah ilmu yang mempelajari tentang asal mula, bentuk-bentuk dan proses-proses negara dan pemerintah (dikutip dalam Ebyhara, 2010, p. 41).

Berita politik merupakan suatu informasi sesuai fakta dan tidak memihak yang membahas tentang bentuk-bentuk dan proses-proses negara dan pemerintah. Konsep ini akan digunakan oleh penulis sebagai objek penelitian yang diambil dari artikel-artikel di media *Mediaindonesia.com*, *Kompas.com* dan *Tempo.co*.

2.3 Alur Penelitian

Berdasarkan apa yang telah dijabarkan pada teori dan konsep, dapat diasumsikan bahwa kepemilikan media dapat memengaruhi tingkat objektivitas sebuah media. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu tingkat objektivitas pemberitaan UU Cipta Kerja pada *Mediaindonesia.com*,

Tempo.co, dan *Kompas.com*, juga penelitian ini juga bertujuan untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan pada perbedaan tingkat objektivitas ketiga media tersebut pada pemberitaan UU Cipta Kerja periode 1-31 Oktober 2020. Karena diketahui bahwa *Mediaindonesia.com* merupakan bagian dari media konglomerat Media grup yang memiliki afiliasi politik dengan Nasdem yang merupakan salah satu pendukung pengesahan UU ini. Kemudian *Kompas.com* bagian dari media konglomerat Kompas Gramedia namun tidak memiliki afiliasi politik, yang terakhir *Tempo.co* merupakan media non konglomerat dan tidak memiliki afiliasi politik.

Untuk menjawab tujuan penulis perlu mengumpulkan sampel berita untuk dianalisis tingkat objektivitasnya. Alat ukur objektivitas pada penelitian ini adalah konsep objektivitas Westerstahl, dimana konsep ini akan digunakan untuk mengukur pemberitaan UU Cipta Kerja pada ketiga media tersebut. Berikut adalah alur penelitian pada penelitian ini.

