

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilu adalah pesta demokrasi nasional yang dilaksanakan lima tahun sekali. Penyelenggaraan pemilu yang terjadi pada suatu negara mengartikan adanya pergantian era kepemimpinan baru. Bisa saja pemilu menjadi ajang munculnya nama-nama baru pemimpin suatu daerah, atau boleh jadi pemilu tetap mengangkat citra para pemain lama.

Penyelenggaraan pemilu dalam suatu lingkup negara atau daerah sangat mempengaruhi bidang kehidupan masyarakat. Selain berpengaruh dalam struktur pembangunan masyarakat, pemilu juga melibatkan lembaga-lembaga terkait, salah satunya adalah media massa.

Media massa yang menjunjung semangat demokrasi, sudah sepatutnya menjadikan pemilu sebagai objek pemberitaannya. Pada titik inilah kita dapat melihat bahwa media massa tidak saja sebagai sarana informasi dan komunikasi politik bagi masyarakat, tetapi juga menjadi ajang kampanye dari setiap calon peserta pemilu.

Ada dua hal yang bisa dilakukan media untuk membangun sistem politik yang demokratis berdasarkan pendapat Gunther dan Murghan (Rahayu, 2007: 62), yaitu media massa memberikan berita yang tidak memihak, dan memberikan informasi relevan dengan kebijakan (*impartiality and policy-relevant information*). Model pemberitaan di atas merupakan pendidikan politik yang baik bagi pembaca untuk menilai kualitas figur pemimpin yang akan dipilih. Informasi

yang objektif mengenai masing-masing calon kandidat sangat penting, agar pemilih bisa menentukan pilihan didukung oleh informasi yang benar.

Penyelenggaraan pemilihan gubernur periode 2013-2018 yang terjadi di NTT, menjadi semarak dan akbar karena didukung oleh pemberitaan media massa lokal. Tercatat terdapat beberapa media lokal yang turut meramaikan pesta demokrasi ini, dua di antaranya adalah Pos Kupang (anak perusahaan Kompas Gramedia Group) dan Timor Express (anak perusahaan Jawa Pos Group). Pos Kupang dan Timor Express adalah dua media lokal yang saat ini memiliki tempat istimewa dalam pemberitaan berita-berita di NTT. Berdasarkan penelusuran yang pernah dilakukan oleh anggota Aliansi Jurnalisme Independen (AJI) Olyvianus D. Lado, kedua surat kabar di atas telah berkembang menjadi koran terbesar di Provinsi Nusa Tenggara Timur (Ahmad, dkk, 2009: 124).

Khusus mengenai situasi pemilihan gubernur yang terjadi di NTT pada pertengahan Maret 2013, Pos Kupang dan Timor Express juga turut serta memberitakan setiap proses pilgub yang berlangsung, khususnya saat masa kampanye tanggal 1-14 Maret 2013. Misalnya, pemberitaan Pos Kupang mengenai kampanye pasangan nomor urut satu Esthon L. Foenay, dan Paul E. Tallo (Esthon-Paul) di Kupang berjudul “Esthon: Carilah Pemimpin Jujur” (Pos Kupang, 3 Maret 2013). Maupun pemberitaan Timor Express mengenai kampanye pasangan nomor urut empat Frans Lebu Raya dan Benny Alexander Litelnoni (Frenly) di Ende berjudul “Frenly: Lanjut Anggur Merah” (Timor Express, 6 Maret 2013).

Dalam perkembangannya, penerbitan berita-berita yang diliput oleh media massa Pos Kupang dan Timor Express saat masa kampanye Pilgub berlangsung, memperlihatkan adanya kecenderungan keberpihakan dalam proses publikasinya. Indikasi ini dapat dilihat pada ranah adanya keberpihakan pemberitaan media terhadap salah satu figur paket calon gubernur dan wakil gubernur. Asumsi ini, dapat dilihat dalam siklus pemberitaan yang lebih banyak memberitakan salah satu paket calon tertentu pada halaman pertama Pos Kupang dan Timor Express.

TABEL 1.1
Berita Kampanye Pasangan Kandidat Gubernur-Wakil gubernur pada Halaman Pertama harian Timor Express dan Pos Kupang 1-14 Maret 2013

No	Berita Kampanye pasangan kandidat gubernur-wakil gubernur	Harian Pos Kupang	Harian Timor Express
1	Pemberitaan kampanye pasangan paket Frenly	Sembilan berita	Empat berita
2	Pemberitaan kampanye pasangan paket Tunas	Tujuh berita	Tiga berita
3	Pemberitaan kampanye pasangan paket BKH-Nope	Tujuh berita	Satu berita
4	Pemberitaan kampanye pasangan paket Esthon-Paul	Enam berita	Tiga berita
5	Pemberitaan kampanye pasangan paket Cristal	Lima berita	Dua berita

Selain perbedaan alokasi pemberitaan di atas, dari beberapa pemberitaan kedua media saat kampanye Pilgub juga memperlihatkan adanya kecenderungan pemberitaan. Salah satu contohnya ialah pemberitaan mengenai kehadiran Megawati Soekarnoputri di Kupang untuk menjadi Juru Kampanye bagi paket Frenly (Frenly Frans Lebu Raya-Benny A. Litelnoni). Kehadiran tokoh nasional Megawati sebagai jurkam dapat menarik minat atau perhatian masyarakat, tidak terkecuali media lokal untuk memberitakannya.

Harian Pos Kupang memberitakan peristiwa di atas dengan judul *Mega: 18 Maret Coblos Nomor 4* (Pos Kupang, 14 Maret 2013). Sedangkan harian Timor Express memberitakan kedatangan Megawati dengan judul, *Megawati Soekarnoputri: "Pilih Pengayom Rakyat"* (Timor Express, 14 Maret 2013). Dapat dicermati ada perbedaan penggunaan judul berita terhadap pemberitaan peristiwa yang sama. Kutipan pernyataan Megawati yang dipilih sebagai judul berita oleh Pos Kupang, memperlihatkan pemilihan kata atau diksi yang mengarahkan pembaca untuk memilih kandidat nomor empat (4), yakni pasangan paket Frenly (Frans Lebu Raya-Benny Litelnoni). Berbeda halnya dengan Timor Exprees yang lebih memilih judul berita lewat pemilihan kata yang tidak ditujukan secara langsung untuk memilih nomor calon kandidat tertentu. Contoh penggunaan judul berita yang berbeda oleh kedua media di atas, setidaknya dapat menjadi indikasi awal adanya kecenderungan dalam pemberitaan kampanye Pilgub NTT 2013.

Oleh karena itu, berdasarkan adanya alokasi porsi pemberitaan kampanye yang berbeda terhadap masing-masing kandidat, serta contoh mengenai adanya kecenderungan pemberitaan, maka peneliti kemudian tertarik untuk melihat kecenderungan keberpihakan media terhadap pemberitaan kampanye paket calon gubernur-wakil gubernur. Asumsi mengenai adanya keberpihakan yang berbeda terhadap pemberitaan masing-masing pasang calon, juga didasari adanya penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya berkaitan dengan kedua media yang diteliti. Penelitian mengenai "bingkai pemberitaan pemilihan Gubernur NTT tahun 2008 di surat kabar harian Pos Kupang dan Timor Express" oleh R K Christian J. Balebambang, mahasiswa Universitas Petra. Dengan

menggunakan metode framing Gamson and Modigliani, Christian memperlihatkan bahwa ada perbedaan pembingkaihan yang dilakukan oleh dua surat kabar Pos Kupang dan Timor Exspress terhadap realitas proses pemilihan gubernur Nusa Tenggara Timur periode 2008-2013. Bingkai pemberitaan Pos Kupang lebih menguat atau lebih menonjolkan pada kandidat Frans Lebu Raya-Esthon L Foenay. Sedangkan bingkai pemberitaan Timor Express lebih menguat atau menonjolkan kandidat I.A.Medah-Paulus Moa (Balebambang, 2009).

Penelitian mengenai Pilgub tahun 2008 di atas memperlihatkan bahwa kedua media ternyata memiliki kecenderungan untuk memihak. Hal tersebut menjadi pijakan bagi peneliti untuk melihat keberpihakan Pos Kupang dan Timor Express dalam konteks kampanye Pilgub 2013. Berbeda halnya dengan penelitian diatas yang menggunakan metode framing, sebaliknya penelitian ini menggunakan metode analisis isi.

Keberpihakan kemudian diidentifikasi lewat landasan teori objektivitas dengan ke empat dimensinya, yakni faktualitas, relevansi, netralitas, dan keseimbangan (McQuail 1992, 197-200). Hemat peneliti, adanya indikasi keberpihakan media masa terhadap salah satu pasangan calon, dapat dibuktikan dengan pengaplikasian teori objektivitas. Dengan kata lain, peneliti menggunakan analisa teori objektivitas untuk menyelidiki indikasi keberpihakan media terhadap pemberitaan salah satu pasangan calon.

Karya ilmiah ini merujuk pada beberapa penelitian yang telah ada sebelumnya. Pertama, penelitian Gabriela Pipit Lima mahasiswi FISIP Komunikasi Atma Jaya Yogyakarta mengenai Keberpihakan Pers pada

Pemberitaan Mengenai Pernyataan Paus Benediktus XVI tentang Islam di Republika dan Kompas periode September–Desember 2006 (Lima, 2012).

Penelitian tersebut ingin menunjukkan adanya keberpihakan Republika dan Kompas terhadap kontroversi pemberitaan pernyataan Paus Benediktus XVI tentang Islam. Penelitian ini menggunakan teori objektivitas dengan mengambil salah satu dimensi objektivitas yakni imparsialitas (ketidakberpihakan). Hasil penelitiannya ialah surat kabar Kompas dan Republika secara umum belum sepenuhnya menerapkan prinsip imparsialitas. Hal ini ditunjukkan dengan tidak terpenuhinya seluruh unsur ketidakberpihakan yang diharapkan sesuai dengan teori objektivitas Westerstahl. Tujuh unsur pengukuran imparsialitas yang termasuk dalam kategori *balance* dan *neutrality* menunjukkan indikasi ketidakseimbangan dan ketidaknetralan pemberitaan Paus Benediktus XVI tentang Islam.

Berikutnya ialah penelitian Bayu Istanto, Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Sebelas Maret, mengenai Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Jokowi Pada Koran Kompas Selama Putaran Kedua Pilgub DKI 2012 Periode 12 Juli-30 September 2012 (Istanto, 2012). Penelitian ini menganalisa apakah Kompas tetap objektif dalam memberitakan Joko Widodo pada Pilgub DKI 2012. Penelitian ini menggunakan kerangka objektivitas Westerstahl. Sebuah berita dikatakan objektif bila telah memenuhi dua aspek utama, yakni aspek faktualitas (akurasi dan relevansi) dan aspek imparsialitas (*balance* dan netralitas). Hasil penelitiannya ialah secara keseluruhan berita mengenai Joko Widodo pada Pilgub DKI Jakarta 2012 merupakan berita yang

objektif. Karena dalam proses peliputan berita, wartawan tidak mencoba untuk menggiring opini atau selera pilih dari calon pemilih untuk condong kepada salah satu calon gubernur yang sedang bersaing.

Hal ini dikarenakan pada aspek akurasi, keseluruhan berita yang dimuat belum melakukan cek dan ricek kepada narasumber lain untuk mencari kebenaran dari fakta yang didapatkan. Pada aspek relevansi, pemberitaan yang ada telah memenuhi aspek relevansi karena fakta berita sesuai dengan peristiwa yang terjadi dan pemberitaan yang dimuat tidak melebar ke topik yang lain.

Selain itu, pada aspek imparialitas, juga masih dapat digolongkan kurang memuaskan. Pada aspek *balance*, tercatat hanya sedikit berita saja yang melakukan *cover both side* (peliputan dua sisi) terhadap kedua belah pihak yang sedang bersaing. Selebihnya hanya melakukan peliputan satu sisi saja. Pada aspek terakhir, yakni aspek netralitas, terdapat lebih banyak berita yang bebas dari opini pribadi wartawan, dan hanya tercatat sedikit berita saja yang mengandung opini pribadi wartawan.

Karya ilmiah di atas peneliti jadikan rujukan dalam menyokong jalan pikiran dalam proses penelitian yang peneliti tempuh. Sebab penelitian di atas juga menggunakan teori yang sama yaitu objektivitas. Selain itu, karya ilmiah tersebut dapat membantu peneliti untuk memahami lebih dalam mengenai aplikasi analisis teori objektivitas. Sebab dalam penelitian keberpihakan ini, peneliti menggunakan unit analisis yang hampir sama dengan beberapa penelitian di atas.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana keberpihakan harian Pos Kupang dan Timor Express dalam pemberitaan masa kampanye pemilihan gubernur Provinsi Nusa Tenggara Timur putaran pertama 1-14 Maret 2013?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keberpihakan Harian Pos Kupang dan Timor Express dalam pemberitaan masa kampanye Pemilihan Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Timur putaran pertama 1- 14 Maret 2013.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis, penelitian ini bisa mengetahui keberpihakan Harian Pos Kupang dan Timor Express dalam pemberitaan masa kampanye Pemilihan Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Timur Putaran Pertama 1- 14 Maret 2013.
2. Manfaat Akademis, bagi peneliti di samping sebagai tugas penyusunan skripsi, juga bisa memberikan sumbangan untuk pengembangan Ilmu komunikasi khususnya jurnalistik.

E. Kerangka Teori

E.1. Keberpihakan

Keberpihakan merupakan konsep yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Keberpihakan yang dimaksud adalah sikap yang ditampilkan media dalam teks pemberitaannya (Rahayu, 2006: 136). Seperti halnya kecenderungan dalam

pemberitaan berupa bias, bisa mengindikasikan adanya pemberitaan yang menyimpang. Sebab bias merupakan sebuah tendensi atau kecenderungan yang konsisten dari kebenaran obyektif dengan penyimpangan baik ke kanan maupun ke kiri. Pada surat kabar dan informasi hal itu mengarah pada tendensi atau berpihak ke salah satu posisi (McQuail, 1992: 191).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online, keberpihakan merupakan hal berpihak. Sedangkan pengertian berpihak adalah mengikut (memilih) salah satu pihak (<http://kbbi.web.id/>, akses 2 Juni 2013). Sedangkan keberpihakan yang paling mendasar terhadap suatu objek pada suatu objek menurut pemikiran Berkowitz (Rahayu: 2006: 134), adalah perasaan mendukung (*favourable*), ataupun perasaan tidak mendukung (*unfavourable*).

Berkaitan dengan hal keberpihakan, Herman dan Chomsky dalam jurnalisme propaganda, mengungkapkan dalam konteks Pemilu, bisa saja muncul indikasi media tidak menganut semangat memberikan pendidikan politik yang sehat (*voters and electoral education*) kepada khalayak, khususnya masyarakat (Masduki, 2004: 80). Hal ini salah satunya dapat dicermati melalui adanya pemberitaan yang tidak objektif, sehingga cenderung memihak pada pasangan calon tertentu. Oleh karena itu berkaitan dengan penelitian ini, kewajiban wartawan dalam memahami dan mempraktikkan jurnalisme profesional dengan menepati prinsip objektivitas pemberitaan sangatlah penting untuk menjadi pijakan bagaimana seharusnya wartawan bersikap dan berpihak dalam meliput dan memberitakan kampanye Pemilihan Gubernur NTT.

E.2. Objektivitas

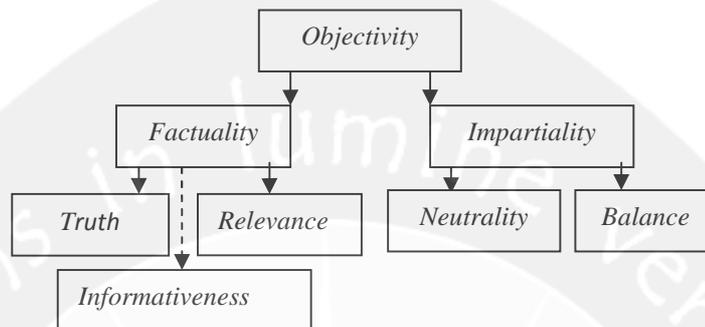
Paradigma positivistic memandang berita itu harus bersifat objektif, menyingkirkan opini dan pandangan subjektif dari pembuat berita (Eriyanto, 2002: 27). Oleh karena itu, dalam kinerja kerja wartawan untuk menghilangkan pandangan subjektif tersebut, selain adanya independensi, objektivitas harus menjadi tolak ukur utama kualitas pemberitaan yang dihasilkan oleh sebuah media.

Berbagai macam penelitian mengenai kualitas isi berita sebagian besar selalu berpijak pada teori objektivitas yang merupakan dasar utama untuk melihat bias-bias yang ada dalam pemberitaan. Hal ini disebabkan juga karena objektivitas merupakan bentuk profesionalitas yang ideal untuk mencapai sebuah tujuan, menghendaki kemampuan yang merata, di mana segala usaha tidak hanya dilakukan oleh perorangan, tetapi oleh keseluruhan organisasi media massa tersebut (McQuail, 1992: 184).

McQuail juga menekankan dengan jelas bahwa salah satu cara untuk melihat profesionalitas media adalah dengan mengukur objektivitas media. Sebab pengukuran tersebut akan mencerminkan aktualisasi nilai dan presentasi media (McQuail, 1992:197). Hal ini juga menjadi dasar pijakan konseptual untuk mengukur kualitas berita, karena dapat dilihat dari beberapa dimensi hasil penjabaran dari konsep besar (makro) atau utama, yaitu objektivitas.

Oleh karena itu, berdasarkan teori di atas, peneliti kemudian mengadaptasi skema objektivitas yang dikemukakan oleh Westerstahl. Skema kerja konseptual ini sangatlah tepat menjadi pijakan pemahaman riset mengenai

kualitas pemberitaan, dalam hal ini berkenaan dengan keberpihakan media dalam pemberitaan. Westerstahl menggambarkan klasifikasi mengenai objektivitas dalam skema di bawah ini (McQuail, 1992:196):



Gambar 1.1 Skema Objektivitas Westerstahl
Sumber: McQuail (1992: 196)

Merujuk pada skema objektivitas Westerstahl di atas memungkinkan pemahaman yang lebih mudah terhadap objektivitas. McQuail (1992, 197-200) menyatakan bahwa penyajian laporan atau berita secara objektif harus mencakup dua hal yakni, faktualitas dan imparisialitas. Faktualitas (*factuality*) terkait dengan aspek kognitif yang berbicara mengenai kualitas informasi yang terdapat dalam isi suatu berita. Sedangkan, dimensi imparisialitas, berkaitan dengan aspek evaluatif yang berbicara mengenai ukuran kualitas sebuah berita melalui praktek jurnalistik dapat dijadikan sebagai acuan penilaian atau evaluasi sebuah berita.

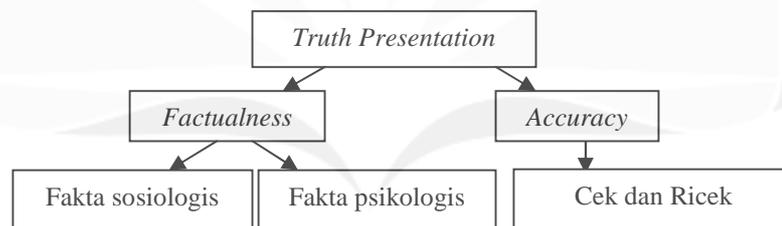
E.2.1 Faktualitas

Dimensi faktualitas (*factuality*) terkait dengan aspek kognitif. Dimensi ini berkaitan dengan kualitas informasi yang terdapat oleh suatu berita. McQuail juga mengungkapkan kriteria kualitas informasi adalah potensial bagi audiens untuk memahami realitas (McQuail, 1992: 197). Oleh karena itu, untuk memperoleh

kriteria kualitas informasi, aspek faktualitas kemudian dibagi menjadi dua aspek, antara lain kebenaran (*Truth*), dan relevansi (*relevance*) (Rahayu, 2006: 10).

a. Kebenaran (*Truth*)

McQuail melihat kebenaran lebih menyangkut pada aspek-aspek reliabilitas dan kredibilitas sebuah berita, yakni seberapa jauh pengamat yang berbeda setuju terhadap fakta, sejauh mana laporan dapat disikapi dengan percaya diri, dan sejauh mana laporan tersebut konsisten dengan pengalaman pribadi (McQuail, 1992: 197). Hal ini senada dengan pendapat Bill Kovach dan Tom Rosenstiel bahwa kewajiban pertama jurnalisisme adalah pada kebenaran (Kovach dan Rosenstiel, 2001: 38). Oleh karena itu, untuk melihat reliabilitas dan kredibilitas sebuah berita, dikaji melalui sifat fakta dan akurasi.



Gambar 1.2 Skema dimensi *Truth*

a) *factualness*

factualness atau sifat fakta digunakan untuk mengetahui apakah bahan baku berita yang dihimpun wartawan berangkat dari peristiwa nyata atau tidak. Pemberitaan yang objektif meminta fakta yang berangkat dari peristiwa aktual dan benar-benar terjadi. Hal terpenting juga ialah semakin tinggi tingkat korespondensi sebuah berita terhadap realitas maka semakin faktual berita tersebut (Rahayu, 2006: 12).

Sifat fakta merupakan bahan baku berita yang terbagi menjadi dua kategorisasi yaitu fakta sosiologis dan psikologis. Fakta sosiologis berupa berita yang bahan bakunya berupa peristiwa, kejadian nyata atau faktual. Sedangkan, fakta psikologis berupa berita yang bahan bakunya berupa interpretasi subjektif (pernyataan atau opini) terhadap fakta kejadian atau gagasan (Siahaan,dkk, 2001: 100-101)

b) Akurasi

Akurasi menjadi salah satu aspek penting yang dapat menentukan kualitas berita berkaitan dengan ketepatan data yang diberitakan. Hal ini karena setidaknya ada tiga alasan yang membuat akurasi menjadi penting. Pertama, akurasi dapat menunjukkan kualitas berita. Kedua, akurasi sangat penting bagi subjek berita dimana reputasi dan kepentingannya dipertaruhkan oleh pemberitaan. Ketiga, akurasi juga penting bagi surat kabar yang bersangkutan karena berkaitan dengan kredibilitas surat kabar tersebut di mata pembacanya (McQuail, 1992: 207).

Akurasi mengedepankan kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan. Dalam penelitian ini, kategorisasi untuk mengukur akurasi ialah cek dan ricek. Cek dan ricek merupakan bentuk verifikasi terhadap fakta, atau bentuk konfirmasi atau uji kebenaran dan ketepatan fakta kepada subjek, objek atau saksi berita sebelum disajikan (Siahaan, dkk, 2001: 100-102). Cek dan ricek harus dilakukan oleh wartawan, agar berita yang disajikan kepada pembaca benar-benar merupakan fakta yang terjadi di lapangan dan bukan merupakan opini sumber berita (Rahayu, 2006: 16).

b. Relevansi (*Relevance*)

Secara sederhana aspek relevansi berkaitan dengan standar kualitas proses seleksi berita. Relevansi merupakan istilah kunci dalam menilai kualitas seleksi berita (*news selection*). Ini merupakan standar yang dapat diterapkan pada tingkatan isi (*content*) media yang berbeda, baik pada subjek umum atau pilihan topik, pada level peristiwa atau kisah (beberapa peristiwa memiliki nilai kelayakan berita lebih daripada yang lain), ataupun dalam kisah-kisah tertentu ketika seleksi di antara komponen dalam pengeditan berita harus dilakukan (McQuail, 1992: 198).

Kualitas seleksi berita sangat penting, karena tidak setiap kejadian bisa dijadikan berita jurnalistik. Ada ukuran berupa kriteria layak berita (*news value, news worthy*), yaitu layak tidaknya suatu kejadian dalam masyarakat diberitakan oleh pers. Oleh karena itu layak berita atau nilai berita merupakan persyaratan dalam menulis berita (Siregar, dkk, 1998: 27).

Secara umum nilai berita terbagi menjadi enam indikator, yaitu *Proximity* (*psikografis dan geografis*), *timeliness*, *significance*, *magnitude*, *prominence*, dan *human interest* (Siregar, dkk, 1998: 30). *Significance* yaitu berita mengandung fakta atau peristiwa yang memiliki pengaruh terhadap kehidupan orang banyak atau berkaitan dengan makna dan arti sebuah berita bagi pembaca (Rahayu, 2006: 21). *Magnitude* berarti berita tersebut diartikan sebagai besaran sebuah peristiwa, dan merupakan sebuah fakta atau peristiwa yang dianggap besar, jika melibatkan banyak orang (Rahayu, 2006: 21-22). Berita mengandung nilai *timeliness* dengan ukuran nilai berita aktual. Ukuran aktual untuk sebuah berita biasanya dihitung

dua hari dari tanggal terjadinya peristiwa dalam berita (Rahayu, 2006: 20). *Proximity* berarti berita tersebut memiliki unsur atau faktor kedekatan secara psikografis (kedekatan emosi atau psikologis) dan geografis (kedekatan secara ruang dan jarak) dengan pembaca (Rahayu, 2006: 20).

Berita mengandung nilai berita *prominence* jika berkaitan dengan orang-orang atau individu-individu terkemuka. Ukuran individu yang memiliki *prominence* adalah yang memiliki pengaruh luas kepada masyarakat, seperti tokoh politik nasional yang diberitakan saat kampanye (Rahayu, 2006: 21). Berita mengandung nilai *human interest* jika peristiwa yang diberitakan memberi sentuhan perasaan kepada pembaca, mengharukan, bisa juga kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi yang luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa (Kusumaningrat, 2009: 64).

Keenam unsur layak berita di atas digunakan untuk menilai nilai informasi dari suatu peristiwa. Keenam unsur layak berita ini dapat diurutkan dari atas ke bawah. Mulai dari paling atas yaitu *significance*, *timeliness*, *magnitude*, *proximity*, *prominence*, dan paling bawah ialah *human interest*. Semakin banyak unsur informasi yang mendekati urutan teratas, yaitu unsur *significance*, maka semakin penting informasi itu bagi pembaca. Sebaliknya, semakin banyak unsur informasi mendekati urutan terbawah, yaitu unsur manusiawi, maka semakin menarik (Siregar,dkk, 1998: 30).

E.2.2. Imparsialitas atau Ketidakberpihakan

McQuail juga mendasarkan pemikirannya dengan merujuk pada penelitian Wasterhāl, yang mengkaji aspek evaluatif berkaitan dengan dimensi imparsialitas

atau ketidakberpihakan. Penelitian atau riset mengenai imparsialitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

The main issue in impartiality research is whether or not news texts tend systematically to favour one side over another in controversial or disputed matters-to lead the receiver consistently in a certain direction (McQuail, 1992: 200-201)

Isu utama dalam suatu penelitian mengenai ketidakberpihakan adalah apakah teks berita secara sistematis menonjolkan satu sisi di atas yang lain. Penonjolan ini terjadi berkaitan dengan isu-isu kontroversial dengan tujuan mengarahkan pembaca secara konsisten ke arah tertentu.

McQuail membedakan aspek evaluatif ini menjadi dua hal, yaitu *balance* dan *neutral presentation* untuk mengkaji kinerja ketidakberpihakan pemberitaan media. Oleh karena itu melalui dua aspek tersebut, peneliti bisa memperoleh unit-unit analisis yang dapat digunakan dalam penelitian.

a. Netralitas (*Neutrality*)

Berbicara mengenai netralitas, maka hal ini sering disamakan dengan ketidakberpihakan dalam pemberitaan. Netralitas juga berkaitan dengan aspek presentasi suatu berita. Beberapa hal seperti penempatan, *relative prominence* atau keutamaan relatif, *headlining*, dan pilihan kata merupakan bagian dari dimensi netralitas penyajian sebuah berita (McQuail, 1992: 232).

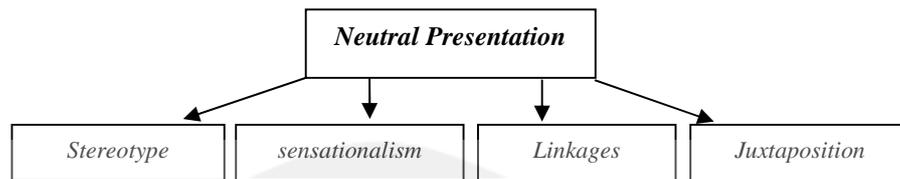
Dalam penelitian ini, netralitas dilihat dari aspek pemakaian kata-kata seperti sensasionalisme, stereotip, serta aspek teknik penulisan berita *linkages* dan *juxtaposition*. Sensasionalisme memuat unsur-unsur kata yang mengandung emosionalisme dan warna dalam presentasi yang menjadi titik tolak penilaian netralitas (McQuail, 1992: 233). Sensasionalisme dilihat dari dua kategorisasi,

yaitu emosionalisme yang diartikan sebagai penonjolan aspek emosi (suka, benci, sedih, gembira, marah, dan sebagainya) dibandingkan aspek logis rasional dalam penyajian berita (Rahayu,2006:25). Kemudian, dramatisasi berkaitan dengan penyajian berita bersifat hiperbolik atau melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan kesan dramatis bagi pembacanya (Rahayu: 2006, 25).

Selanjutnya stereotip yang merupakan konsepsi mengenai sifat suatu golongan berdasarkan prasangka yang subjektif dan tidak tepat yang berasosiasi baik positif atau negatif (McQuail, 1992: 234). Stereotip dapat menjadikan individu, kelompok atau bangsa tertentu dalam berita sering dipersepsi dan diperlakukan berdasarkan atribut mereka. Atribut tersebut mungkin memiliki asosiasi yang negatif ataupun positif, tetapi yang jelas tidak pernah bersifat netral atau berdasarkan pada kenyataan yang sebenarnya (Rahayu, 2006: 26).

Berikutnya ialah *Linkages*. *Linkages* yaitu menyandingkan dua fakta yang berlainan dengan maksud untuk menimbulkan efek asosiatif. Wartawan sering menghubungkan beberapa hal seperti aspek yang berbeda dari suatu peristiwa, cerita yang berbeda dari halaman atau media yang sama, maupun aktor yang berbeda yang berhubungan dengan peristiwa yang sama (Rahayu, 2006: 26).

Juxtaposition digunakan oleh wartawan untuk menyandingkan dua hal atau dua fakta yang berbeda dengan maksud untuk menimbulkan efek kontras, yang pada akhirnya menambah kesan dramatis berita yang disajikan. *Juxtaposition* dapat mengubah atau menggeser pemaknaan dua fakta yang sebenarnya berbeda (tidak berhubungan) menjadi sama atau berhubungan secara kontras (Rahayu, 2006: 26).



Gambar 1.3. Skema dimensi netralitas

Sumber: Diolah dan diadaptasi dari teori McQuail (1992:233-234)

b. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan atau *balance* sering diartikan sebagai keseimbangan dalam pemberitaan, dan berkaitan dengan seleksi atau penghilangan fakta-fakta yang mengandung nilai (*expression point of view*) (McQuail, 1992: 201). Selain itu, ada juga pendapat yang menyamakan *balance* dengan ketidakberpihakan atau *non-partisanship*. Terkait hal ini, McQuail berusaha membedakan *balance* dengan netralitas. Menurut McQuail, *balance* berhubungan dengan seleksi dan substansi berita, sebaliknya netralitas lebih berkaitan dengan presentasi berita (Rahayu, 2006: 22). *Balance* dapat diukur dengan menghitung berapa banyak ruang dan waktu yang diberikan media untuk menyajikan pendapat atau kepentingan salah satu pihak. Pengukuran hal ini dapat melihat arah kecenderungan pemberitaan sebuah media (Rahayu, 2006: 22).

Balance dikaji berdasarkan dua hal, pertama ialah *Source bias* yang dapat dilihat dari ketidakseimbangan sumber berita yang dikutip dalam peliputan. Media harus menampilkan berbagai sumber berita yang relevan, baik yang setuju (pro) maupun yang tidak setuju (kontra) untuk memenuhi *balance*. Idealnya atau seharusnya sumber berita yang dikutip memiliki tingkat atau derajat yang sama (Rahayu: 2006:23). Hal mengenai *source bias* dapat dikaitkan dengan praktek keseimbangan penyajian dalam penulisan berita. Keseimbangan berita bisa diperoleh jika penyajian berita menampilkan nilai imbang, yaitu menyajikan

evaluasi dua sisi (aspek negatif dan positif) terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional. Selain itu, dalam menuliskan berita harus menyajikan dua atau lebih gagasan atau tokoh yang berlawanan secara bersama-sama, dengan kata lain ialah *cover both sides* (Siahaan,dkk, 2001: 102).

Kedua, *balance* diukur melalui *slant* yang merupakan bentuk kecenderungan pemberitaan. Hal ini mengacu pendapat Entman (McQuail, 1992, 225), yang mengartikan *slant* sebagai masuknya kritik atau pujian tertentu. Dalam menyajikan fakta seringkali, media memberikan kritik atau pujian secara spesifik yang berasal dari media itu sendiri (wartawan, editor), dan bukannya dari narasumber. Hal ini menunjukkan kecenderungan dalam pemberitaan, sebab kritik atau pujian ini dilihat sebagai cerminan adanya perasaan dukungan (*favourably*) dan tidak adanya perasaan dukungan (*unfavourably*) pada satu sisi, khususnya antara posisi atau pihak yang terlibat dalam isu kontroversial (McQuail, 1992: 227: 1992)

F. Kerangka Konsep

TABEL 1.2
Unit Analisis dan Kategorisasi Penelitian Keberpihakan

Dimensi	Unit Analisis	Kategorisasi	Sub kategorisasi
Truth	Sifat Fakta	Fakta Sosiologis	
		Fakta Psikologis	
	Akurasi	Cek dan ricek oleh wartawan terhadap berita yang ditulis	a. Ada b. Tidak ada

Relevansi	Nilai berita	Mengarah ke <i>Significance</i>	
		Mengarah ke <i>Human interest</i>	
Netralitas	Stereotip	Pemberian atribut pada individu dalam pemberitaan	a. ada b. Tidak ada
	Sensasionalisme	Penonjolan aspek emosional dalam pemberitaan	a. Ada b. Tidak ada
		Dramatisasi dalam pemberitaan	a. Ada b. Tidak ada
	<i>Linkages</i>	Menghubungkan dua fakta yang sebenarnya berbeda	a. Ada b. Tidak ada
	<i>Juxtaposition</i>	Penyandingan dua fakta yang berbeda berupa perbandingan	a. Ada b. Tidak ada
Balance	<i>Source bias</i>	Penyajian sisi peliputan	a. Satu sisi b. Dua sisi c. Multi sisi
	<i>Slant</i>	Pemakaian kalimat pujian atau kritikan dalam teks berita	a. Ada b. Tidak ada

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi unit analisis dari kerangka konsep yang telah dipaparkan di atas yang dioperasionalkan sebagai berikut:

1. Kebenaran (*truth*)

1) Sifat Fakta

Sifat fakta diukur melalui dua kategorisasi yaitu fakta sosiologis dan psikologis.

- a) Fakta sosiologis dikaji melalui berita yang bahan bakunya berupa peristiwa, kejadian nyata atau faktual. Diperoleh wartawan dari lapangan, sebagai hasil pengamatan tokoh utama atau saksi utama dalam peristiwa kampanye yang terjadi. Selain itu, disertakan pula tanggapan narasumber yang berfungsi untuk menguatkan informasi yang diterima wartawan melalui pengamatan langsung di lapangan.

Contoh fakta sosiologis:

Selasa, Milana Anggraeni (30), istri Gayus Tambunan (31), untuk pertama kali menjenguk suaminya di Rutan Cipinang, Jakarta Timur. Ia datang pukul 09.30, diantar sopirnya, dengan mobil Ford Everest hitam bernomor polisi B 96 BG. Ia keluar dari rutan pada pukul 12.50 (Kompas, 24 November 2010)

- b) Fakta psikologis dikaji dari berita yang bahan bakunya berupa interpretasi subjektif (pernyataan atau opini) terhadap fakta kejadian atau gagasan. Diukur dari adanya bahan baku berupa fakta-fakta yang diperoleh wartawan bukan dari lapangan secara langsung, jadi tanpa disertai peliputan langsung di lapangan dengan cara pengamatan peristiwa yang terjadi. Fakta hanya dikonstruksi dari keterangan narasumber. Alur demi alur yang membingkai fakta media, dibangun berdasarkan pernyataan narasumber, dan kemudian didistribusikan pada setiap alinea. Fakta Psikologis juga diukur dari adanya opini wartawan yang menjelaskan fakta yang ada, dengan tidak disertakan fakta lapangan sebagai penjelas informasi yang ditulis oleh wartawan. Seperti halnya terdapat kata-kata mungkin, sepertinya, atau kelihatannya.

Contoh kutipan berita fakta psikologis:

Komisi Pemberantasan Korupsi cenderung kurang antusias menangani kasus korupsi bekas pegawai Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, Gayus HP Tambunan. KPK hanya bisa berkoordinasi dan menyupervisi kepolisian Negara RI dalam menangani kasus itu. (Kompas, 22 November 2010)

Kalimat “cenderung kurang antusias” menunjukkan opini wartawan, karena wartawan tidak menyertakan fakta lapangan sebagai penjelasan mengapa Komisi Pemberantasan Korupsi dinilai cenderung kurang antusias.

2) Akurasi

Kategorisasi yang digunakan untuk mengukur akurasi adalah cek dan ricek. Cek dan ricek diukur melalui indikator ada atau tidak adanya berita yang telah dicek kebenarannya oleh wartawan. Adanya cek dan ricek, jika penulisan berita oleh wartawan dari keterangan narasumber disertai kutipan langsung ungkapan narasumber pada paragraf berikutnya. Seperti halnya contoh berikut ini:

Judul: Akbar: Artis Caleg Bakal Jadi Kuda Hitam

Pada alinea pertama, wartawan menulis sebuah berita dengan materi prediksi yang diungkapkan oleh mantan ketua DPP Partai Golkar, Akbar Tanjung tentang peran artis sebagai kuda hitam dalam pemilu. Pada paragraf berikutnya, wartawan mengutip langsung ungkapan dari Akbar Tandjung tersebut yang mendukung pernyataan pada paragraf pertama (*Kompas*, 31 Agustus 2008).

Cek dan ricek juga diukur melalui ada atau tidak adanya kata atau kalimat yang menunjukkan upaya wartawan mengecek informasi atau peristiwa, dan menguji fakta yang terjadi di lapangan dengan mendatangi lokasi kampanye secara langsung. Seperti halnya terdapat kata-kata; “Pihak yang dikonfirmasi

mengatakan”...., menurut pantauan, pengamatan, penelusuran dan peninjauan yang dilakukan oleh....di lokasi kampanye.

2. Relevansi

Relevansi diukur melalui nilai berita. Nilai berita menjadi kriteria untuk menentukan suatu peristiwa layak menjadi sebuah berita. Semakin lengkap nilai berita yang terkandung di dalamnya, maka peristiwa tersebut semakin layak untuk diberitakan.

Diukur melalui dua kategorisasi yaitu mengarah ke *significance* dan mengarah ke *human interest*:

1) Mengarah ke *significance*

Apabila ada berita mengenai kampanye Pilgub yang memuat nilai berita mengarah ke *significance*, mulai dari urutan nilai berita yang mengandung *proximity, timeliness, magnitude*, hingga *significance*. Semakin berita tersebut mengarah ke *significance*, maka semakin penting peristiwa tersebut untuk diketahui masyarakat, dan semakin relevan pemberitaan tersebut.

- *Significance*

Significance diukur melalui adanya berita kampanye yang memiliki pengaruh bagi masyarakat. Misalnya berita yang memuat informasi mengenai proses Pilgub bagi masyarakat, seperti mekanisme pemberian suara, pendaftaran untuk memilih, dan pentingnya memberi suara. Serta misalnya berita mengenai program atau visi misi calon kandidat yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat NTT, seperti halnya masalah ekonomi dan

sosial. Serta berita mengenai informasi yang bersifat mengkritisi profil pasangan calon atau program atau visi misi yang ditawarkan calon kandidat.

- *Magnitude*

Magnitude diukur dengan adanya berita kampanye calon gubernur yang dihadiri ribuan masyarakat, hal ini dianggap sebagai fakta atau peristiwa yang besar sebab melibatkan banyak orang.

- *Timeliness*

Adanya pemberitaan aktual, dihitung dua hari dari tanggal terjadinya peristiwa berita kegiatan kampanye calon gubernur tertentu.

- *Proximity*

Pemberitaan kegiatan kampanye Pilgub NTT dekat dengan pembaca berita, dalam hal ini pembaca berita adalah masyarakat Provinsi NTT.

2) Mengarah ke *Human Interest*

Apabila ada berita mengenai kampanye Pilgub yang memuat nilai berita mengarah ke *human interest*, yaitu *prominence* dan *human interest*. Semakin berita mengandung nilai berita yang mengarah ke *human interest*, maka semakin tidak penting peristiwa tersebut untuk diketahui masyarakat, dan semakin tidak relevan pemberitaan tersebut.

- *Prominence*

Adanya pemberitaan kampanye yang berkaitan dengan individu terkemuka atau figur publik, dalam konteks kampanye Pilgub. Pemberitaan lebih menonjolkan sosok terkenal seperti halnya tokoh politik nasional, juru kampanye

nasional, artis terkenal yang menghibur kegiatan kampanye, atau pemimpin partai politik.

- *Human Interest*

Adanya pemberitaan kampanye Pilgub yang memberi sentuhan perasaan kepada pembaca, seperti halnya situasi keharuan saat kampanye, atau berita mengenai orang besar dalam situasi biasa, misalnya calon kandidat gubernur ingin merasakan penderitaan rakyat dengan ikut makan makanan masyarakat miskin.

3. Netralitas

Netralitas merupakan tingkatan sejauh mana sikap tak memihak wartawan dalam menyajikan berita. Netralitas dapat dicermati melalui penggunaan kata-kata. Netralitas diukur melalui beberapa indikator di bawah ini, antara lain:

1) Stereotip

Pada penelitian ini stereotip diukur dari indikator ada atau tidaknya pemberian atribut, berupa penilaian ciri atau sifat terhadap calon kandidat gubernur atau pihak-pihak yang terlibat dalam kampanye Pilgub NTT 2013.

Berikut di bawah ini adalah contoh stereotip dalam pemberitaan media:

Berita yang bernuansa gender, seperti menyebut nama korban perkosaan dengan menggunakan nama bunga, misalnya mawar, melati, bunga dan sebagainya.

2) Sensasionalisme

Pada penelitian ini, sensasionalisme diukur melalui dua kategorisasi yaitu emosionalisme dan dramatisasi.

a) Emosionalisme

Emosionalisme diukur berdasarkan ada atau tidak adanya kata atau kalimat yang menonjolkan aspek emosionalisme. Misalnya penulisan kata atau kalimat yang mendeskripsikan situasi kampanye yang menyenangkan, menggembirakan dan mengheboakan. Dapat diukur juga melalui kata atau kalimat yang memperlihatkan rasa suka, bangga, terharu, atau sedih terhadap calon pasangan kandidat atau pihak-pihak yang terlibat dalam pemberitaan kampanye Pilgub NTT. Contoh kutipan berita emosionalisme:

Lengkap sudah penderitaan rakyat. Menjelang Ramadhan, kehidupannya sengsara karena minyak tanah menghilang, harga elpiji naik terus, harga sembako melambung tiada henti, dan cari duit makin susah (Pos Kota, 28 Agustus 2008)

b) Dramatisasi

Dramatisasi diukur berdasarkan ada atau tidak adanya kata atau kalimat hiperbolik, seperti halnya ungkapan atau pernyataan kiasan yang dibesar-besarkan atau dilebih-lebihkan. Dalam penelitian ini diukur melalui kata atau kalimat hiperbola atau kiasan yang melebih-lebihkan situasi atau keadaan kampanye (misalnya: massa membanjiri, kampanye makin panas, dukungan mengalir deras).

Contoh kutipan berita dramatisasi:

Saat rapat paripurna lanjutan ini dimulai pukul 15.00, suasana sudah panas. Hujan interupsi muncul ketika Agung Laksono menawarkan hasil rapat konsultasi pimpinan DPR dengan pimpinan fraksi (Jawa Pos, 17 Maret 2005)

3) *Linkages*

Linkages diukur dengan ada atau tidak adanya penghubungan atau penyandingan dua fakta yang sebenarnya berbeda. *Linkages* dapat dilihat dari

penyandingan aktor maupun peristiwa yang berbeda, sehingga kedua fakta tersebut seolah-olah dianggap (diasosiasikan) memiliki hubungan sebab akibat dalam pemberitaan kampanye Pilgub NTT 2013. Contoh *linkages* di bawah ini:

Judul berita: Aliansi Peradaban Bertemu di Istanbul

Krisis global hubungan Muslim-Kristen juga telah diperburuk dengan penertiban kartun oleh sebuah harian di Denmark, juga diperburuk dengan hukuman mati bagi seorang warga Afganistan yang beralih kepercayaan menjadi Kristen. Hubungan makin buruk dengan pidato paus (Paragraf 12) (Kompas, 13 November 2006)

4) *Juxtaposition*

Juxtaposition diukur dengan ada atau tidak adanya penyandingan dua hal atau fakta yang berbeda, fakta mengenai aktor maupun peristiwa yang berbeda disandingkan sehingga menjadi sama atau berhubungan secara kontras dalam pemberitaan kampanye Pilgub NTT 2013. Contoh *juxtaposition* di bawah ini:

Beberapa surat kabar bertema hukum dan kriminal, *juxtaposition* sering ditemukan dengan menampilkan kontras pertarungan antara dua dunia, kebaikan melawan kejahatan, dan polisi melawan penjahat.

4. Keseimbangan (*balance*)

Balance sering diartikan sebagai keseimbangan dalam pemberitaan.

Balance dapat dikaji dari unit-unit analisis di bawah ini, antara lain:

1) *Source bias*

Source bias bisa terjadi jika hanya menggali informasi hanya dari satu narasumber, padahal sumber lain memungkinkan berita memiliki perspektif yang mendalam. *Sources bias* juga dapat terjadi jika wartawan tidak melakukan kroscek secara langsung terhadap sumber-sumber berita yang relevan.

Source bias diukur melalui kategorisasi penyajian sisi peliputan berita, dengan indikator satu sisi, dua sisi, dan multi sisi.

a. Satu sisi

Pemberitaan menghadirkan liputan dari satu pihak saja, atau dari beberapa pihak namun dengan pendapat atau pandangan serupa. Misalnya dalam penelitian ini, liputan dari pihak pasangan calon saja, atau dari tim sukses, juru kampanye, rekan koalisi dengan pendapat atau pandangan serupa.

b. Dua sisi

Pemberitaan menghadirkan liputan dari dua sisi. Peristiwa yang diberitakan digali dari kedua belah pihak dengan pendapat atau pandangan berbeda sehingga dapat mencegah terjadinya kecenderungan isi berita menjadi bias. Dalam penelitian ini ukurannya ialah pemberitaan kampanye digali tidak hanya dari pihak pasangan calon kandidat, tetapi juga pihak lain di luar pihak pasangan calon kandidat, seperti halnya rival kandidat calon kandidat, tokoh masyarakat maupun tokoh agama dengan pendapat atau pandangan yang berbeda. Pendapat atau pandangan yang berbeda bisa berupa saran maupun kritik maupun pendapat berbeda terhadap kampanye serta visi misi atau program kerja pasangan calon kandidat gubernur-wakil gubernur tertentu.

c. Multi sisi

Pemberitaan menghadirkan liputan dari berbagai sisi dengan pendapat atau pandangan dari berbagai pihak yang memungkinkan pemberitaan menjadi lebih objektif. Misalnya dalam penelitian ini, diukur melalui ada liputan berbagai sisi dengan pendapat atau pandangan tidak hanya dari pihak pasangan calon kandidat

(pasangan calon, tim sukses, rekan koalisi, dan jurkam), tetapi ada pendapat dari berbagai pihak yang biasanya terlibat dalam kampanye, seperti halnya tokoh masyarakat, tokoh agama, anggota DPR, DPRD, DPD, organisasi masyarakat, mahasiswa, akademisi, KPUD Provinsi, maupun masyarakat biasa.

2) *Slant*

Slant sebagai kecenderungan dalam pemberitaan berupa penilaian surat kabar terhadap pihak-pihak yang terkait dalam pemberitaan. *Slant* diukur dengan ada atau tidak adanya pujian atau kritikan yang diberikan secara berlebihan kepada pasangan calon kandidat gubernur-wakil gubernur NTT atau pihak-pihak yang terlibat dalam kampanye kandidat gubernur. Misalnya Pujian terhadap kemampuan, kelebihan atau kekuatan kandidat Gubernur NTT atau pihak tertentu yang terlibat dalam pemberitaan kampanye. Contoh kutipan berita yang mengandung *slant* adalah sebagai berikut:

Dewan siap tamping keluhan soal RSBI

DPRD Kabupaten Magelang melalui komisi D siap menerima aspirasi masyarakat terkait persoalan Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI). Tak hanya itu, mereka juga siap menjembatani dan membantu masyarakat bila menemui permasalahan terkait penyelenggaraan RSBI di Magelang. (Kedaulatan Rakyat, 24 Mei 2011)

Kutipan berita di atas menggunakan kalimat pujian yang ditujukan kepada DPRD Kabupaten Magelang karena siap menerima aspirasi masyarakat terkait persoalan Rintisan Sekolah bertaraf Internasional.

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Teknik Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi. Sebelumnya, pemahaman mengenai analisis isi kuantitatif harus dibedakan dengan penelitian analisis isi lainnya seperti framing, semiotika, maupun analisis wacana. Hal ini dikarenakan, analisis isi kuantitatif memiliki karakteristik yang dapat membedakan analisis isi ini dengan analisis isi lainnya. Hal ini pertama-tama bisa dilihat dari pemikiran Berger (Eriyanto, 2011: 15), analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*).

Selain itu ada juga pendapat dari Krippendorff (Eriyanto, 2011: 15) yang mendefinisikan analisis isi sebagai suatu teknik membuat inferensi-inferensi (kesimpulan) yang dapat ditiru dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sah data di sini dimaksudkan supaya penelitian dengan metode analisis isi menghasilkan hasil yang handal (*reliable*).

Kemudian menurut Berger (Rahayu, 2007: 137), kelebihan analisis isi adalah murah, mudah mendapatkan bahan, menyajikan aspek yang dapat dikuantifikasikan, dapat dikaitkan dengan peristiwa masa kini atau masa lalu, dan tidak mengintervensi objek yang diteliti (*unobstrusive*). Sebaliknya, kekurangan analisis isi adalah sukar menentukan sampel yang representatif karena tidak mungkin membuktikan hubungan antara variabel, kadang-kadang sukar merumuskan definisi operasional, dan sukar untuk menemukan unit pengukuran.

Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi

secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, *reliable*, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011: 16).

Kemudian, berkaitan dengan penelitian ini, aspek lain yang juga penting ialah pendekatan deskriptif (*descriptive content analysis*). Analisis isi dengan pendekatan seperti ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari satu pesan (Eriyanto, 2011: 47).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti adalah berita mengenai penyelenggaraan Pilgub NTT, khususnya berita masa kampanye Pemilihan Gubernur dari tanggal 1-14 Maret 2013 di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Timor Express.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya (Eriyanto, 2011: 5). Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh berita mengenai pemberitaan masa kampanye Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Timur 2013 putaran pertama. Dengan perincian populasi sebagai berikut, 86 artikel berita untuk surat kabar Pos Kupang yang terdapat pada beberapa rubrik berita seperti *buffer*, *Timor Life* dan *Flores Star*, dan 41 artikel berita untuk surat kabar Timor Express yang terdapat pada rubrik halaman utama dan rubrik NTT Mencari Pemimpin.

Peneliti memilih Sampel yang merupakan bagian dari populasi, sebab tidak semua berita diambil atau diteliti. Teknik penarikan yang digunakan adalah sampel bertujuan (*purposive sample*), yang dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan atas dasar strata, random atau daerah, akan tetapi didasarkan pada tujuan tertentu. Peneliti secara sengaja memilih sampel atau periode tertentu atas dasar pertimbangan ilmiah (Eriyanto, 2011: 5).

Sampel pemberitaan ditentukan berdasarkan waktu jadwal kampanye Pilgub NTT putaran pertama yaitu periode bulan Maret, tanggal 1-14 Maret 2013 yang merupakan jadwal kampanye putaran pertama. Isu seputar kampanye dipilih karena masa kampanye merupakan masa yang paling penting, sebab pada masa ini masing-masing calon pasangan gubernur dan wakil gubernur dapat mempersuasi para pemilih, dan sedang gencar-gencar melakukan kegiatan pendekatan kepada para pemilih.

Berita mengenai Pilgub selama kampanye tanggal 1–14 Maret 2013 yang diteliti adalah berita mengenai kampanye pasangan calon Pilgub NTT 2013. Pemilihan teks berita dikhususkan pada berita-berita yang terdapat pada halaman pertama Harian Pos Kupang dan Timor Express, khususnya berita dengan format berita langsung (*straight news*). Menurut Siregar (1998: 154), format berita *straight news* lebih mementingkan fakta atau realitas tanpa menambahkan opini penulis. Berkaitan dengan pemilihan halaman pertama, hal ini didasari atas pertimbangan sifat keutamaan berita pada halaman pertama dibandingkan dengan berita-berita yang terdapat pada halaman lainnya. Halaman pertama juga

merupakan titik awal meraih perhatian pertama pembaca (*eye catching*) (Rahayu, 2006: 35).

Oleh karena itu, ada 14 edisi berita yang diteliti, namun karena tanggal 12 Maret 2013 adalah hari raya Nyepi, maka pada edisi ini Pos Kupang dan Timor Express tidak terbit. Jadi total hanya ada 13 edisi berita yang dimasukkan dalam penelitian. Pada masing-masing edisi (tanggal terbit) koran, khususnya pada halaman pertama, ke dua surat kabar Pos Kupang dan Timor Express rata-rata memuat kurang lebih satu hingga tiga berita mengenai kampanye Pilgub NTT 2013. Sehingga total sampling penelitian yaitu 34 berita untuk Pos Kupang, sedangkan berita pada Harian Timor Express berjumlah 13 berita. Oleh karena itu, total sampel berita dalam penelitian ini adalah 47 berita kampanye Pilgub NTT 2013.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik. Berikut teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data-data yang berguna bagi penelitian ini.

a. Data *intercoder* atau *coding sheet*

Lembar *coding* (*coding sheet*) adalah alat yang dipakai untuk menghitung dan mengukur aspek tertentu dari isi media (Eriyanto, 2011: 221). Lembar *coding* terdapat daftar pertanyaan yang dibuat berdasarkan indikator-indikator atau kategorisasi dari variabel penelitian yang harus direspon oleh *intercoder*.

b. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, yaitu berupa sampel berita dari Harian Pos Kupang dan Timor Express khususnya berita-berita mengenai kampanye Pemilihan Gubernur NTT 2013.

c. Studi Pustaka

Pembelajaran terhadap berbagai referensi terkait dengan penelitian analisis isi. Misalnya, studi pustaka pada beberapa skripsi yang pernah membahas mengenai analisis isi, maupun dari berbagai referensi buku berisi teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

5. Pengkodean

Dalam pelaksanaan uji reliabilitas (pengkodean) peneliti sebagai *intercoder* memilih pengkodean ke dua sebagai alat perbandingan. Pengkodean dilakukan oleh dua orang atau lebih pengkodean yang telah berpengalaman dan mengetahui isu yang tengah diteliti agar hasilnya menjadi akurat.

Dalam proses pengkodean, pengkodean membaca teks dan mengisi ke dalam lembar *coding* yang telah disediakan. Proses ini dilakukan sampai semua berita telah dikoding berdasarkan batasan definisi operasional yang telah ditentukan. Makin tinggi kesamaan hasil pengkodean, makin *reliable* data tersebut.

6. Uji Reliabilitas

Analisis isi haruslah dilakukan secara objektif, ini berarti tidak boleh ada beda penafsiran antara satu orang *coder* dengan *coder* yang lain. Konsep ini disebut sebagai reliabilitas yakni sejauh mana alat ukur yang kita pakai akan menghasilkan temuan yang sama, berapa kali pun dipakai (Eriyanto, 2011: 278)

Oleh karena itu untuk melihat apakah data yang digunakan dalam analisis isi dapat memenuhi harapan, maka dipakai metode uji reliabilitas dengan rumus formula Holsti. Reliabilitas dalam rumus Holsti ditunjukkan dalam presentase persetujuan, berapa besar presentase persamaan antara-*coder* ketika menilai suatu isi (Eriyanto, 2011: 290). Atau bisa diartikan menggunakan data nominal dalam bentuk presentase pada tingkat persamaan atas kategori yang digunakan dengan batas penerimaan koefisien reliabilitas adalah 60 %.

$$\text{CR/Reliability} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

M : Jumlah pernyataan atau *coding* yang sama yang disetujui oleh masing-masing *coder*

N1 : Jumlah pernyataan atau *coding* yang dibuat oleh *coder* satu

N2 : Jumlah pernyataan atau *coding* yang dibuat oleh *coder* dua

7. Teknik Analisis Data

Data hasil penelitian diolah secara kuantitatif, dengan cara mencatat frekuensi kemunculan unit analisis yang sudah ditetapkan dalam kerangka konsep, melalui lembar *coding* yang dimasukkan ke dalam tabel untuk mempercepat dan mempermudah penelitian. Penyajian data hasil analisis ditampilkan dalam bentuk grafik batang. Lebih lanjut hasil penelitian ditelaah dengan pembahasan kualitatif secara deskriptif, menguraikan isi berita tersebut dengan menggunakan teori yang ada pada sub bab kerangka teori.