



### **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 penelitian ini, peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dan acuan untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian pertama menggunakan skripsi Jordie Yonatan Susilo (2016), mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, mengenai objektivitas pemberitaan di media *online*. Skripsi yang dibuat oleh Jordie Yonatan Susilo berjudul “Objektivitas Pemberitaan Media *Online* Republika dan Suara Pembaruan Terhadap Isu Pembakaran Masjid Di Tolikara, Papua: Studi Analisis Isi Kuantitatif.” Dalam penelitian analisis isi kuantitatif ini menggunakan objek penelitian berupa teks berita media daring Republika dan Suara Pembaruan terkait aksi pembakaran masjid di Tolikara, Papua selama periode 17 Juli hingga 23 Juli 2015. Guna mengukur seberapa besar tingkat objektivitas pemberitaan media *online* Republika dan Suara Pembaruan. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis dalam melihat fenomena yang terjadi dan sifat penelitian ini adalah deskriptif.

Hasil penelitian Jordie Yonatan Susilo menunjukkan bahwa pemberitaan yang dibuat oleh Republika didominasi oleh pencantuman fakta psikologis (55,2%), sedangkan Suara Pembaruan didominasi oleh pencantuman fakta kombinasi (69%). Berdasarkan kategori pencantuman waktu terjadinya peristiwa, Republika dan Suara Pembaruan sudah menerapkan dengan mencantumkan waktu terjadi peristiwa secara lengkap dan jelas (98,3%). Sedangkan 1,7% tidak menerangkan waktu dan peristiwa. Dari kategori atribusi

Republika dan Suara Pembaruan bahwa keseluruhan berita yang dimuat benar-benar memenuhi syarat dalam mencantumkan atribusi sumber secara spesifik dan jelas (100%). Sementara dari kategori relevansi berita, menunjukkan bahwa 100% Republika dan Suara Pembaruan sudah memiliki unsur nilai berita (*news value*).

Dari segi keseimbangan berita diukur dari indikator *cover both sides* pada Republika, hanya 8,6% yang memenuhi syarat *cover both sides*. Sedangkan Suara pembaruan, hanya 24,1% yang memenuhi syarat *cover both sides*. Kemudian dengan kategori pencampuran fakta dan opini, sebanyak 24,1% pada Republika dan 5,2% pada Suara Pembaruan dalam memuat opini wartawan di dalam berita. Kategori kesesuaian judul dan isi berita Republika dan Suara Pembaruan sudah memenuhi kategori, yaitu sebanyak 100%. Kategori dramatisasi yang diberitakan oleh Republika sebanyak 3,4% dan Suara Pembaruan tidak mengandung dramatisasi (0%). Perbedaan penelitian Jordie Yonatan Susilo dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada perbedaan objek penelitian. Jordie Yonatan Susilo memilih media *online* Republika dan Suara Pembaruan sebagai objek penelitian. Sementara peneliti memilih media *online* Detik dan Liputan6 sebagai objek penelitian.

Penelitian yang kedua sebagai studi terdahulu mengenai objektivitas pemberitaan di media massa dilakukan oleh Monica Kianti (2016), salah satu mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Penelitian yang diteliti oleh Monica Kianti berjudul “Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Dahlan Iskan Dalam Media Massa Jawa Pos Dalam Periode Bulan Juni 2015 Sampai Bulan Juli 2015”. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dalam melihat fenomena yang terjadi.

Penelitian analisis isi kuantitatif ini menggunakan objek penelitian berupa teks berita dari surat kabar Jawa Pos periode Juni hingga Juli 2015 terkait pemberitaan kasus korupsi Dahlan Iskan. Guna mengukur seberapa besar tingkat objektivitas pemberitaan surat kabar

Jawa Pos tersebut, Monica Kianti mengelompokan unit analisisnya ke dalam beberapa kategori, yakni pencantuman waktu terjadi peristiwa, atribusi, relevansi, fakta dan opini, isi dan judul yang sesuai, dan dramatisasi.

Hasil penelitian Monica Kianti menunjukkan bahwa pemberitaan yang dibuat oleh surat kabar Jawa Pos menunjukkan bahwa kategori pencantuman waktu peristiwa dapat digunakan untuk menganalisis. Berita terkait kasus korupsi yang melibatkan Dahlan Iskan dalam kategori pencantuman waktu peristiwa baik sedang atau setelah terjadinya peristiwa sebesar 63,15%. Sedangkan berita yang tidak mencantumkan waktu peristiwa sebesar 36,84%. Dari segi atribusi, dalam 18 artikel dari 19 artikel mencantumkan sumber berita dengan jelas sebesar 94,73% dan artikel yang tidak mencantumkan sumber berita sebesar 5,26%. Dari segi relevansi berita, menunjukkan bahwa seluruh artikel Jawa Pos terkait kasus korupsi Dahlan Iskan memiliki *news value* (100%). Dari segi keberimbangan berita diukur dari indikator *cover both sides*, dari 19 artikel mencantumkan sumber berita (78,94%) sedangkan 21,05% artikel tidak mencantumkan sumber berita atau hanya memiliki satu orang sebagai sumber berita.

Pengukuran selanjutnya, dalam kategori pencampuran fakta dan opini menghasilkan 73,68%, sedangkan 26,31% artikel surat kabar Jawa Pos tidak mencampurkan fakta dan opini. Dari kategori isi dan judul yang sesuai sebesar 78,94% yang memiliki kesesuaian antara judul dan isi beritanya, sedangkan 21,05% tidak memiliki kesesuaian antara isi dan judul dalam berita kasus korupsi Dahlan Iskan di Jawa Pos. Pada kategori Dramatisasi sebanyak 11 artikel terkait kasus korupsi Dahlan Iskan, menunjukkan sebesar 57,89% artikel melebihkan fakta atau hiperbolik. Artikel lainnya sebesar 42,01% yang menunjukkan tidak ada dramatisasi dalam berita. Hasil penelitian Monica Kianti menunjukkan bahwa media massa Jawa Pos terkait kasus korupsi Dahlan Iskan memenuhi indikator sempurna dalam

indikator relevansi berita dan nilai berita (*news value*) dengan presentase 100%.

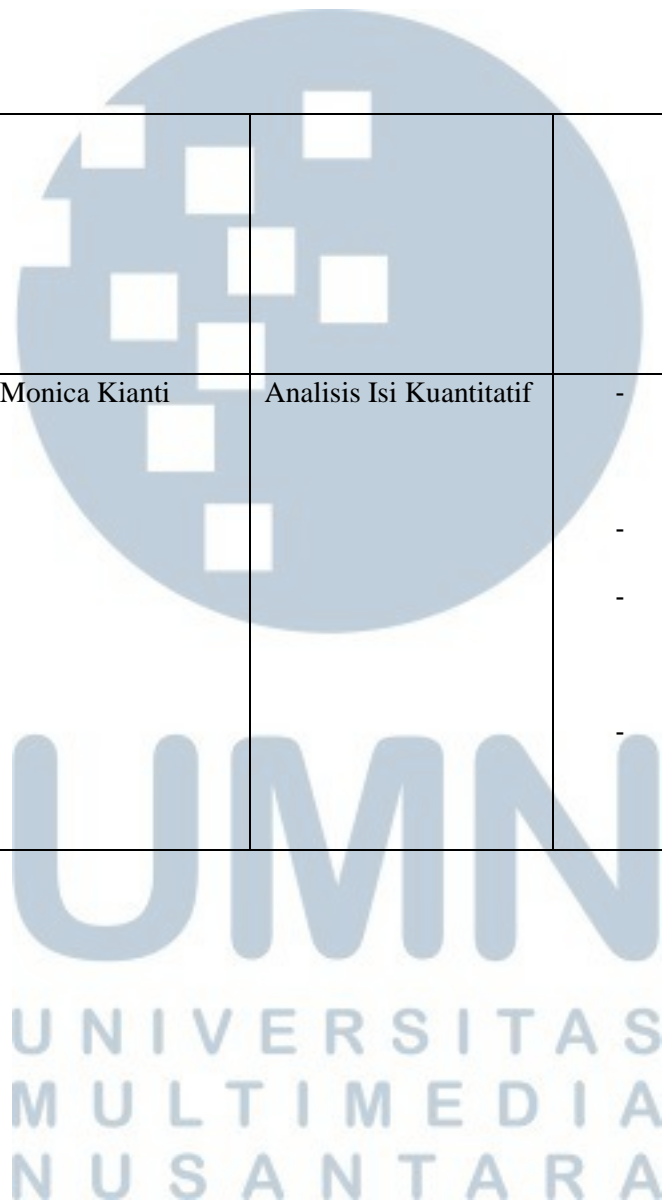
Perbedaan penelitian Monica Kianti dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada perbedaan objek penelitian. Monica Kianti memilih surat kabar Jawa Pos sebagai objek penelitian. Berbeda dengan Monica Kianti, peneliti memilih media *online* Detik dan Liputan6 sebagai objek penelitian. Selain itu peneliti mengembangkan teori Westerstahl dalam segi imparisialitas (ketidakberpihakan), dimana peneliti menambahkan kategori kesesuaian data pendukung (berupa foto, UU, statistik, dsb) dengan isi dalam menguji detik.com dan liputan6.com dari segi objektivitas pemberitaan kasus korupsi e-KTP.



**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Teori yang Dipakai	Kesimpulan
1	Objektivitas Pemberitaan Media <i>Online</i> Republika dan Suara Pembaruan Terhadap Isu Pembakaran Masjid Di Tolikara, Papua: Studi Analisis Isi Kuantitatif.	Jordie Yonatan Susilo	Analisis Isi Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teori Tanggung Jawab Sosial</li> <li>- Media Massa</li> <li>- Media Online</li> <li>- Objektivitas Westerstahl</li> </ul>	Media <i>online</i> Republika dan Suara Pembaruan tidak bersikap objektif dalam membuat berita terkait isu pembakaran masjid di Tolikara, Papua. Kedua media <i>online</i> tidak memenuhi standar kategori objektivitas sesuai dengan konsep objektivitas Westerstahl. Ketidakobjektivitasan kedua media <i>online</i> tersebut dilihat dari rendahnya persentase keberimbangan berita ( <i>cover both</i>

					<i>sides).</i>
2	Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Dahlan Iskan Dalam Media Massa Jawa Pos Dalam Periode Bulan Juni 2015 Sampai Bulan Juli 2015	Monica Kianti	Analisis Isi Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teori Tanggung Jawab Sosial</li> <li>- Media Massa</li> <li>- Jurnalisme Daring</li> <li>- Objektivitas Berita</li> </ul>	Surat kabar Jawa Pos memenuhi indikator sempurna dalam indikator relevansi berita dan nilai berita ( <i>news value</i> ) dengan presentase 100% terakit isu kasus korupsi Dahlan Iskan.



## 2.2 Kerangka Teori dan Konsep

### 2.2.1 Media Massa

Menurut Wirayanto (2000), media massa adalah alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet, dan lain-lain (“Pengertian Media Massa Menurut Para Ahli”, 2015, para. 2).

Sebagai memberikan informasi kepada masyarakat secara tepat waktu, media massa juga berfungsi sebagai sumber pendidikan kepada masyarakat melalui berbagai macam informasi. Adapun bentuk media massa, secara garis besar, ada dua jenis, yaitu: media cetak seperti surat kabar, majalah termasuk buku-buku dan media elektronik seperti televisi, radio, dan internet.

Selain itu, secara umum media massa memiliki lima fungsi utama, yaitu media massa memiliki fungsi pengawasan (*surveillance*), *social learning*, penyampaian informasi, transformasi budaya, dan menghibur. Media massa berperan sebagai medium yang dapat digunakan dalam mengawasi aktivitas masyarakat dan khususnya pemerintah dalam kehidupan sosial sehari-hari. Selain itu, media juga berperan dalam memberikan konten informasi yang mendidik dan menambah wawasan masyarakat. Fungsi utama media massa adalah menyampaikan informasi kepada khalayak, tetapi media juga berfungsi untuk membawa perubahan budaya ke arah yang lebih baik. Selain itu media pun



berfungsi untuk menghibur (Bungin, 2008, h.79-81).

Komunikasi yang terjadi di media massa bersifat satu arah dan tidak personal. Namun, media massa memiliki kekuatan yang besar dalam memengaruhi khalayak massa. Dalam sebuah jurnal berjudul “Kekuasaan Media Massa Mengkonstruksi Realitas” (Muslich, 2008, h.6), pandangan positivisme berbeda dengan pandangan konstruktivisme. Dalam pandangan positivisme, media massa dipahami sebagai alat penyalur pesan. Media massa sebagai sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator (wartawan dan jurnalis) ke khalayak (pendengar dan pembaca). Media massa benar-benar sebagai alat yang netral, mempunyai tugas utama penyalur pesan. Sedangkan dalam pandangan konstruktivisme, media massa bukan hanya saluran pesan, tetapi juga sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Media massa dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.

### **2.2.2 Media Online sebagai Jurnalisme Baru**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sudah semakin berkembang pesat, penggunaan internet di Indonesia telah berkembang sejak awal 1990-an. Pada 2016 pengguna internet di Indonesia adalah 132,7 juta *user* atau 51,5% dari seluruh jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia 2016, dikutip dalam Isparmo.web.id, 2016). Selain itu, menurut laporan [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) (2011 dikutip dalam Margianto dan Syaefullah, 2014, h.23) menjelaskan bahwa pengguna internet di Indonesia adalah terbesar keempat di Asia setelah China (513 juta

pengguna), India (121 juta), dan Jepang (101,2 juta).

**Gambar 2.1** Data Pengguna Internet Indonesia tahun 2016



Sumber: *Data olahan penelitian dari website Isparmo*

Hadirnya Indonet sebagai *Internet Service Provider (ISP)* pertama di Indonesia tahun 1994, internet berkembang cepat. Media cetak mulai beralih ke internet untuk menampilkan isi beritanya. Media cetak pertama yang melakukan hal tersebut adalah Republika ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)), setelah itu diikuti oleh Kompas, Tempo, Bisnis Indonesia dan Harian Waspada. Beberapa media tersebut merupakan pelopor media *online* di Indonesia, kontennya hanya memindahkan halaman edisi cetak ke internet. Tahun 1998 khasanah media *online* yang statis berubah sejak munculnya Detik.com. Detik.com muncul dengan bentuk jurnalisme yang khas berbeda dengan jurnalisme tradisional. Detik.com muncul sebagai media *online* otonom, tidak ada media cetak yang mengindukinya (Margianto dan Syaefullah, h.15-22).

Menurut Margianto dan Syaefullah dalam Buku *Media Online* (2014), menjelaskan bahwa seiring perkembangan teknologi internet, media *online* membuka ruang interaksi antara pembaca untuk memberikan komentar pada berita. Selain itu, media *online* saat ini seakan berlomba-lomba menjadi yang pertama memberitakan informasi peristiwa untuk dijadikan sebuah berita, di luar berita tersebut benar atau tidak.

Dalam hal ini isi berita media saat ini bukan lagi hasil akhir dari sebuah disiplin verifikasi jurnalistik, justru verifikasi itu sendiri adalah berita. Masalah utama dalam dunia jurnalisme media internet adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Atas dasar kecepatan, *pageview*, dan pertumbuhan bisnis terkadang menimbulkan salah persepsi atau kesalahan interpretasi fakta karakteristik media (Margianto dan Syaefullah, h.5).

Menurut Craig (2005, h.14) jurnalisme *online* adalah proses penyampaian pesan melalui media *online* dengan menggabungkan tulisan, suara, dan video, memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang sudah lama. Hal tersebut menjelaskan bahwa pada era perkembangan teknologi informasi organisasi media tidak hanya bergantung pada satu jenis media dalam menyampaikan informasi.

Selain itu, jurnalistik *online* memiliki karakteristik yang dikemukakan oleh James C. Foust dalam buku *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web*, sebagai berikut:

1. *Unlimited Space*. Jurnalistik *online* memungkinkan halaman tak

terbatas. Ruang bukan jadi masalah utama dalam berita *online*, artikel berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin atau tanpa batas.

2. *Audience Control*. Jurnalistik *online* memungkinkan *audience* (*user/visitor*) lebih bebas memilih berita atau informasi yang ingin dikonsumsi. *Audience* bisa pindah dengan cepat dari satu berita ke berita lainnya.

3. *Nonlienarity*. Dalam jurnalistik *online* tiap berita berdiri sendiri sehingga *audience* tidak harus membaca secara berurutan, sehingga jika ingin membaca atau mendengarkan sesuai keinginan khalayak. Bahkan pembaca bisa mulai membaca berita dari satu atau dua tahun lalu di *posting*.

4. *Storage and retrieval*. Jurnalistik *online* memungkinkan berita “abadi”, tersimpan dan bisa di akses kembali dengan mudah kapan dan dimana saja. Biasanya untuk mengakses berita *online* khalayak hanya membutuhkan koneksi internet untuk mengaksesnya kembali.

5. *Immediacy*. Dalam jurnalistik *online* informasi bisa disampaikan secara sangat cepat dan langsung, bahkan saat ini bisa dalam hitungan detik berita bisa di konsumsi khalayak. Internet adalah medium tercepat untuk menyebarkan informasi.

6. *Multimedia Capability*. Jurnalistik *online* dalam sajian berita bisa berupa teks, suara, gambar, video, dan komponen lain sekaligus

dalam satu halaman.

7. *Interactivity*. Jurnalistik *online*, pembaca atau pendengar memungkinkan dapat berinteraksi langsung dengan redaksi (wartawan), seperti melalui kolom komentar dan media sosial *sharing*.

### **2.2.3 Teori Tanggung Jawab Sosial**

Indonesia termasuk sebagai negara yang menerapkan sistem pers tanggung jawab sosial. Teori tanggung jawab sosial mempunyai asumsi bahwa kebebasan mengandung suatu tanggung jawab yang setara. Media bertanggung jawab memelihara standar yang tinggi dengan pengaturan sendiri, tetapi campur tangan pemerintah juga dilibatkan. Pers juga bertanggung jawab kepada masyarakat dalam menjalankan fungsi-fungsi penting komunikasi massa dengan masyarakat modern (McQuail, 2010, h. 204)

Pers yang dimaksud menurut Siebert meliputi semua media komunikasi massa seperti radio, televisi, dan surat kabar. Pers hidup dalam sebuah masyarakat atau negara dengan suatu sistem politik tertentu. Sehingga sistem pers harus berelasi dengan negara atau pemerintah tersebut. Siebert menjelaskan teori tanggung jawab sosial berpendapat bahwa pemerintah juga harus secara aktif bertindak untuk melindungi kebebasan warga negaranya tidak hanya mengizinkan kebebasan (Siebert, 1956 dikutip dalam McQuail, 2010, h. 188).

Selain itu, menurut Sumadiria (2014, h. 75), teori tanggung jawab sosial

bertujuan untuk memberikan informasi, menghibur, melakukan transmisi bisnis, dan terutama untuk mengangkat konflik hingga tingkat diskusi melalui pasar ide yang bebas dan bertanggung jawab.

Mulanya teori ini berkembang di Amerika Serikat, lembaga yang mengatur regulasi pers yang wajib ditaati media adalah Komisi Kebebasan Pers Amerika. Lembaga tersebut mengeluarkan lima syarat yang wajib ditaati oleh media. Syarat pertama, media dituntut menyajikan laporan kejadian sehari-hari secara mendalam dan cerdas, serta akurat. Kedua, media harus menjadi forum pertukaran komentar dan kritik. Ketiga, media diharuskan menonjolkan gambaran representatif dari kelompok-kelompok unsur pokok dalam masyarakat. Keempat, media bertanggung jawab dalam menyajikan dan menguraikan tujuan. Terakhir media harus memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memperoleh berita setiap hari (Sumadiria, 2014, h.26-27).

Berdasarkan syarat peraturan media di atas, pers Indonesia saat ini dapat secara bebas melakukan berbagai kegiatan jurnalistik dengan bebas dan bertanggung jawab. Secara khusus, Indonesia menerapkan sistem pers Pancasila, segala perilaku dan praktik pers di Indonesia harus jalan sesuai dengan nilai-nilai pancasila, UUD 1945, dan kode etik jurnalistik.

Kode etik jurnalistik yang berlaku di Indonesia ditetapkan dalam Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik. Kode Etik Jurnalistik pasal 1 menegaskan bahwa wartawan Indonesia harus bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak

beretiket buruk. Selain itu, pasal 3 menjelaskan bahwa wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Tujuan adanya kode etik jurnalistik mengatur pers adalah menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan media terhadap masyarakat dalam menyebarkan informasi. Dengan hal ini, media tidak diperbolehkan menyebarluaskan informasi yang sesat atau mendorong kriminalitas dan kekerasan. Selain itu, media *online* ataupun cetak diwajibkan untuk bersikap objektif dalam memberitakan peristiwa yang akan di konsumsi oleh masyarakat.

Sikap objektivitas dari sebuah media adalah kewajiban utama dalam menyediakan kualitas informasi khususnya dalam pemberitaan, hal ini merupakan ciri teori tanggung jawab sosial. McQuail (2010, h. 189) dalam teori tanggung jawab sosial, menjelaskan media memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat. Maka, media tersebut harus memberikan informasi yang berimbang, akurat, objektif, dan jujur. Hal penting lainnya, media harus mengikuti kode etik yang telah diatur secara tertulis.

#### **2.2.4 Objektivitas Westerstahl**

Objektivitas merupakan gagasan yang relatif kompleks ketika salah satu melampaui gagasan sederhana bahwa berita haruslah laporan yang dapat diandalkan karena terdapat unsur kejujuran mengenai apa yang sebenarnya terjadi di dunia. Objektivitas adalah salah satu bentuk dari praktik media dan merupakan salah satu sikap dalam tugas pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran informasi

dalam berita. Ada tiga ciri tentang objektivitas, ciri utama adalah netralitas terhadap objek penelitian, kedua adalah tidak berpihak dalam perselisihan, terakhir adalah objektivitas membutuhkan akurasi yang kuat dan jenis kebenaran media yang lain seperti relevansi atau keutuhan (McQuail, 2010, h. 222)

Selain itu menurut Siahaan (2001), objektivitas dalam berita adalah penyajian berita yang benar, tidak memihak, dan berimbang. Objektivitas berita dapat dilihat melalui kebenaran, sejauh mana fakta yang disajikan benar atau bias untuk diandalkan. Selain itu dapat dilihat dari relevansi, sejauh mana aspek-aspek fakta yang beritakan dengan standar jurnalistik dan terakhir ketidakberpihakan bagaimana fakta-fakta yang beritakan bersifat netral dan berimbang (Fransiska, 2009, h.154)

Secara umum khalayak media memahami prinsip kinerja objektif dengan baik dan membantu meningkatkan kebenaran baik dalam informasi atau opini yang ditawarkan media. Karena standar objektivitas memiliki arti yang luas, sebagian besar media modern menyimpan banyak klaim tentang objektivitas mereka dalam berbagai makna yang berbeda. Model yang mendekati objektivitas secara ideal adalah model Westerstahl, yang menggunakan sistem penyiaran Swedia.

Untuk mengukur tingkat objektivitas suatu pemberitaan, seorang peneliti asal Swedia, J. Westerstahl memperlihatkan bahwa objektivitas harus berhadapan dengan dua nilai, sebagaimana dengan fakta dan fakta juga harus memiliki dampak yang evaluatif (McQuail, 2010, h. 223).



**Gambar 2.2** Komponen Kriteria Objektivitas Westerstahl (1983)



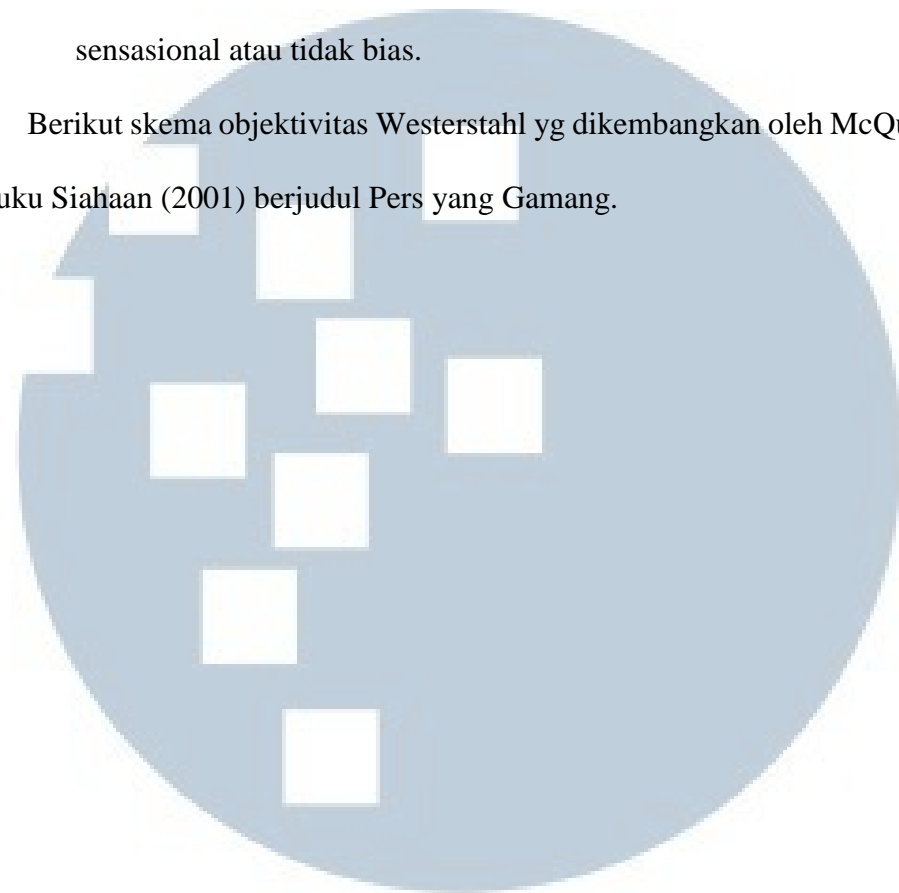
*Sumber: McQuail (2010, h. 224)*

Menurut skema Westerstahl, keadilan merupakan sikap netral dan harus diterapkan melalui kombinasi keseimbangan (penekanan waktu/ proporsional) diantara sudut pandang atau peristiwa yang saling berlawanan dan netralitas dalam penyajian sebuah berita (Westerstahl, dikutip dalam McQuail 2010, h. 223-244). Adapun persyaratan utama untuk kualitas informasi menurut McQuail (2010, h.244), sebagai berikut:

1. Media massa harus menyediakan pasokan yang menyeluruh atas berita yang relevan serta latar belakang informasi mengenai peristiwa yang terjadi di masyarakat dan sekeliling dunia.
2. Informasi harus objektif dalam artian memiliki bentuk yang faktual, akurat, jujur, utuh, dan jujur terhadap realitas, dan dapat diandalkan dalam artian dapat diperiksa dan memisahkan antara fakta dengan opini.
3. Informasi harus berimbang dan adil (tidak memihak), melaporkan sudut pandang alternatif dan penafsiran dengan cara yang sedapat mungkin tidak

sensasional atau tidak bias.

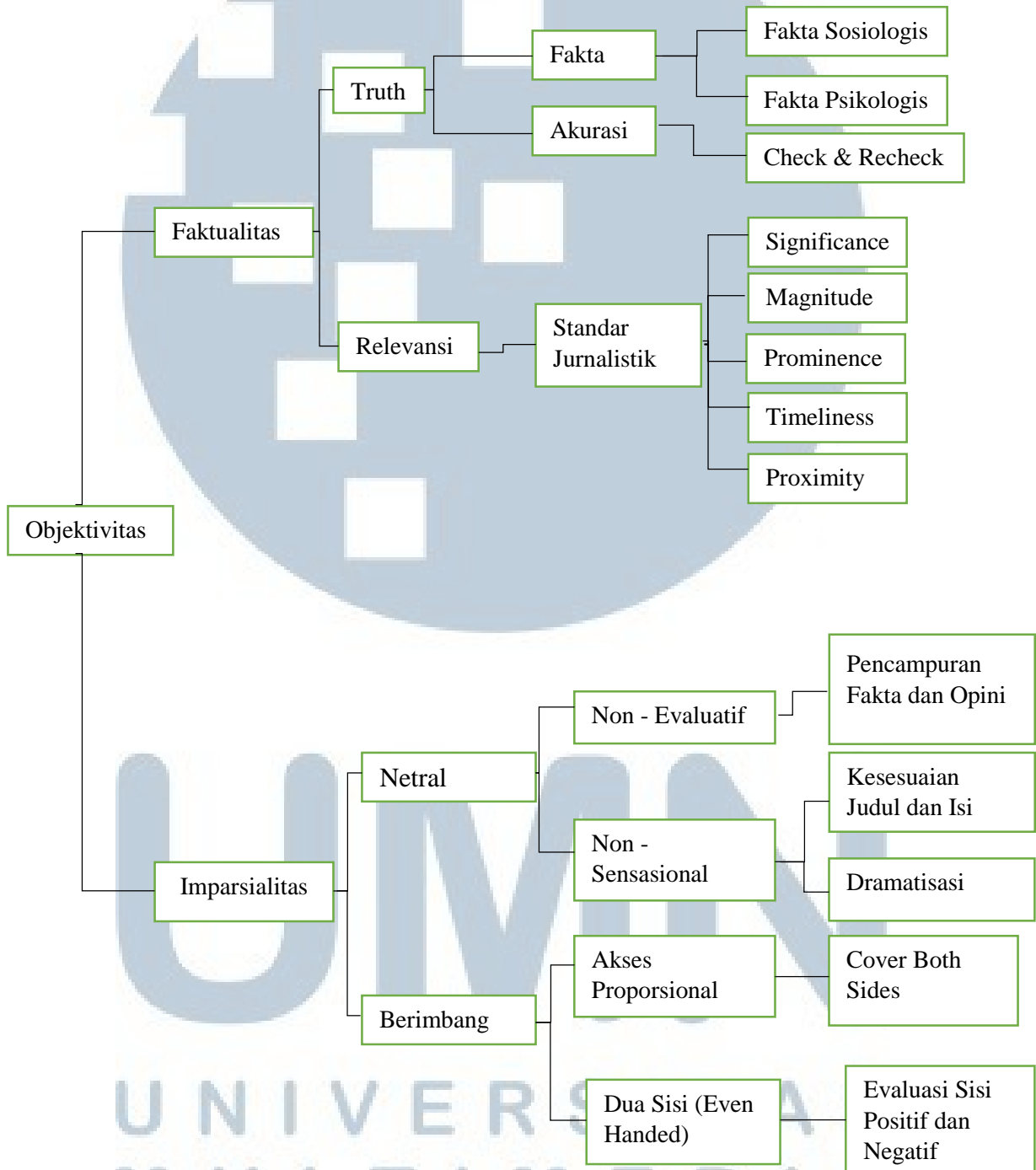
Berikut skema objektivitas Westerstahl yg dikembangkan oleh McQuail, dalam buku Siahaan (2001) berjudul Pers yang Gamang.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Gambar 2.2** Konsep Objektivitas Pemberitaan Westerstahl yang Telah Diteliti Lebih Lanjut oleh McQuail



Sumber: *Pers yang Gamang* (Siahaan, 2001, h.69)

Objektivitas pemberitaan diukur dengan beberapa indikator-indikator. Objektivitas terbagi menjadi dua dimensi besar. Pertama, variabel faktualitas, variabel ini berkaitan dengan kualitas dari suatu berita. Kedua, variabel imparsialitas, variabel ini berkaitan dengan apakah berita tersebut satu sisi saja atau kedua sisi dalam peristiwa yang diberitakan. Pada dimensi *truth* diturunkan ke dua sub dimensi yakni sifat fakta dan akurasi. Pertama, sifat fakta (*factualness*) dibagi menjadi dua bagian lagi, yaitu fakta sosiologis dan fakta psikologis. Fakta sosiologis adalah berita yang mencantumkan sebuah peristiwa atau kejadian nyata (faktual). Sementara, fakta psikologis adalah berita yang berupa interpretasi subjektif (pernyataan atau opini) terhadap kejadian atau gagasan. Kedua, akurasi merupakan ketepatan fakta kepada subjek, objek atau saksi terhadap peristiwa tersebut dengan melakukan *check and recheck* dan melakukan konfirmasi. (Siahaan 2001, h. 66)

Selanjutnya relevansi terhadap standar jurnalistik, merupakan aspek-aspek fakta dalam sebuah berita dengan kelayakan berita yakni, *significance* (seberapa penting peristiwa tersebut bagi masyarakat), *magnitude* (mempengaruhi atau berakibat terhadap kehidupan masyarakat), *prominence* (keterkenalan tokoh dalam sebuah peristiwa), *timeliness* (tingkat aktualitas suatu peristiwa/peristiwa yang baru terjadi), dan *proximity* (fakta kejadian dekat dengan lokasi khalayak dan fakta kejadian memiliki kedekatan emosional khalayak) (Siahaan 2001, h. 66).

Variabel imparsialitas (ketidakberpihakan), terbagi menjadi dua bagian yakni berimbang dan netral. Pertama, berimbang adalah keseimbangan yang

menampilkan dua sisi dalam sebuah berita. Berimbang dapat diturunkan menjadi dua bagian lagi yakni, akses proporsional dan dua sisi (*even handed*). Akses proporsional yakni *cover both sides*. *Cover both sides* merupakan berita yang menyajikan dua atau lebih gagasan dari masing-masing pihak yang berbeda dengan kesempatan yang sama secara proporsional. Sedangkan, pada bagian dua sisi (*even handed*) dimana berita menyajikan dua sisi yakni aspek negatif maupun positif terhadap fakta dan masing-masing perdebatan telah disajikan (Siahaan 2001, h. 66).

Kedua, netral adalah berita yang menyampaikan peristiwa dan fakta secara *real* dan tidak memihak dalam memandang peristiwa. Netral diturunkan menjadi dua bagian yakni, non-evaluatif dan non-sensasional. Pertama, non-evaluatif dapat diukur dengan indikator pencampuran fakta dan opini. Pencampuran fakta dan opini merupakan pendapat pribadi wartawan yang masukkan ke dalam berita. Kedua, non-sensasional dapat diukur dengan dua indikator yakni, kesesuaian judul dan isi, dan dramatisasi. Kesesuaian judul dan isi dimana adanya kesesuaian judul berita dengan isi berita saling berkesinambungan dapat dilihat dari setiap paragraf berita. Dramatisasi adalah penyajian fakta dengan cara wartawan menyajikan berita dengan beberapa ilustrasi. Sehingga dapat memunculkan kesan berlebihan sehingga menimbulkan kesan kesal, senang, sedih, simpati, dan lainnya (Siahaan 2001, h. 66).

### **2.3 Hipotesis penelitian**

Hipotesis merupakan pernyataan yang belum tentu kebenarannya, hal tersebut masih harus diuji lebih dulu karena sifatnya sementara atau berupa dugaan

awal. Hipotesis membantu periset mengkuantifikasikan variabel sehingga dapat diukur. Dalam bentuk hipotesis deskriptif merupakan dugaan tentang suatu nilai variabel mandiri, tidak membuat perbandingan atau hubungan tertentu (Kriyantono, 2009, h. 28&33). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat objektivitas pemberitaan kasus korupsi e-KTP antara Detik.com dengan Liputan6.com

$H_a$  : Terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat objektivitas pemberitaan kasus korupsi e-KTP antara Detik.com dengan Liputan6.com

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan konsep dan teori yang sudah dijabarkan oleh peneliti sebuah media bertanggung jawab kepada masyarakat untuk menyediakan informasi yang faktual dan netral. Begitu pula halnya dengan media berita *online* seperti Detik, harus menerapkan objektivitas. Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang peneliti gunakan dalam melakukan analisis isi kuantitatif mengenai objektivitas pemberitaan Detik.com terhadap isu kasus korupsi e-KTP.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Gambar 2.4** Kerangka Pemikiran Peneliti

