



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

Saat melakukan penelitian, penulis merujuk pada dua penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan metode dengan penulis. Penelitian pertama berjudul “Objektivitas Pemberitaan Media Cetak (Studi Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Kandidat Calon Walikota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Medan 2010 di Harian Analisa dan Harian Waspada)”. Skripsi ini ditulis oleh Wina Vahluvi, mahasiswa Universitas Sumatera Utara departemen Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisis isi (Vahluvi, 2010, h. 58).

Penelitian yang ditulis oleh Wina bertujuan untuk mengetahui objektivitas pemberitaan Kandidat Calon Walikota dan Wakil Walikota di Pilkada Kota Medan pada tahun 2010 di Harian Waspada dan Harian Analisa. Selain itu, Wina juga ingin mengetahui kecenderungan keberpihakan berita, bila berita dapat dinyatakan tidak objektif. Pada penelitian ini, Wina menggunakan konsep objektivitas milik Westerstahl yang dibagi dalam dua garis besar, yaitu faktualitas, dan imparsialitas.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Wina kedua harian tersebut belum memenuhi kaidah netralitas, dan keseimbangan (*cover both sides*). Kedua

media tersebut cenderung hanya memberitakan salah satu pasangan calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota pada setiap masing-masing pemberitaannya.

Perbedaan penelitian Wina dengan penulis terletak pada objek penelitian dan media yang dijadikan subjek penelitian. Wina mengambil kasus mengenai pemberitaan kandidat calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota di Pilkada kota Medan tahun 2010, sedangkan peneliti spesifik mengambil berita mengenai Basuki Tjahaja Purnama dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Media yang dijadikan subjek penelitian Wina merupakan surat kabar lokal yang bernama Harian Waspada dan Harian Analisa, sedangkan penulis menggunakan media *online* Republika.

Penelitian kedua merupakan jurnal yang dilakukan oleh Muhammad Afiq Naufal Haryanto, mahasiswa Universitas Negeri Sebelas Maret Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan program studi Ilmu Komunikasi. Penelitian yang ditulis oleh Afiq berjudul “Objektivitas Berita Konflik Basuki Tjahaja Purnama dengan DPRD DKI Jakarta (Studi Analisis Isi Tentang Obyektivitas Berita Konflik Antara Basuki Tjahaja Purnama dengan DPRD DKI Jakarta Periode 18 Januari - 31 Maret 2015 Pada Portal Berita Detik.com)” (Haryanto, 2015, h. 1).

Tujuan dari penelitian Afiq adalah untuk mengetahui dan menjelaskan objektivitas berita konflik antara Ahok dengan DPRD DKI Jakarta pada Detik.com periode 18 Januari – 31 Maret 2015. Afiq melakukan analisis terhadap 50 berita di Detik.com yang berhubungan dengan konflik Basuki Tjahaja Purnama dengan DPRD DKI Jakarta dengan menggunakan konsep objektivitas

pemberitaan Westerstahl. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut adalah dari indikator objektivitas berita yaitu faktualitas dan imparialitas, Detik.com mampu memenuhi sisi faktualitas, namun pada sisi imparialitas belum dapat terpenuhi karena masih banyak ditemukan berita yang hanya meliput satu sudut pandang dan dari sisi negatif saja.

Sama seperti pada penelitian Wina, perbedaan penelitian penulis dengan Afiq terletak pada objek penelitian dan media yang dijadikan subjek penelitian. Afiq secara spesifik memilih konflik antara Ahok dan DPRD DKI Jakarta, sedangkan peneliti mengambil berita Basuki Tjahaja Purnama dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Subjek penelitian Afiq adalah media online Detik.com, sedangkan penulis menggunakan media *online* Republika.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

	PENELITIAN I	PENELITIAN II	PENELITIAN PENELITI
Peneliti	Wina Vahluvi – Universitas Sumatera Utara	Muhammad Afiq Naufal Haryanto – Universitan Negeri Sebelas Maret	Sarah Nafisah – Universitas Multimedia Nusantara
Judul	Objektivitas Pemberitaan Media Cetak (Studi Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Kandidat Calon Walikota dan Wakil Walikota pada Pilkada Kota Medan	Objektivitas Berita Konflik Basuki Tjahaja Purnama dengan DPRD DKI Jakarta (Studi Analisis Isi Tentang Obyektivitas Berita Konflik Antara Basuki	Objektivitas Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017 di Media <i>Online</i> Republika: Sebuah Analisis Isi

	2010 di Harian Analisa dan Harian Waspada)	Tjahaja Purnama dengan DPRD DKI Jakarta Periode 18 Januari - 31 Maret 2015 Pada Portal Berita Detik.com)”.	
Tujuan Penelitian	1. Untuk mengetahui objektivitas pemberitaan Kandidat Calon Walikota dan Wakil Walikota di Pilkada Kota Medan 2010 pada Harian Waspada dan Harian Analisa. 2. Untuk mengetahui kecenderungan keberpihakan berita, bila berita dapat dinyatakan tidak objektif.	untuk mengetahui dan menjelaskan objektivitas berita konflik antara Ahok dengan DPRD DKI Jakarta pada portal berita Detik.com periode 18 Januari – 31 Maret 2015	Untuk mengetahui seberapa besar tingkat objektivitas media <i>online</i> Republika saat memberitakan Basuki Tjahaja Purnama dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.
Metode Penelitian	Analisis Isi (kuantitatif)	Analisis Isi (kuantitatif)	Analisis Isi (kuantitatif)
Teori yang Dipakai	<ul style="list-style-type: none"> - Pendekatan-pendekatan tentang isi media - Jenis-jenis isi surat kabar - Objektivitas berita - Content Analysis - Pemilihan Kepala Daerah - Kampanye 	<ul style="list-style-type: none"> - Teori sistem normatif media massa - Berita - Objektivitas berita - Analisis Isi 	<ul style="list-style-type: none"> - Media massa - Media <i>online</i> - Jurnalisme <i>online</i> - Etika dan Hukum Media Massa - Objektivitas Pemberitaan

2.2 Media Massa

Saat ini media massa telah menjadi fenomena tersendiri dalam proses komunikasi massa (Nurudin, 2015, h.33). Bahkan dalam sejarahnya, media massa pernah memiliki kemampuan luar biasa dalam mempengaruhi seseorang, baik dari proses kognitif hingga perilaku (Romli, 2016, h.24). Media massa mampu untuk mengarahkan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa depan (Romli, 2016, h.45).

Menurut Nurudin, ada sepuluh fungsi media massa yang ia rangkum dari berbagai pendapat ahli (2015, h. 66-93) yaitu: (1) informasi, (2) hiburan, (3) persuasi, (4) transmisi budaya, (5) mendorong kohesi sosial, (6) pengawasan, (7) Korelasi, (8) pewarisan sosial, (9) melawan kekuasaan dan kekuatan represif, dan (10) menggugat hubungan trikotomi.

Media massa tentunya memiliki efek. Romli menyebutkan ada tiga efek media massa (Romli, 2016, h.14). Ketiga efek tersebut adalah efek kognitif, efek efektif, dan efek behavioral. Dalam efek kognitif akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Efek afektif tujuannya bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi diharapkan setelah mengetahui sebuah informasi, khalayak dapat merasakannya. Selanjutnya, Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada khalayak dalam bentuk

perilaku. Media mampu mengarahkan masyarakat untuk mencapai suatu perubahan tertentu (Nurudin, 2015, h.36).

Media massa biasa juga disebut sebagai media jurnalistik (Muhtadi, 2016, h.54). Muhtadi membagi media jurnalistik menjadi empat, pertama media cetak (surat kabar, majalah, buku), kedua, media elektronik (radio, televisi), jurnalistik foto, dan jurnalistik online (Muhtadi, 2016, h.65-77).

2.2.1 Media Online

Berkembangnya teknologi informasi menyebabkan perubahan mendasar dalam kehidupan manusia. Perubahan tersebut muncul karena lahirnya mekanisme baru dalam berkomunikasi. Masyarakat kini dapat mengakses informasi dengan cepat dan lengkap melalui perangkat komunikasi yang disebut sebagai media *online* (Romli, 2016, h.134).

Dewan Pers mengartikan media *online* sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers (Romli, 2014, h.30).

Media *online* sebagai salah satu jenis media massa memiliki perkembangan yang sangat pesat. Saat ini hampir seluruh masyarakat menggunakan media *online* sebagai salah satu alternatif dalam memperoleh informasi dan berita. Keunggulan yang dimiliki media *online* adalah mampu menyajikan informasi lebih cepat dibandingkan

media massa lainnya, sehingga informasinya selalu *up to date* (Suryawati, 2011, h.113).

Media *online* merupakan produk jurnalistik *online*, sebab seluruh proses pelaporan fakta diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Situs berita termasuk dalam salah satu kategori media *online* yang mempraktikkan jurnalistik *online* (Romli, 2014, h.30-31).

2.2.2 Jurnalistik Online

Istilah jurnalistik *online* muncul ketika media *online* hadir sebagai bentuk media massa baru. Jurnalistik *online* adalah proses penyampaian informasi melalui media internet, yang utamanya adalah situs web (Romli, 2014, h.12). Pada jurnalistik *online*, berita atau informasi yang muncul tidak disiarkan beberapa menit, jam, hari, atau minggu, tetapi begitu terjadi langsung di-*upload* ke dalam situs *web* media *online* (Suryawati, 2011, h.115)

Suryawati (2011, h.121) menyebutkan ada perbedaan dalam model komunikasi yang berlangsung dalam jurnalistik *online* dan jurnalistik konvensional. Dalam jurnalistik *online* tata-tutur informasi disajikan secara *non-linear* untuk mengakomodasi kebebasan penggunaannya dalam mengakses informasi. Penggunaannya dapat menikmati informasi atau berita dari yang terbaru kemudian melompat ke informasi atau berita yang sudah lama atau bahkan bertahun-tahun yang lalu. Jurnalistik konvensional

menyajikan tata-tutur informasi secara *linear*. Penggunaanya harus membaca informasi atau berita sesuai dengan urutan penerbitnya.

Jurnalistik *online* juga mampu mendapatkan *feedback* secara langsung ketika informasi atau berita sudah di-*upload*. Berbeda dengan jurnalistik konvensional yang *feedback*nya tidak langsung. Seperti halnya penyiar radio yang tidak bisa mengetahui secara langsung komentar para pendengarnya mengenai informasi atau berita yang ia bacakan (Suryawati, 2011, h.121).

Mike Ward dalam *Journalism Online* (2002, dikutip dalam Romli 2014, h.15) menyebutkan beberapa karakteristik Jurnalistik *online* yang juga merupakan keunggulannya dibandingkan dengan jurnalistik konvensional:

1. *Immediacy*: Kesegaran atau kecepatan penyampaian berita. Jurnalistik *online* dapat mem-*posting* sebuah berita tiap menit, bahkan dalam hitungan detik.
2. *Multiple Pagination*: bisa berupa ratusan halaman, terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (*new tab/new window*).
3. *Multimedia*: menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video dan grafis sekaligus.
4. *Flexibility Delivery Platform*: wartawan bisa menulis berita kapan saja dan dimana saja.

5. *Archiving*: terarsipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (*keyword*), juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan saja.

6. *Relationship with reader*: kontak atau interaksi dengan pembaca dapat “langsung” saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

Sebagai salah satu bentuk jurnalistik baru, sebagian besar prinsip jurnalistik *online* sama dengan jurnalistik konvensional, namun tidak dapat dipungkiri ada beberapa hal yang berbeda dari jurnalistik *online* dan jurnalistik konvensional.

Paul Bradshaw (dikutip dalam Romli 2014, h.13-14) menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik *online*:

1. Keringkasan. Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang semakin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca.

2. Kemampuan beradaptasi. Wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik.

Jurnalis dapat menyajikan berita dengan keragaman format audio, video, gambar, dll dalam suatu berita.

3. Dapat dipindai. Untuk memudahkan para pembaca, situs jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar

pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca suatu informasi atau berita..

4. Interaktivitas. Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas.

5. Komunitas dan percakapan. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan oleh pembaca.

Dari sekian banyak keunggulan jurnalistik *online*, pendapat berbeda dikemukakan oleh *news director* LKBN ANTARA, M. Saiful Hadi. Laporan berita yang disajikan oleh jurnalistik *online* memiliki tingkat kepercayaan (*trust*) yang rendah bila dibandingkan dengan media konvensional. Sebab para jurnalis *online* dapat dengan mudahnya menghapus, mengedit ulang, ataupun memperbaharui laporan jurnalistik yang pernah dibuat (Suryawati, 2011, h.116)

Media *online* melahirkan serangkaian dampak positif dan efek fungsional, internet juga memunculkan begitu banyak dampak negatif dan fungsi disfungsional (Sumadiria, 2016, h.205). Dewan pers Bersama organisasi pers, pengelola media *online* dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) agar media *online* dapat melaksanakan tugasnya secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan

kewajibannya sesuai Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik.

2.3 Etika dan Hukum Media Massa

2.3.1 Etika Media Massa

Etika, secara etimologis berasal dari kata *ethos*, bahasa Yunani, yang artinya watak kesusilaan atau adat kebiasaan. Etika bersinggungan erat dengan kata moral yang dalam bahasa Latin disebut *mos* atau *mores*, yang artinya cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan baik dan menghindari hal-hal yang bersifat buruk (Sumadiria, 2016, h.194). Menurut Austin Fogothry, etika adalah ilmu pengetahuan normatif yang praktis mengenai kelakuan yang benar dan tidak benar dari manusia serta dapat dimengerti oleh akal murni (Sumadiria, 2016, h.195)

Sobur (dikutip dalam Romli, 2016, h.107) etika media massa adalah filsafat moral yang berkenaan dengan kewajiban-kewajiban pers tentang penilaian pers yang baik dan pers yang buruk. Menurut Sumadiria (2016, h.201) mendefinisikan etika media massa sebagai filsafat moral yang mempelajari dan mengatur tata sikap serta perilaku pers, penyiaran, dan media massa dalam jaringan (*online*) internet (media siber), sejak tahap perencanaan peliputan sampai pemuatan, penyiaran, dan penayangan berikut dampaknya kepada khalayak pembaca, pendengar, dan pemirsa.

Shoemaker dan Reese (dikutip dalam Nurudin, 2015, h.252-264) menyebutkan beberapa poin penting dalam etika media massa, yakni:

1. Tanggung Jawab

Jurnalis atau orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa harus mempunyai tanggung jawab dalam pemberitaan atau apa yang disiarkan. Apa yang diberitakan oleh media massa harus bisa dipertanggungjawabkan. Jurnalis memiliki tanggung jawab kepada Tuhan, masyarakat, profesi, dan dirinya sendiri.

2. Kebebasan Pers

Semua orang, termasuk jurnalis boleh bebas, tetapi bebas di sini harus bisa dipertanggungjawabkan dan bukan sebebas-bebasnya. Kebebasan pers sangatlah penting, karena kebebasanlah berbagai informasi bisa tersampaikan pada masyarakat.

3. Masalah Etis

Masalah etis di sini adalah bahwa jurnalis harus bebas dari kepentingan. Ia mengabdikan kepada kepentingan umum. Pers pada dasarnya tidak bisa lepas dari kepentingan, namun yang bisa dilakukan adalah menekannya.

4. Ketepatan dan Objektivitas

Ketepatan disini berarti dalam menulis berita wartawan harus akurat, cermat. Dan diusahakan tidak ada kesalahan. Sedangkan, objektivitas adalah pemberitaan yang didasarkan fakta-fakta di lapangan, bukan opini wartawannya.

5. Tindakan Adil untuk Semua Orang

- a. Media harus melawan campur tangan individu dalam medianya.
- b. Media tidak boleh menjadi “kaki tangan” pihak tertentu yang akan mempengaruhi proses pemberitaannya.
- c. Media berita mempunyai kewajiban membuat koreksi lengkap dan tepat jika terjadi ketidaksengajaan kesalahan yang dibuat.
- d. Wartawan bertanggung jawab atas laporan beritanya kepada publik dan publik harus berani menyampaikan pendapatnya pada media.
- e. Media dilarang mengadili seseorang sebelum pengadilan memutuskan seseorang bersalah atau tidak. (Romli, 2016, h.110)

Selain itu pers Indonesia juga juga diatur oleh kode etik jurnalistik yang dibuat oleh organisasi pers dan sudah dibakukan. Salah satu kode etik jurnalistik yang digunakan adalah kode etik yang dirilis oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) pada tahun 2006. Kode etik

jurnalistik tersebut mengatur etika wartawan dalam mencari, menulis, dan mempublikasi berita.

2.3.2 Hukum Media Massa

“Secara sederhana hukum adalah suatu rangkaian peraturan yang menguasai tingkah laku dan perbuatan tertentu dari manusia dalam hidup bermasyarakat” (Peornomo, 1994 dikutip dalam Sumadiria, 2016, h.5). Menurut guru besar hukum pidana dari Universitas Gadjah Mada, hukum mempunyai dua ciri tetap. Pertama, hukum merupakan suatu organ peraturan-peraturan yang abstrak. Kedua, hukum merupakan suatu proses sosial untuk mengadakan tertib hukum dan mengatur kepentingan-kepentingan manusia (Sumadiria, 2016, h.5).

Menurut Keputusan Dewan Pers No. 79/XIV/1974 pers nasional berpijak pada enam landasan, yakni: (1) Landasan idiil Pancasila, (2) landasan konstitusional UUD 1945, (3) landasan strategis operasional garis haluan manajerial dan redaksional, (4) landasan yuridis formal UU no. 40/1999, (5) landasan sosiologis kultural tata nilai dan norma sosial budaya agama yang berlaku, dan (6) landasan etis profesional kode etik organisasi pers (Sumadiria, 2016, h.89-90).

UU No. 40/1999 secara khusus membahas dan mengatur pers Indonesia. Sumadiria (2016, h.92) mengelompokkan pokok materi undang-undang tersebut ke dalam tujuh bidang, yaitu asas fungsi dan hak pers, kewajiban dan peranan pers, kedudukan wartawan, hak dan

keajiban perusahaan pers, posisi dan fungsi dewan pers, peredaran pers asing, peran serta masyarakat dalam pers, dan tentang sanksi pidana.

Media massa tidak jarang terjebak dalam berbagai pelanggaran etis, sosiologis, dan yuridis. Dalam segi pelanggaran etis, misalnya, pers sudah terlalu biasa melanggar kode etik yang dibuat dan ditetapkannya sendiri. Dalam pelanggaran sosiologis, pers tidak jarang mengangkat isu tertentu tentang sosial budaya yang dinilai sensitif sehingga mengundang keluhan dan kecaman dari masyarakat. Dalam pelanggaran yuridis, pers terkadang memuat informasi menyesatkan, seperti hasutan, menyebarkan fitnah, dan pencemaran nama baik seorang tokoh atau institusi (Sumadiria, 2016, h.120).

Sama seperti kasus-kasus pelanggaran hukum lainnya, pelanggaran hukum yang dilakukan oleh pers juga mendapat sanksi hukum. Pers akan mendapat sanksi sesuai dengan undang-undang dan ketentuan hukum yang diberlakukan di Indonesia

2.4 Objektivitas Pemberitaan

Objektivitas dalam pemberitaan bertujuan untuk membuktikan profesionalisme wartawan dalam melayani publik. Objektif disini berarti wartawan dalam melakukan liputannya tidak berat sebelah, adil, dan harus meliput dua sisi yang berbeda secaraimbang. Tujuan utama dalam objektivitas adalah menyampaikan kebenaran. Apa yang ditulis oleh wartawan harus

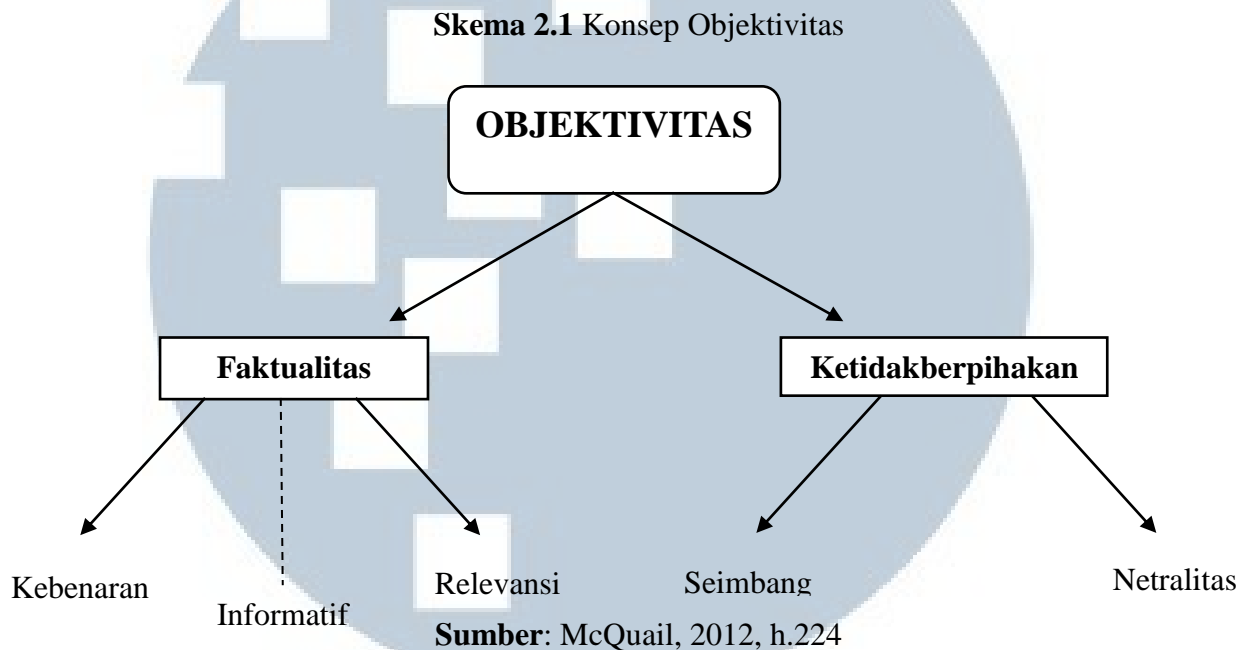
berdasarkan fakta-fakta di lapangan, bukan opini atau interpretasi sendiri (Ardianto dkk, 2007, h.206).

Objektivitas merupakan bentuk tertentu dari praktik media dan juga merupakan sikap tertentu dari tugas pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran informasi. Ciri utama objektivitas adalah penerapan posisi keterlepasan dan netralitas terhadap objek peliputan. Kedua, terdapat upaya untuk menghindari keterlibatan: tidak berpihak, atau bias. Ketiga, objektivitas membutuhkan keterikatan yang kuat terhadap akurasi dan jenis kebenaran media yang lain (McQuail, 2012, h.222).

Entman (dikutip dalam Sudibyo 2001, h.73) mengatakan bahwa secara teoretik objektivitas membatasi wartawan untuk tidak menggambarkan realitas menurut kepentingannya sendiri, mencegah kalangan media mempengaruhi pikiran dan politik masyarakat. Dampak atau pengaruh dari suatu berita harus lahir dari fakta yang digambarkan, bukan dari opini atau interpretasi jurnalis.

Objektivitas dapat dicapai melalui tiga cara. Pertama, pemisahan fakta dari pendapat. Kedua, menyajikan pandangan terhadap berita tanpa disertai dimensi emosional. Ketiga, berusaha untuk jujur dan seimbang, memberikan kesempatan kepada seluruh pihak untuk menjawab dengan memberikan informasi pada khalayak (Merril dikutip dalam Sudibyo, 2001, h.73).

Berikut adalah kriteria objektivitas yang dikemukakan oleh Westerstahl (McQuail, 2012, h.224):



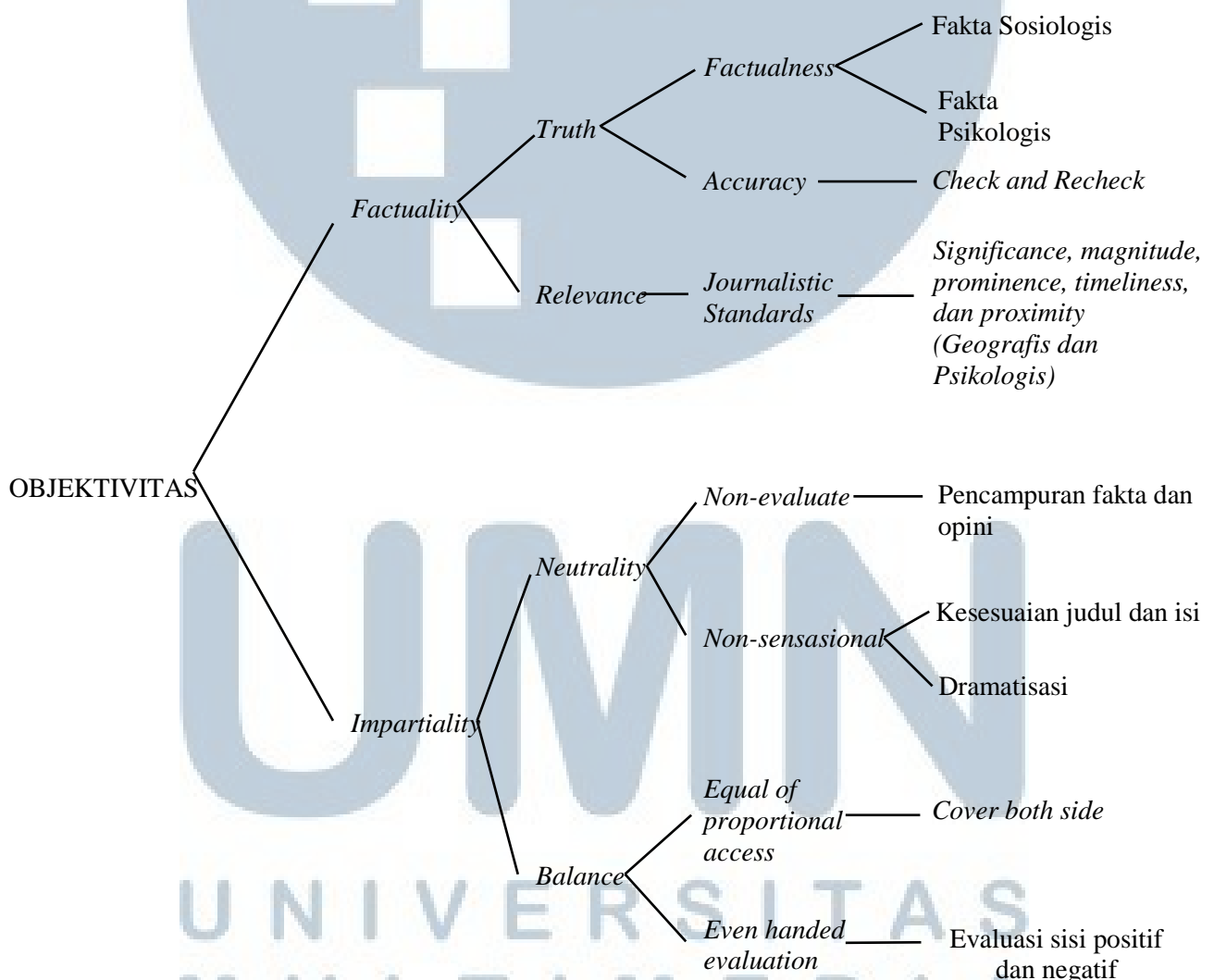
Faktualitas adalah bentuk reportase yang berkaitan dengan peristiwa dan pernyataan yang bisa dicek ke narasumber dan bebas dari opini, atau setidaknya bebas dari komentar wartawan. faktualitas terbagi dalam dua aspek yaitu kebenaran dan relevansi. Kebenaran adalah keutuhan laporan, tepat, akurat, dan tidak ada usaha mengarahkan khalayak. Sedangkan relevansi merupakan proses seleksi, dan bukan penyajian (Nurudin, 2009, h.82).

Ketidakberpihakan juga terbagi ke dalam dua aspek yaitu, keseimbangan dan netralitas. Keseimbangan yang dimaksud adalah pemberitaan yang ditulis oleh wartawan harus menampilkan semua sisi, tidak menghilangkan dan menyeleksi sisi tertentu. Aspek netralitas diartikan sebagai penyampaian berita

sesuai dengan peristiwa dan fakta apa adanya, tidak memihak pada salah satu sisi dari sebuah peristiwa (Eriyanto, 2013, h.195).

Berikut adalah konsep Objektivitas oleh Westerstahl yang dikembangkan oleh McQuail, dan dirinci kembali oleh Siahaan (2001, h. 69)

Skema 2.2 Konsep Objektivitas Westerstahl yang telah dirinci kembali



Sumber: Siahaan, 2001, h.69

2.5 Kerangka Pemikiran

Skema 2.3 Kerangka Pemikiran

