



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 KONSEP

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu digunakan peneliti sebagai rujukan untuk memperjelas dan mempertegas penelitian ini. Penelitian terdahulu juga digunakan untuk membandingkan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan dalam topik yang berkaitan dengan pilpres dan objektivitas. Berikut adalah penelitian terdahulu berupa skripsi yang terkait dengan penelitian.

Penelitian terdahulu yang **pertama** yaitu “Analisis Isi Keberimbangan Rubrik Berita *News* Dan *Showbiz* Yang Disajikan Dalam Portal Berita *Line Today*” yang ditulis oleh Tiara Astra Parahita dari Universitas Diponegoro tahun 2013. Dalam penelitian ini, Penelitian ini mengkaji bagaimana *LINE Today* sebagai *news aggregator* dalam menyajikan konten-konten berita dan informasi apakah telah memenuhi konsep keberimbangan (*balance*) sesuai dengan kode etik jurnalistik (Parahita, 2013, p.1).

Teori yang digunakan oleh Parahita yaitu dengan menggunakan teori *Golden Mean* yang berbunyi “rasio menentukan jalan tengah antara dua

ekstrim yang saling berlawanan” atau manusia dituntut untuk mengambil keputusan jalan tengah. Contohnya adalah seorang jurnalis dihadapkan pada pilihan diantara menerbitkan foto ekspresi kesedihan keluarga korban bencana alam pada halaman awal dengan ukuran besar atau pilihan tidak menerbitkan sama sekali. Maka jalan tengah yang seharusnya diambil oleh jurnalis tersebut adalah menerbitkannya pada halaman tengah dengan ukuran yang tidak terlalu besar.

Konsep yang dipakai adalah skema konsep keberimbangan, konsep tersebut dibagi menjadi dua bagian, yaitu (*equal or proportional access*). Hal ini berarti, dalam sebuah pemberitaan harus dilakukan proses cek dan ricek. Dan aspek yang kedua (*even-handed evaluation*) keberimbangan pemberitaan sebuah media juga sangat ditentukan oleh aspek evaluasi sisi positif dan negatif (Parahita, 2013, p. 9-11).

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, dimana penelitian tersebut bertujuan mendeskripsikan bagaimana tingkat penerapan konsep keberimbangan dalam pemberitaan di media online. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan Parahita adalah dengan menggunakan *Probability Sampling Purposive* (penelitian dilakukan berdasarkan pertimbangan yang kuat dari peneliti) (Parahita, 2013, p. 12-13).

Hasil penelitian Parahita menemukan bahwa berdasarkan pengamatan terhadap 50 artikel berita dari lima portal media online (kumparan.com, suara.com, kompas.com, VIVA.com, Liputan6) adanya keberadaan unsur

keberimbangan dalam pemberitaan tersebut masih terasa timpang. Hal tersebut dapat terlihat dari tiga elemen alat ukur tingkat keberimbangan sebuah pemberitaan, hanya elemen *slant* yang setidaknya memenuhi unsur keberimbangan. Hal ini dibuktikan dengan fakta mendominasi pada pemberitaan satu sisi pada kategori *source bias* (dari 50 artikel berita tipe peliputan satu sisi sebanyak 34 artikel atau 68%, sedangkan peliputan dua sisi sebanyak 16 artikel atau 32%) dan kecilnya prosentase unit analisis representasi pro-kontra yang memiliki kesamaan porsi alinea yang diberikan terhadap pihak yang memiliki pandangan pro dan pihak yang memiliki pandangan kontra (Parahita, 2013, p. 14-18).

Perbedaannya dengan peneliti Parahita dengan peneliti adalah, peneliti Parahita membahas mengenai tingkat keberimbangan pada berita yang dimuat oleh LINE Today sebagai media agregator. Kalau peneliti menggunakan konsep objektivitas, dimana peneliti ingin mengetahui tingkat objektivitas media online tersebut dalam pemberitaan mengenai pemilu 2019.

Penelitian terdahulu yang **kedua** yaitu “Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Hukuman Mati Terpidana Narkotika Tahap I Dan II Pada Program Metro News di Metro Tv” ditulis oleh Shelly Novea Sary dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2016.

Dalam penelitian ini, Sary sebagai peneliti ingin meneliti bagaimana objektivitas pemberitaan hukuman mati terpidana narkotika tahap I dan II yang terdapat pada program Metro News di Metro TV edisi Januari–Mei 2015.

Alasan Sary meneliti ini adalah pemberitaan mengenai hukuman mati terpidana narkoba telah menyebar kemana-kemana dan disiarkan oleh hampir semua stasiun televisi di Indonesia. Dan sejak pemberitaan itu muncul di televisi Indonesia, langsung bermunculan pro dan kontra di berbagai kalangan. Karena tak dipungkiri lagi banyak media yang memberitakan tidak terlepas dari hal yang subjektif dan objektif, salah satunya MetroTV dituntut untuk menyampaikan berita tersebut harus objektif. Maka dari itu Sary sebagai peneliti meneliti topik tersebut ingin mengetahui objektivitas pemberitaan hukuman mati terpidana narkoba tahap I dan II yang ditayangkan oleh Metro TV pada program Metro News edisi Januari 2015 sampai dengan Mei 2015 (Sary, 2016, p. 3-7).

Dalam penelitian tersebut konsep objektivitas adalah sebagai konsep utama peneliti. Penelitian ini menggunakan konsep objektivitas dari Westerstahl yang dikutip dari buku Dennis Mc Quail, *Mc Quails Mass Communication Theory* yang disarikan oleh Hotman Siahaan dalam buku Pers yang Gamang. Penelitian tersebut juga menghitung hasil penelitiannya menggunakan rumus Holsti dan mengambil hasilnya dalam bentuk presentase (Sary, 2016, p. 53).

Hasil dari penelitian tersebut terbukti bahwa Metro TV telah menyajikan pemberitaan objektif mengenai hukuman mati terpidanan narkoba. Terbukti bahwa dari 9 indikator yang diteliti terdapat satu indikator yang tidak terepenuhi objektivitasnya, yaitu pada indikator *equal access*, dan sisanya 8 indikator terpenuhi objektivitasnya, yaitu pada indikator fakta, akurasi,

relevansi, akurasi, non-evaluatif, kesesuaian judul dan isi, tidak ada dramatisasi, dan penilaian sisi positif dan negatif berimbang (Sary, 2016, p. 102).

Pada penelitian ini memiliki relevansi yang cukup mirip dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti saat ini, yaitu sama-sama menggunakan konsep objektivitas Westerstahl yang disarikan oleh Eriyanto dalam buku Analisis Isi, dan juga untuk penghitungan reliabilitas menggunakan rumus Holsti. Namun secara isi penelitian berbeda, tetapi konsep yang digunakan sama.

Penelitian terdahulu **ketiga** yaitu “Persepsi Pemirsa Tentang Objektivitas Berita di Kompas TV” di tulis oleh Muhammad Ali Assajjad Filail dari Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam penelitian ini, Filail sebagai peneliti ingin melihat bagaimana masing-masing persepsi pada mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial angkatan 2012-2015 mengenai objektivitas berita yang ditayangkan oleh Kompas TV.

Alasan penelitian tersebut meneliti persepsi dari masing-masing mahasiswa adalah berawal dari pada tahun 2014, dimana beberapa televisi menayangkan masa kampanye dan perhitungan suara dari pemilihan presiden dan wakil presiden. Banyaknya bias yang terjadi pada berita-berita tersebut membuat khalayak bingung memilih berita mana yang sesuai dengan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan. Misalnya terdapat salah satu stasiun televisi menyiarkan presentase Jokowi Tinggi dan Prabowo Rendah, dan televisi yang satunya menyiarkan Prabowo memiliki presentase yang tinggi dan

Jokowi rendah. Maka dari itu masyarakat harus dapat pintar memilih mana media yang menyiarkan fakta yang sebenarnya dan mana yang tidak (Filail, 2016, p. 2).

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menganalisis persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia tentang seberapa besar tingkat faktualitas dan imparialitas pada pemberitaan yang disiarkan oleh Kompas TV (Filail, 2016, p. 5).

Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan format survey, yaitu dengan mengambil sampel dari populasi dan juga menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penelitian tersebut dalam menentukan sampel dengan menggunakan *proportionate stratified random sampling*, artinya populasi mempunyai anggota dan unsur yang tidak homogeny dan berstrata secara proporsional. Pada penelitian persepsi ini peneliti tersebut menggunakan juga konsep objektivitas analisis isi dari Westerstahl sebagai acuan untuk menyebarkan kuesioner (Filail, 2016, p. 36-42).

Hasil dari penelitian tersebut adalah berita-berita yang ditayangkan di beberapa program oleh Kompas TV masih dianggap objektif, karena dilihat tanggapan dari responden yang positif pada setiap pernyataan kuesioner (Filail, 2016, p. 105).

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Namun bedanya, penelitian ini dilakukan dibebberapa program berita di Kompas TV dan menggunakan audiens sebagai alatnya, kalau peneliti yang sedang peneliti lakukan adalah analisis isi pada *talkshow* di Metro TV.

2.2 TEORI DAN KONSEP

2.2.1 Media Massa

Media massa menurut Tamburaka adalah sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Sedangkan untuk informasi massa merupakan suatu informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi (Tamburaka, 2012, p.13).

Proses komunikasi didalam lingkup masyarakat modern saat ini tentu dipengaruhi oleh kehadirannya media massa ataupun elektronik. Menurut Nurudin, manusia juga menjadi sangat ketergantungan dan tidak dapat menghindari peran dari media massa tersebut. Adanya media massa, ruang waktu bukan lagi menjadi hambatan, karena media massa merupakan alat komunikasi yang mampu menyebarluaskan informasi secara cepat dan serempak kepada khalayak pada waktu yang tidak terbatas (Nurudin, 2014, p. 9).

Media massa adalah alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada penonton yang luas dan heterogen. Kelebihan dari media massa itu sendiri dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir sekecil apa pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007, p. 9).

Adapun media massa sebagai institusi yang menghubungkan seluruh unsur khalayak masyarakat antara satu dan yang lainnya dengan melalui hasil produk dari media massa. Terdapat lima spesifik institusi media massa (Tamburaka, 2012, p.13):

1. Sebagai saluran produksi dan distribusi konten simbolis,
2. Sebagai institusi publik yang bekerja sesuai aturan yang ada,
3. Keikutsertaan baik sebagai pengirim atau penerima sukarela,
4. Menggunakan standar profesional dan birokrasi, dan
5. Media sebagai perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan.

Kekuatan media massa sesungguhnya adalah menarik dan mengarahkan perhatian publik, membujuk (opini dan kepercayaan), mempengaruhi sikap, membentuk pengertian realitas, memberi status dan legitimasi, dan memberi informasi secara cepat dan luas. Terdapat tiga pihak yang memiliki pengaruh paling besar dalam organisasi media massa yaitu pihak manajemen, profesional media, dan pendukung teknik atau teknologi. Ketiga pihak ini berada di tengah

medan pertarungan dimana mereka harus membuat keputusan di tengah berbagai hambatan, batasan, dan tuntutan serta berbagai upaya untuk memasukan pengaruh dan kekuasaan ke dalam organisasi media (Morissan, 2010, p.5).

2.2.2.1 Hubungan Media dengan Publik

Dalam hal ini televisi menjalankan fungsi utama media massa seperti yang dikemukakan oleh Lasswells, sebagai berikut:

1. *The surveillance of the environment,*

Media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, yaitu sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berada diluar jangkauan penglihatan masyarakat luas.

2. *The correlation of the parts of society in responding to the environment,*

Media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi informasi. Dalam hal ini peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang pantas dan perlu untuk disiarkan. Biasanya pemilihan dilakukan oleh reporter, editor, dan redaktur yang mengelola media massa.

3. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*

Media merupakan sarana penyampaian nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi lainnya. Fungsi ini merupakan fungsi pendidikan oleh media massa. (Wahyuni, 2002, p. 10).

Media massa memiliki lima fungsi, yaitu fungsi pengawasan, social learning, penyampaian informasi, transformasi budaya dan menghibur. Fungsi pengawasan pada media massa berarti melakukan peringatan untuk mencegah dampak dari pemberitaan di media kepada khalayak. *Social Learning* berarti media massa juga harus bertugas sebagai media yang dapat memberikan informasi yang mendidik. Penyampaian informasi berarti dimana media massa harus melakukan penyebaran informasi kepada khalayak. Dan fungsi yang terakhir yaitu menghibur berarti media massa juga melakukan penyebaran informasi secara menghibur sebagai pelengkap (Bungin, 2006, p. 79-81).

Disamping itu juga media massa memiliki beberapa efek pesan media massa yaitu meliputi efek kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif berarti khalayak mendapatkan suatu informasi yang penting dan bermanfaat sehingga dapat mengembangkan keterampilan kognitifnya melalui media massa. Efek afektif berarti setelah khalayak mendapat suatu informasi melalui efek kognitifnya, kemudian pesan dari media diharapkan dapat memunculkan perasaan terharu, sedih, iba, gembira, dan marah. Efek yang terakhir yaitu efek behavioral berarti setelah mengetahui pesan dari media tersebut, khalayak dapat

mampu merasakan perubahan dalam diri, bentuk perilaku, dan tindakan dalam melakukan sebuah kegiatan.

2.2.2 *Talkshow*

Tahun 1998 *talkshow* sudah mulai merambah ke stasiun-stasiun televisi Indonesia, saat itu televisi mulai mengemas *talkshow* dengan beragam kemasan. Sehingga amat efektif sebagai sarana untuk mensosialisasikan atau menginformasikan sesuatu kepada publik melalui sistem bincang-bincang. Adanya sistem komunikasi dua arah dan timbal balik secara langsung dapat disebut sebagai sarana mengungkapkan pendapat dan sekaligus mendapat informasi secara rinci. Maka dari itu tayangan *talkshow* amat berperan baik dalam pendidikan politik dan pembentukan opini baik dimasyarakat ataupun pemerintahan (Saptono et al., 2005, p. 201).

Menjelangnya tahun politik 2019, Metro TV membuat program *talkshow* khusus untuk membahas mengenai menjelang saat pemilu. *Election Talk* merupakan salah satu program *talkshow* khusus pemilu yang ditayangkan di stasiun televisi yaitu, Metro TV. Suatu program live yang membahas mengenai isu politik, ekonomi, infrastruktur, topik menjelang pemilu, elektabilitas pasangan kedua Capres dan Cawapres.

Dalam program *talkshow* diskusi ini memberikan permasalahan yang dilihat dari bidang yang berbeda oleh sejumlah ahli, narasumber atau tokoh yang menguasai bidang-bidang tersebut. Kesuksesan program ini terletak pada

kemampuan moderator dalam hal ini presenter dalam mengendalikan dan menjaga pembicaraan agar tetap segar, tetapi juga bisa jadi tegang (Wibowo, 2007, p.67).

Oleh karena itu, masing-masing stasiun televisi berlomba-lomba untuk mengemas talkshow dibuat menarik sedemikian rupa sehingga dapat menguntungkan publik sehingga agar menarik untuk ditonton oleh masyarakat.

Terdapat tiga unsur talkshow :

1. Topik atau tema

Pertama, yang akan dilakukan publik untuk menonton suatu acara adalah dengan melihat topiknya. Seberapa menarikkah topik yang diangkat oleh stasiun televisi tersebut. Hal itu merupakan salah satu tugas stasiun televisi agar talkshow tersebut dikemas secara menarik, sehingga publik untuk menontonnya.

2. Pemilihan narasumber

Acara talkshow yang baik adalah narasumber secara seimbang dan kompeten pada bidangnya. Selain itu juga yang harus diperhatikan adalah, porsi yang seimbang bagi para narasumber dalam mengemukakan pendapatnya.

3. Kualitas.

Talkshow yang baik dapat dilihat dari mutu penyajian yang dapat dilihat dari kapasitas presenter, alokasi ruang, jam tayang, dan inovasi dalam penyajiannya. mengendalikan alur diskusi tanpa membatasi artikulasi para narasumber yang datang (Saptono et al, 2005, p. 202).

Acara *talkshow* juga harus mampu menghindari kecenderungan untuk menggiring opini publik untuk berpihak pada partai atau calon tertentu. Penempatan jam tayang dan porsi untuk artikulasi pemirsa juga menjadi parameter lain untuk melihat bagaimana acara bincang bincang bisa memenuhi unsur pendidikan politik.

Talkshow menurut Naratama adalah dialog atau debat argumentasi secara blak-blakan dalam membahas suatu isu permasalahan yang sedang diangkat dalam tema tersebut. Narasumber satu dengan yang lainnya boleh saling membantah atas argumen yang telah dilontarkan, dan moderator atau presenter boleh mengkritik selama acara tersebut berlangsung (Naratama, 2004, p.147).

Program *talkshow* di televisi mempunyai beberapa prinsip atau aturan sebagaimana dalam buku *Television Talk, A History Of The Talkshow* (Timberg, 2002, p.3-6), sebagai berikut:

1. *Talkshow* dibawakan oleh seorang presenter /host (pembawa acara).

Karena disini host bertanggung jawab atas arahan dan nada untuk

membimbing dan menetapkan batasan pada pembicaraan yang ditimbulkan oleh narasumber. Pembawa acara memiliki kontrol yang tinggi atas pertunjukkan mereka dan tim produksi yang menjalankannya.

2. *Talkshow* mengandung sebuah percakapan diskusi yang berisikan suatu pesan.

Talkshow harus selalu mempertahankan ilusi tegang saat ini, baik ditayangkan secara *live* (langsung) ataupun *tapping*. Sehingga seolah-olah penonton berbagi ruangan dengan para konstestan verbal.

3. *Talkshow* merupakan sebuah produk komoditas yang bersaing dengan komoditas siaran televisi lainnya.
4. *Talkshow* merupakan salah satu kegiatan industri yang terstruktur dengan dibelakangnya melibatkan berbagai macam profesi, mulai dari produser, staf produksi, pengarah program acara, *floor director*, koordinasi grafis, penata rias dan rambut (*makeup*), penata pakaian (*wardrobe*), dan berbagai macam teknisi lainnya.

2.2.3 Pemilu

Kegiatan pemilihan umum merupakan perhelatan politik. Para peserta pemilu mulai dari seperti partai politik beserta calon yang diusung, penyelenggara pemilu, lembaga swadaya masyarakat pemantau, pemerintah

sebagai fasilitator berlomba-lomba untuk menyampaikan pesan politik masing-masing kepada warga pemilih.

Pemilu dalam sebuah negara demokrasi merupakan wahana yang memungkinkan semua pandangan yang berlawanan dapat dikomunikasikan secara adil dan merata agar rakyat dapat membuat pilihan berdasarkan informasi yang cukup. Akar demokrasi adalah pemahaman individu-individu dalam masyarakat untuk aktif berpartisipasi dalam debat dan argumen tentang struktur dasar masyarakat. Dalam demokrasi perwakilan, pemilu menjadi alat legal dan konstitusional. (Faisol et al, 2010, p. 10).

Media berperan bukan hanya melaporkan kegiatan politik seperti kampanye, tapi juga memberi panduan bagi pemilih untuk menentukan pilihan. Kehadirannya media diharapkan menyampaikan untuk kepentingan publik secara obyektif. Media juga harus secara independen merefleksikan struktur pluralis seluruh masyarakat yang dapat menginformasikan, mencerahkan, dan juga mendidik publik.

Media harus menyediakan platform dan forum untuk perdebatan tentang isu-isu kontroversial, serta mengangkat perilaku personal politisi, pejabat pemerintah, pemimpin masyarakat (Faisol et al, 2010, p. 11).

2.2.4 Konsep Objektivitas

Menurut McQuail (2011, p. 222), konsep paling inti dari teori media yang berkaitan dengan kualitas informasi yaitu objektivitas. Dalam peliputan atau menyajikan berita, media massa dituntut untuk tidak adanya keberpihakan dalam pemberitaannya, karena pengertian objektivitas itu sendiri adalah membutuhkan sikap adil dan tidak deskriminatif kepada sumber dan objektivitas dalam pelaporan berita atau dengan kata lain harus diperlakukan setara. Proses peliputan dan pengamatan seharusnya tidak terkontaminasi oleh subjektivitas dari wartawan yang meliput atau dicampuri dengan realitas yang dilaporkan.

Terdapat tiga ciri konsep utama objektivitas menurut McQuail (2011, p. 222) yaitu:

1. Penerapan posisi keterlepasan dan netralitas terhadap objek tertentu.
2. Terdapat upaya untuk menghindari keterlibatan, yaitu tidak berpihak dalam perselisihan atau menunjukkan bias.
3. Objektivitas membutuhkan keterikatan yang kuat terhadap akurasi dan jenis kebenaran media yang lain (relevansi dan keutuhan).

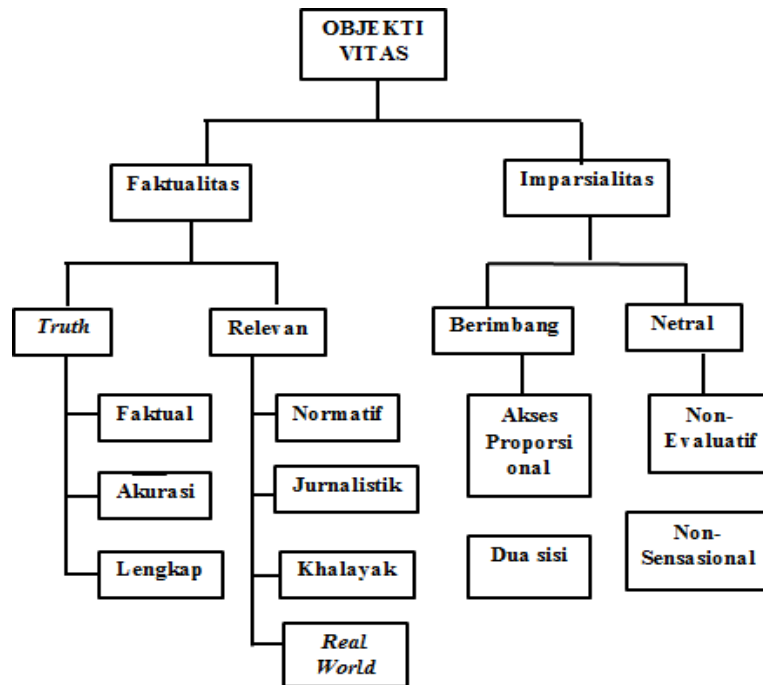
Konsep ini juga dapat diasumsikan bahwa tidak ada agenda tersembunyi terhadap pihak ketiga. Dalam hubungan yang berkembang dalam lingkungan kerja media, objektivitas adalah suatu hal yang sangat krusial. Umumnya, apa

yang dianggap relevan, itu yang adalah yang paling kuat untuk memengaruhi orang.

Menurut McQuail (2011, p. 224) ada beberapa persyaratan utama untuk kualitas informasi yang disajikan sebagai berikut :

1. Media massa harus menyediakan informasi yang menyeluruh atas berita yang relevan, baik dari latar belakang informasi yang jelas terkait peristiwa yang terjadi di lingkup masyarakat ataupun dunia.
2. Informasi yang disajikan harus objektivitas, yaitu harus akurat, faktual, jujur, utuh, dan dapat memisahkan antara fakta dengan opini yang ada.
3. Informasi harus berimbang dan adil (tidak memihak), melaporkan sudut pandang alternatif dan penafsiran dengan cara yang sedapat mungkin, tidak sensasional atau tidak bias pada pemberitaan tertentu.

Bagan 2.1 Skema Objektivitas Westersthal



Sumber : Eryanto, 2011

Dalam skema Westershal yang dikutip dari McQuail (2011, p. 223), Faktualitas adalah berupa bentuk peliputan yang berkaitan dengan peristiwa yang terjadi, sehingga dapat diperiksa pernyataannya terhadap sumber apapun (kualitas informasi dari suatu berita). Faktualitas terbagi menjadi dua aspek, yaitu kebenaran dan relevan. Kebenaran meliputi laporan, akurasi, dan tidak ada niat untuk menyesatkan atau menyembunyikan sesuatu hal yang relevan dari masyarakat.

Relevansi berkaitan dengan proses seleksi, apa yang memengaruhi sebagian besar orang secara cepat dan kuat akan dianggap sebagai hal yang paling relevan.

1. *Truth* (Kebenaran)

Menurut Eriyanto (2011, p. 195) Sejauh mana berita menyajikan informasi yang benar. Dimensi *Truth* dapat diturunkan lagi yaitu, Faktualitas, dapat memisahkan fakta dari opini, komentar, interpretasi. Akurasi, fakta dan peristiwa yang disajikan sesuai, tidak dilebih-lebihkan. Lengkap, bahwa semua fakta peristiwa sudah diberitakan semuanya tanpa ada satupun yang tidak diberitakan.

Kelengkapan memiliki dua aspek yaitu kelengkapan internal dan kelengkapan eksternal. Kelengkapan internal adalah dilihat dari satu berita yang disajikan. Kelengkapan eksternal adalah dilihat dari secara keseluruhan pemberitaan (McQuail, 1992, p. 210).

2. Relevan

Terbagi menjadi subdimensi yaitu normatif, jurnalistik, khalayak, *Real- World*. Menurut Eriyanto (2011, p. 195) Normatif adalah pemberitaan yang relevan yang sesuai dengan keyakinan umum). Jurnalistik artinya relevan dengan kaidah nilai-nilai berita jurnalistik. Khalayak berarti informasi yang relevan dari kacamata khalayak. Dimensi yang terakhir adalah Real-World atau dunia nyata

yang berarti adanya relevansi dengan dunia nyata, informasi yang dihasilkan bukan berasal dari dunia imajinasi.

3. Berimbang

Berimbang adalah berita yang menampilkan semua sisi, tidak menghilangkan atau menyeleksi fakta tersebut untuk diberitakan (proposional dan dua sisi). Artinya proposional itu adalah kedua belah pihak telah diberikan kesempatan yang sama. Sedangkan dua sisi yaitu wartawan dituntut untuk memberitakan suatu berita dalam situasi dua sisi yang berlawanan (Eriyanto, 2011, p. 195).

4. Netral

Menurut Eriyanto (2011, p. 195), netral itu berupa menyampaikan sebuah berita dengan fakta apa adanya yang tidak memihak pada salah satu sisi peristiwa tersebut. Maka dari itu netral memiliki dua subdimensi, yaitu Non-Evaluatif dan Non Sensasional. Untuk Non-evaluatif adalah wartawan tidak boleh memberikan penilaian terhadap informasi tersebut, apalagi menggunakan opini itu sendiri. Sedangkan Non-sensasional berarti dalam mencari berita, wartawan tidak boleh melebihkan fakta-fakta yang ada ditempat kejadian atau peristiwa tersebut.

Menurut Mc Quail dalam buku *Pers yang Gamang* yang ditulis oleh Hotman Siahaan (2001, p.64), prinsip objektivitas memiliki fungsi yang tidak boleh dianggap remeh oleh seorang jurnalis, karena informasi yang disebarkan tidak boleh sembarang. Objektivitas dalam artian yaitu penyajian dan proses seleksi berita yang bermuatan kekuasaan.

Untuk mengukur objektivitas suatu pemberitaan menurut Ashadi Siregar dalam buku *Pers Yang Gamang* yang ditulis oleh Hotman Siahaan (2011, p. 66), pada umumnya untuk mengukur berita tersebut ditakar sejauh mana wacana fakta sosial identik dengan wacana dari fakta media tersebut. Prinsip pertama sebagai seorang jurnalis atau wartawan adalah objektivitas, dimana khalayak menuntut agar media tersebut saat menayangkan suatu berita harus identik dengan fakta sosial yang ada. Artinya harus dapat menampilkan berita sesuai dengan kebenaran yang ada dan harus sesuai dengan fakta yang ada. Prinsip kedua sebagai seorang jurnalis adalah keseimbangan dan keberpihakan, yang dimana dua sisi atau poin penting juga sebagai kerja jurnalis. Sisi keseimbangan harus menciptakan ketidakberpihakan. Sebaliknya ketidakberpihakan harus menjaga keseimbangan.

Keseimbangan dan ketidakberpihakan dalam media ditentukan oleh perspektif dari si jurnalisnya itu sendiri, yang mencakup sudut pandang (*angle*), posisi jarak (*distance*), bahasa yang digunakan dalam menghadapi fakta-fakta sosial yang ada ditempat peristiwa kejadian. Sudut pandang adalah langkah awal dalam mengidentifikasi fakta saat menentukan subjek yang dipilih sebagai

fokus pemberitaan. Posisi jarak (*distance*), sikap seorang jurnalis dalam menghadapi suatu subjek, yaitu netral, empati, simpati, dan sikap intelektual jurnalis. Sedangkan untuk bahasa adalah menyangkut pada pilihan kata dalam menjelaskan suatu fakta (Siahaan, 2011, p. 67-68).

Menurut Siahaan (2011, p. 100-102) dalam buku *Pers yang Gamang*, Objektivitas juga dapat diukur dengan dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Dimensi *truth* : terbagi menjadi dua, yaitu Faktual dan Akurasi.
 - a. Faktual: terbagi menjadi dua kategori yaitu fakta sosiologis dan fakta psikologis. Fakta sosiologis berarti bahan baku pada berita tersebut berupa kejadian nyata atau faktual. Fakta psikologis berarti bahan baku pada berita tersebut berupa interpretasi subyektif (pernyataan/opini) terhadap suatu fakta kejadian.
 - b. Akurasi, ketepatan dan kecermatan wartawan dalam mencari fakta yang akan diberitakan. Biasanya selalu dilakukan *check and recheck*, yaitu mengonfirmasi atau menguji kebenaran fakta kepada subjek, objek atau saksi berita sebelum disajikan ke publik.
2. Relevansi, merupakan relevansi aspek aspek fakta dalam berita dengan indikator kelayakan berita, yaitu *significance, magnitude, prominence, timeliness, dan proximity*.
 - a. *Significance*, fakta yang memengaruhi kehidupan orang banyak atau berdampak terhadap kehidupan khalayak pembaca.

- b. *Prominence*, keterkenalan fakta atau tokoh.
 - c. *Magnitude*, fakta yang berkaitan dengan angka-angka mampu menarik pembaca.
 - d. *Timeliness*, suatu fakta yang baru terjadi atau diungkap.
 - e. *Proximity* geografis, fakta kejadian yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal khalayak.
 - f. *Proximity* psikografis, fakta kejadian yang memiliki kedekatan emosional dengan khalayak.
4. Ketidakberpihakan (*impartiality*), seberapa tingkatan subjektivitas wartawan tak terlibat dalam memproses suatu fakta yang nantinya akan dijadikan kedalam sebuah berita.

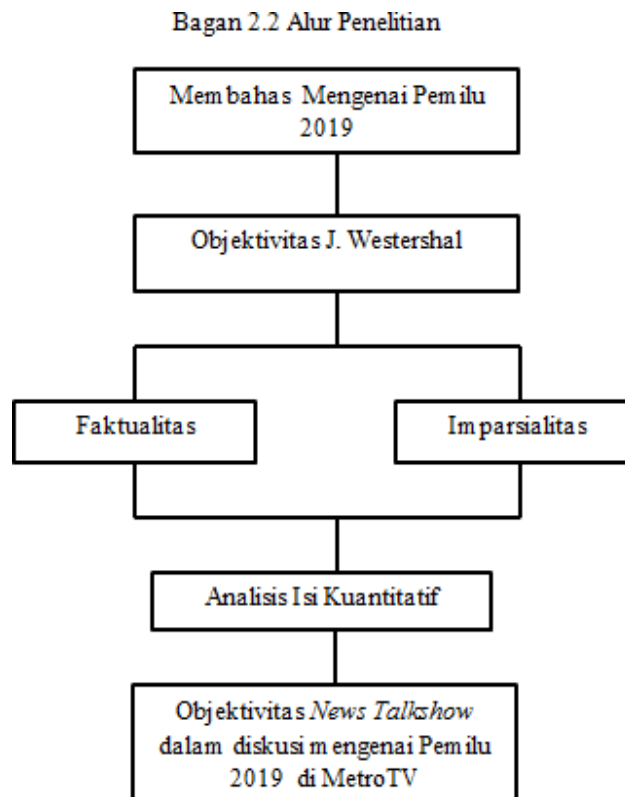
Dalam dimensi ketidakberpihakan terdapat dua kategori yaitu, netralitas dan keseimbangan (*balance*).

- a. Netralitas, sejauh mana sikap wartawan yang tidak memihak dalam menyajikan sebuah berita. Netralitas dapat diukur dengan indikator:
 - Pencampuran opini dengan fakta, dimana pendapat atau opini pribadi wartawan masuk ke dalam pada berita tersebut yang akan disajikan.
 - wartawan masuk ke dalam pada berita tersebut yang akan disajikan.

- Judul dan isi sesuai, artinya antara judul dan isi tidak berbeda atau saling terkait.
 - Dramatisasi, penyajian fakta yang tidak proporsional sehingga dapat memunculkan kesan berlebihan terhadap pembaca.
- b. *Balance*, keseimbangan dalam penyajian pada aspek tertentu (pendapat, komentar, penafisan fakta oleh pihak-pihak tertentu) dalam pemberitaan. Balance dapat diukur dengan indikator;
- *Cover both sides*, menyajikan dua gagasan dari masing-masing narasumber yang terkait secara bersamaan dan proporsional, atau disajikan dengan porsi yang sama.
 - Nilai imbang (*even handed-evaluation*), menyajikan dua evaluasi dua sisi aspek negatif dan positif terhadap fakta maupun pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional.

2.3 ALUR PENELITIAN

Dengan pembahasan seperti di atas mengenai tayangan *talkshow Election Talk* Metro TV yang membahas mengenai pemilu 2019, dapat disimpulkan bahwa alur penelitian ini akan berbentuk seperti di bawah ini:



Pada tabel 2.2 diatas mengenai alur penelitian pembahasan mengenai pemilu 2019 yang disajikan oleh Metro TV, yaitu sebuah tayangan *talkshow* yang nantinya akan diteliti menggunakan analisis isi dari konsep westerstahl. Tujuannya adalah ingin mengetahui seberapa tinggi tingkat objektivitas dari setiap episode tayangan *Election Talk* Metro TV dalam membahas pemilu 2019.