

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Imparsialitas berita merupakan bagian dari objektivitas media terhadap isu yang diangkat dan sering kali disebut dengan ketidakberpihakan. Objektivitas seringkali menjadi pertanyaan ketika pembaca merasakan kejanggalan pada suatu kegiatan jurnalisme. Berbagai persoalan terkait dengan media salah satu yang mengemuka adalah masalah objektivitas. Menurut Sambrook (dalam Vience Mutiara, 2017, hal. 114):

Kata 'objektivitas' melekat pada kinerja dan etika jurnalis media. Objektivitas – dan juga ketidakberpihakan (*impartiality*) – merupakan norma bagi jurnalis profesional untuk menghindari bias ataupun subyektivitas serta mendorong kepercayaan bagi profesi jurnalisme itu sendiri. Objektivitas khususnya imparsialitas merupakan topik yang masih diperdebatkan di kalangan ilmuwan sosial. Tidak sedikit perdebatan tersebut menyinggung pada bidang jurnalisme ketika mendefinisikan objektivitas secara operasional untuk mendukung pekerjaannya.

Imparsialitas menjadi topik penting untuk dibahas guna melihat ketidakberpihakan media pada isu politik tertentu. Dalam praktiknya, media seringkali dituntut untuk menyampaikan berita yang objektif dan tidak memihak meskipun seringkali berbenturan dengan pemenuhan target pasar dan keinginan untuk melayani audiens. Media *online* tentu saja tidak luput sebagai alat politik bagi pasangan calon presiden dan wakil presiden melalui berita politiknya. Pada tahun 2018 sebanyak 50,26 persen dari 143 juta pengguna internet Indonesia secara rutin mengakses berita sosial, sedangkan 52,8 juta atau 36,94 persen pengguna internet rutin mengonsumsi berita politik. Hal ini diungkapkan oleh Sekretaris Jenderal APJII, Henri Kasyfi Soematono. (Ayuwuragil, Kustin. 2019)

Di akhir tahun 2018 hingga awal tahun 2019, masyarakat Indonesia disibukkan dengan berbagai berita politik terkait pemilu. Pemilihan Umum (pemilu) 2019 merupakan pesta rakyat lima tahunan yang rutin di selenggarakan (Memahami Lagi,

2018). Peristiwa penting ini pun menjadi perhatian masyarakat, baik yang berada di Indonesia maupun di luar negeri. Untuk cepat mendapatkan informasi, peran media massa sangat dibutuhkan.

Pada zaman yang serba digital, berbagai informasi berita dapat diakses melalui situs media *online*. Salah satu grup media terbesar di Indonesia ialah Kompas Gramedia yang memiliki berbagai jenis media massa, mulai dari cetak hingga *online*. Kompas.com merupakan bagian dari Kompas Gramedia yang berbentuk *online*. Kompas.com dinilai sebagai media yang tidak memihak karena berada di luar lingkaran politik dan bebas dari pengaruh kekuasaan (Septavani, 2013, hal. 6)

Pada pemilu 2019 Kompas mendapat sorotan dari masyarakat lantaran memberitakan perhitungan survei Litbang Kompas yang jauh berbeda dengan lembaga survei lainnya. Pada 20 Maret 2019 pukul 13.54 WIB, Kompas.com memberitakan hasil survei Litbang Kompas yang dilaksanakan pada 22 Februari hingga 5 Maret 2019. Survei ini menunjukkan elektabilitas pasangan Prabowo Subianto–Sandiaga mengalami kenaikan dibandingkan pasangan Joko Widodo–Ma'ruf yang mengalami penurunan dari survei sebelumnya. Hasil survei Litbang Kompas menunjukkan pasangan Jokowi-Ma'ruf masih mendominasi dengan raihan 49,2 persen, sementara Prabowo-Sandi tercatat meraih 37,4 persen dan 13,4 persen responden menyatakan rahasia. Dengan demikian selisih persentase dari elektabilitas keduanya mencapai sekitar 11,8 persen (Kompas.com, 2019).

Survei tersebut digelar dengan melibatkan 2.000 responden yang dipilih secara acak menggunakan metode pencuplikan sistematis bertingkat di 34 provinsi Indonesia yang memiliki tingkat kepercayaan 95 persen dan *margin of error* plus minus 2,2 persen. Namun hal ini justru menjadi sorotan media lain.

Di hari yang sama, tepatnya pada pukul 18.38, Detik.com menuliskan sebuah berita yang berjudul “Prabowo Melejit di Survei Kompas, BPN: Jokowi Game Over.”

"Yang ketiga ini perlu tahu, Kompas sebagai grup besar sudah berikan sinyal kepada seluruh rakyat Indonesia bahwa 17 April besok presiden Indonesia akan diganti dari Jokowi ke Prabowo Subianto. Intinya apa? Litbang Kompas memberikan pemberitahuan bahwa Pak Jokowi *game over*," kata juru bicara BPN Andre Rosiade di Media Center Prabowo-Sandi, Jalan Sriwijaya I, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Rabu (20/3/2019). (Astuti, 2019)

Berita tersebut merupakan respon yang diberikan oleh Badan Pemenangan Nasional pihak Prabowo–Sandi terkait dengan hasil survei Litbang Kompas yang menunjukkan angka Prabowo–Sandi lebih tinggi dibandingkan dengan Jokowi–Ma’ruf Amin. BPN menyatakan bahwa pihak Jokowi tidak akan menang karena elektabilitas capres petahana Jokowi sudah berada dibawah 50 persen. Padahal sebelumnya, pada bulan Oktober 2018, perolehan suara Prbowo-Sandiaga 32,7 persen, Jokowi-Ma’ruf 52,6 persen dan 13,4 menyatakan rahasia. sehingga selisih persentase dari elektabilitas keduanya mencapai sekitar 19,9 persen.

CNN Indonesia juga menyoroti hasil survei Litbang Kompas dengan memberi penjelasan berdasarkan kelompok pemilih. CNN Indonesia menulis:

Adapun rinciannya, pemilih pemula: Ma'ruf 30,1 persen, Sandi 50,6 persen. Milenial muda: Ma'ruf 35,5 persen, Sandi 45,4 persen. Milenial tua: Ma'ruf 34,4 persen, Sandi 41 persen. Generetaion X: Ma'ruf 38,1 persen, Sandi 42,6 persen. nya mengungguli elektabilitas Sandi di dua kalangan usia tua yakni *baby boomers*: Ma'ruf 40 persen, Sandi 34,1 persen, serta di kalangan *silent generation*: Ma'ruf 61,5persen, Sandi 19,2persen. Jika dilihat secara rinci soal seberapa kuat pengaruh sosok cawapres ini, Litbang Kompas memotret sebanyak 16,7 persen responden memilih pasangan capres-cawapres nomor urut 02 karena faktor Sandi. (Suvei Litbang, 2019)

Pemberitaan tersebut semakin memperjelas darimana hasil perhitungan survei Litbang Kompas. Berita ini ditulis dengan judul “Survei Litbang Kompas: Sandiaga Uno Kalahkan Ma’ruf Amin dan dipublikasikan pada 22 Maret 2019 pukul 17.19 WIB”.

Banyaknya pemberitaan yang menyoroti hasil perhitungan survei Litbang Kompas, membuat para pendukung Jokowi–Ma’aruf Amin kesal hingga muncul tagar #boikotkompas di media sosial. Kontroversi ini pun tidak hanya berupa tulisan tetapi juga gambar.



Ini Siapa ya yg jln dgn Prabowo, itu yg pke kaca mata Ninuk Pambudi dia PIMPINAN REDAKSI KOMPAS skrg, sdgkn yg satunya itu suaminya Rahmat Pambudi dari Gerindra yg bkl dicalonkn jadi menteri Pertanian klo dia menang, jadi gk ada mkn siang yg gratis semua ada imbal baliknya, jdi skrg sdh taukan Kompas skrg bgmana

Gambar 1: (tagar) #boikotkompas diambil dari akun @turutprihatin

Gambar 1 mendadak menjadi viral di media sosial sejak Litbang Kompas mempublikasikan hasil survei yang dilaksanakan pada 22 Februari hingga 22 Maret 2019 lalu. Bahkan muncul berita yang mengaitkan perhitungan survei dengan hubungan suami pemimpin redaksi Kompas yang dekat dengan Prabowo Subianto. Kompas dianggap tidak netral oleh sekelompok masyarakat tertentu sehingga muncullah editan tersebut. Gambar yang seolah menggiring opini publik untuk “berpikir ulang” ketika ingin membaca Kompas semakin viral dengan caption-caption yang ditambahkan netizen saat membagikan (*share*) di akun media sosial mereka.



Gambar 2: Poster yang berisikan jadwal klarifikasi pihak Kompas diambil dari akun @sirajapadoha

Viralnya berita mengenai pemberitaan tidak berimbang, mendorong media lain, salah satunya Pepnews.com untuk segera menulis berita mengenai kasus tersebut seperti ditulis Fakir (2019):

Rilisnya hasil survei dari Litbang Kompas menimbulkan banyak pertanyaan. Pasalnya, survei yang dilakukan Litbang Kompas pada 22 Februari 2019 - 5 Maret 2019 ini menunjukkan, jarak elektabilitas antara Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno, semakin tipis. Hal ini berbeda dengan survei-survei yang telah dirilis beberapa lembaga. Dengan hasil perolehan yang di bawah 50persen, posisi Jokowi-Ma'ruf dianggap mengkhawatirkan. Secara psikologis, tentu saja hasil survei ini merugikan pasangan nomor urut 01. Ada pihak-pihak yang mengaitkan survei Kompas tersebut dengan posisi pimpinan redaksi Kompas, Ninuk Pambudi yang kebetulan istri dari orang dekat Prabowo Subianto, yaitu Rahmat Pambudy. (Fakir, 2019)

Pihak lain seperti Denny Januar Ali, seorang *founder* Lembaga Survei Indonesia (LSI) Denny JA turut menganalisis kontroversi yang terjadi pada survei Litbang Kompas 20 Maret 2019 lalu. Ia menyampaikan analisisnya melalui sebuah status di Facebook pada

tanggal 20 Maret 2019 yang diberi judul “Apakah Survei Litbang Kompas Berpolitik?”. Dalam analisisnya Denny JA mengatakan bahwa survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas kurang menjelaskan tentang metodologi yang kurang lengkap dan cara menarik kesimpulan yang kurang transparan. Ali, 2019 menulis sebagai berikut:

Tak ada keterangan dalam metodologi misalnya, apakah survei menggunakan simulasi kertas suara atau tidak? Pemilih yang ditanya akan memilih siapa secara oral oleh peneliti, selalu mungkin memberi jawaban berbeda jika ia diminta melihat kertas suara yang ada foto pasangan Jokowi dan foto pasangan Prabowo. (Denny JA, 2019)

Denny JA (2019) juga menjelaskan bahwa survei yang memiliki respon rate 95 persen (dari 100 persen, hanya 5 persen yang menolak untuk dimintai keterangan) akan memberikan respon yang berbeda dengan survei yang memiliki respon rate 45 persen. Ia lalu mempertanyakan bagaimana cara responden menjawab.

Pasti ada sejumlah responden yang menolak atau berhalangan. Terhadap mereka yang menolak, apakah dicari pemilih pengganti? Bagaimana cara memilih penggantinya? Tanpa panduan sistematis, response rate dapat membuat hasil survei tak akurat. (Denny JA, 2019)

Detik.com juga mengkonfirmasi bagaimana tanggapan Ninuk Pambudi sebagai Pemimpin Redaksi Kompas.

Kami memang dari waktu ke waktu selalu melakukan polling dan survei untuk elektabilitas. Survei ini pertama kita lakukan Oktober tahun lalu. Pertama-tama pertanyaannya tentang tendensi. Kompas selalu menjaga profesionalitasnya dan mencoba untuk terus menerus independen dalam liputannya (Pratama, 2019)

Ninuk Pambudi (2019) menjelaskan bahwa dalam menyelenggarakan survei, Kompas tetap independen. Meskipun posisi Litbang Kompas berada di bawah redaksi. Survei juga dilakukan dengan memilih tenaga survei sendiri, menentukan metodologi sendiri hingga membiayai survei sendiri. Ninuk juga menolak jika Litbang Kompas dibandingkan dengan lembaga survei lainnya karena Kompas bukanlah lembaga survei.

Penelitian ini perlu dilakukan untuk melihat imparsialitas (ketidakberpihakan) Kompas.com dalam pemberitaan mengenai calon presiden dan calon wakil presiden 2019. Peneliti memilih masa kampanye H-30 (sebelum hari tenang) karena saat itulah masing-

masing kandidat semakin disibukkan dengan berbagai kegiatan, baik kampanye maupun debat. Media pun semakin marak memberitakan berbagai kegiatan masing-masing kandidat yang secara tidak langsung dapat memengaruhi pilihan masyarakat.

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan objektivitas suatu pemberitaan Kompas.com menunjukkan bahwa Kompas.com dinilai belum objektif. Penelitian Fahmi Aziz (2016) berjudul “Objektivitas Pemberitaan Proses Hukum Ahok Sebagai Tersangka Kasus Penistaan Agama dalam Republika.co.id dan Kompas.com edisi 16–17 November 2016”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua media yang diteliti memiliki keberpihakan (Republika cenderung kontra pada Ahok sementara Kompas.com cenderung lebih pro-Ahok) dan belum sepenuhnya menerapkan prinsip objektivitas dalam memberitakan informasi khususnya bidang politik (Aziz, Fahmi. 2016 hal. 8). Secara tidak langsung, hasil ini menunjukkan bahwa Kompas.com belum termasuk objektif dalam pemberitaan bidang politik. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Astrid Ayu Septavani (2013) berjudul “Bingkai Media Kompas.com dalam Membentuk Citra Angelina Sondakh dalam Pemberitaan Kasus Korupsi”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas.com cenderung memilih hal-hal kecil yang sifatnya emosional hanya untuk menarik minat pembaca. Hal ini dinilai kurang objektif. (Ayu Septavani, A. 2013, hal. 6). Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Halimatul Abrokiyah dan Tribuana Tungga Dewi tahun 2009 dengan judul “Objektivitas Berita Di Harian Kompas dan Kompas.com (Analisis Isi Pemberitaan Kasus Pembunuhan Angeline)” menunjukkan bahwa Kompas.com belum dapat dikatakan objektif ketika dibandingkan dengan media cetaknya (Abrokiyah & Dewi, 2009, hal.1)

Berlandaskan kasus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini yang condong pada ketidakberpihakan maka penelitian ini membahas bagaimana imparialitas Kompas.com dalam pemberitaan calon presiden dan wakil presiden RI 2019 periode 13

Maret-13 April 2019. Peneliti memilih masa kampanye H-30 (sebelum hari tenang) karena saat itulah masing-masing kandidat semakin disibukkan dengan berbagai kegiatan, baik kampanye maupun debat. Faktor pembeda dan menjadi kebaruan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus pada imparialitas (ketidakberpihakan) pemberitaan Kompas.com secara spesifik mengenai calon presiden dan calon wakil presiden 2019.

### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana imparialitas Kompas.com dalam pemberitaan calon presiden dan calon wakil presiden RI 2019 Periode 13 Maret–13 April 2019?

### **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui imparialitas media dalam pemberitaan calon presiden dan calon wakil presiden RI 2019 di Kompas.com Periode 13 Maret 2019–13 April 2019.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberi sumbangan dalam pengembangan ilmu komunikasi, kaitannya dengan pengembangan isi pesan dalam berita, juga tentang studi media massa.

#### 2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat untuk lebih percaya diri dalam memilih pilihannya pada pemilihan umum tanpa terpengaruh arus pemberitaan media.

b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan akademis bagi pemerhati pemberitaan media massa khususnya dalam bidang politik

## E. Kerangka Teori

### Objektivitas Media Massa

Sesuatu dapat dikatakan objektif bila adanya fakta yang diungkapkan seseorang setelah ia melihat langsung peristiwa tersebut maupun yang ia dapat dari media massa. Dalam hal ini fakta memiliki dua arti yaitu (Nurudin, 2009):

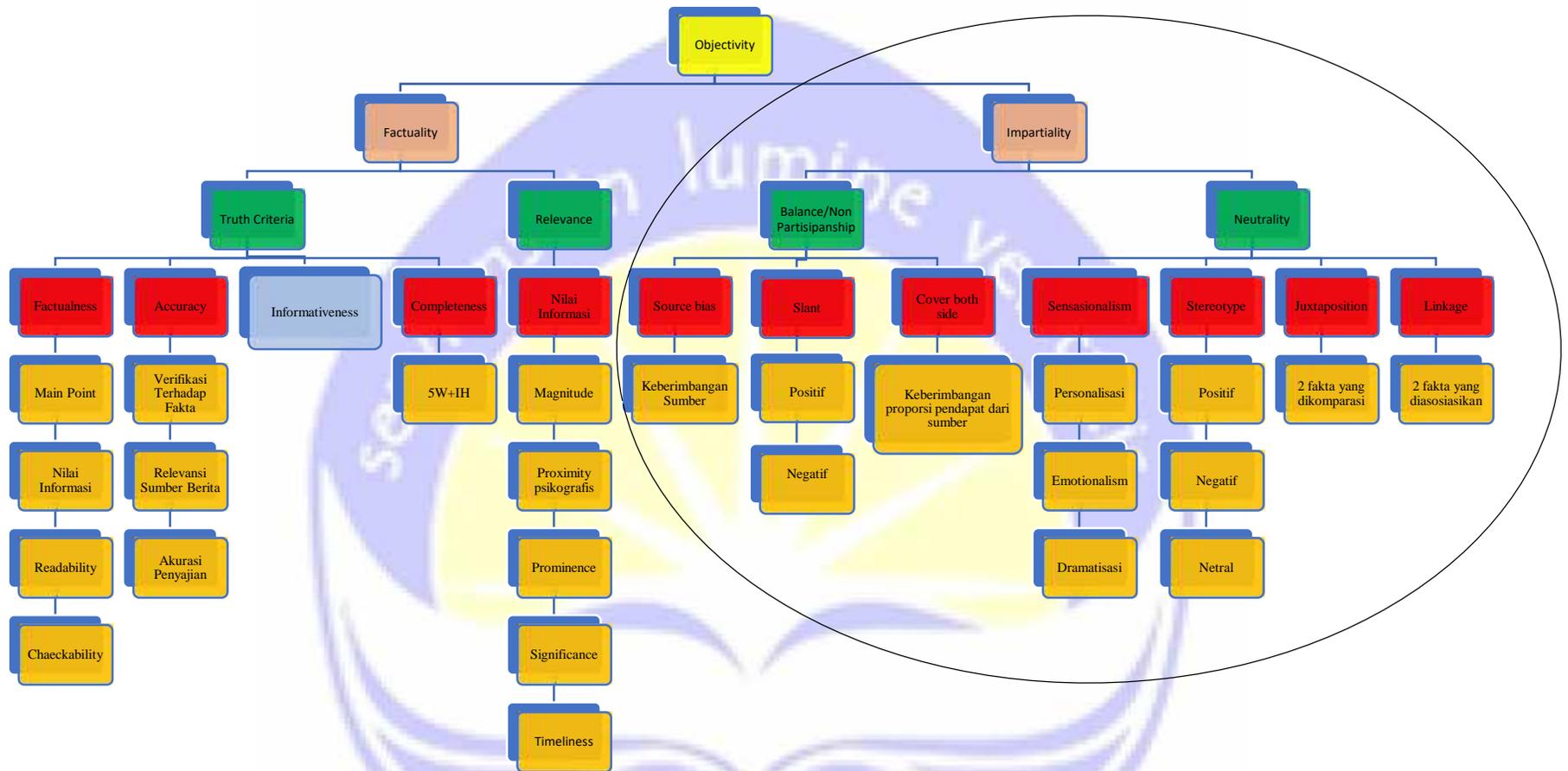
1. Fakta yang dikonstruksikan oleh pikiran seseorang kemudian disampaikan pada orang lain.
2. Segala sesuatu yang ditangkap oleh indra manusia secara langsung.

Schudson (dalam Mark Coddington, 2012) turut mengutarakan pendapatnya mengenai paradigma objektivitas. Ia berpendapat bahwa sebenarnya saat melakukan pelaporan sebuah kebenaran dapat terlihat dari klaim/pendapat kedua belah pihak yang berkonflik, meskipun fakta tidak dapat ditemukan. Menurut Siahaan (dalam Fransiska, 2009) objektivitas merupakan suatu penyajian berita yang tidak memihak dan berimbang. Beberapa dimensi dapat dijadikan pendukung untuk menentukan tingkat objektivitas, antara lain: dimensi relevansi (tingkatan yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh aspek–aspek fakta yang diberitakan relevan dengan *newsworthiness*/standar jurnalistik), dimensi *truth* (tingkatan yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh fakta yang disajikan dalam berita dapat dipercaya) dan *impartiality* (ketidakberpihakan) yaitu tingkatan yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh fakta–fakta yang disajikan bersifat berimbang dan netral. Ketidakberpihakan berita merupakan syarat bagi seorang wartawan untuk selalu bekerja atas dasar fakta, tidak berat sebelah, netral yang sebisa mungkin menuliskan berita bukan berdasarkan keyakinan pribadi atau pandangan dari satu pihak. (Santoso, 2010. hal.2)

Imparsialitas dibutuhkan dengan tujuan supaya berita yang nantinya disajikan sesuai dengan realitas yang terjadi di masyarakat tanpa menambah “bumbu” keberpihakan.

Imparsialitas dalam objektivitas berita merupakan suatu keadaan berita yang disajikan secara utuh dan tidak bersifat memihak salah satu sumber berita, yang bertujuan untuk memberi informasi dan pengetahuan kepada konsumen (Mc Quail, dalam Rahayu 2006, hal 8) Berbagai macam kriteria disodorkan untuk menilai objektivitas sebuah berita. J. Westerstahl adalah seorang tokoh yang mengembangkan kerangka konsep dasar untuk meneliti dan mengukur objektivitas media lebih spesifik jika dibandingkan dengan tokoh lainnya (Mc Quail, dalam Rahayu 2006, hal 8). Ia mengemukakan bahwa konsep objektivitas berita memiliki dua dimensi, yaitu imparsialitas dan faktualitas. Berikut adalah skema objektivitas menurut Westerstahl (Mc Quail, dalam Rahayu 2006, hal 8).



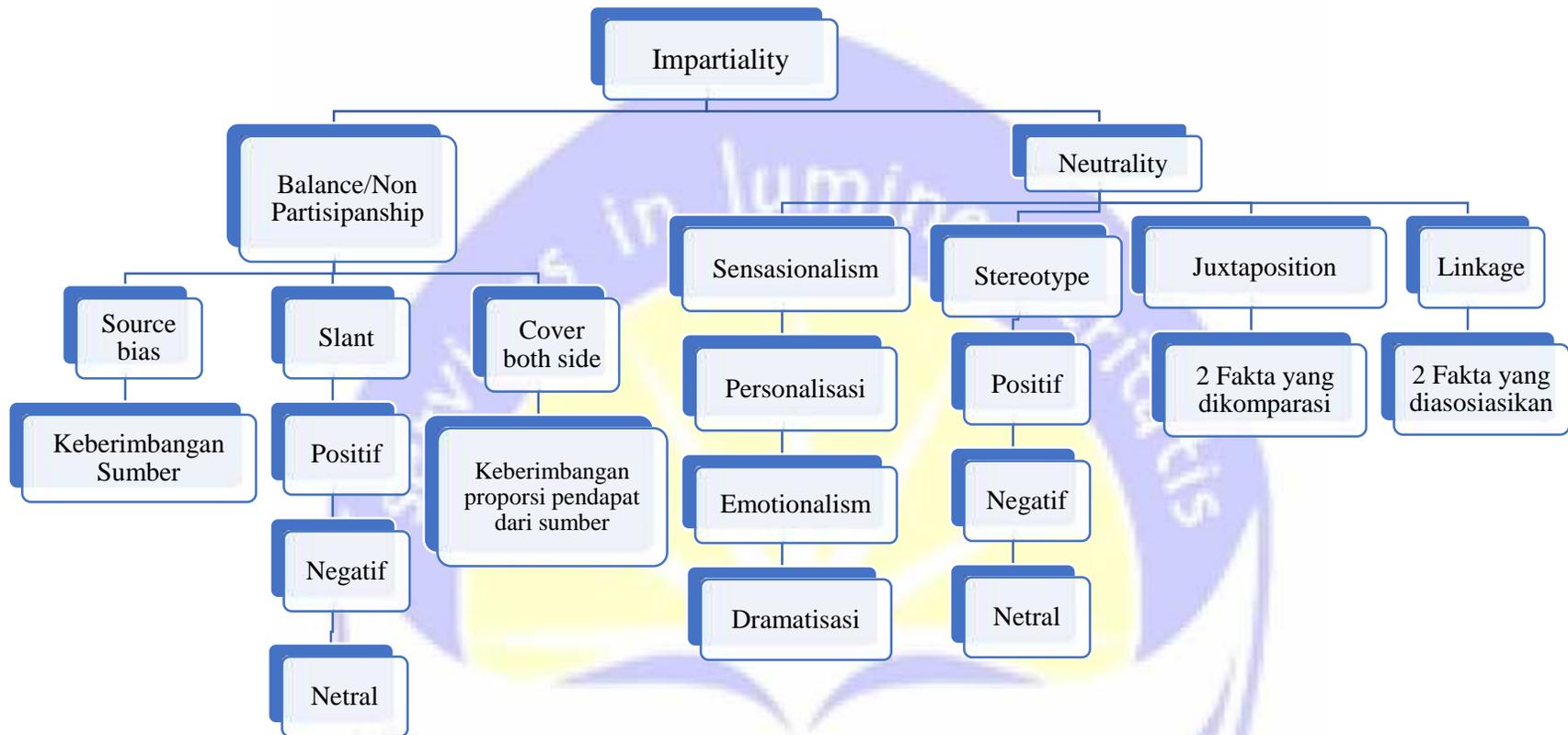


Gambar 3 : Kerangka Objektivitas Westerstahl

Sumber: Mc Quail, dalam Rahayu 2006, hal 8

Berdasarkan gambar 1, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa berita yang objektif paling tidak harus mengandung unsur faktualitas dan imparcialitas. Faktualitas berkaitan dengan kebenaran yang di dalamnya memuat akurasi (tepat dan cermat dalam membuat sebuah berita) dan mengaitkan sesuatu yang relevan untuk diberitakan. Sedangkan imparcialitas mensyaratkan adanya keseimbangan (*balance*) dan netralitas dalam mengungkap suatu peristiwa. Dengan demikian, informasi yang objektif selalu mengandung kejujuran, kecukupan data, benar dan memisahkan diri dari fiksi dan opini. Apabila terdapat satu saja sub dimensi yang tidak objektif, maka media tersebut dapat dikatakan tidak objektif dalam memberitakan suatu peristiwa. Namun dalam penelitian akan fokus membahas unsur imparcialitas. Makna keberadaan teori dalam penelitian ini, yaitu:

1. Memandu peneliti mengambil data
2. Membatasi penelitian agar tidak meluas kemana-mana



Gambar 4 : Unsur Kerangka Objektivitas Westerstahl

Sumber: Mc Quail (dalam Rahayu 2006)

## 1. Imparsialitas (Ketidakberpihakan)

Imparsialitas merupakan netral tidaknya media/wartawan ketika melaporkan berita. Aspek ini menekankan keberimbangan antara yang mencakup sudut pandang, ruang, waktu, serta interpretasi dan versi kejadian antara dua pihak yang terlibat dalam kasus tersebut (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 11)

Imparsialitas terdiri dari dua aspek, yaitu *balance* dan netralitas. *Balance* cenderung berhubungan dengan fakta-fakta yang dihilangkan dalam sebuah berita yang dianggap mengandung nilai penting oleh pihak-pihak tertentu, misalnya dalam sebuah perdebatan. Sedangkan netralitas cenderung berhubungan dengan persentasi fakta yang dapat dievaluasi dari cara penggunaan gaya persentasi, citra, *frame of reference* dan penggunaan kata-kata yang berbeda.

### a. *Balance* (Keberimbangan)

Tiga kategori yang dapat digunakan untuk melihat aspek keberimbangan yaitu: (1) Ada dan Tidak keseimbangan pemberitaan (*cover both side*), (2) Ada dan Tidak kecenderungan pemberitaan atau *slant* terhadap nilai-nilai tertentu, (3) Ada dan Tidak ketimpangan sumber. (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23) Ketimpangan sumber atau *source bias* biasanya dilihat sebagai penampilan satu sisi dalam pemberitaan. Aspek ini melihat seimbang atau tidaknya peliputan berita dengan sumber berita yang dikutip (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). Dengan kata lain, media juga harus menampilkan beberapa pandangan dari beberapa pihak terkait topik tersebut, baik yang pro maupun yang kontra.

Sedangkan kecenderungan pemberitaan media terhadap nilai-nilai tertentu atau yang biasa disebut *slant* didefinisikan sebagai penyisipan pandangan media atau wartawan yang bersangkutan dalam tubuh berita (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). *Slant* dapat dilihat dari Ada dan Tidak kalimat kritikan atau pujian terhadap salah satu pihak dalam topik berita tersebut. Jika ada, maka dapat dipastikan bahwa media tersebut tidak netral (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23).

*Balance* dapat didefinisikan sebagai penentuan berimbang atau tidak berimbang berita (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). Hal ini berkaitan dengan prinsip *cover both side* dalam dunia jurnalistik. Aspek ini dapat dilihat dari jumlah porsi alinea penyajian pendapat dari kedua belah pihak terkait (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23).

b. *Neutrality* (Netralitas)

Aspek netralitas didefinisikan sebagai aspek yang menilai sejauh mana subjektivitas media atau wartawan (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 24). Ciri-ciri netralnya suatu media atau wartawan dapat dilihat dari penggunaan kalimat, kerangka referensi dan citra beberapa pihak yang terkait dalam berita. Beberapa aspek dapat digunakan untuk menganalisis seberapa jauh netralnya media yaitu, *juxtaposition*, *stereotype*, *linkage* dan *sensasionalisme* (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 63). Aspek *juxtaposition* didefinisikan sebagai alat yang menyangdingi dua hal berlawanan lalu menimbulkan efek kontras. Hal ini terkesan memberikan efek dramatis dalam suatu pemberitaan (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26)

Meski *juxtaposition* dan *linkage* cenderung memiliki sifat yang sama, namun *linkage* lebih pada menyandingkan efek asosiatif pada dua hal berbeda yang dihubungkan sedangkan *juxtaposition* ialah berita yang menyandingkan dua fakta yang sengaja di komparasi (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26). Meskipun berbeda kejadian dan konteksnya, jika kedua fakta disandingkan dalam berita yang akan terkesan memiliki hubungan *Sensationalism* yaitu sifat yang suka menimbulkan sensasi dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain. *Stereotype* yaitu pemberian atribut tertentu kepada kelompok maupun individu sehingga menimbulkan suatu persepsi negative maupun positif dalam sebuah berita. (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26)

## **F. Kerangka Konsep**

### **Imparsialitas dalam Objektivitas Media Massa**

Melihat kasus yang menjadi latar belakang penelitian, maka dalam penelitian ini, penulis menggunakan satu dimensi yang paling mendekati yaitu imparialitas. Berdasarkan kerangka teori di atas, maka dapat dibuat kerangka konsep untuk penelitian ini, sebagai berikut:

#### **1. Imparsialitas (Ketidakberpihakan)**

Imparsialitas merupakan berpihak atau tidaknya media/wartawan ketika melaporkan berita. Aspek ini menekankan keberimbangan yang mencakup sudut pandang, ruang, waktu, serta interpretasi dan versi kejadian antara dua pihak yang

terlibat dalam kasus tersebut (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 11). Imparsialitas terdiri dari dua aspek, yaitu *balance* dan *neutrality*.

a. *Balance* (Keberimbangan)

Tiga kategori yang dapat digunakan untuk melihat aspek keberimbangan yaitu: (1) berimbang atau tidak berimbang berita, Misalnya: ketika media memberitakan hasil hitung cepat dari BPN masing-masing kandidat, disertakan juga hasil hitung cepat beberapa lembaga survei. (2) Ada dan Tidak kecenderungan pemberitaan atau *slant* terhadap nilai – nilai tertentu, Misalnya: berita yang selalu memberitakan kebaikan pasangan calon 02 tetapi selalu memberitakan keburukan pasangan calon 01. (3) Ada dan Tidak ketimpangan sumber. (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23) Ketimpangan sumber atau *source bias* biasanya dilihat sebagai penampilan satu sisi dalam pemberitaan (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23).

Aspek ini melihat seimbang atau tidaknya peliputan berita dengan sumber berita yang dikutip (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). Dengan kata lain, media juga harus menampilkan beberapa pandangan dari beberapa pihak terkait topik tersebut, baik yang pro maupun yang kontra.

Sedangkan kecenderungan pemberitaan media terhadap nilai-nilai tertentu atau yang biasa disebut *slant* didefinisikan sebagai penyisipan pandangan media atau wartawan yang bersangkutan dalam tubuh berita (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). *Slant* dapat dilihat dari Ada dan Tidak kalimat kritikan atau pujian

terhadap salah satu pihak dalam topik berita tersebut (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). Jika ada, maka dapat dipastikan bahwa media tersebut tidak netral.

*Balance* dapat didefinisikan sebagai penentuan berimbang atau tidak berimbang berita (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). Hal ini berkaitan dengan prinsip *cover both side* dalam dunia jurnalistik (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). Aspek ini dapat dilihat dari jumlah porsi alinea penyajian pendapat dari kedua belah pihak terkait.

b. *Neutrality* (Netralitas)

Aspek netralitas didefinisikan sebagai aspek yang menilai sejauh mana subjektivitas media atau wartawan (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 23). Ciri-ciri netralnya suatu media atau wartawan dapat dilihat dari penggunaan kalimat, kerangka referensi dan citra beberapa pihak yang terkait dalam berita (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 24).

Beberapa aspek dapat digunakan untuk menganalisis seberapa jauh netralnya media yaitu, *juxtaposition*, *stereotype*, *linkage* dan *sensasionalisme* (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26). Aspek *juxtaposition* didefinisikan sebagai alat menyandingkan dua hal berlawanan yang menimbulkan efek kontras. Hal ini terkesan memberikan efek dramatis dalam suatu pemberitaan (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26).

Meski *juxtaposition* dan *linkage* cenderung memiliki sifat yang sama, namun *linkage* lebih pada menyandingkan efek asosiatif pada dua hal berbeda yang dihubungkan sedangkan *juxtaposition* ialah berita yang menyandingkan dua fakta berbeda yang sengaja di komparasi (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26).

Meskipun berbeda kejadian dan konteksnya, jika kedua fakta disandingkan dalam berita yang akan terkesan memiliki hubungan *Sensationalism* yaitu sifat yang suka menimbulkan sensasi dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26). *Stereotype* yaitu pemberian atribut tertentu kepada kelompok maupun individu sehingga menimbulkan suatu persepsi negative maupun positif dalam sebuah berita. (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26)

Berdasarkan teori di atas, maka dimensi imparialitas akan terpenuhi jika suatu media memiliki nilai *cover both side* yang tinggi. Namun, unsur lainnya seperti *sensasionalism, stereotype, juxtaposition, slant, linkage* dan *source bias* harus memiliki nilai yang rendah. (McQuail, Denis, 1992 hal. 200 – 236). Skor imparialitas yang didapat nantinya akan dikategorikan menjadi tinggi sedang rendah. Skor imparialitas dapat dikatakan tinggi jika mencapai 80-100%, skor imparialitas dapat dikatakan sedang jika mencapai 40-79%. Demikian pula skor imparialitas dapat dikatakan rendah jika mencapai 0%-39%. (Eriyanto, 2011, hal 219)

### G. Unit Analisis

No.	Dimensi	Unit Analisis	Sub Unit Analisis	Kategori	
1	IMPARSIALITAS	Neutrality	<i>Sensasionalism</i>	Adanya Personalisasi	
				Tidak Ada Personalisasi	
				Adanya Emotionalism	
				Tidak Ada Emotionalism	
				Adanya Dramatisasi	
				Tidak Ada Dramatisasi	
			<i>Stereotype</i>	Ada	
				Tidak ada	
				<i>Juxtaposition</i>	Ada
					Tidak ada
		<i>Linkage</i>	Ada		
			Tidak Ada		
		Balance	<i>Source bias</i>	Berimbang	
				Tidak Berimbang	
			<i>Cover both side</i>	Ada	
				Tidak ada	
			<i>Slant</i>	Positif	
				Negatif	
		Netral			

## H. Definisi Operasional

### 1. Imparsialitas

#### a. Netralitas

Netralitas didefinisikan sebagai berita yang tidak memihak atau netral pada salah satu pihak. Hal ini dapat dilihat dari Ada dan Tidak pencampuran antara opini dan fakta serta bagaimana kecenderungan berita dalam menyampaikan suatu peristiwa. (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26)

#### 1) *Sensasionalism*

Adanya *sensasionalisme* yang dimaksud adalah berita yang menggemparkan dan menimbulkan sensasi dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain. *Sensationalism* yaitu sifat yang suka menimbulkan sensasi dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain. Dalam ranah jurnalistik yang menekankan imparsialitas penyajian, *sensasionalisme* diukur melalui tiga kategori:

#### a) Personalisasi

Ada atau tidaknya personalisasi ditandai dengan adanya aktor utama atau tunggal yang paling berpengaruh dalam sebuah peristiwa. Berita yang mengandung personalisasi biasanya menuliskan tentang *profiling* salah satu kandidat. Contohnya:

Tak Hanya Berkutat di Politik, **Prabowo** juga Punya Hobi yang Mengejutkan

Bahkan hobinya sudah ia tekuni sejak usia muda

Selama ini, kita hanya tahu kalau **Prabowo** merupakan orang yang tidak terlalu banyak bicara. Namun ternyata di balik itu semua, **Prabowo Subianto** memiliki sisi lain yang tak pernah kita tahu. Adalah beragam hobinya yang cukup mengagetkan kita semua.

Yap, mungkin banyak dari kita yang mengira kalau **Prabowo** ini memiliki hobi selayaknya tokoh politik lainnya. Contohnya seperti riset politik dan lain sebagainya. Tapi ternyata hobi yang dimiliki oleh **Prabowo** ini cukup unik dan keren bagi yang melihatnya. Penasaran apa saja hobinya? Yuk simak ulasan berikut ini.

### **Hobi berkuda yang sudah ditekuni sejak lama**

**Prabowo** ternyata memiliki hobi yang cukup keren bagi masyarakat awam. Adalah hobi berkuda. **Ia** menekuni hobi ini sejak masih belia. Bahkan, kecintaannya terhadap hobinya satu ini membuat dirinya mendirikan sebuah klub polo dan juga mengoleksi kuda dengan harga yang cukup fantastis. Sebagaimana dilansir dari *kompas.com*, jika **Prabowo** ini memiliki dua kuda yang berjenis Lusiano. Nah, Kuda Lusiano ini ternyata diimpor dari Argentina dan harganya ditaksir sekitar Rp3 miliar.

Mungkin bagi kita itu adalah hal yang mubadzir. Ya karena uang sebanyak itu hanya untuk membeli kuda. Namun jangan salah, Kuda Lusiano ini mempunyai beragam kelebihan lho. Seperti dapat memberi hormat, kekuatannya sangat mumpuni dan juga bisa dipakai untuk berlomba termasuk melompati rintangan. Selain itu, Kuda Lusiano ini juga sering menemani **Prabowo** untuk melakukan hobinya. Dalam seminggu, **Prabowo** bisa menunggangi kuda kesayangannya tersebut sebanyak empat kali walaupun dirinya tengah sibuk menjalani tugasnya sebagai tokoh politik.

### **Terjun payung yang merupakan hobinya sejak dulu**

Siapa sangka jika **Prabowo** ternyata memiliki hobi yaitu terjun payung. Ya, dirinya yang dulu pernah menjalani tugas sebagai seorang militer, terjun payung bukan hal asing lagi. Malah, Mantan Komandan Jenderal Komando Pasukan Khusus (Danjen Kopassus) tersebut mengaku sangat cinta dengan olahraga ekstrim satu ini.

Menurutnya, terjun payung ini memiliki beragam manfaat yang tidak bisa digantikan oleh apapun. Seperti dikutip dari laman *sooperboy.com*, jika olahraga ini dapat melatih kecepatan bertindak, kerjasama, mengukur kekuatan diri, tanggung jawab dan disiplin tanpa melupakan kegembiraan. Bahkan, pada saat tes kesehatan sebagai kandidat calon presiden Indonesia, **ia** menyebutkan kalau lebih baik disuruh terjun payung daripada harus disuntik oleh dokter.

### **Hobi mengoleksi buku hingga bangun perpustakaan pribadi**

Tak hanya hobi berolahraga, **Prabowo Subianto** ini juga suka mengoleksi buku lho. Bahkan, karena terlalu banyak buku yang ia punya, pasangan politik dari Sandiaga Uno tersebut membangun perpustakaan pribadi di kediamannya Desa Bojongkoneng, Bogor. Jadi, jika pria kelahiran tahun 1951 tersebut sedang ada waktu luang, maka dirinya akan menghabiskan waktu di perpustakaan untuk membaca buku-bukunya.

Berkat hobinya yang sangat gemar membaca buku, lelaki kelahiran Bulan Oktober ini terpacu untuk menulis. Nah, usaha menulisnya pun juga tak sia-sia lho. Dikutip dari laman *detik.com*, kalau **Prabowo** telah meluncurkan buku yang berjudul Paradoks Indonesia.

Meski terlihat pendiam, ternyata **Prabowo** memiliki banyak kejutan. Ya contohnya seperti hobi yang tak pernah kita tahu. Mulai dari hobi berkuda hingga membaca buku. Bahkan, dirinya tetap konsisten melakukan hobi tersebut dari usia muda hingga saat ini. Kalau kalian punya hobi apa nih yang sudah ditekuni sejak dulu sampai sekarang? (Firdha,n.d)

Berita ini sudah pasti menitikberatkan pada pernyataan Prabowo. Dalam berita ini, **Prabowolah yang menjadi aktor utamanya.**

Sedangkan artikel yang **tidak** mengandung personalisasi:

Artikel dibawah ini **tidak hanya menyebutkan satu tokoh** yang paling berpengaruh dalam berita melainkan mengatasmamakan “Tentara Nasional Indonesia”

**Tentara Nasional Indonesia (TNI) AU** telah menyiagakan tiga pesawatnya guna melakukan penjemputan terhadap 243 warga negara

Indonesia (WNI) yang masih berada di Wuhan, China, saat virus corona mewabah. "Kami sudah siapkan pesawat (dua) Boeing 737 dan (satu) C130 Hercules. Kami juga siapkan personel dari batalion kesehatan," ujar Kepala Dinas Penerangan (Kadispen) TNI AU Marsma TNI Fajar Adrianto saat dikonfirmasi, Rabu (28/1/2020). Fajar menjelaskan, keputusan menyiagakan tiga pesawatnya sudah berdasarkan hasil rapat antara **Kementerian Koordinator Bidang Politik Hukum dan Keamanan (Kemenko Polhukam), Kementerian Kesehatan (Kemenkes), dan Kementerian Luar Negeri (Kemenlu)**. (Galih, 2020).

b) Emotionalism

Emotionalism dapat diartikan sebagai penonjolan aspek emosi (marah, gembira, sedih, iba, benci, terenyuh dan sebagainya).

Contohnya:

Artikel yang mengandung **ada** emotionalism:

Dukungan Ustaz Abdul Somad (UAS) kepada Calon Presiden (Capres) nomor urut 02 Prabowo Subianto membuat Calon Wakil Presiden (Cawapres) Sandiaga Salahudin Uno **terharu**. Menurut Sandi, dua hal yang disampaikan UAS **sangat menyentuh hati** lantaran tak ingin di undang ke istana presiden serta tak ingin jabatan apapun ketika Prabowo terpilih. "Dua hal yang disampaikan Ustaz Abdul Somad sangat menyentuh hati saya, jangan diundang (ke Istana) jangan diberi jabatan dan harapannya Indonesia adil makmur, dapat dua hadiah juga yaitu tasbih dan minyak wangi, ini luar biasa" kata Sandi usai kampanye di Palembang, Sumatera Selatan, Jumat (12/4/2019). (Budi, 2019)

Artikel tersebut **menonjolkan aspek emosi haru** pada tokoh yang ada dalam berita tersebut.

Sedangkan artikel yang **tidak** mengandung emotionalism:

Belakangan ini muncul broadcasting di grup WhatsApp yang soal penyebaran Virus Corona via Ponsel Xiaomi. Disebutkan penyebaran ini melalui server, dikeluarkan dari speaker Xiaomi.

"Yang punya hp Xiaomi cepat buang HP kalian, karena virus Corona berasal dari China, dan menyebar melalui server, dikeluarkan dari speaker Xiaomi!," tulis broadcasting tersebut, seperti dilansir Rabu, (29/1/2020). (Budiasyah, 2020)

Meski terlihat informasi yang darurat, artikel tersebut **tidak menonjolkan aspek emosi berupa kalimat/kata dalam berita.**

c) Dramatisasi

Dramatisasi dapat dikatakan sebagai sifat yang lebih-lebihkan sebuah fakta. Dalam berita, efek dramatis dipakai untuk membantu pembacanya agar lebih memahami bahkan “mengalami” secara langsung peristiwa yang disajikan. Contoh artikel yang mengandung **adanya dramatisasi:**

Dari kopi turun ke hati, di Wamena cinta Pace dan Tete Bersemi

“Dia punya kacamata juga di rumah, tapi kacanya sudah lepas,” kata sang ibu, Yuliani yang mencoba menerjemahkan maksud Kasih.

Kasih dan Kayla Obelom Wenda, si bayi yang digendong Yuliani, adalah buah cintanya dengan Kantius Wenda.

**Pasangan yang menikah beberapa tahun lalu itu tampak kontras, yang satu berambut keriting berkulit gelap, sang istri berambut lurus sebahu dengan warna kulit lebih cerah.**

Kantius merupakan warga Papua yang berasal dari Kabupaten Lanny Jaya, sedangkan Yuliani adalah warga Sunda yang berasal dari Bogor Jawa Barat, keduanya dipertemukan di Wamena. (Purnamawati, 2019)

Meskipun informasi pada paragraph tersebut tidak penting, namun penulis tetap menginformasikan secara detail sehingga terkesan penting dan mendramatisasi.

Sedangkan artikel yang **tidak** mengandung dramatisasi:

Wanita yang diperkirakan berusia 54 tahun yang ditemukan warga dalam keadaan **tanpa busana** di kebun milik warga di Blok Toplak Rt 09 Rw 02 Desa Santing, Kecamatan Losarang, Kabupaten Indramayu pada Senin (27/1/2020) sekitar pukul 17.30 WIB.

Saat ditemukan warga, wanita tersebut dalam keadaan tergeletak pingsan. Diketahui wanita tersebut adalah orang dengan gangguan jiwa. (Richard, 2020)

Media tidak menuliskan kata “bugil” pada pembahasan “tanpa busana”.

Kata “**tanpa busana**” ditulis karena **benar adanya sehingga tidak terkesan “mengalami” secara langsung peristiwa yang disajikan.**

## 2) *Stereotype*

Adanya *stereotype* berarti berita tersebut menambahkan kata tertentu kepada kelompok maupun individu sehingga menimbulkan suatu persepsi negatif maupun positif dalam sebuah berita. (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26).

Contohnya:

Artikel yang mengandung **adanya *stereotype negative***:

Pria yang sudah **bau tanah** ini, dikabarkan bekerja sebagai petugas keamanan, diduga telah melakukan tindak pidana pencabulan terhadap anak dibawah umur berinisial T alias G (9) warga yang sama. (Antonius, 2019)

Istilah “**bau tanah**” seolah menjelaskan bahwa **usia orang tersebut sudah dekat dengan kematian dan akan dikubur dalam tanah.**

Sedangkan salah satu contoh artikel **adanya *stereotype positif***:

Tiara Anggota TNI AU Bertugas di Papua Cantik **Mempesona**, Netizen:  
Natural Alami

Selasa 21 Januari 2020, Kini banyak yang menjadi tenar atau populer berkat media sosial (Medsos). Seperti Cristina Tiara anggota TNI Angkatan Udara (AU) ini punya banyak pengikut di media sosial.

Lewat akunnya @Itintiara yang bertugas di Papua ini kerap berbagi foto baik dirinya baik pakai seragam atau tidak. Parasnya yang cantik membuat banyak netizen memuji dan terpesona. Berikut beberapa komentar dari netizen. @rehanfeiyaz: “Hai di Wamena ya salam kenal ya saya di tolikara.”

@yusak\_katipana: “Natural alami.”

@unclesam7561: “Memang asal nya Papua.” (Riki, 2020)

Kata “**mempesona**” yang dituliskam oleh media memberi arti bahwa wanita tersebut lebih cantik bahkan **mengagumkan**. Hal ini sudah jelas memberikan ***stereotype positif***, **mengingat standar kecantikan masih terbilang relatif**.

**Tidak ada *stereotype*** berarti berita yang ketika dibaca tidak menimbulkan persepsi tertentu atau dalam penelitian ini disebut netral.

Lalu benarkah Virus Corona bisa menyebar melalui server dan speaker Xiaomi? Menurut World Health Organization (WHO) virus Corona menyebar melalui batuk, bersin atau menyentuh orang yang terinfeksi, seperti lansir dari Aljazeera. Jadi tidak bisa Virus Corona menular dari benda mati. Sehingga broadcasting WhatsApp yang disebar ini tidak benar atau kabar bohong. (Budiasyah, 2020)

### 3) *Juxtaposition*

Adanya *juxtaposition* yaitu berita yang menyandingkan dua fakta kontras yang dikomparasi (dibandingkan). Aspek *juxtaposition* didefinisikan sebagai alat menyandingi dua hal berlawanan yang **menimbulkan efek kontras**. Hal ini terkesan memberikan efek dramatis dalam suatu pemberitaan (McQuail dalam Rahayu, 2006 hal. 26) Contohnya:

Fakta 1: Saat mendeklarasikan kemenangannya pada 18 April lalu, **Prabowo mengklaim telah meraih 62% suara**. Tidak dijelaskan mengapa ada penurunan dari klaim sebelumnya.

Koordinator pengumpulan data kemenangan Prabowo-Sandiaga, **Profesor Laode Kamaluddin memaparkan perolehan suara berbasis C1 dari sistem informasi direktorat BPN per 14 Mei, dengan capres nomor urut 02 memperoleh 54,24 % suara, sementara Jokowi-Ma'ruf Amin memperoleh suara 44,14% suara. Data ini diperoleh dari total 444.976 TPS.** (Prabowo Klaim, 2019)

Fakta 2: **Angka klaim kemenangan ini dipertanyakan kesahihannya oleh Sekjen Perhimpunan Survei Opini Publik Indonesia (Persepi) Yunarto Wijaya** karena setelah hampir satu bulan baru menghitung sekitar 50% suara dan telah mengklaim kemenangan lebih 54%.

Sejauh ini, penghitungan **real count KPU** telah mencapai lebih dari 81% sampai Selasa (14/05) dan capres nomor urut 01, Joko Widodo-Ma'ruf Amin meraih 56,25% sementara **Prabowo-Sandiaga 43,75%**. (Prabowo Klaim, 2019)

**Fakta ke dua yang seolah menyanggah fakta pertama inilah yang menimbulkan efek dramatis** dalam berita dan dikatakan mengandung *juxtaposition*.

Sedangkan artikel yang **tidak mengandung juxtaposition**:

Mengusung tema pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, juga sosial dan kebudayaan, Debat Cawapres digelar di Hotel Sultan, Jakarta, Minggu malam, (17/3/2019). Terlihat Ma'ruf Amin memasuki ruang debat mengenakan **busana andalan**, yaitu **baju koko putih**. Busana yang dikenakan Ma'ruf Amin juga kompak dikenakan pendukung nomor urut satu, di mana mereka tampak tampil dalam balutan sarung, baju putih, dan kopiah hitam.

Sedangkan, Sandiaga Uno memilih **setelan jas deep blue berpadu kemeja putih dan dasi berwarna maroon**. Lelaki 49 tahun itu juga memakai memakai peci berwarna hitam seperti yang dikenakan Ma'ruf Amin. Tentunya, ia melengkapi penampilan dengan kacamata berbingkai hitam dan sepatu pantofel. Saat Sandiaga memasuki area debat, ia juga terlihat membawa botol minum. Biasanya, Sandiaga memang mengonsumsi *infused water*. (Riani, 2019)

Meskipun menampilkan dua tokoh, berita tersebut hanya menyajikan **satu fakta saja yaitu perbedaan gaya berpakaian**.

#### 4) *Linkage*

) **Adanya linkage** berarti dalam berita tersebut disajikan **dua fakta berlainan sehingga menimbulkan sifat asosiatif**. Media biasanya menghubungkan beberapa hal dalam satu topik sehingga berita tersebut terkesan lebih menarik. Contohnya:

Fakta 1 : **Hachiko adalah seekor anjing jantan** yang lahir di kota Odate prefektur Akita, Jepang, pada tanggal 10 November 1923 lalu dibawa ke Tokyo oleh pemiliknya. Meninggal di Shibuya Tokyo 8 Maret 1935, anjing jantan jenis Akita Inu tersebut sangat setia sekali terhadap masternya, Profesor Ueno yang meninggal tahun 1925. Tetapi sampai tahun 1935 (sepuluh tahun) anjing tersebut masih setiap bolak balik ke stasiun Shibuya untuk menjemput masternya (Hachiko tidak tahu kalau masternya telah meninggal). **Kesetiaan anjing** tersebut kini ada tiga patung, di depan stasiun Shibuya, di halaman Universitas Tokyo tempat Profesor Ueno dulu bekerja dan di depan stasiun Odate prefektur Akita. **Lambang**

**kesetiaan** itulah membuat banyak remaja Jepang kalau berjanji setia bersama seringkali di depan patung Hachiko di Shibuya sebagai lambang kesetiaan dan berharap setianya sama seperti hachiko. Di lokasi tersebut, banyak orang mengantre untuk berfoto dengan patung Hachiko yang melegenda. (Lusmawati, 2019)

Fakta 2 : Saat kamu berplesir ke Jepang, bahkan kurang lengkap rasanya, jika tak berfoto dengan patung Hachiko. Namun jangan khawatir, jika momen indahmu tak terupdate ke sosial media. **Sinyal Smartfren setia** menemanimu liburan kemana saja.(Lusmawati, 2019)

Artikel tersebut dibuat **seolah-olah berhubungan** dengan mengaitkan “kesetiaan” Smartfren yang mempunyai signal kuat seperti kesetiaan Hachiko semasa hidupnya

Sedangkan artikel yang **tidak mengandung linkage** merupakan berita yang hanya menyajikan **satu hal** untuk dijadikan topik, meskipun berita tersebut mengandung sifat asosiatif, contohnya:

### **Beri motivasi, Sandiaga Uno Temui Pelajar Tingkat SMA Hingga Mahasiswa**

Mantan calon wakil presiden **Sandiaga Uno melakukan berbagai kegiatan sebagai motivator. Hal ini disesuaikan** dengan pengalaman dan tujuan dirinya membangun anak muda Indonesia.

Dilansir laman Twiternya, @sandiuno, Kamis (15/8), mantan wakil gubernur DKI ini **menyambangi pelajar dari SMA 82 Jakarta Selatan hingga mahasiswa-mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.** (Ricardo, 2019)

b. *Balance*

*Balance* didefinisikan sebagai ketidakberpihakan media dalam memberitakan suatu peristiwa. Dalam penelitian ini *balance* dilihat dari dua hal, yaitu:

1) *Source bias*

) Ada *source bias* dalam berita. Biasanya dalam suatu konflik, berita ini menampilkan **satu sisi saja** dalam memberitakan suatu topik, sehingga pembaca hanya disajikan dengan satu sumber yang dikutip dalam peliputan. Jika ada *source bias*, dapat dipastikan bahwa berita tersebut tidak berimbang.

Contoh **ada** nya *source bias*:

Pimpinan KPK Pastikan Pejabat yang Ditangkap Ketua MK Akil Mochtar

Jakarta - Pimpinan KPK mengonfirmasi pejabat negara yang ditangkap adalah Ketua Mahkamah Konstitusi (MK) Akil Mochtar. Penangkapan ini disebut-sebut terkait dengan gelaran pilkada salah satu kota di Kalimantan.

"AM inisialnya," **kata Wakil Ketua KPK Bambang Widjojanto** kepada wartawan saat dihubungi, Rabu (2/10/2013).

Akil ditangkap di Jl Widya Chandra III No 7, Jakarta. Dia langsung digelandang menggunakan mobil Avanza silver B 1811 UFU ke KPK.

Pejabat lain yang ditangkap adalah anggota DPR wanita berinisial CN. Dia disebut anggota Komisi II dari Fraksi Golkar.

Penangkapan dilakukan sekitar pukul 22.00 WIB. Selain Akil dan CN, ada tiga orang lain yang ditangkap. **(trq/ndr)**

Berita tersebut dapat dikatakan *source bias* karena hanya menampilkan **satu sisi** dengan **satu narasumber**. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa berita tersebut **tidak berimbang**.

Namun, jika **tidak ada source bias**, maka berita tersebut dapat dikatakan berimbang, contohnya seperti berita dibawah ini yang menampilkan **dua sisi dalam satu topik**, penjelasan dari **penjual dan pembeli**.

#### Bakso Blimbing Khas Kota Blitar, Nikmat dan Rendah Kolestrol

**BLITAR, FaktualNews.co** – Ada saja makanan yang digemari masyarakat Blitar, Jatim. Adalah bakso blimbing Blitar makanan dengan rendah kolesterol. Selain lezat dan gurih, bakso blimbing juga diyakini mampu membuat awet muda. Pasalnya, dipercaya bias menetralsir tekanan darah dan mengandung vitamin C.

**Pemilik warung** bakso blimbing Blitar, **Asna Rosyida** mengatakan, untuk membuat bakso blimbing, dia sudah menguji beberapa kali. Pada akhirnya ketemu setelah buah blimbing diparut dan dimasukan ke kadalam adonan pentol.

Dari situ dia menamakan bakso miliknya bakso blimbing. Bakso ini selain menawarkan sensasi lezat dan gurih. Bakso blimbing juga rendah kolesterol.

“Awalnya sih cuma coba-coba. Namun kayaknya belum ada yang membuat dan akhirnya saya memutuskan untuk menjualnya,” kata **Asna** Sabtu (23/2/2019).

Untuk penyajiannya bakso blimbing cukup sederhana dan berbeda dengan bakso biasa, untuk satu mangkok. diberi dua pentol, gorengan, dan mie plus kuah. Harganya juga cukup terjangkau, yakni hanya Rp 5. 000 perpori atau semangkok.

Sementara **salah satu pembeli** dari Tulungagung, Imroatus Sholihah **mengaku** penasaran mendengar bakso blimbing. Selanjutnya ia bersama keluarganya mengunjungi warung bakso blimbing ini.

“Awalnya penasaran saja dengan bakso blimbing. Namun setelah tahu rasanya ternyata enak juga, “ujarnya.

Menurutnya, tidak hanya sekedar merasakan gurihnya pentol bakso yang di campur blimbing. Akan tetapi juga bisa merasakan segarnya buah blimbing.

Nah jika anda penasaran dengan bakso ini anda bisa mengunjungi di Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Warung

bakso blimbing ini buka mulai pukul 09.00. WIB hingga malam. (Yaqin, 2019)

2) *Cover both side*

) Ada *cover both side* dalam berita. Biasanya berita ini menampilkan keberimbangan opini dari para tokoh yang berkaitan dengan peristiwa tersebut, misalnya tanggapan pelaku, korban maupun saksi. Contoh **adanya cover both side**:

Meski membahas satu topik mengenai bakso blimbing khas Blitar, dalam berita dijelaskan pula **pendapat berbagai pihak terkait seperti penjual dan pembeli** sehingga berita tersebut dapat dikatakan berimbang dan tidak berat sebelah.

**Bakso Blimbing Khas Kota Blitar, Nikmat dan Rendah Kolestrol**

**BLITAR, FaktualNews.co** – Ada saja makanan yang digemari masyarakat Blitar, Jatim. Adalah bakso blimbing Blitar makanan dengan rendah kolesterol. Selain lezat dan gurih, bakso blimbing juga diyakini mampu membuat awet muda. Pasalnya, dipercaya bias menetralsir tekanan darah dan mengandung vitamin C.

**Pemilik warung** bakso blimbing Blitar, **Asna Rosyida** mengatakan, untuk membuat bakso blimbing, dia sudah menguji beberapa kali. Pada akhirnya ketemu setelah buah blimbing diparut dan dimasukan ke kadalam adonan pentol.

Dari situ dia menamakan bakso miliknya bakso blimbing. Bakso ini selain menawarkan sensasi lezat dan gurih. Bakso blimbing juga rendah kolesterol.

“Awalnya sih cuma coba-coba. Namun kayaknya belum ada yang membuat dan akhirnya saya memutuskan untuk menjualnya,” kata **Asna** Sabtu (23/2/2019).

Untuk penyajiannya bakso blimbing cukup sederhana dan berbeda dengan bakso biasa, untuk satu mangkok.diberi dua pentol, gorengan, dan mie plus

kuah. Harganya juga cukup terjangkau, yakni hanya Rp 5. 000 perpersi atau semangkok.

Sementara **salah satu pembeli** dari Tulungagung, Imroatus Sholihah **mengaku** penasaran mendengar bakso blimbing. Selanjutnya ia bersama keluarganya mengunjungi warung bakso blimbing ini.

“Awalnya penasaran saja dengan bakso blimbing. Namun setelah tahu rasanya ternyata enak juga, “**ujarnya.**

Menurutnya, tidak hanya sekedar merasakan gurihnya pentol bakso yang di campur blimbing. Akan tetapi juga bisa merasakan segarnya buah blimbing.

Nah jika anda penasaran dengan bakso ini anda bisa mengunjungi di Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Warung bakso blimbing ini buka mulai pukul 9.00. WIB hingga malam. (Yaqin, 2019)

) **Tidak ada cover both side** berarti berita yang disajikan hanya **menampilkan satu pendapat dari tokoh yang berkaitan.** Contohnya:

Pimpinan KPK Pastikan Pejabat yang Ditangkap Ketua MK Akil Mochtar

Jakarta - Pimpinan KPK mengonfirmasi pejabat negara yang ditangkap adalah Ketua Mahkamah Konstitusi (MK) Akil Mochtar. Penangkapan ini disebut-sebut terkait dengan gelaran pilkada salah satu kota di Kalimantan.

"AM inisialnya," **kata Wakil Ketua KPK Bambang Widjojanto** kepada wartawan saat dihubungi, Rabu (2/10/2013).

Akil ditangkap di Jl Widya Chandra III No 7, Jakarta. Dia langsung digelandang menggunakan mobil Avanza silver B 1811 UFU ke KPK.

Pejabat lain yang ditangkap adalah anggota DPR wanita berinisial CN. Dia disebut anggota Komisi II dari Fraksi Golkar.

Penangkapan dilakukan sekitar pukul 22.00 WIB. Selain Akil dan CN, ada tiga orang lain yang ditangkap. (**trq/ndr**)

Contoh berita diatas menulis tentang penangkapan ketua KPK dan **hanya menampilkan satu argument dari wakil ketua KPK** sehingga berita tersebut dapat dikatakan **tidak mengandung cover both side**.

3) *Slant*

*Slant* merupakan **kecenderungan dalam pemberitaan**. Dalam konteks ini *slant* ditujukan kepada para kandidat calon presiden dan calon wakil presiden. Media biasanya memberikan kritikan atau pujian secara spesifik yang berasal dari media itu sendiri (Rahayu, 2011, hal.23). Berikut salah satu berita yang mengandung ***slant* dalam bentuk pujian**, contohnya:

Deretan Film yang Direkam Pakai Smartphone. **Gak Nyangka, Gambarnya Bagus Banget** Kayak Pakai Kamera Profesional

Berbicara soal film, bagus atau nggaknya film itu nggak cuma dinilai dari alur cerita. Tapi juga dari gambar adegan tiap adegan. Bayangin deh kalau gambarnya goyang-goyang atau nggak fokus, pusing juga kan nontonnya? Karena itu seringnya kita merasa kagum sama film-film yang punya shot-shot gambar yang **bagus**. Mau itu featured film ataupun film pendek, **pasti kita menyangkanya** shot-shot di dalamnya diambil pakai kamera yang canggih. Soalnya teknik pengambilannya **bagus banget**, gambarnya juga jernih.

Namun, nyatanya nggak semua film bagus itu direkam dengan kamera profesional. Ada banyak lho film yang menang penghargaan bergengsi yang diambil hanya bermodalkan smartphone. Nggak percaya, ya? Simak deh daftarnya di bawah ini~ (Gemilang, 2019)

Kata-kata “**Gak Nyangka, Gambarnya Bagus Banget**” mengartikan **pujian** dari hasil kamera yang tidak disangka-sangka sebelumnya

Sedangkan berita yang mengandung *slant* dalam bentuk **kritikan atau cenderung menampilkan nilai negative**, contohnya:

### **Seharusnya** Pemerintah Tidak Menutup Mata

Nasib guru tidak tetap (GTT) yang mengabdikan diri di sekolah negeri kian terkatung-katung. Pemerintah terkesan menutup mata terhadap nasib para GTT, yang memiliki tugas yang sama dengan guru negeri yang sudah menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS). (RAH, 2014)

Jika guru-guru yang lain baik guru PNS maupun GTT yang mengabdikan diri di sekolah swasta, bisa merasakan nikmatnya tunjangan sertifikasi guru, insentif guru, tunjangan fungsional maupun tunjangan guru swasta dari Gubernur Jawa Timur, tidak demikian dengan GTT yang mengabdikan diri di sekolah negeri. Mereka harus gigit jari, karena tidak pernah mendapatkan tunjangan ataupun insentif tersebut.

GTT yang mengabdikan diri di sekolah negeri tersebut hanya mengharapkan kedermawanan sekolah untuk memberikan honor seadanya kepada mereka setiap bulan. Sementara harapan mereka masuk database hingga kini belum jelas.

Ironisnya, pemerintah justru memperbolehkan guru PNS mengusulkan tunjangan sertifikasi guru. Bahkan sudah banyak guru PNS yang menikmati tunjangan sertifikasi tersebut ditambah gaji bulanan dan tunjangan lainnya dari pemerintah. Sementara GTT yang mengabdikan diri di sekolah negeri justru dilarang mengajukan sertifikasi. Ketentuan tersebut dinilai sangat tidak adil karena tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap guru.

Salah satu guru yang enggan disebutkan namanya mengaku setiap bulan ia hanya mendapatkan honor bulanan sebesar Rp 150 ribu. Bahkan ada temannya hanya menerima Rp 75 ribu/bulan. Sekalipun ada yang menerima hingga Rp 300 ribu/bulan.

Kata “**seharusnya**” yang terdapat pada judul merupakan kritikan yang ditujukan pada kinerja pemerintah.

Contoh berita yang **tidak** mengandung *slant*:

TEMPO.CO, Jakarta – Pantai dengan pasir putih sudah biasa ditemukan di negara-negara berbentang kepulauan di dunia. Namun, pantai dengan pasir merah jambu alias pink hanya segelintir jumlahnya.

Pantai berpasir pink terbentuk karena proses peleburan antara pecahan koral berwarna merah dan pasir pantai yang umumnya berwarna putih. Ditambah dengan makhluk mikroskopik, foraminifera, yang hidup di pantai.

Pantai berpasir pink kerap dianggap sebagai keajaiban dunia. Sebab, bentang seperti itu termasuk fenomena langka. Dari kira-kira lima pantai berpasir pink di dunia, dua di antaranya ada di Indonesia. Berikut ini segelintir pantai pink tersebut.

#### 1. Pantai Pink Pulau Komodo, NTT

Pantai Pink atau Pantai Merah, dalam sebutan lokal, terletak di Taman Nasional Komodo, Flores, Nusa Tenggara Timur. Pantai ini memiliki pasir berwarna merah jambu. Warna yang cukup mencolok dapat disaksikan bila pengunjung melihatnya dari puncak bukit yang berada di tepi Pantai Pink.

Selain terkenal dengan keunikan warna pasirnya, Pantai Pink kesohor karena memiliki spot snorkeling paling indah di Kepulauan Komodo. Lautnya cukup dangkal. Namun koral dan ikan-ikan yang hidup di perairan itu tumbuh sehat dengan jenis yang beragam.

#### 2. Pantai Pink Pulau Harbour, Bahama

Negara di Kepulauan Karibia ini memiliki pulau dengan pantai perawan berpasir pink yang masih jarang dikunjungi wisatawan. Pantai itu berada di Pulau Harbour, pesisir timur laut Pulau Eleuthera.

Pantai Pink Pulau Harbour adalah tempat yang cocok untuk berelaksasi lantaran sepi dan jauh dari ingar-bingar. Di sini, ditemukan tempat penyelaman paling indah dengan bentang dinding-dinding bebatuan di dasar laut. Dinding bebatuan itu memisahkan Pulau Eleuthera dan Current.

#### 3. Pantai Elafonisi, Yunani

Pantai di Crete, Yunani, ini memiliki pasir warna-warni. Salah satu sisinya memiliki warna pasir pink, sedangkan sisi lainnya berwarna putih. Pantai Elafonisi ramai dikunjungi turis setiap hari, bahkan saat low season atau bukan masa liburan.

Dari Pantai Elafonisi, wisatawan bisa menyeberang melalui perairan dangkal menuju Pulau Elafonisi. Pulau itu adalah cagar alam.

#### 4. Pantai Herseshoe Bay Bermuda, Kepulauan Karibia

Masih di kawasan Kepulauan Karibia, ditemukan satu lagi pantai dengan pasir berwarna pink yang terjadi karena pecahan terumbu karang. Pantai ini terletak di wilayah Bermuda, utara Karibia. Pantai ini berbentuk melengkung, seperti bangun setengan lingkaran bila dipotret menggunakan kamera udara.

#### 5. Pantai Pink, Lombok, NTB

Orang-orang lokal menyebutnya Pantai Tangsi. Pantai berpasir pink ini terletak di Lombok Timur. Tidak hanya eksotis karena warna pasirnya, pemandangan bukit dengan padang rumput yang luas menjadi sajian yang menarik dilihat.

Ada dua cara menikmati. Pantai Pink di Lombok, yakni menyaksikan keindahan dari atas bukit atau dari gazebo yang rapi tertata di tepi pantai. (Alvionitasari, 2018)

Berita tersebut hanya menuliskan informasi mengenai pantai-pantai pasir pink. Tidak ada kecenderungan dalam berita ini.

## I. Metodologi Penelitian

### 1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*). Menurut Holsti (dalam Eriyanto, 2011, hal.15) mendefinisikan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat

inferensi yang dilakukan secara objektif dan indentifikasi sistematis dari karakteristik pesan.

Imparsialitas merupakan ciri penting dalam analisis isi. Ketidakberpihakan analisis isi dilihat ketika peneliti benar-benar melihat apa yang ada dalam teks dan tidak memasukkan subjektivitas. Dalam analisis isi, ketidakberpihakan memiliki dua aspek penting yaitu, reliabilitas dan validitas. Reliabilitas berkaitan dengan apakah analisis isi akan menghasilkan temuan yang sama walaupun dilakukan dengan orang dan waktu yang berbeda. Sedangkan validitas berkaitan dengan apakah analisis isi benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. (Eriyanto, 2011.hal. 16).

Analisis isi ini hanya dapat melihat pada isi yang tampak (manifest). Awalnya banyak yang mempertentangkan apakah analisis isi bias melihat isi yang tampak saja (manifest) atau bisa juga untuk melihat isi yang tidak tampak juga (latent). Namun pada akhirnya Eriyanto menyimpulkan bahwa analisis isi hanya dapat digunakan untuk melihat isi yang tampak saja. Ada dua alasan yang dapat menjelaskan alasan kesimpulan Eriyanto, yaitu pertama, ciri sebelumnya yang bersifat objektif, reliabel, valid, dan replikabel hanya bisa dicapai jika melihat isi yang tampak saja. Jika peneliti melihat isi yang tidak tampak, maka dikhawatirkan akan ada subjektivitas di dalamnya.

Analisis isi juga memiliki ciri perangkuman atau *summarizing* untuk melihat gambaran umum atau karakteristik isi. Walaupun demikian,

tidak menutup kemungkinan apabila analisis isi berpotensi melakukan generalisasi. Hal ini ditemui apabila menggunakan sampel. (Eriyanto, 2011, hal.30).

Penelitian ini menggunakan metodologi riset analisis isi kuantitatif untuk melihat objektivitas pemberitaan calon presiden dan calon wakil presiden republik Indonesia 2019. Budd memaparkan bahwa, riset analisis isi kuantitatif merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih (Kriyantono, 2006, hal. 228).

## 2. Jenis Penelitian

Siyoto dan Sodik membagi jenis penelitian ke dalam dua varian yaitu kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. (Siyoto dan Sodik, 2015, hal. 18)

Sedangkan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penampilan dari hasilnya serta penafsiran terhadap data tersebut. Menurut Hadjar (dalam Siyoto dan Sodik, 2015, hal. 18) penelitian kuantitatif sangat ketat menerapkan prinsip-prinsip imparsialitas. Imparsialitas tersebut diperoleh dari penggunaan instrument yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Peneliti

yang melakukan studi kuantitatif mereduksi sedemikian rupa hal-hal yang dapat membuat bias, misalnya akibat masuknya nilai-nilai pribadi dan berbagai persepsi. Seperti pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif karena menerapkan prinsip-prinsip imparsialitas.

### 3. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, sedangkan subjek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat. (Arikunto, 1998. hal.15)

Objek dalam penelitian ini adalah berita seputar pemberitaan calon presiden dan calon wakil presiden republik Indonesia di Kompas.com dalam rentang waktu selama satu bulan, yakni 13 Maret-13 April 2019.

### 4. Jenis Data

Data merupakan sesuatu yang penting dalam suatu pelaporan dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Menurut Sodik dan Siyoto, 2015, hal 67-68 jenis data berdasarkan sumbernya dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber datanya. Data primer biasanya dapat berupa data asli atau data yang bersifat *up to date*. Teknik yang dapat

dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data primer antara lain observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuisioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Media yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data sekunder antara lain buku, jurnal, laporan, Biro Pusat Statistik, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil jenis data primer berupa dokumentasi. Teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi merupakan kegiatan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, surat kabar dan lain lain.

Artikel berita mengenai calon presiden dan calon wakil presiden republik Indonesia 2019 nantinya akan digunakan dalam pengisian *coding sheet*. Data yang diperoleh dari kumpulan artikel berita di Kompas.com dari 13 Maret hingga 13 April 2019. Peneliti memilih kurun waktu tersebut karena pada tanggal 13 Maret hingga 13 April merupakan H-1 bulan masa kampanye berakhir sebelum akhirnya masa tenang.

Peneliti juga melengkapi data-data penelitian melalui literatur kepustakaan tercetak seperti buku dan jurnal ilmiah, informasi-informasi dari portal berita *online*, *company profile* objek penelitian, dan data-data lain yang mendukung dalam penelitian ini. Data-data pelengkap merupakan

data sekunder, yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2012, hal.44)

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan kegiatan terpenting dalam penelitian (Siyoto dan Sodik, 2015, hal. 75) Dalam penelitian ini, peneliti mengambil jenis data primer berupa dokumentasi. Teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi merupakan kegiatan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, surat kabar dan lain lain.

Peneliti terlebih dahulu mencari dan mengumpulkan berita-berita yang terkait dengan pemberitaan calon presiden dan calon wakil presiden republik Indonesia 2019. Proses pengumpulan data kemudian dilanjutkan dengan menggunakan lembar *coding* atau *coding sheet* sebagai alat pengumpul data (terlampir). Lembar *coding* sudah berisi kategori-kategori yang akan di *coding*. Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dan dua *coder* lainnya (Eriyanto, 2011, hal.290).

Selain artikel berita dan lembar *coding*, peneliti juga melengkapi data dari sumber lain seperti profil media yang diperoleh dari internet, penelitian-penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, dan studi pustaka lainnya. Data-data pelengkap ini digunakan sebagai acuan dalam melengkapi teori. Prinsip-prinsip analisis isi yang harus dilakukan ketika menggunakan metode ini sebagai penelitian (Eriyanto, 2011, hal.15-17), yaitu:

1. Objektif: Penelitian dilakukan apa adanya tanpa ada campur tangan peneliti. Terdapat dua aspek penting dari objektivitas, yaitu validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan apakah analisis isi benar-benar mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti, sedangkan reliabilitas mengukur hasil penelitian dari analisis sama atau tidak jika dilakukan oleh orang dan waktu yang berbeda.
2. Sistematis: Semua tahapan dalam proses penelitian dilakukan secara jelas dan sistematis. Kategori diturunkan dari variabel, variabel diturunkan berdasarkan teori, dan pengujian dibuat secara hipotesis.
3. Kuantitatif: Mencatat nilai-nilai frekuensi atau bilangan untuk menggambarkan berbagai jenis isi yang sudah didefinisikan.
4. Isi: Sesuatu yang diteliti dan dianalisis hanyalah isi yang terlihat dan bukan arti yang dirasakan oleh peneliti.

Metode analisis isi memerlukan prosedur dasar ketika membuat rancangan penelitian. Prosedur dasar pembuatan rancangan penelitian dan pelaksanaan metode analisis isi terdiri atas 5 tahapan langkah (Kriyantono, 2006, hal.236), yaitu:

1. Melakukan *sampling* terhadap sumber-sumber data yang telah ditentukan.

2. Pembuatan kategori yang dipergunakan dalam analisis.
  3. Pendataan terhadap *sample* dokumen yang telah dipilih dan melakukan peng-coder-an.
  4. Pembuatan skala dan item berdasarkan kriteria tertentu untuk pengumpulan data.
  5. Interpretasi/penafsiran data yang diperoleh.
6. Pengambilan *Sampling*

Berdasarkan data primer artikel berita mengenai calon presiden dan calon wakil presiden 2019 dari tanggal 13 Maret – 13 April 2019 berjumlah 1.592 berita. Total berita yang digunakan peneliti berjumlah 320 berita yang berhubungan dengan kampanye kedua kandidat calon presiden dan calon wakil presiden 2019. Jumlah *sample* tersebut didapat dari rumus Slovin (Hidayat, 2017):

$$n = \frac{N}{1 + (1 + (N * e^2))}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel minimal

N : Populasi

e : error margin

Dengan memasukkan rumus diatas dengan data yang didapat peneliti, maka jumlah sampel yang dihasilkan:

$$n = N / (1 + (N * e^2))$$

$$n = 1592 / (1 + (1592 * 0,05^2))$$

$$n = 1592 / (1 + (1592 * 0,0025))$$

$$n = 1592 / (1 + 3,98)$$

$$n = 1592 / 4,98$$

$$n = 319,6$$

$$n = 320 \text{ (Terlampir)}$$

#### 7. Teknik Pengambilan *Sampling*

Teknik pengambilan *sampling* dilakukan dengan menggunakan aplikasi acak bernama “Simple Randomizer”. Setelah peneliti menemukan berita berjumlah 1.592 artikel, peneliti memasukkan angka 1 sampai 1.592 pada aplikasi tersebut. Kemudian peneliti menekan sebuah tombol pada aplikasi sehingga muncullah nomor urut berita yang akan menjadi sampel dari populasi. Peneliti mengulang dengan cara tersebut hingga 320 kali sesuai jumlah sampel. Artikel berita yang akan menjadi objek *coding* dan diserahkan pada *coder* adalah 10 persen dari 320 sampel, yaitu 32 artikel berita. 32 berita tersebut juga didapatkan dari aplikasi “Simple Randomizer”.

#### 8. Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan apakah alat ukur yang dipakai secara tepat mengukur konsep yang ingin diukur (Eriyanto, 2011). Dengan demikian, validitas berfungsi untuk memastikan alat ukur yang dipakai peneliti tepat

sehingga menghasilkan kesimpulan dan pengukuran yang tepat. Krippendorff (1991) menjelaskan bahwa pengukuran validitas dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu validitas yang berorientasi pada data (data oriented), validitas yang berorientasi pada hasil (productoriented), dan validitas yang berorientasi pada proses (processoriented).

Penelitian ini menggunakan konsep validitas yang berorientasi proses. Validitas berfungsi untuk menilai sejauh mana sebuah alat ukur merepresentasikan relasi-relasi yang ada di dalam data. Ada dua jenis validitas yang masuk dalam kategori ini, yaitu validitas konstruk dan validitas isi.

Validitas konstruk adalah validitas yang melihat apakah alat ukur disusun atau diturunkan dari suatu kerangka teori tertentu (Neuendorf, 2002 hal 234).

Kerangka teori yang telah disusun lantas diturunkan menjadi unit-unit yang lebih kecil. Unit-unit yang lebih kecil itu kemudian diberi definisi dan dijadikan unit analisis penelitian. Alat ukur disebut mempunyai validitas konstruk apabila alat ukur tersebut tidak asal disusun, tetapi diturunkan berdasarkan suatu teori yang telah teruji (Neuendorf, 2002, hal 234). Validitas konstruk terkait dengan penentuan alat analisis, sejauh mana unit analisis yang digunakan akan berpengaruh terhadap validitas konstruk. Di sisi lain, validitas isi berkaitan dengan apakah alat ukur telah memasukkan semua dimensi, semua indikator, secara lengkap dari konsep yang hendak diukur (Neuendorf, 2002). Peneliti akan mengevaluasi indikator-indikator yang

digunakan untuk mengukur konsep agar tetap sejalan dengan kerangka yang dibuat sehingga tidak ada yang tertinggal. Dalam penelitian ini, alat ukur dan dimensi yang digunakan mengadopsi kerangka objektivitas Westerstahl yang dijelaskan oleh Mc Quail (dalam Rahayu, 2006). Peneliti menggunakan konsep penelitian dan unit analisis tersebut karena sesuai dengan tujuan penelitian.

#### 9. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan agar kategori dan unit analisis penelitian tetap bersifat objektif, hal ini dikarenakan kategori dan unit analisis pada analisis isi merupakan alat untuk pengumpulan data (Kriyantono, 2006, hal.281). Alat ukur yang digunakan dalam analisis isi adalah lembar koding (coding sheet), gunanya untuk mengukur atau menghitung aspek tertentu dari isi media. Selain itu, lembar coding juga memuat semua kategori dan aspek yang diketahui dalam analisis isi (Eriyanto, 2011, hal.221).

Pada analisis ini menggunakan metode intercoder reliability dengan rumus formula Holsty (Eriyanto, 2011, hal.290) dan menggunakan data nominal dalam bentuk persentase pada tingkat persamaan atas kategori yang digunakan yaitu:

$$\text{Reliability / CR} = \frac{2M}{N + N}$$

Keterangan:

CR : Coefficient Reliability

M : Jumlah pernyataan yang disetujui kedua pengkode

$N1 + N2$  : Jumlah pernyataan yang dikode oleh pengkode pertama dan pengkode kedua.

Coefficient Reliability (CR) digunakan untuk menilai seberapa besar persentase kesamaan antar coder menilai suatu isi (Eriyanto, 2011, hal.290). Formula Holsti memiliki toleransi angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70 persen. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7 berarti alat ukur benar-benar reliabel. Sebaliknya, jika di bawah 0,7 berarti alat ukur (coding sheet) bukan alat yang reliabel. Reliabilitas Holsti harus dipakai untuk semua kategori yang akan ditampilkan pada laporan.

Di dalam penelitian ini, jumlah sampel yang diteliti sebanyak 320 berita. Maka, jumlah 10 persen berita yang diuji reliabilitasnya ada sebanyak 32 berita. Peneliti dibantu dua orang *coder* untuk mengkode 32 berita tersebut kemudian diperbandingkan. Proses pembandingannya dilakukan berdasarkan kategori 'ada' dan 'tidak ada' sesuai variabel yang diteliti kemudian hasilnya dihitung dengan rumus Holsti.

### a. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas telah dilakukan pada 32 berita Kompas.com tentang pemberitaan calon presiden dan wakil presiden periode 13 Maret 2019 – 13 April 2019. Berikut penulis menjabarkan hasil perhitungan uji reliabilitas untuk melihat hasil uji pada tiap unit analisis berdasarkan pembagian dari *sensasionalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, *linkage*, *source bias*, *cover both side* dan *slant*;

#### 1) *Sensasionalism*

##### a) Unit Analisis Ada dan Tidak Kategori Personalisasi

Ada dan Tidak personalisasi mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 26 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,8 atau 80%.

TABEL 1

Ada dan Tidak Kategori Personalisasi

Ada dan Tidak Personalisasi	Pengkoding 1	Pengkoding 2	
Ya	26	25	$CR = \frac{Z \cdot M}{N + N}$ $CR = \frac{2 \times 2}{3 + 3} = 0,8$
Tidak	6	7	
Jumlah	32	32	

### b) Unit analisis Ada dan Tidak Kategori Emotionalism

Ada dan Tidak emotionalism memiliki persamaan jawaban (M) sejumlah 27 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,8 atau 80%.

TABEL 2

Ada dan Tidak Kategori Emotionalism

Ada dan Tidak Emotionalism	Pengkoding 1	Pengkoding 2	
Ya	12	13	$CR = \frac{2M}{N + N}$ $CR = \frac{2 \times 3}{3 + 3} = 0,8$
Tidak	20	19	
Jumlah	32	32	

### c) Unit Analisis Ada dan Tidak Kategori Dramatisasi

Adanya tidaknya dramatisasi mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 27 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,8 atau dibulatkan menjadi 80%.

TABEL 3

Ada dan Tidak Kategori Dramatisasi

Ada dan Tidak Dramatisasi	Pengkoding 1	Pengkoding 2	
Ya	19	14	$CR = \frac{2M}{N + N}$ $CR = \frac{2 \times 2}{3 + 3} = 0,8$
Tidak	13	18	
Jumlah	32	32	

## 2) *Stereotype*

### a) Unit Analisis Kategori Ada dan Tidak *Stereotype*

Ada dan Tidak *stereotype* mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 28 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,9 atau 90%.

TABEL 4

Ada dan Tidak *Stereotype*

Ada dan Tidak <i>Stereotype</i>	Pengcoding 1	Pengcoding 2	
Ya	13	13	$CR = \frac{2}{N + N}$ $CR = \frac{2 \times 2}{3 + 3} = 0,9$
Tidak	19	19	
Jumlah	32	32	

## 3) *Juxtaposition*

### a) Unit Analisis Ada dan Tidak *Juxtaposition*

a. Ada dan Tidak *juxtaposition* mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 29 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,9 atau 90%.

TABEL 5

Ada dan Tidak *Juxtaposition*

Ada dan Tidak <i>Juxtaposition</i>	Pengcoding 1	Pengcoding 2	
Ya	11	10	$CR = \frac{2}{N + N}$ $CR = \frac{2 \times 2}{3 + 3} = 0,9$
Tidak	21	22	
Jumlah	32	32	

#### 4) *Linkage*

##### a) Unit Analisis Ada dan Tidak *Linkage*

a. Ada dan Tidak *linkage* mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 29 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,9 atau 90%.

TABEL 6

Ada dan Tidak *Linkage*

Ada dan Tidak <i>Linkage</i>	Pengcoding 1	Pengcoding 2	
Ya	16	18	$CR = \frac{2}{N+N}$ $CR = \frac{2 \times 2}{3+3} = 0,9$
Tidak	16	14	
Jumlah	32	32	

#### 5) *Source bias*

##### a) Unit Analisis Ada dan Tidak *Source bias*

Berimbang atau tidak berimbangnya kategori *source bias*, mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 28 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,9 atau 90%.

TABEL 7

Ada dan Tidak *Source bias*

Ada dan Tidak <i>Source bias</i>	Pengkoding 1	Pengkoding 2	
Berimbang	21	19	$CR = \frac{2}{N+N}$ $CR = \frac{2 \times 3}{3+3} = 0,9$
Tidak berimbang	11	13	
Jumlah	32	32	

6) *Cover both side*

a) Unit Analisis Ada dan Tidak *Cover both side*

- a. Ada dan Tidak *cover both side*, mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 29 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,9 atau 90%.

TABEL 8

Ada dan Tidak *Cover both side*

Ada dan Tidak <i>Cover both side</i>	Pengkoding 1	Pengkoding 2	
Ya	14	16	$CR = \frac{2}{N+N}$ $CR = \frac{2 \times 2}{3+3} = 0,9$
Tidak	18	13	
Jumlah	32	32	

## 7) *Slant*

### a) Unit Analisis Ada (Positif/Negatif) dan Tidak (Netral) *Slant*

Positif negatifnya *slant*, mendapatkan persamaan jawaban (M) sejumlah 30 berita. Hasil *coefficient reliability* sebesar 0,9 atau 90%

TABEL 9

Positif, Negatif dan Netral *Slant*

Positif Negatifnya <i>Slant</i>	Pengkode 1	Pengkode 2	
Positif	10	10	$CR = \frac{2}{N + N}$ $CR = \frac{2 \times 2}{3 + 3} = 0,9$
Negatif	1	0	
Netral	21	22	
Jumlah	32	32	

## 10. Analisis Distribusi Frekuensi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *coding sheet* yang diperoleh dengan Menyusun kategori yang sebelumnya dibuat dalam bentuk unit analisis. Peneliti memberikan lembar coding sheet kepada dua orang coder beserta panduan untuk mengisi coding tersebut. Panduan tersebut berisi cara pengisian dan penjelasan mengenai kategori yang digunakan dalam penelitian ini, yakni berupa definisi operasional.

Analisa data pada penelitian ini dilakukan secara non statistik, yaitu dengan membaca tabel, Diagram, atau angka-angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian dan penafsiran. Tujuan dari analisa data untuk

menyempitkan dan membatasi penemuan-penemuan agar menjadi data yang teratur, tersusun, dan lebih berarti. Proses ini untuk menemukan jawaban atas pertanyaan mengenai rumusan, pelajaran, atau hal-hal yang akan diperoleh dalam proyek penelitian (Marzuki, 1986, hal.87).

