



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 PEMIKIRAN

2.1. Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang membantu memahami topik penelitian dan pondasi dasar daripada konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah uraian penelitian terdahulu yang telah ditemukan mengenai topik dan konsep yang serupa.

Penelitian terdahulu yang pertama ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh **Usis Gita Devianti** mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi program studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara yang berjudul **“Tingkat Objektivitas Tayangan *Talkshow Election Talk* di Metro TV dalam Membahas Pemilu 2019”** yang dilakukan pada tahun 2020 (Devianti, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara ini berfokus serta bertujuan untuk mengukur tingkat objektivitas penayangan program *Talkshow Election Talk* di *Metro TV* yang membahas persoalan Pemilu 2019 yang dimana saat itu amat ramai keberpihakan dan hoaks yang muncul mengenai isu tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Dengan itu, pada penelitian ini Usis meneliti dengan menganalisis isi tayangan dari program *Election Talk* yang tayang di Metro TV. Dari 23 episod yang sesuai dengan kategori, Usis memilih 5 episode sebagai sampelnya. Pada penelitiannya ini

ia dibantu oleh satu orang *intercoder* untuk melakukan koding terhadap konsep (pisau bedah) yang akan dia gunakan sebagai alat ukur menelitinya. *Intercoder* yang Usis pilih dalam penelitian ini adalah seorang *floor director* yang bekerja di Metro TV. Karena penelitian ini menggunakan teknik skoring, tugas intercoder disini adalah memberikan penilaian nol (0) atau satu (1) pada lembar koding yang telah peneliti sediakan. Nilai nol diberikan untuk keterangan yang bersifat kontradiktif dengan indikator dan nilai satu diberikan untuk keterangan yang bersifat kelarasan dengan indikator.

Sesuai dengan judul dari penelitiannya, pisau bedah yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep Objektivitas oleh Westerthal. Konsep ini memiliki dua dimensi yang kemudian terbagi menjadi delapan indikator. Dua dimensi tersebut ialah faktualitas dan imparsialitas, yang kemudian mempunyai beberapa indikator yang berguna untuk mengukur tingkat ke-objektivitas-an sebuah konten.

Menurutnya konsep ini dengan baik akan mengukur tingkat kredibilitas sebuah stasiun televisi, terlebih lagi dalam membahas isu yang terpecah belah seperti isu pemilu. Usis ingin melihat apakah Metro TV memiliki kecenderungan subjektif atau objektif dalam memberitakan isu tersebut.

Temuan pada penelitian ini diambil dari sampel yang digunakan yaitu lima episode tayangan Election Talk Metro TV. Usis menemukan bahwa skor rata-rata yang didapatkan ialah 3,14 yang apabila merujuk pada kategori penilaian maka nilai tersebut termasuk pada kategori sedang. Terdapat tiga kategori untuk penilaian yakni tinggi, sedang, dan rendah, menurut penelitian ini Metro TV melalui tayangan Election Talk membahas tentang pemilu 2019 masih berada di posisi sedang untuk

tingkatan objektivitasnya. Meskipun begitu, Metro TV dan tayangan Election Talk ini masih dapat dikatakan objektif. Kedua belah pihak yang hadir sebagai narasumber pun masih diberikan kesempatan yang sama dalam berargumen.

Terdapat relevansi antara penelitian ini dan penelitian yang peneliti kerjakan, yakni: sama-sama menggunakan metode dan teknik yang sama. Peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan teknik skoring juga sama dengan yang penelitian terdahulu ini lakukan. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu ini sebagai acuan dan pedoman dalam melakukan skoring data dan memahami konten yang diteliti.

Perbedaannya adalah peneliti meneliti konten berita di media daring sedangkan penelitian terdahulu ini meneliti konten acara televisi. Hal yang membedakan lagi adalah peneliti dalam penelitian yang dilakukan ini meneliti dengan membandingkan dua media yang berbeda, sedangkan penelitian terdahulu ini hanya meneliti satu media saja. Dua media yang peneliti teliti adalah media daring *VICE Indonesia* dan *Kompas.com*, isu pemberitaan yang diteliti juga cukup berbeda. Peneliti meneliti pemberitaan dengan isu LGBT sedangkan penelitian terdahulu ini meneliti pemberitaan isu pemilu 2019.

Secara garis besar, penelitian terdahulu ini hanya peneliti gunakan sebagai acuan dan pedoman dalam melakukan penelitian bermetode analisis isi kuantitatif dengan teknik skoring dalam mengumpulkan data.

Penelitian terdahulu kedua merupakan penelitian yang dilakukan oleh **Wan Ulfa Nur Zuhra** mahasiswa Universitas Sumatera Utara pada tahun 2012 dengan judul "**Citra Homoseksual dalam Media Massa *Online* Nasional**" (Zuhra, 2012).

Penelitian ini berfokus serta bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis teks berita tentang kaum homoseksual di media *online Tempo.com* dan *Republika Online* pada periode Januari – Maret 2012. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaiman citra kaum homoseksual dibentuk oleh kedua media tersebut serta mengetahui makna tersirat yang coba disampaikan kedua media tersebut terkait kaum homoseksual pada pemberitaannya.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan argumen sang peneliti yang mengatakan bahwa media massa memiliki peran penting dalam membangun citra pada isu dan fenomena apapun, termasuk kepada kaum homoseksual. Pencitraan yang dihasilkan oleh media massa akan melekat dalam pikiran audiens dan berkembang menjadi stereotip yang secara turun menurun dikembangkan oleh berbagai generasi.

Menurutnya pada penelitian ini, citra kaum homoseksual merupakan salah satu stereotip yang dianggap menyimpang dari norma sosial dan agama di Indonesia. Bahkan, citra tersebut sudah berkembang di pikiran masyarakat Indonesia dan dunia. Citra dari media massa akan kaum homoseksual tertentu tercipta dari proses *framing* yang sekaligus menanamkan stereotip bahwa kaum tersebut identik dengan kekerasan. Ini didorong dengan adanya fenomena dimana pemberitaan tentang kasus kriminalitas beberapa kali sering dikaitkan dengan kaum homoseksualitas.

Fenomena tersebut pun tak jarang dijumpai di dua portal berita *online* nasional *Republika Online* dan *Tempo.co* yang memiliki latar belakang ideologi yang berbeda. Diketahui *Republika Online* memiliki ideologi yang dekat dengan

ideologi islami dan *Tempo.co* menjadi media yang memiliki ideologi berbeda dengan ideologi tersebut. Kedua media tersebut dirasa dapat mewakili media *online* Indonesia dan penelitian ini memilih kedua media tersebut sebagai objek dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi dengan konteks *framing*. Berbeda dengan analisis isi pada umumnya, analisis *framing* lebih berfokus pada komentar-komentar interpretatif dari isi yang dianalisis. Penelitian ini mengacu pada beberapa teori dan konsep antara lain adalah “Media Massa dan Konstruksi Sosial”, “Berita, Bahasa, dan Konstruksi Realitas”, “Analisis Framing”, dan “Homoseksualitas”.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan studi dokumenter dan studi kepustakaan. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model framing milik Gamson dan Modigliani. Analisis framing pada penelitian ini mencoba memahami media massa sebagai suatu gagasan interpretasi saat membangun citra dan memkanai suatu isu.

Penelitian ini menganalisis 9 teks berita terkait isu homoseksualitas, empat teks dari media *Republika Online* dan 5 teks dari media *Tempo.co*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari keseluruhan, kedua media membingkai kaum homoseksual dengan pendekatan dan citra yang hampir serupa. Perbedaannya adalah, pada media *Tempo.co*, citra yang digambarkan akan kaum homoseksual lebih menekankan bahwa menjadi kaum LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender) adalah sebuah pilihan dan bukan merupakan takdir

dari tuhan. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa media *Tempo.co* menolak anti-LGBT atau homophobia.

Sedangkan media *Republika Online* lebih menyiratkan bahwa homoseksualitas merupakan budaya yang dianggap menuompang, liar, dapat menular, dan dapat merusak masyarakat.

Kemudian, secara keseluruhan pula, didapatkan bahwa beberapa citra dan konstruksi sosial terhadap isu homoseksualitas tidak ditampilkan secara nyata atau blak-blakan, namun tersirat pada kalimat yang memiliki makna menyudutkan. Misalnya seperti pada frasa yang terkandung seperti "...aksi pembunuhan yang didasari adanya hubungan sesama jenis," dimana frasa tersebut menyiratkan bahwa hubungan sesama jenis memicu aksi pembunuhan.

Meski sama-sama melakukan penelitian dengan metode analisis isi pada teks berita di dua media terkait isu berbau LGBT, namun hal yang menjadi pembeda antara penelitian yang dilakukan oleh Wan Ulfa Nur Zuhra dengan penelitian yang peneliti lakukan berjudul "Perbedaan Tingkat Objektivitas Pemberitaan LGBT di Media Online *VICE Indonesia* dan *Kompas.com* pada Periode Januari 2019 – Februari 2020" adalah metode analisis isi, dimana penelitian terdahulu ini merupakan analisis isi dengan metode framing sedangkan penelitian ini adalah analisis isi dengan metode teknik skoring.

Kemudian, isu yang menjadi fokus di kedua penelitian ini dimana penelitian terdahulu ini hanya berfokus pada isu homoseksualitas saja sedangkan penelitian ini memahami isu yang lebih luas lagi yakni LGBT. Selain itu keseluruhan teori, konsep, dan metode yang digunakan berbeda dengan penelitian ini.

Namun, penelitian terdahulu peneliti memahami bagaimana media mengkonstruksi citra pada suatu fenomena kepada khalayak luas. Sehingga penelitian terdahulu ini digunakan sebagai penyokong dalam penelitian yang penulis teliti serta sebagai perspektif lain yang berguna mendukung peneliti dalam memahami topik ini.

Penelitian terdahulu yang ketiga berikut diambil dari jurnal penelitian disertasi yang dilakukan oleh **Athaliah Reynolds-Baker** dari Departemen Media dan Komunikasi, University of Leicester dengan judul "**Not in my Cabinet! Representations of Gay People in the Jamaican Print Media**" yang dilakukan pada tahun 2014 (Reynolds-Baker, 2014).

Penelitian yang dilakukan ini berfokus pada melakukan analisis isi kuantitatif dan *Focus Group Discussion (FGD)* serta menggabungkan teori framing dan representasi. Disertasi ini berfokus pada meneliti bagaimana orang-orang gay dan LGBT Jamaika diwakili di dua surat kabar utama di Jamaika yaitu *The Gleaner* dan *Jamaica Observer*.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan pernyataan oleh mantan perdana menteri Jamaika, Bruce Golding pada tahun 2008, yang mengatakan bahwa dirinya tidak akan memilih seseorang yang memiliki orientasi seksual gay untuk gabung ke dalam kabinet kerjanya. Pernyataan yang dianggap berani dan jujur itu kemudian membuat negara tersebut gempar dan menimbulkan dua kubu berbeda pro dan kontra.

Pernyataan tersebut kemudian melambungkan masalah tentang hak seorang gay ke domain publik Jamaika sehingga mengakibatkan debat panas akan topik itu

di media arus utama Jamaika. Sejak saat itu, topik tentang hak-hak seorang gay dan isu yang berkaitan dengan Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) menerima peliputan yang meningkat di media-media Jamaika. Topik tersebut juga menarik perhatian *International Human Rights Groups* yang meminta Jamaika menghapus undang-undang yang bertentangan dengan hak-hak kaum gay. Sampai saat ditulisnya penelitian terdahulu ini, tidak ada penelitian akademis yang meneliti bagaimana komunitas gay terwakilkan di media lokal Jamaika, maka dari itu penelitian terdahulu ini menjadi penelitian pertama yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunitas gay dibingkai di media massa lokal Jamaika.

Peneliti pada penelitian terdahulu ini memilih media *The Gleaner* dan *Jamaica Observer* karena keduanya memiliki peranan penting bagi masyarakat Jamaika. Menurutnya jangkauan dari kedua media ini dapat mencakup hampir keseluruhan populasi Jamaika. Bahkan di wilayah terpencil sekalipun, kedua media ini masih dapat diakses.

Penelitian ini mengajukan beberapa pertanyaan penelitian yang digunakan sebagai fokus dalam penelitian, antara lain adalah: (1) Apakah *The Gleaner* dan *Jamaica Observer* menyajikan gambar atau stereotip negatif kepada kaum gay (LGBT)? Jika demikian, bagaimana stereotip itu dibangun dan sejauh mana mereka mencirikan peliputan mereka? (2) Fitur, pembedaan, dan gambaran seperti apa yang dianggap berasal dari orang gay dalam liputan yang dilakukan? (3) Apakah peliputan kedua surat kabar tentang kaum gay ini memengaruhi pandangan masyarakat tentang kelompok tersebut? Jika demikian, bagaimana bisa? (4) Siapa sumber atau tokoh yang paling sering digunakan dalam liputan dan apa yang

mereka katakan tentang cara kedua surat kabar itu merepresentasikan kaum gay? dan (5), Bagaimana orang gay melihat diri mereka terwakili dalam liputan ini? Bagaimana cara Komunitas Gereja dan anggota masyarakat umum melihat peliputan tentang homoseksualitas di kedua surat kabar tersebut?

Penelitian ini dilakukan dengan menggabungkan beberapa metode, yakni Analisis Konten (Isi) Kuantitatif dan juga *Focus Group Discussion* dengan menggunakan beberapa teori seperti teori framing an teori representasi. FGD ini dilakukan untuk mengetahui pandangan mereka terhadap liputan media tentang orang gay dan pengaruhnya kepada duru mereka. Kelompok yang terlibat dalam FGD ini adalah anggota dari komunitas gay di Jamaika dan anggota dari komunitas gereja.

Peneliti menggunakan teori framing ini untuk menempatkan penekanan eksklusif pada bingkai media dan ditujukan untuk menggali bagaimana media cetak Jamaika yang menyajikan cerita berkaitan dengan anggota komunitas LGBT dan bagaimana berita-berita ini nantinya ditafsirkan oleh khalayak.

Peneliti juga menggunakan teori representasi media pada penelitian ini karena prinsip yang terkandung dalam teori tersebut dianggap sebanding untuk diberlakukan pada disertasi ini. Teori ini digunakan untuk melihat representasi kelompok minoritas, seperti perempuan, *people of color*, orientasi seksual berbeda, atau bahkan orang miskin. Representasi merupakan bagian esensial dari proses makna diproduksi dan dipertukarkan antara anggota antar budaya.

Hasil yang diperoleh dari disertasi ini menemukan bahwa komunitas gay menerima perlakuan yang sangat menonjok dalam konteks yang dikonotasikan

secara negatif. Meskipun, ditemukan pula beberapa bukti yang menunjukkan adanya upaya kedua media tersebut untuk menghadirkan representasi orang gay yang lebih bernuansa.

Selain itu penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat sejumlah orang dan organisasi yang digunakan sebagai narasumber berulang kali yang ditemukan di keseluruhan 60 berita yang digunakan sebagai unit analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber utama yang sering digunakan sebagai narasumber terkait isu gay dan LGBT di kedua media yang diujikan adalah pejabat pemerintah, dengan perwakilan di 26 (43,3%) artikel. Kemudian diikuti oleh para pemimpin agama yang dikutip dalam 19 (31,7%) artikel. Kelompok selanjutnya adalah para aktivis hak gay yang terhitung muncul pada 18 (30%) berita. Kemunculan para aktivis hak gay di kedua media ini menggambarkan apa yang bisa disebut sebagai upaya kedua media untuk menyajikan liputan yang lebih berimbang terkait berita komunitas LGBT.

Kelompok sumber lain yang ditampilkan di seluruh artikel adalah kelompok internasional yang muncul pada 11 (18,3%) berita, akademisi atau peneliti yang hadir di 9 (15%) berita, kelompok hak asasi manusia yang hadir pada 7 (11,7%) berita, dan kelompok lainnya pada 4 (6,7) berita, yang tidak masuk kedalam kategori-kategori berikut, seperti tenaga medis dan lainnya.

Hasil lain dari penelitian ini juga menemukan terdapat beberapa tipe atau kategori kaum LGBT yang digambarkan di kedua media itu. Dari 60 artikel yang digunakan sebagai sampel, 17 artikel diantaranya menggambarkan kaum LGBT sebagai kaum aktivis, 15 artikel menggambarkan kaum LGBT sebagai kriminal, 12

artikel menggambarkan kaum LGBT sebagai seorang tunawisma, 7 artikel menggambarkan sebagai pekerja seks, 6 artikel menggambarkan sebagai pembuat onar, 3 artikel menggambarkan sebagai peleceh anak-anak, dan 3 artikel menyebutkan sebagai penular HIV. Penelitian ini juga menemukan bahwa 21 artikel menyebutkan kaum LGBT sebagai kaum amoral, 12 artikel menyebutkan sebagai pelaku kekerasan, dan 5 artikel tidak secara spesifik menyebutkan karakteristik.

Meski sama-sama mencoba meneliti terkait pemberitaan LGBT, namun hal yang menjadi pembeda antara penelitian yang dilakukan Athaliah Reynolds-Baker pada tahun 2014 ini dengan penelitian yang penulis tekuni berjudul "Perbedaan Tingkat Objektivitas Pemberitaan Isu LGBT di Media *Online VICE Indonesia* dan *Kompas.com* pada Periode Januari 2019 – Februari 2020" adalah metode dan teori atau konsep yang digunakan. Penelitian ini tidak membahas tentang Objektivitas pemberitaan melainkan Representasi pemberitaan LGBT.

Namun, hal yang menjadi relevan antara kedua penelitian ini adalah topik dan objek yang diteliti, yakni pemberitaan LGBT di dua media yang berbeda dan metode yang digunakan yakni analisis isi kuantitatif. Sehingga penelitian terdahulu ini digunakan sebagai penyokong dalam penelitian yang penulis teliti serta sebagai perspektif lain yang berguna mendukung peneliti dalam memahami topik ini.

Penelitian terdahulu yang keempat berikut diambil dari laporan penelitian tesis yang dilakukan oleh **Arga Raka Peterson** mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi program studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2016 dengan judul "**Objektivitas Pemberitaan Terkait Lesbian, Gay,**

Biseksual, dan Transgender (LGBT) dalam Surat Kabar Harian Republika (Sebuah Analisis Isi Kuantitatif)" (Peterson, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara ini berfokus serta bertujuan untuk mengukur tingkat objektivitas *Harian Republika* dalam memberitakan berita terkait fenomena LGBT.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan argumen peneliti yang mengatakan bahwa dengan kemunculan sebuah forum diskusi yang membahas tentang seksualitas dan mendukung konsep LGBT di Indonesia bernama *Support Group and Resource Center On Sexuality Studies (SGRC)* dan membawa-bawa nama Universitas Indonesia, media mulai menyoroti fenomena LGBT sebagai sesuatu yang dibidang cukup penting untuk diberitakan lagi.

Dalam penelitian ini sang peneliti mengatakan bahwa melalui sudut pandang mereka masing-masing, media kerap jarang memperhatikan unsur objektivitas yang seharusnya ada dalam memberitakan suatu peristiwa. Peneliti berargumen bahwa awak pers wajib bertindak melaporkan suatu peristiwa atau fenomena apapun secara netral. Maka dari itu, konsep objektivitas menjadi pondasi utama yang kokoh bagi jurnalis dalam melakukan suatu peliputan berita. Menurutnya, konsep ini perlu diaplikasikan oleh seluruh jurnalis sebab objektivitas merupakan salah satu prinsip nomor satu bagi jurnalisisme.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan beberapa teori dan konsep seperti konsep Media Massa, Objektivitas Berita, Media Cetak, LGBT, dan Teori Tanggung Jawab Sosial. Peneliti menggunakan teori tanggung jawab sosial karena asumsinya suatu media

dalam memberitakan suatu kasus harus dilakukan dalam pemberitaan yang layak, berkualitas, serta informatif. Menurut teori ini berisnggungan dengan konsep utama yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yakni objektivitas.

Peneliti menggunakan konsep utama objektivitas, dengan menjabarkan konsep objektivitas yang dikembangkan oleh Westerthal dengan menggunakan skema objektivitas berita Westerthal yang telah dirinci lebih lanjut oleh Denis McQuail. Penjabaran dimensi dan sub-sub dimensi konsep objektivitas dalam penelitian ini menjadi tolak ukur bagi penulis dalam melakukan penelitian yang sedang penulis tulis.

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang ditulis oleh Peterson ini menunjukkan bahwa pemberitaan terkait isu LGBT pada surat kabar *Harian Republika* belum memenuhi standar objektivitas yang digunakan sebagai pisau bedah dalam penelitian ini. Surat kabar *Harian Republika* belum memenuhi standar objektivitas terutama dalam golongan fakta, keseimbangan berita, dan ukuran kolom. Hasil penelitiannya antara lain sebagai berikut: Fakta psikologis ditemukan pada 20 artikel dari 35 artikel yang digunakan sebagai sampel. Keseimbangan tidak terdapat pada 18 artikel, sedangkan 24 artikel tidak memnuhi kategori ukuran kolom.

Meski sama-sama mencoba meneliti objektivitas terkait pemberitaan LGBT, namun hal yang menjadi pembeda antara penelitian yang dilakukan Arga Raka Peterson pada tahun 2016 ini dengan penelitian yang ingin penulis tekuni berjudul "Perbedaan Tingkat Objektivitas Pemberitaan LGBT di Media *Online VICE Indonesia* dan *Kompas.com* pada Periode Januari 2019 – Februari 2020"

adalah jumlah media yang diteliti. Penulis menggunakan dua media sebagai perbandingan antara satu dengan lainnya.

Penulis juga menggunakan beberapa konsep dan teori yang berbeda dari konsep dan teori yang Peterson gunakan dalam penelitian terdahulu ini. Sehingga penelitian terdahulu ini digunakan sebagai penyokong dalam penelitian yang penulis teliti serta sebagai perspektif lain yang berguna mendukung peneliti dalam memahami topik ini.

Tabel 2. 1. Ringkasan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini

	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi pada Penelitian ini
Penelitian 1	Tingkat Objektivitas Tayangan Talkshow <i>Election Talk</i> di Metro TV dalam Membahas Pemilu 2019	Total keseluruhan kelima episode yang dianalisis mendapatkan skor rata-rata objektivitas 3,14. Rata-rata itu masuk kedalam kategori sedang. Maka, program <i>Election Talk</i> Metro TV masih terbilang objektif, karena masih menampilkan kedua pihak secaraimbang	Kesamaan metode analisis isi kuantitatif dan teknik skoring yang digunakan dalam meneliti unit analisis
Penelitian 2	Citra Homoseksual dalam Media Massa <i>Online</i> Nasional (Analisis Framing tentang Citra Homoseksual dalam <i>Tempo.co</i> dan <i>Republika Online</i>)	Media <i>Republika Online</i> dan <i>Tempo.co</i> memiliki nuansa yang serupa dalam membingkai fenomena terkait kaum homoseksualitas, namun <i>Tempo.co</i> ditemukan lebih memanasikan kaum homoseksual dengan membingkai pertentangan terhadap aksi anti-LGBT dan homophobia. Sedangkan <i>Republika Online</i> secara gamblang menyiratkan bahwa kaum homoseksual merupakan budaya menyimpang, liar, dapat menular, dan merusak moral masyarakat.	Penelitian terdahulu membantu peneliti memahami bagaimana media mengkonstruksi citra suatu isi bagi khalayak dan bagaimana citra yang terbentuk dari media massa dapat menciptakan stereotip yang diilhami secara turun menurun.
Penelitian 3	Not in my Cabinet!: Representations of Gay People in the Jamaican Print Media	Studi ini menemukan bahwa komunitas gay di Jamaika menerima perlakuan yang sangat menonjol dalam konteks yang dikonotasikan secara negatif; meskipun ada bukti upaya untuk menghadirkan representasi yang lebih bernuansa. Kaum gay dan LGBT Jamaika juga sering mendapatkan stereotip buruk di kedua media yang diujikan.	Kesamaan metode analisis isi kuantitatif di dua media yang berbeda pada pemberitaan gay dan LGBT.
Penelitian 4	Objektivitas Pemberitaan Terkait Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) dalam Surat Kabar Harian <i>Republika</i>	Pemberitaan terkait LGBT pada surat kabar <i>Republika</i> belum memenuhi standar objektivitas. Terutama pada kategori Fakta, Keseimbangan, dan Ukuran Kolom. Ketiga kategori tersebut dalam harian <i>Republika</i> belum memenuhi kategori standar objektivitas.	Kesamaan konsep yang digunakan, yakni Objektivitas dan LGBT dan topik pemberitaan yang dianalisis, yaitu pemberitaan LGBT

Sumber: Kajian Peneliti

2.2. Teori dan Konsep

Pada penelitian ini ada beberapa teori dan konsep yang digunakan sebagai dasar atau pondasi dari keseluruhan pembahasan penelitian.

2.2.1. Objektivitas

Menurut Denis McQuail, objektivitas dalam media berarti mengambil posisi netral tanpa memasukan pendapat pribadi atau pendapat yang bersifat subjektif dalam pemberitaan atau sumber berita (McQuail, 2000, p. 172). Selain itu, objektivitas juga dapat diartikan sebagai tindakan atau sikap tertentu dalam mengumpulkan, mengolah, serta menyebarkan informasi (Morissan et al., 2013, p. 64).

Objektivitas adalah prinsip penting bagi berita untuk melaporkan peristiwa secara jujur dan seperti apa yang sebenarnya terjadi. Dengan ini, media dituntut untuk dapat memberitakan peristiwa dengan sebetul-betulnya tanpa mengaburkan satu hal pun (McQuail, 2011b, p. 96). Media juga dituntut menulis peristiwa secara kontekstual dan keseluruhan tanpa terpotong kecenderungan subjektif (Kusumaningrat, 2006, p. 54).

Peranan netral dan informatif menjadi makna penting dari objektivitas yang dianut oleh kebanyakan jurnalis, sebab objektivitas dianut sebagai nilai profesional inti dari jurnanisme dan media (McQuail, 2011b, p. 13).

Objektivitas merupakan bentuk dan sikap tertentu dari media dalam mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan informasi. Menurut McQuail terdapat empat ciri-ciri dari objektivitas (McQuail, 2011a, p. 222):

1. Sebuah posisi yang lepas dan netral terhadap objek yang dilaporkan.

2. Terdapat usaha untuk menghindari bias: tidak berpihak pada satu sisi tertentu dan tidak bias.
3. Objektivitas membutuhkan kaitan erat pada akurasi dan kriteria kebenaran seperti relevansi dan kelengkapan.
4. Objektivitas juga tidak memiliki motif tersembunyi atau menguntungkan pihak ketiga. Proses mengamati dan melaporkan harus tidak terkontaminasi subjektivitas, juga tidak boleh mengganggu realitas yang dilaporkan.

Westerstahl dalam (McQuail, 2000, pp. 173-174) mengatakan bahwa objektivitas memiliki dua dimensi utama yang digunakan untuk mengukur tingkat keberimbangan suatu pemberitaan. Dimensi pertama adalah Faktualitas, yang berhubungan dengan kualitas informasi pemberitaan. Dimensi ini kemudian mencakup dua sub-dimensi lain yakni Kebenaran dan Relevansi.

Sub-dimensi Kebenaran disini merupakan tingkat kebenaran dari fakta yang disajikan dalam pemberitaan. Sub-dimensi kebenaran ditentukan oleh beberapa indikator yakni Indikator Faktual, Indikator Akurasi, dan Indikator Kelengkapan. Sub-dimensi kedua yakni Relevansi, kepentingan khalayak menjadi satu hal yang penting dalam sub-dimensi ini. Maka, sub-dimensi Relevansi ini mencakup Indikator Relevansi (*news value*) kepentingan publik dengan nilai berita, dan memiliki kesamaan antara judul berita dengan isinya agar diketahui kegunaannya dengan jelas.

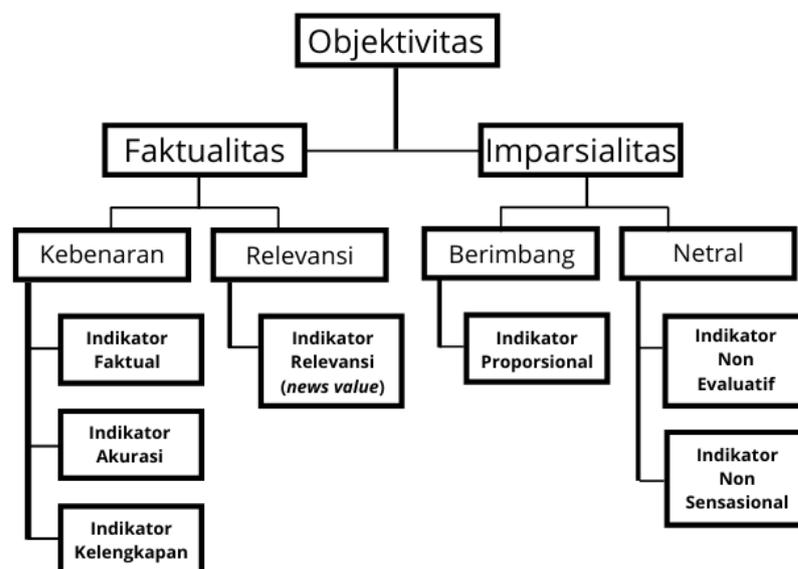
Dimensi utama kedua yang digunakan dalam konsep objektivitas ini adalah Imparsialitas, dimensi ini merepresentasikan sikap objektif dan berimbang dari

jurnalis. Dengan begitu jurnalis patut melihat suatu fenomena dari berbagai sudut pandang untuk menghasilkan pemberitaan yang netral. Dimensi imparsialitas ini mencakup dua sub-dimensi lain yakni sub-dimensi Berimbang dan sub-dimensi Netral. Sub-dimensi Berimbang ini memerlukan dua indikator yang dirasa penting untuk mengukur sikap Imparsialitas wartawan. Maka sub-dimensi ini mencakup Indikator Proporsional.

Sedangkan untuk sub-dimensi Netral dapat ditentukan menggunakan dua indikator yakni Indikator Non-evaluatif dan Indikator Non-sensasional (McQuail, 1992, p. 201).

Untuk memperjelas dimensi dari konsep objektivitas Westersthal di atas, berikut paparan skema konsep objektivitas yang telah dirinci lebih lanjut oleh McQuail dalam bukunya (Siahaan, 2001, p. 69):

Gambar 2. 1. Skema Konsep Objektivitas Westerstahl yang Dirincikan oleh McQuail pada Penelitian Ini



Sumber: Dikaji dari (Siahaan, 2001, p. 69)

Berdasarkan skema di atas diketahui bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur objektivitas dalam pemberitaan menurut Westerstahl dalam (Siahaan, 2001, p. 100) adalah:

1. Dimensi Faktualitas

Dimensi ini berhubungan dengan kualitas informasi pemberitaan. Dimensi ini terbagi dalam dua sub-dimensi yakni Kebenaran dan Relevansi.

1. Sub-dimensi Kebenaran, merupakan tingkat kebenaran dari fakta-fakta yang disajikan dalam pemberitaan. Sub-dimensi ini dapat ditentukan melalui beberapa indikator, yakni:

- 1) **Indikator Faktual**, memiliki arti sebagai pembeda antara fakta dan opini, berita yang disajikan berdasarkan dua macam fakta. Fakta Sosiologis, pemberitaan yang datanya merupakan peristiwa atau kejadian nyata yang faktual dan Fakta Psikologis, pemberitaan yang datanya merupakan interpretasi objektif akan suatu kejadian.

- 2) **Indikator Akurasi**, ketepatan data yang digunakan dalam pemberitaan. Indikator ini memiliki kriteria berupa *check* dan *recheck* kebenaran yang ada dan narasumber yang dikutip relevan dengan isi berita

- 3) **Indikator Kelengkapan**, pemberitaan menjawab semua pertanyaan jurnalistik secara menyeluruh.

Indikator ini meninjau kelengkapan dari 5W+1H (*what, when, where, who, why, dan how*).

2. Sub-dimensi Relevansi, secara teknis sulit untuk didefinisikan serta dicapai dengan cara yang objektif (McQuail, 2010, p. 775). Secara umum sub-dimensi ini mencakup proses pemilihan topik dan isu yang relevan dengan unsur jurnalistik (nilai berita) dan keinginan pembaca. Sub-dimensi ini merujuk pada satu indikator yakni:

- 4) **Indikator Relevansi**, pemberitaan mengandung minimal satu dari sepuluh *news value* atau nilai berita seperti apa yang dirumuskan oleh (Muda, 2005):
Timeliness: pemberitaan yang diberitakan secara tepat waktu. Berarti, berita harus disiarkan secepat mungkin dan aktual, ***Proximity***: Pemberitaan memiliki unsur kedekatan dalam segi lokasi, kebudayaan, ras, moral, dan lain sebagainya dengan pembaca. ***Prominance***: Pemberitaan melibatkan orang-orang yang memiliki nama yang terkemuka. ***Consequence***: Pemberitaan memiliki potensi konsekuensi yang berdampak pada orang banyak, bisa merugikan bisa menguntungkan. ***Conflict***: Peristiwa yang memiliki atau menciptakan konflik selalu dipandang menjadi hal yang sangat menarik untuk diberitakan. ***Development***: Pemberitaan

menyangkut kegagalan dan keberhasilan sesuatu atau suatu orang. *Disaster & Crimes*: Bencana dan Kriminalitas, keduanya memiliki potensi untuk membahayakan banyak orang dan memberikan dampak yang buruk bagi kebanyakan orang *Weather*: Cuaca menjadi satu hal yang penting diberitakan karena menyangkut perubahan iklim. *Sports*: Peristiwa atau berita tentang olah raga selalu menjadi hal yang menarik di mata publik dan *Human Interest*: Isu ini memiliki daya tarik yang besar bagi pemberitaan di media, dikarenakan selalu dilengkapi dengan objek yang nyata tentang manusia dan sosial. Ini supaya menunjukkan bahwa isi pemberitaan relevan dengan peristiwa atau fakta yang memiliki relevansi jurnalistik. Indikator ini juga mengandung syarat yaitu terdapat relevansi atau kesesuaian antara judul berita dan isinya (Rumata, 2017, p. 118).

2. Dimensi Impasialitas

Dikenal sebagai dimensi ketidakberpihakan, dimensi ini bersinggungan dengan sikap netral dan objektif dari wartawan. Dimensi ini merepresentasikan sikap jurnalis yang patut melihat suatu fenomena dari berbagai sudut pandang untuk menghasilkan

pemberitaan yang netral. Dimensi imparsialitas ini mencakup dua sub-dimensi lain, yakni:

3. Sub-dimensi Berimbang, merupakan tingkat keimbangan dalam penyajian pendapat dan interpretasi dari pihak jurnalis dalam.

Sub-dimensi ini dapat ditentukan melalui dua indikator, yakni:

5) **Indikator Proporsional**, pemberitaan disajikan dengan dua sisi yang berbeda dan dari fakta dan kejadian bersecara imbang dan proporsional (*cover both sides*).

4. Sub-dimensi Netral, pengukuran tingkat bagaimana sikap jurnalis memihak dalam suatu pemberitaan. Sub-dimensi ini memiliki beberapa indikator, yakni:

6) **Indikator Non-evaluatif**, jurnalis dalam penyajian berita tidak mencampurkan antara fakta dan opini yang subjektif. Tidak berisikan opini yang memberikan penilaian benar atau salah bagi pihak yang diberitakan.

7) **Indikator Non-sensasional**, penyajian judul dan isi tidak menggunakan bahasa atau kalimat yang hiperbola atau dramatisir. Pemberitaan bebas dari unsur dramatisasi oleh jurnalis.

Merangkum penjelasan objektivitas di atas, konsep ini memaksa para jurnalis untuk selalu akurat, jujur, lengkap, terpercaya, dan sesuai dengan yang sebenarnya. Menurut *Komisi Hutchins* dalam (McQuail, 2011a, p. 188) terdapat

pula standar jurnalistik yang patut dipelihara oleh pers dan media, standar tersebut antara lain adalah:

1. Pers bertanggung jawab untuk memberikan laporan yang utuh, jujur, dan menyeluruh, serta cerdas atas peristiwa sehari-hari dalam konteks yang bermakna
2. Pers wajib bertindak sebagai forum pertukaran komentar dan kritik serta menjadi pembawa pendapat publik.
3. Pers harus memberikan gambaran yang representatif atas kelompok yang membentuk masyarakat, serta memberikan dan menjelaskan tujuan dan nilai dari masyarakat.

Berdasarkan standar jurnalistik yang dijelaskan di atas, poin-poin berikut selaras dengan indikator-indikator yang disebutkan di atas. Maka, dengan begitu indikator dan standar ini sesuai untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa objektivitas merupakan standar penting yang harus dimiliki oleh jurnalis dan media, maka dalam konteks ini, objektivitas sekiranya juga perlu dimiliki dan ditaati oleh media massa mana pun, termasuk *VICE Indonesia* dan *Kompas.com*, terlebih lagi dalam memberitakan isu LGBT.

2.2.2. Media Online

Media *online* dapat dibilang sebagai salah satu format terbaru dari media massa. Layaknya media massa lainnya, media *online* juga hadir memberikan informasi dalam bentuk digital. Media *online* memiliki ciri-ciri khusus dimana pengguna harus memiliki jaringan teknologi dan internet, serta pengetahuan untuk

menggunakan perangkat teknologi tersebut untuk menerima informasi yang ada di media *online* (Yunus, 2012, p. 28).

Menurut (HM, 2011, pp. 7-8), media *online* memiliki tiga keunggulan dari media massa lainnya, antara lain:

1. Pemberitaan diberitakan lebih cepat dari media massa lainnya, bahkan bisa pada kadar *update* setiap menit.
2. Praktis dapat diakses melalui laptop, komputer, bahkan gawai hanya dengan satu sentuhan saja.
3. Bersifat dua arah dimana pembaca dapat memberikan tanggapan atau komentar secara langsung kepada berita-berita yang tersiarkan di media *online*.

Maka bila membandingkan keunggulan di atas, media *online* lebih mengutamakan kecepatan informasi, sedangkan media cetak dapat berkuat pada sebuah informasi secara detail dan terperinci. Sehingga tidak jarang informasi yang disampaikan dalam media *online* nampak diberitakan berulang-ulang sebagai pemberita pembaharuan (*update*).

Media *online* yang juga termasuk kedalam media massa memiliki lima fungsi utama dalam melakukan tugasnya secara umum, (Bungin, 2008, p. 79) yakni:

1. Fungsi pengawasan (*surveillance*), media berperan untuk mengawasi tak hanya aktivitas dari pemerintah, pemangku kekuasaan, namun juga masyarakat dalam melakukan tugas dan menjalani kehidupan sosialnya.

2. Fungsi *social learning*, media berperan untuk mengedukasi masyarakat dalam berbagai hal yang positif dan berguna bagi masyarakat luas.
3. Fungsi penyampaian informasi, media berperan untuk memberikan informasi yang berguna untuk mendidik dan meluaskan wawasan masyarakat baik untuk hal yang sudah banyak diketahui maupun yang masih diketahui secara terbatas.
4. Fungsi transformasi budaya, media tak hanya berperan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga berperan untuk membawa perubahan yang modern kepada masyarakatnya.
5. Fungsi hiburan, media juga berperan untuk menghibur masyarakat, sehingga dapat menjadi pelarian sejenak dari jenuhnya rutinitas

Media *online* dikategorikan sebagai media baru atau *new media*, dimana konten informasi dapat diakses kapanpun dan dimanapun, interaktif, terdapat pembentukan komunitas seputar konten, dan memiliki aspek generasi *real time* (Romli, 2018, p. 35).

Menurut (Romli, 2018, pp. 37-38), terdapat sepuluh karakteristik dari media *online*, yaitu:

1. Multimedia (Terdapat informasi berupa teks, video, audio, grafis, dan gambar secara bersamaan dalam penyajian berita di media daring).
2. Aktualitas (Informasi dalam media daring bersifat aktual, mudah, dan cepat).

3. Cepat (Informasi yang dimuat oleh media *online* dapat dengan cepat diakses oleh seluruh ornamen masyarakat),
4. *Update* (Pembaharuan informasi dalam media *online* dapat dilakukan dengan mudah dan pada saat itu juga. Begitupun, informasi dapat disampaikan secara berkelanjutan).
5. Kapasitas Luas (Media *online* dapat menampung informasi lebih panjang dan mendalam karena tidak memiliki batasan ruang dalam memuat isi).
6. Fleksibilitas (Produksi informasi dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun, serta tanpa memiliki jadwal terbit atau tayang yang spesifik).
7. Luas (Media *online* mempunyai keuntungan yakni penyebaran informasi yang luas tanpa mengenal ruang dan waktu).
8. Interaktif (Terdapat fasilitas seperti kolom komentar atau *chat room* yang berguna untuk mendapatkan proses timbal balik dari masyarakat secara langsung).
9. Terdokumentasi (Media *online* memiliki arsip atau penyimpanan bagi informasi-informasi yang telah dipublikasikan serta dapat diakses melalui *link* atau fasilitas pencarian melalui *keyword*).
10. *Hyperlinked* (Informasi dalam media *online* memiliki tautan yang dapat diakses banyak orang sekaligus).

Media *online* telah menjadi alternatif bagi media yang paling mudah untuk diakses informasinya oleh khalayak. Hal ini menjadi latar belakang banyak media

konvensional seperti media cetak atau media elektronik televisi beradaptasi kepada dan menggunakan media *online* sebagai penunjang dan perpanjangan penyajian informasi mereka (Yunus, 2012, p. 33).

Karakteristik ini digunakan peneliti sebagai standar memilih media yang digunakan sebagai subjek penelitian. Merujuk pada penjelasan karakteristik berikut, kedua media *VICE Indonesia* dan *Kompas.com* sudah sesuai dan cukup memenuhi kriteria yang dibutuhkan sebagai media *online* sesuai dengan konsep berikut.

2.2.3. Pemberitaan LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender)

Pemberitaan merupakan laporan yang cepat dan aktual mengenai kebenaran dan ide yang baru, menarik serta penting untuk jumlah massa yang besar. Berita adalah laporan yang berisi informasi yang keluar melalui media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, dan media *online* (Sumadiria, 2005, p. 54). Suatu fenomena atau peristiwa dianggap penting sebagai informasi apabila memiliki satu unsur dari nilai berita yang ditetapkan.

Fenomena LGBT ialah suatu fenomena sosial yang terdapat nyata di dunia, fenomena LGBT masih menjadi pro dan kontra di kalangan masyarakat, terutama di Indonesia. Ini dikarenakan terdapat perbedaan ideologi yang cukup signifikan antara budaya yang melekat di Indonesia dan kebebasan bagi Hak Asasi Manusia (Ayuni & Syam, 2019, p. 1).

Sekarang, media massa di Indonesia kebanyakan masih condong ke sisi yang menentang atau kontra dalam memberitakan isu LGBT, bahkan sampai mengabaikan hak asasi dari pelaku LGBT (Ayuni & Syam, 2019, p. 1).

Media *online* di Indonesia masing-masing memiliki ideologi yang berbeda-beda dan cara memproses berita yang berbeda antara satu dan lainnya. Dalam menyoroiti isu LGBT ini, ada media yang memberikan kritik, melakukan konfirmasi terhadap narasumber, ada yang memberikan stigma buruk, ada pula yang mendukung (Ayuni & Syam, 2019, p. 4).

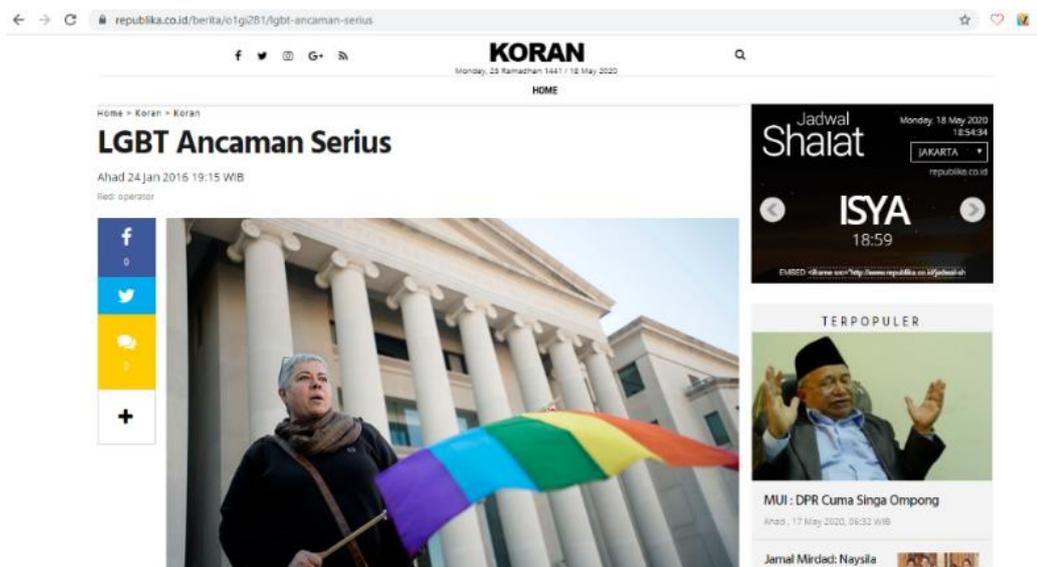
Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia menyebutkan bahwa pemberitaan LGBT merupakan isu yang sensitif dimana tidak semua media di Indonesia dapat memberitakannya secara berimbang. Sering, pemberitaan terkait LGBT dilakukan demi pertimbangan *traffic* dan jumlah *pageview* dengan mengedepankan sisi sensasional tanpa memperhatikan kualitas dari pemberitaan (Aliansi Jurnalis Independen Indonesia, 2016).

Banyaknya pemberitaan di media yang dilakukan secara berkala dengan kualitas tersebut kemudian memunculkan stigma yang buruk dari masyarakat terhadap kaum LGBT (Leonardo, 2016, p. 39).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Saiful Mujani Research Centre (SMRC) pada tahun 2016-2017, ditemukan hasil 41,1% responden tidak setuju LGBT berhak untuk hidup di Indonesia. Dua tahun kemudian, riset serupa dilakukan oleh Tirto dan Jakpat, dimana riset tersebut menemukan bahwa 55,72% responden sangat setuju dengan pernyataan “menjadi LGBT adalah salah” dan 25,67% responden tidak setuju LGBT berhak hidup di Indonesia (Ghiffari, 2019).

Menurut Ghiffari, rendahnya penerimaan masyarakat dan banyaknya kasus diskriminatif terhadap kaum LGBT di Indonesia terjadi karena adanya stigma yang kerap muncul dan diamplifikasi oleh media di Indonesia. Media sering mengasosiasikan LGBT sebagai sumber HIV, penyakit, penyimpangan, serta bertentangan dengan agama dan ideologi negara (Ghiffari, 2019).

Gambar 2. 2. Contoh Berita Diskriminasi terhadap LGBT (*Republika.co.id*)



Sumber: Republika.co.id

Gambar 2. 3. Contoh Berita Diskriminasi terhadap LGBT (*Jawapos.com*)



Sumber: JawaPos.com

Gambar 2. 4. Contoh Berita Diskriminasi terhadap LGBT (*Republika*)



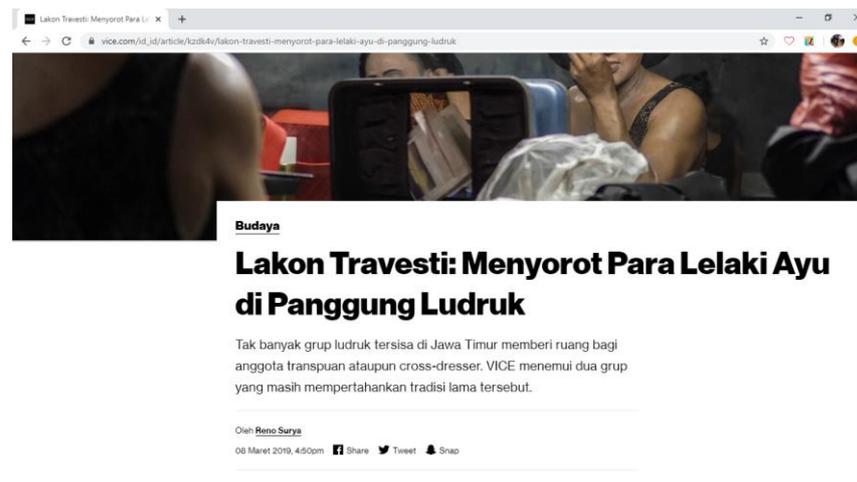
Sumber: Republika.co.id

Terlihat pada gambar 2.2, 2.3, dan 2.4 di atas, pada tahun 2016 hingga 2018, pemberitaan terkait isu LGBT yang ditulis dengan konotasi diskriminatif. Ini menjadi contoh bahwa pernyataan AJI Indonesia yang menyebut media massa Indonesia belum cukup objektif dalam memberitakan tentang isu LGBT menjadi benar adanya. Dengan terciptanya normalisasi diskriminasi terhadap kaum LGBT di media Indonesia, kehadiran media *VICE Indonesia* pada tahun 2016 memberikan angin segar pada industri media *online* di Indonesia (Perkasa, 2018, p. 12)

VICE Indonesia sebagai media *online* yang terbilang cukup baru dalam berdiri sebagai media massa di Indonesia, memiliki prinsip yang berani dalam menentang berita arus utama (VICE, 2020). *VICE Indonesia* tak jarang membuat karya jurnalistik yang membertekankan LGBT, seperti "Sebagai Lelaki Gay Aku Terpaksa Golput Saat Pilpres Indonesia 2019". Artikel-artikel pada *VICE Indonesia* kebanyakan merupakan tulisan berita *feature* dan *indepth*. Banyak, artikel di *VICE Indonesia* yang turut membahas dengan tema LGBT, seperti "Lakon Travesti:

Menyorot Para Lelaki Ayu di Panggung Ludruk”, “Membedah Ciri-Ciri (Ngawur) buat Mendeteksi Lelaki Gay yang Kembali Viral Di Medsos”, “Pembuat Komik Gay Muslim di Instagram Buka Suara: Aku Tak Berusaha Menghina Agama” dan masih banyak lagi.

Gambar 2. 5. Berita Tema LGBT di VICE Indonesia



Sumber: *VICE Indonesia*

Pada gambar 2.5. dan 2.6. di atas, terlihat bahwa berita-berita di *VICE indonesia* kebanyakan diulas dengan jenis penulisan *feature*. *VICE Indonesia* sering meliput tentang kehidupan kumpulan transpuan, misalnya dalam menjalani tugas mereka sebagai seorang Lakon Travesti atau penari *cross-gender*. *VICE Indonesia* menjadi salah satu media massa di Indonesia yang berani dalam memberitakan tentang isu LGBT secara terbuka.

2.3. Alur Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana perbedaan tingkat objektivitas pemberitaan isu LGBT di media *online VICE Indonesia* dan *Kompas.com* pada periode Januari 2019 – Februari 2020 menggunakan konsep

Objektivitas menurut Westerstahl yang kemudian dirincikan oleh McQuail. Berdasarkan apa yang telah dijabarkan di bagian latar belakang, Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia menilai bahwa kebanyakan media di Indonesia masih belum dapat objektif dalam memberitakan pemberitaan isu LGBT kepada khalayak, padahal menurut McQuail objektivitas merupakan prinsip penting yang wajib dimiliki oleh jurnalis dan media sebagai sumber informasi.

Masalah yang penulis dapatkan adalah masih banyaknya media di Indonesia yang belum objektif dalam memberitakan tentang isu LGBT, ini juga didukung oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia pada tahun 2016. Memasuki tahun 2020, hampir 4 tahun setelah pernyataan tersebut dikeluarkan peneliti ingin mengetahui apakah media di Indonesia masih belum bisa bersikap objektif dalam memberitakan isu LGBT. Dalam penelitian ini penulis meneliti dua media *online* *VICE Indonesia* dan *Kompas.com*.

Menjawab rumusan masalah yang muncul dari penelitian ini, peneliti mengumpulkan pemberitaan terkait isu LGBT pada dua media yang berbeda yakni *VICE Indonesia* dan *Kompas.com* dengan rentang periode Januari 2019 – Februari 2020. Rentang waktu ini sengaja dipilih untuk melihat apakah selama setahun belakang ini kedua media sudah cukup objektif dalam memberitakan pemberitaan terkait isu LGBT.

Untuk mengetahui adanya perbedaan tingkat objektivitas antara kedua media, peneliti melakukan penelitian menggunakan metode analisis isi dengan memberikan skor (*skoring*) pada berita yang telah ditentukan. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini berdasar pada konsep Objektivitas oleh Westerstahl

yang sudah dirincikan oleh McQuail. Terdapat 8 indikator yang kemudian peneliti gunakan dalam penelitian ini. Dalam proses analisis isi, peneliti dibantu oleh 2 intercoder yang merupakan sarjana Jurnalistik dan mengerti tentang objektivitas di media.

Intercoder yang terlibat menganalisa sejumlah artikel yang telah peneliti sediakan (10% dari jumlah populasi data) dengan mengukur tingkat keobjektivitasannya melalui alat ukur yang digunakan. Dalam penelitian ini adalah delapan indikator yang diambil dari pisau bedah atau konsep Objektivitas oleh Westerstahl. Selanjutnya, masing-masing *intercoder* memberikan skor sesuai dengan indikator tersebut. Misalnya nilai 0 apabila ditemukan unsur tidak berimbang dalam teks dan nilai 1 apabila berimbang. Langkah ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut sudah reliabel.

Setelah dipastikan reliabel maka penulis melanjutkan penelitian dengan menganalisa semua teks berita yang tersedia sambil memberikan skor sesuai ketentuan lembar *coding*. Kemudian, untuk menjawab apakah terdapat perbedaan tingkat objektivitas yang signifikan antara kedua media yang diteliti, penulis akan menarik nilai *mean* (rata-rata) dari total skor dan dirumuskan. Kemudian, langkah uji beda atau *T-test* yang digunakan untuk mengetahui dan memastikan secara statistik bahwa terdapat perbedaan antara kedua media yang diteliti. Setelah semuanya dilakukan akan ditarik kesimpulan yang menjawab pertanyaan pada penelitian ini.

Agar semakin memperjelas alur penelitian ini, maka alurnya diilustrasikan ke dalam bagan berikut:

Bagan 2. 1. Alur Penelitian Ini



Sumber: Kajian Peneliti