



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

Pada sub judul Penelitian Terdahulu, penulis mencantumkan dua materi yang mengkaji objektivitas pemberitaan di media daring. Literatur tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan adanya kesamaan topik (mengenai objektivitas pemberitaan oleh media) dan metode penelitian (analisis isi kuantitatif).

Penelitian terdahulu yakni berjudul Objektivitas Berita Bias Gender dalam Media Online. Penelitian tersebut terkait pemberitaan kecelakaan Novi Amilia dalam portal berita *Detik.com* periode 11 Oktober–11 November 2012. Penelitian itu dibuat oleh Rosa De Lima Rima Christofiana, mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tujuan penelitian tersebut untuk mengulas bagaimana objektivitas berita diterapkan mengenai pemberitaan kecelakaan Novi Amilia dalam *Detik.com*. metode penelitian yang digunakan yakni analisis isi kuantitatif. Sedangkan, konsep objektivitas yang digunakan J. Westerstahl. Konsep objektivitas J. Westerstahl terbagi dalam imparialitas dan fakutalitas. Dari hasil penelitian Rosa De Lima Rima Christofiana bahwa *Detik.com* tidak objektif terkait bias gender

dalam pemberitaan Novi Amilia. Terbukti dari kelengkapan unsur berita (5W+1H) *Detik.com* hanya memenuhi 64,4%, kemudian 71,2% dari keseluruhan unsur berita mengandung unsur fetisisme seksual yang memunculkan adanya bias gender.

Selanjutnya penelitian mengenai objektivitas pemberitaan di media massa telah dilakukan oleh Georgene Suryani, Salah satu mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara, pada 2015. Penelitian tersebut tertuang dalam skripsinya yang berjudul “Objektivitas Pemberitaan Media Daring Berideologi Islam (Studi Analisis Isi Pemberitaan Terhadap VOA-Islam.com Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok Selama Periode September-Oktober 2014). Penelitian ini menggunakan paradigma positivis dalam melihat fenomena yang terjadi.

Penelitian analisis isi kuantitatif ini menggunakan objek berupa teks berita pemberitaan VOA-Islam.com terkait aksi penolakan terhadap Ahok selama periode (September-Oktober 2014). Guna mengukur seberapa besar tingkat objektivitas portal berita VOA-Islam.com tersebut. Dengan demikian, situs VOA-Islam dalam memberitakan penolakan terhadap Ahoknya mampu memenuhi prinsip relevansi, sedangkan prinsip keseimbangan (*balance*) dan netralitas belum terpenuhi. Prinsip akurasi juga tidak terpenuhi secara sempurna. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa VOA-Islam tidak objektif dalam memberitakan soal penolakan terhadap Ahok di medianya.

Terdapat perbedaan antara dua penelitian tersebut dengan peneliti. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Jika Rose De Lima Rima Christofiana meneliti objektivitas *Detik.com*, kemudian Georgene Suryani meneliti objektivitas *Voa-Islam*, sedangkan peneliti mengkaji tentang Objektivitas pemberitaan media daring *Republika.co.id*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Mahasiswa / NIM	Metode Penelitian	Teori yang dipakai	Kesimpulan	Keterangan
1	Objektivitas Berita Bias Gender dalam Media Online Detik.com	Rosa De Lima	Analisis isi (Kuantitatif)	Teori objektivitas J.Westerstahl	Situs Detik.com dalam memberitakan kecelakaan Novi Amilia tidak objektif, terbukti dari kelengkapan unsur berita (5W+1H) Detik.com hanya memenuhi 64,4%, kemudian 71,2% dari keseluruhan berita mengandung unsur fetisisme seksual	Objek penelitian berupa artikel pemberitaan Novi Amilia dalam portal berita Detik.com periode 11 Oktoer – 11 November 2012
2	Objektivitas Pemberitaan Media Berita Daring Berideologi	Georgene Suryani / 11140110060	Analisis Isi (Kuantitatif)	Teori tanggung jawab sosial Objektivitas berita	Situs <i>VOA-Islam</i> dalam memberitakan penolakan terhadap Ahok	Objek penelitian berupa artikel berita dari media berita daring VOA Islam

	Islam (Studi Analisis Isi Pemberitaan VOA-Islam.Com Terkait Aksi Penolakan Terhadap Ahok)			Westerstahl Media Berita daring	hanya mampu memenuhi prinsip relevansi, sedangkan prinsip akurasi juga tidak terpenuhi secara sempurna. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa VOA-Islam tidak objektif dalam memberitakan soal penolakan terhadap Ahok di medianya	terkait protes penolakan terhadap Ahok selama periode September hingga Oktober 2014
3	Objektivitas Pemberitaan Media Daring (Studi Analisis Isi Pemberitaan Republika.co.id Terkait Bom Sarinah Selama Periode Januari-Februari 2016)	Ebryan Ardi Kusumah / 09120110308	Analisis Isi (Kuantitatif)			

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Teori Tanggung Jawab Sosial

Kebebasan pers diperlukan dalam menjalankan fungsi kontrol dan pengawasan terhadap pemerintah, akan tetapi kebebasan pers juga harus diatur supaya tidak disalahgunakan oleh sang pemilik media. Karena media memiliki kekuatan yang sangat besar, dibutuhkan peraturan-peraturan untuk mengatur bagaimana bekerja dan kode etik untuk setiap orang yang bekerja dibawah media massa. Pemerintah Indonesia sendiri telah mengatur pers di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang pers. Sebagai persatuan pekerja yang profesional, wartawan itu sendiri menentukan kode etik yang harus dimiliki setiap wartawannya yang disebut Kode Etik Jurnalistik.

Tanggung jawab sosial yang harus dilakukan media massa bisa dilakukan dengan menjalankan fungsi-fungsinya sesuai aturan yang berlaku. Menurut McQuail, teori tanggung jawab sosial juga menegaskan bahwa media harus tetap bebas dari kontrol pemerintah, tetapi sebagai gantinya, media harus melayani publik (J.Baran, 2009, h. 466).

Asumsi teori tanggung jawab sosial adalah persilangan antara prinsip kebebasan yang dianut paham libertarian dan penerimaan praktis dari kebutuhan dalam beberapa bentuk kontrol di media (J.Baran, 2009, h. 466), seperti :

- a. Media harus menerima dan memenuhi kewajibannya kepada masyarakat
- b. Kewajiban media terutama dipenuhi dengan menetapkan standar yang tinggi atau standar profesional tentang keinformatifan, kebenaran, ketepatan/akurasi, keberimbangan dan keseimbangan.
- c. Dalam menerapkan kewajiban tersebut, media seharusnya dapat mengatur diri sendiri di dalam kerangka hukum dan lembaga yang ada.
- d. Media sepatutnya menghindari segala sesuatu yang dapat menimbulkan kejahatan, kekerasan, ketidaktertiban umum, dan penghinaan terhadap kaum minoritas.
- e. Media secara keseluruhan hendaknya bersifat pluralis dan mencerminkan keberagaman masyarakatnya, dengan memberikan kesempatan yang sama bagi mereka untuk mengungkapkan berbagai sudut pandang dan hak untuk menjawab.
- f. Masyarakat memiliki hak untuk mengharapkan standar kinerja yang tinggi dan intervensi dapat dibenarkan untuk mengamankan kepentingan umum.
- g. Wartawan yang profesional sepatutnya bertanggung jawab kepada masyarakat sebagaimana mereka bertanggung jawab kepada pemilik media dan pasar.

Adapun untuk teori tanggung jawab itu sendiri memiliki satu teori dasar yang diyakini sebagai ideologi di Indonesia, yaitu Pancasila (Nurudin, 2008, h.76). Berdasarkan pada UU pokok pers No 11 tahun 1982 bahwa penerbitan pers sesuai dengan demokrasi Pancasila yang artinya kebebasan pers bertanggung jawab atas yang didasari oleh nilai-nilai Pancasila (Ardianto, 2007, h. 165).

Adapun Acuan perilaku pers yang bertanggung jawab tertuju kepada Pancasila (Nurudin, 2008, h. 76). UU Republik Indonesia Nomor 11 tahun 1966 tentang ketentuan pokok pers juga menyebutkan bahwa pers nasional harus merupakan cerminan aktif dan kreatif daripada kehidupan dan kehidupan bangsa berdasarkan demokrasi Pancasila, selain itu, UU ketentuan pokok pers 1966, pasal 8 (1) menjelaskan setiap warga negara mempunyai hak penerbitan pers yang bersifat kolektif sesuai dengan hakekat demokrasi Pancasila. Hal itu ditunjukkan melalui hakikat pers yang harus mengembangkan kenetralannya dan keberimbangannya. Selain itu, pers Indonesia juga mempunyai kewajiban (Ardianto, 2007, h.164):

- a. Untuk mempertahankan, membela, mendukung, dan melaksanakan Pancasila dan UUD'45 secara murni dan konsekuen.
- b. Memperjuangkan kebenaran dan keadilan atas dasar kebebasan pers

- c. Memperjuangkan pelaksanaan Amanat Penderitaan Rakyat yang berlandaskan Demokrasi Pancasila.
- d. Membina persatuan dan menentang imperialisme, kolonialisme, neokolonialisme, feodalisme, liberlisme, komunisme, dan fasisme/diktator
- e. Menjadi penyalur pendapat umum yang konstruktif dan progresif revolusioner (UU Pokok Pers No. 11 Tahun 1982 Pasal 2).

McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* (1987, h.125-126) menyebutkan secara teroris siaran pers tidaklah bebas, namun terdapat beberapa aturan sebagai pelindung independensi dan profesionalisme pers. Selain membebaskan media dari pemiliknya, kebebasan pers juga digunakan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat.

Kode etik jurnalistik online di Indonesia baru muncul tanggal 3 februari 2012 dengan disakannya Pedoman Penulisan Media Siber (PPMS) oleh Dewan Pers yang ditandatangani oleh kalangan praktisi media online. PPMS tetap mengacu kepada UU No. 40 tentang Pers (UU Pers), Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dan Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) yang disahkan Dewan Pers. Isi PPMS itu sendiri tidak jauh berbeda dengan KEJ/KEWI, misalnya media online tidak diperbolehkan memuat informasi bohong, fitnah, sadis dan cabul; juga tidak diperbolehkan memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras dan

antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan; tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan Bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani (Romli, 2012, h. 46)

Kode Etik Jurnalistik pasal 1 secara lugas menjelaskan bahwa wartawan Indonesia diwajibkan bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak berniat buruk. Hal ini mengandung yang artinya bahwa pers wajib memberikan informasi-informasi yang berdasarkan fakta dan berimbang. Dari aspek-aspek ini merupakan bagian dari konsep ojektivitas.

2.2.2 Media Daring

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi turut memberikan dimensi baru pada perkembangan pers di Indonesia. Dengan kemampuannya menjangkau seluruh belahan dunia tanpa batas (*cyberspace*), internet secara perlahan diadopsi media massa di tanah air untuk mendukung kegiatan jurnalistiknya (Fuady, 2002, h.57).

Berita online merupakan perluasan dari jurnalisme surat kabar. Kemajuan teknologi menyebabkan adanya digitalisasi pada media. Surat kabar kini dapat diakses dalam bentuk teks yang berada di internet. Kini media konvensional semakin semarak dengan melakukan ekspansi menuju media daring (McQuail, 2012, h.45).

Penerapan metode jurnalistik kini menjadi lebih mudah akan adanya internet. Dengan internet, wartawan tidak memiliki batasan seperti yang melekat pada media konvensional ruang, waktu, format, dan arah berita. Kini seorang jurnalis investigasi bisa memperkuat kesahihan laporannya dengan melampirkan bukti dokumen lengkap, foto-foto yang dramatis, infografik dinamik yang akan membantu pemirsa mencerna kasus rumit yang ditulis, cuplikan demi cuplikan video yang direkam oleh *hidden camera*, dan mengundang para pembaca untuk mengoreksi atau memperkayanya (Dharmasaputra, 2011, h.22).

2.2.3 Jurnalisme Online

“Jurnalistik online disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet dan juga jurnalistik web, merupakan “generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism radio dan televisi)” (Romli, 2012, h. 11)

Jurnalistik online itu sendiri memiliki definisi sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website. Kamus bebas Wikipedia mendefinisikan jurnalisme online sebagai “pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarkan melalui internet” (Romli, 2012, h. 12)

Dalam Jurnalistik Online, Paul Bradshaw menyebutkan adanya lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat B-A-S-I-C yaitu Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation. (Romli, 2012, h. 13) :

a. Keringkasan (*Brevity*)

Berita online dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang semakin tinggi. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah Bahasa jurnalistik KISS, yakni *Keep It Short and Simple*.

b. Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*)

Wartawan online dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi internet, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan penyediaan format suara (audio), video, gambar dan lain-lain dalam berita.

c. Dapat dipindai (*Scannability*)

Untuk memudahkan para *audiens*, situs-situs yang terkait dengan jurnalistik online harus memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu terpaksa dalam membaca informasi atau sebuah berita

d. Interaktivitas (*Interactivity*)

Komunikasi pada media kini tak hanya satu arah melainkan komunikasi dua arah. Audiens dapat terlibat langsung dengan berkomentar pada berita yang dibacanya.

e. Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*)

Media online memiliki kemampuan yang membedakan dari media konvensional, yaitu sebagai penjaring komunitas.

Media online juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik. Jurnalisme online memiliki karakteristik

sendiri yang membedakannya dengan jurnalistik tradisional seperti cetak, radio dan televisi. Dan perbedaan yang

paling utama adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan

khalayak. Jurnalisme online juga “tidak mengenal” tenggat waktu sebagaimana dikenal di media cetak. Karena

karakteristik utama yang membedakannya adalah kecepatan, tenggat waktu yang biasa digunakan wartawan

adalah publikasi paling lama setelah peristiwa itu terjadi, bisa beberapa detik bahkan menit. Kebenaran faktual tak

lagi terletak pada praktik jurnalistik dimana wartawan yang tahu dan memutuskan informasi apa yang dibutuhkan oleh

khalayak. Menurut Romli, kebenaran faktual, objektivitas dan impartialitas tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor, namun dipertukarkan antara jurnalis dan publik.

Jurnalisme Online memiliki karakteristik sendiri yang membedakannya dengan jurnalistik tradisional seperti cetak, radio dan televisi. Dan perbedaan yang paling utama adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-*update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan khalayak

Jurnalisme online juga “tidak mengenal” tenggat waktu sebagaimana dikenal di media cetak. Karena karakteristik utama yang membedakannya adalah kecepatan, tenggat waktu yang biasa digunakan wartawan adalah publikasi paling lama setelah peristiwa itu terjadi, bisa beberapa detik bahkan menit

Dalam Jurnalistik Online, Mike Ward menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik online apa yang membedakannya dengan media konvensional, yaitu (Romli, 2012, h. 15) :

a. Immediacy

Kecepatan penyampaian informasi. Perbedaan kecepatan yang dimiliki jurnalistik online dengan radio atau televisi adalah kemampuannya memposting berita tanpa harus menginterupsi program sebagaimana televisi atau radio lakukan.

b. Multiple Pagination

Berita yang diposting oleh jurnalistik online bisa berupa ratusan halaman, terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri.

c. Multimedia

Jurnalistik online juga dapat menyajikan berita yang merupakan gabungan antara teks, gambar, audio, video dan grafis secara sekaligus.

d. Flexibility Delivery Platform

Wartawan juga bisa menulis berita kapan saja dan dimana saja, bahkan di tempat-tempat peliputan sekalipun.

e. Archiving

Berita-berita yang diunggah terarsipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubric) atau kata kunci, berita-berita lama juga dapat diakses kapanpun.

f. Relationship with reader

Berbeda dengan media konvensional, hubungan interaksi antara khalayak dengan media online dapat secara langsung melalui kolom komentar yang berada di bawah setelah berita.

Gaya penulisan untuk media online tidak jauh berbeda dengan penulisan berita di media konvensional. Secara teknis, media online ini juga menggunakan Bahasa-bahasa jurnalistik yang terkarakter sederhana, mudah dipahami, mudah dimengerti dan menghemat kata.

Penulisan untuk berita media online juga lebih ringkas dan *to the point* dibandingkan dengan media konvensional yang terlalu panjang dan komplit. Sebagai acuan, naskah berita online idealnya maksimal 400 kata. Untuk naskah yang panjang seperti opini atau feature maksimal 800 kata dan biasanya kata-katanya dipecah menjadi beberapa halaman yang ditautkan untuk menyatukannya.

Perubahan untuk gaya penulisan seperti, panjang naskah maksimal setengah jumlah kata dari naskah di media konvensional, menggunakan satu ide perparagraf berangkat dari sebuah penelitian tentang bagaimana khalayak membaca pada web yang dilakukan oleh pakar konten website dari Denmark, Jakob Nielsen.

Menurut hasil temuan penelitian yang dilakukan Nielsen, khalayak media online hanya bertahan pada satu halaman di media, maksimal 10 menit. Selain itu, khalayak cenderung tidak berlama-lama untuk suatu situs dan memiliki kecenderungan tidak sabar untuk pindah dari situs tersebut.

Menurut Romli dalam buku *Jurnalistik Online* (2012, h. 57), penulisan teks atau naskah di media online itu berbeda dengan media cetak. Naskah atau teks yang disajikan pada media cetak untuk “dibaca”, sedangkan pada media online di unggah untuk “dipindai” oleh pembaca. Kecenderungan karakteristik

pembaca media online yang melakukan pemindaian mengharuskan media online jelas, singkat, informatif dan menarik.

2.3 Media Massa

Proses komunikasi didalam masyarakat modern sangatlah dipengaruhi atas kehadiran media massa baik cetak maupun elektronik. Manusia juga menjadi ketergantungan terhadap media massa dan tidak dapat menghindari peran dari media massa (Nurudin, 2014, h. 33), Media massa adalah sekumpulan alat komunikasi yang dapat menyebar luaskan pesan secara serempak dan cepat kepada khalayak yang luas. Dengan adanya media massa, ruang waktu bukan lagi menjadi hambatan, karena media massa itu sendiri mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tidak terbatas (Nurudin, 2014, h. 9).

Media massa memiliki lima fungsi yaitu fungsi pengawasan (*surveillance*), *social learning*, penyampaian informasi, transformasi budaya dan menghibur. Pada fungsi pengawasan, media massa melakukan kontrol sosial dan peringatan untuk mencegah dampak dari pembertiaan kepada khalayak. Media massa juga bertugas untuk memberikan informasi yang mendidik. Media ini memiliki fungsi utama untuk proses penyebaran informasi kepada masyarakat, termasuk proses transformasi budaya yang mengikut sertakan fungsi hiburan sebagai pelengkapnya (Bungin, 2006, h.79-81).

Efek-efek pesan media massa itu sendiri meliputi efek kognitif, efek afektif, dan efek behaviorial. Pada efek kognitif, khalayak mendapatkan informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya melalui media

massa, diantaranya tentang benda, orang, atau tempat yang tidak pernah dilihat dari sebelumnya.

Efek afektif itu setelah khalayak mendapatkan sebuah informasi tersebut melalui efek kognitifnya, kemudian pesan dari media diharapkan dapat memunculkan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Faktor-faktor yang memengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa diantaranya, suasana emosional, skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, dan identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa.

Kemudian setelah mengetahui dan dapat merasakan pesan dari media tersebut khalayak dapat merasakan perubahan dalam diri, dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan, hal ini disebut efek behavioral. Akibatnya dapat terlihat dari perilaku sehari-hari pada khalayak tersebut, media membentuk opini publik untuk membawanya pada perubahan yang signifikan (Ardianto, Komala, Karlina, 2007, h.52-57).

2.3.1 Media Massa dan Isu Terorisme

Sejak isu terorisme didengungkan oleh Amerika Serikat menyusul Tragedi WTC di New York pada 11 september 2001, media telah mendapat label baru sebagai “agen publikasi” tindak terorisme. Ketika terjadi aksi teror di suatu lokasi, media dengan sendirinya akan memberitakan kepada khalayak. Tentu, hasil liputan media–terlebih dilakukan secara serempak–akan memberikan berbagai dampak negatif

ada masyarakat. Media memang, tidak mungkin ‘mengecilkan’ arti sebuah peristiwa atau fakta yang terjadi, apalagi peristiwa itu berkaitan dengan isu yang telah merebak ke seluruh penjuru dunia.

Terorisme bukanlah kutub yang muncul secara parsial, karena label terorisme diciptakan dari institusi pemegang kekuasaan, termasuk media massa. Proses labeling di media massa, akan menanamkan kesadaran tertentu dalam benak khalayak media. Persepsi khalayak atas dunia telah terbentuk dan kerap kali dipertegas oleh media massa dan dianggap menjadi suatu realitas yang dianggap nyata, valid, dan koheren. Terorisme yang dianggap tidak ada di Indonesia, tiba-tiba berubah menjadi suatu hal yang nyata dan mempunyai basis jaringan yang kuat.

Terdapat dua pandangan terkait hubungan media dan terorisme-media anti-teroris dan media pro-teroris. Namun kecenderungan telaah oleh akademisi di luar bidang komunikasi adalah pandangan media pro-teroris. pandangan terkait media yang pro-teroris ini lebih sentralistik dari perspektif kajian keamanan, sehingga wajar jika dianggap bahwa peran media (baik dalam praktik liputan serta pemberitaannya) dianggap lebih menguntungkan teroris (Priyonggo, 2014, h. 19).

Salah satu kajian media dan terorisme saat ini diperlukan dalam konteks kontra-terorisme ataupun deradikalisasi adalah tentunya menemukan naratif mereka (termasuk bagaimana cara mengemasnya) dengan tujuan agar dapat menciptakan “naratif baru” untuk melawan

naratif milik mereka. Dan perlu ditekankan bahwa melawan naratif kelompok teroris/radikal tidak hanya terbatas pada pesan yang berupa “kata-kata,” namun juga harus disertai upaya strategi penyampaiannya ke masyarakat lokal, serta konsisten antara kata (retorika) dan perbuatan (kebijakan).

2.4 Objektivitas Berita

Seseorang wartawan wajib memproduksi berita yang berisikan informasi yang berkualitas, salah satu syarat utama yang perlu dipenuhi dalam media yakni menerapkan prinsip objektivitas dalam berbagai tahapan praktik media. Tahapan tersebut meliputi tahap pengumpulan, pengolahan, sampai penyebaran informasi.

Menurut Charnley dan Neal (Sumadiria, 2006, h.64) berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. Selain itu, menurut Sumadiria (2006, h.65) mendefinisikan berita adalah laporan terstruktur mengenai ide atau fakta terbaru yang benar, menarik perhatian dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet.

Objektivitas melihat dunia seperti apa adanya, bukan bagaimana yang diharapkan (Ishwara, 2011, h.67). memperdalam dari penjelasan di atas, Sumarida (2006, h.38) mengatakan objektivitas merupakan nilai etika dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjelaskan profesi kejournalistikannya. Namun, tidak soal jenis medianya, baik cetak, elektronik, maupun daring, berita

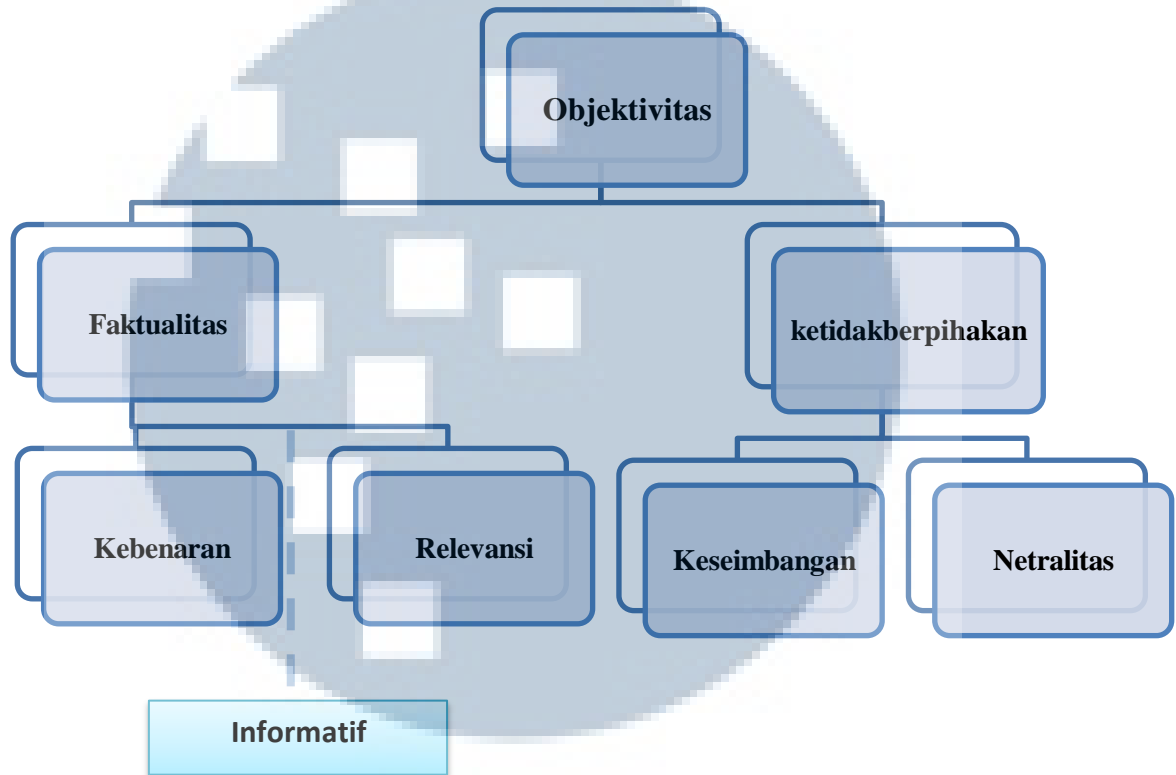
yang dihasilkan oleh media haruslah objektif. Hal ini mengartikan bahwa berita harus dapat dipercaya dan menarik perhatian pembacanya, tanpa mengganggu perasaan dan pendapat mereka. Selanjutnya, menurut Siahaan (2001, h.100) mendefinisikan objektivitas sebagai penyajian berita yang benar, tidak berpihak kesiapapun dan berimbang

Ciri-ciri dari konsep objektivitas yakni adanya penerapan sikap keterlepasan dan netralis terhadap objek peliputan; terdapat upaya untuk menghindari keterlibatan (tidak berpihak dalam perselisihan atau menunjukkan bias); serta membutuhkan akurasi, relevansi, dan keutuhan (McQuail, 2012, h.222). berpedoman pada ciri-ciri tersebut, suatu proses peliputan jurnalistik menuntut sikap adil dan tidak diskriminatif terhadap sumber maupun objek pemberitaan.

Untuk mengukur tingkat keseimbangan dan netralitas seorang peneliti asal Swedia J. Westerstahl mengemukakan sebuah rumusan konsep objektivitas. Westerstahl membagi konsep objektivitas menjadi dua bagian, yakni aspek kognitif (kualitas informasi/faktualitas) dan aspek evaluatif (imparsialitas). Konsep Westerstahl terjait objektivitas berita dipaparkan lebih lanjut pada skema berikut ini.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skema 2.1 Konsep objektivitas pemberitaan Westerstahl (1983)



Sumber: McQuail, 2012, h.224

Faktualitas diperlukan untuk memahami dan bertindak berdasarkan peristiwa yang diberitakan, memberi jawaban yang benar terhadap 5W+1H (McQuail, 2011, h. 96). Tetapi, untuk memburu kecepatan, media daring hanya mengandung unsur 3W, *what happened, when, dan where* (Anggoro, 2012, h.viii). faktualitas terdiri atas dua sub-dimensi, yaitu kebenaran dan relevansi. Kriteria kebenaran yaitu keutuhan laporan, akurasi, dan niat untuk tidak menyembunyikan hal yang relevan (kepercayaan) (McQuail, 2012, h. 223). Aspek kedua dari faktualitas adalah relevansi. Hal yang memengaruhi sebagian orang secara cepat dan kuat dianggap sebagai hal yang paling relevan. Pada akhirnya, khalayaklah

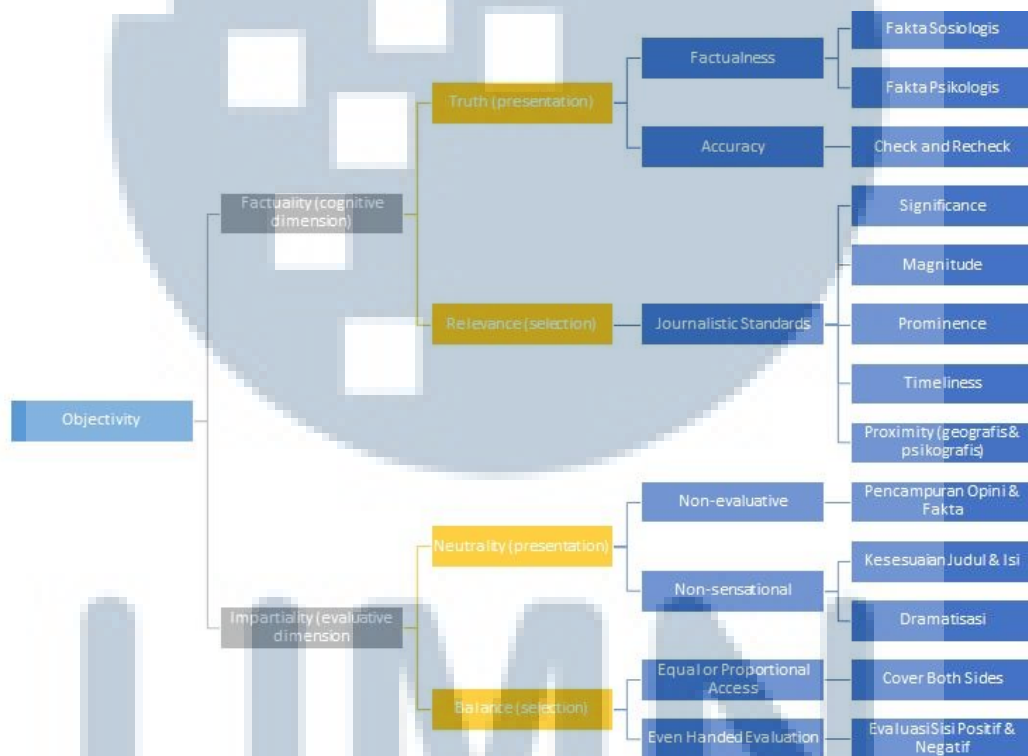
yang menentukan bagaimana suatu informasi dapat dikatakan relevan. Relevansi terkait dengan nilai berita (McQuail, 2011, h. 97).

Dimensi kedua dari objektivitas adalah ketidakberpihakan yang merupakan sikap adil yang bersifat netral dan harus diraih melalui keseimbangan pada pemberitaan. Keberimbangan terdiri dari dua sub-dimensi yaitu keseimbangan dan netralitas (McQuail, 2012, h. 223-224). Keberimbangan membutuhkan keseimbangan dalam pemilihan sumber yang mencerminkan sudut pandang, dan penyajian dua atau lebih fakta. Sedangkan netralitas berarti memisahkan fakta dan opini dalam isi berita, menghindari pemilihan kata dan gambar yang emosional, dan juga menghindari penilaian. (McQuail, 2011, h. 97-98).



Konsep objektivitas kembali diperdalam oleh Siahaan (2001, h. 69) yang dijelaskan dalam skema berikut ini

Skema 2.2 Konsep objektivitas pemberitaan J. Westertahl yang telah dirinci kembali oleh McQuail



Sumber: Siahaan, 2001, h. 69

2.5 Kerangka Pemikiran

Guna mempermudah tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka diperlukan kerangka pemikiran untuk menjadi rambu-rambu berdasarkan teori relevan

Skema 2.3 Kerangka pemikiran peneliti

