

2. LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

1.2.1 Media Massa

“Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, dan adapun definisi dari media massa itu sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, majalah, film, radio, dan televisi” (Cangara, 2003, p.131).

Sifat media massa ialah serempak cepat. Yang dimaksudkan dengan keserempakan di sini adalah keserempakan kontak antara komunikator dengan komunikan yang besar jumlahnya. Pada saat yang sama, media massa dapat membuat khalayak secara serempak menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan komunikator (Effendy, 2004). Dalam perjalanannya pemberitaan dalam media yang semestinya objektif menjadi subjektif, mulai dari pencarian berita, peliputan, penulisan sampai penyuntingan berita. (Siahaan, 2001) “Sedangkan tujuan jurnalisme adalah melaporkan kebenaran, namun tugas ini bukan sebuah pekerjaan yang sederhana. Karena didalamnya terdapat berbagai ‘kepentingan’ yang ikut berbicara, dan akhirnya memberi bentuk pada kebenaran yang disampaikan.” (Siahaan, 2001, p. 60)

2.1.2. Surat Kabar: Karakteristik dan Fungsinya

2.1.2.1. Karakteristik Surat Kabar

Menurut Sam Abede Pareno (2005) karakteristik surat kabar adalah sebagai berikut: Berita merupakan unsur utama yang dominan, memiliki ruang yang relatif lebih leluasa, dan memiliki waktu untuk dibaca ulang relatif lebih lama.

2.1.2.2. Fungsi Surat Kabar

Fungsi surat kabar tak lepas dari fungsi media massa. Fungsi terpenting dari surat kabar adalah *surveillance*, *correlation* dan *entertainment* (Pavlik & McIntosh, 2004)

Yang dimaksudkan dengan fungsi *surveillance* dalam surat kabar adalah memberikan informasi mengenai proses, peristiwa, dan perkembangan sosial lainnya. Sedangkan fungsi *correlation* adalah interpretasi dari pembentukan opini oleh publik yang berdasarkan atas komentar atau propaganda. Seperti pada media lainnya, surat kabar juga memiliki fungsi *entertainment* yaitu dimana sebuah surat kabar didesain secara spesifik dan eksklusif dengan tujuan untuk menghibur pembacanya.

2.1.3. Berita

2.1.3.1 Definisi Berita

Menurut Mitchel V. Charn berita adalah “laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk” (Effendy 2004, p.67)

Sedangkan menurut Suhandang (2004), yang dimaksud dengan berita adalah adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak.

Didasarkan dari dua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa berita adalah sebuah laporan mengenai segala sesuatu baik berupa fakta ataupun opini yang dianggap penting dan disampaikan seaktual mungkin (tepat waktu).

2.1.3.2 Nilai Berita

Berita dianggap penting dan menarik jika berita tersebut mengandung *news value* atau nilai berita. Menurut Downie JR dan Kaiser, nilai berita adalah merupakan istilah yang tidak mudah untuk didefinisikan. Ketinggian nilainya tidak mudah untuk dikonkretkan. Nilai berita juga akan menjadi semakin rumit apabila dikaitkan dengan sulitnya membuat konsep apa yang disebut berita (Santana, 2005).

Dalam Effendy (2004), nilai berita ditentukan oleh 10 komponen. Semakin banyak komponen dalam suatu berita, maka akan semakin besar minat pembaca. Kesepuluh komponen tersebut adalah :

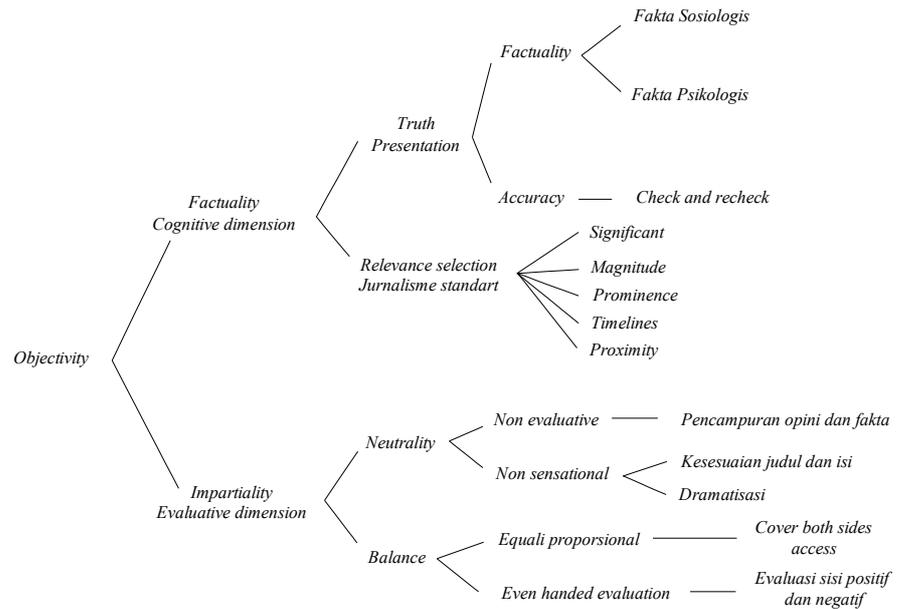
1. Minat diri (*self interest*) artinya berita bersangkutan langsung dengan kepentingan pembaca, seperti keluarga, pekerjaan, kekayaan, hobi, dan sebagainya.
2. Uang (*money*) artinya hidup manusia tidak akan lepas dari uang. Karenanya akan selalu menarik untuk dibaca.
3. Seks, masalah seks menyangkut semua orang. Bintang film, ratu kecantikan, wanita tuna susila, dll., kesemuanya itu merupakan bahan berita yang menarik minat.
4. Pertentangan (*Conflict*) artinya pembaca akan tertarik jika sebuah berita mengandung konflik.
5. Minat insani (*human interest*) maksudnya berita yang mengundang kesedihan, kemarahan, ambisi, cinta, kebencian, kebahagiaan ataupun humor.
6. Ketegangan (*suspense*) berita-berita yang membuat kita ingin mengetahui apa yang akan terjadi seringkali membangkitkan minat yang terus-menerus. Berita semacam ini adalah mengenai kisah-kisah petualangan, penyelidikan, atau yang menyangkut pertolongan kepada orang yang ditimpa bencana.
7. Kemahsuran (*fame*) artinya ketenaran seseorang akan selalu diburu oleh pembuat berita.
8. Keindahan (*beauty*) artinya tidak hanya mengenai manusia, tetapi juga mengenai keindahan alam, rumah, dan sebagainya.

9. Umur (*age*) seperti peristiwa yang menyangkut anak atau seorang yang lanjut usia akan menjadi bahan berita yang menarik untuk dibaca.
10. Kejahatan (*crime*)

2.1.4. Konsep Objektivitas

Objektivitas adalah prinsip yang seringkali hanya dihubungkan dengan isi. Prinsip tersebut tidak dapat diteliti secara isi dan secara langsung baik pada tingkat masyarakat maupun tingkat organisasi media, meskipun pandangan para komunikator media tentang prinsip itu tetap ada kaitannya dengan pengujian. Objektivitas mengandung sekian banyak pengertian, antara lain, merupakan nilai sentral yang mendasari disiplin profesi yang dituntut oleh para wartawan sendiri. Prinsip tersebut sangat dihargai dalam kebudayaan modern, termasuk berbagai bidang di luar bidang media massa, terutama dalam kaitannya dengan rasionalitas ilmu pengetahuan dan birokrasi, dan objektivitas mempunyai korelasi dengan independensi. Objektivitas sangat dihargai bilamana kondisi pluralitas mengalami kemunduran, yaitu kondisi yang diwarnai oleh semakin menurunnya jumlah sumber dan uniformitas (McQuail, 1987).

Westerstahl (1983) mengembangkan kerangka konseptual dasar bagi meneliti dan mengukur objektivitas pemberitaan yang kemudian dirinci lebih lanjut oleh McQuail:



Gambar 2.1 : Skema Kerangka Objektivitas

Sumber: Hotman M. Siahaan, Tjahjo Purnomo, Teguh Imawan, M. Jacky (*Pers Yang Gamang*. Jakarta: Lembaga Studi Perubahan Sosial, 2001, p.69)

Objektivitas pemberitaan adalah penyajian berita yang benar, tak berpihak dan berimbang. Indikator yang digunakan adalah dimensi *truth* (yaitu tingkat sejauh mana fakta yang disajikan benar atau bisa diandalkan/reliabel); relevansi (yaitu tingkatan sejauh mana relevansi aspek-aspek fakta yang diberitakan dengan standar jurnalistik); dan *impartiality* (ketidakberpihakan, yaitu tingkatan sejauh mana fakta-fakta yang diberitakan bersifat netral dan berimbang). Objektivitas pemberitaan diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Dimensi *truth*
 - a. Sifat fakta (*factualness*), adalah sifat fakta bahan baku berita, yang terdiri dari dua kategori:
 - Fakta sosiologis adalah pemberitaan yang bahan bakunya berupa peristiwa/kejadian nyata/faktual
 - Fakta psikologis adalah berita yang bahan bakunya berupa interpretasi subjektif (pernyataan/opini) terhadap fakta kejadian/gagasan.

b. Akurasi adalah kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan. Indikator yang digunakan adalah *check and recheck*, yakni mengkonfirmasi/menguji kebenaran dan ketepatan fakta kepada subjek, objek, atau saksi berita sebelum disajikan.

2. Relevansi dengan standar jurnalistik adalah relevansi aspek-aspek fakta dalam berita dengan indikator kelayakan berita (*newsworthiness*), yaitu *significance*, *magnitude*, *prominence*, *timeliness* dan *proximity* (geografis dan psikografis).

Significance adalah fakta yang mempengaruhi kehidupan orang banyak atau berakibat terhadap kehidupan khalayak pembaca.

Magnitude adalah besaran fakta yang berkaitan dengan angka-angka yang berarti, atau fakta yang berakibat bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca.

Prominence adalah keterkenalan fakta / tokoh.

Timeliness adalah fakta yang baru terjadi atau diungkap.

Proximity dibagi menjadi dua, yakni *proximity* geografis adalah fakta kejadian yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal mayoritas khalayak pembaca, yang kedua yaitu *proximity* psikografis adalah fakta kejadian yang memiliki kedekatan emosional dengan mayoritas khalayak pembaca.

2. Dimensi evaluatif

Ketidakberpihakan (*impartiality*) adalah tingkatan sejauh mana evaluasi subjektivitas (penilaian, interpretasi, dan opini pribadi) wartawan tak terlibat dalam memproses fakta menjadi berita. Indikator yang digunakan:

a. Netralitas adalah tingkatan sejauh mana sikap tak memihak wartawan dalam menyajikan berita. Netralitas diukur dengan indikator:

- Pencampuran opini dengan fakta adalah opini/pendapat pribadi wartawan masuk ke dalam berita yang disajikan.
 - Kesesuaian judul dengan isi adalah kesesuaian substansi judul berita dengan isi/tubuh berita.
 - Dramatisasi adalah penyajian fakta secara tidak proporsional sehingga memunculkan kesan berlebihan (menimbulkan kesan ngeri, kesal, jengkel, senang, simpati, antipati, dan sejenisnya).
- b. *Balance* adalah keseimbangan dalam penyajian aspek-aspek evaluatif (pendapat, komentar, penafsiran fakta oleh pihak-pihak tertentu) dalam pemberitaan. *Balance* diukur dengan indikator:
- *Cover both sides* adalah menyajikan dua/lebih gagasan/tokoh atau pihak-pihak yang berlawanan secara bersamaan dan proporsional.
 - Nilai imbang (*even handed-evaluation*) adalah menyajikan evaluasi dua sisi (aspek negatif dan positif) terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional.

(Siahaan, 2001)

2.1.5. Analisis Isi

2.1.5.1. Definisi Analisis Isi

Menurut Kerlinger, analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Wimmer&Dominick, 2003). Dengan menggunakan metode ini, diharapkan peneliti mampu menganalisis isi pesan yang tampak dalam suatu pemberitaan di media secara tepat

- Pertama, analisis secara sistematis berarti isi yang dianalisis dipilih berdasarkan aturan yang telah ditetapkan sebelumnya secara eksplisit dan konsisten.
- Kedua, analisa bersifat objektif yakni opini peneliti tidak dapat dimasukkan dalam penelitian.
- Dan ketiga, analisis isi disusun secara kuantitatif yaitu analisis isi lebih mementingkan data statistik angka yang akurat apabila dibandingkan dengan opini.

2.1.5.2. Tujuan Analisis isi

Menurut Wimmer dan Dominick (2003)., tujuan analisis isi adalah sebagai berikut :

a. Menggambarkan isi komunikasi

Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi suatu hal yang terjadi. Selain itu juga bisa digunakan untuk mempelajari perubahan sosial di masyarakat.

b. Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan

Analisis isi digunakan dalam berbagai studi dengan bentuk hipotesis : bila suatu sumber memiliki karakteristik A, maka hasilnya adalah pesan dengan elemen x dan y; dan bila suatu sumber memiliki karakteristik B, maka hasilnya adalah pesan dengan elemen w dan z.

c. Membandingkan isi media dengan dunia nyata

Sebagian besar analisis isi merupakan *reality check* dimana potret dari suatu kelompok, fenomena, ciri atau karakteristik dinilai melawan standar dari kehidupan yang nyata.

d. Memperkirakan gambaran media terhadap kelompok tertentu di masyarakat.

Analisis isi digunakan untuk menilai perubahan pada kebijakan media terhadap kelompok tertentu, untuk membuat kesimpulan tentang responsitas media dalam cara pemberitaan yang lebih baik atau untuk mendokumentasikan kecenderungan sosial.

e. Mendukung studi efek media massa

Analisis isi juga digunakan dalam studi *agenda setting*. Analisis isi media yang relevan adalah penting agar dapat menentukan pentingnya topik berita.

2.1.5.3. Tahapan Analisis Isi Kuantitatif

Menurut Kriyantono (2008)., adapun tahapan-tahapan yang terdapat dalam pelaksanaan analisis isi kuantitatif adalah sebagai berikut :

1. Memformulasikan atau merumuskan masalah
Rumusan masalah masih berupa konsep-konsep. Dimana terdapat tema-tema berita yang kemudian dioperasionalkan dan di ukur berdasarkan kategorisasinya.
2. Menyusun kerangka konseptual untuk riset deskriptif (satu konsep). Kemudian peneliti mendefinisikan serta mengemukakan dimensi atau subdimensi dari rumusan masalah.
3. Menyusun perangkat metodologi
 - Menentukan metode pengukuran atau prosedur operasionalisasi konsep, dalam hal ini konsep dijabarkan dalam ukuran-ukuran tertentu, biasanya dalam bentuk kategorisasi-kategorisasi beserta indikatornya. Kategorisasi ini dibuat berdasarkan unit analisis, yaitu satuan yang akan dianalisis. Masing-masing dijabarkan ke dalam indikator, dan tema-tema berita adalah satu jenis unit analisis.

- Menentukan kategorisasi dan uji reliabilitas. Unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Dalam analisis isi, unit analisisnya adalah teks, pesan, atau medianya sendiri. Agar diperoleh kategorisasi yang reliabel, maka perlu dilakukan uji reliabilitas.
- Menentukan populasi dan sampel
 Dalam analisis isi, ada dua dimensi yang digunakan untuk menetapkan populasi, yaitu topik dan periode waktu. Sedangkan sampel adalah bagian atau sejumlah tertentu dari populasi yang akan diriset.
- Menentukan metode pengumpulan data
 Dalam analisis isi, metode pengumpulan datanya adalah mendokumentasikan isi komunikasi yang akan diriset. Misalnya, analisis isi surat kabar dengan mengkliping berita-berita yang akan diriset, merekam film dan lainnya. Sedangkan untuk memasukkan data ke dalam kategorisasi yang ditentukan dapat digunakan lembar koding.
- Menentukan metode analisis
 Peneliti bisa menggunakan tabel frekuensi, tabel silang atau rumus statistik tertentu.
- Analisis dan interpretasi data

2.2.Nisbah antar Konsep

Media memiliki peran yang sangat penting dalam mensosialisasikan suatu informasi yang penting kepada masyarakat. Media di sini memiliki dua fungsi yang dominan yaitu menginformasikan sesuatu hal dan mempengaruhi khalayak untuk bertindak. Salah satu media yang cukup berpengaruh di masyarakat adalah media cetak surat kabar. Media dengan karakteristik: berita merupakan unsur utama yang dominan, memiliki ruang yang relatif lebih leluasa dan memiliki waktu untuk dibaca ulang relatif lebih lama membuat

surat kabar cukup ‘dekat’ dengan masyarakat. Apalagi harga surat kabar relatif terjangkau.

Pada pertengahan bulan September tahun 2008 ini, pemberitaan mengenai produk makanan dan minuman yang mengandung melamin semakin sering dimuat di dalam media dan khususnya adalah media cetak. Hal ini dapat dilihat dari jumlah berita yang memberitakan mengenai persoalan-persoalan tentang makanan dan minuman mengandung melamin di berbagai media cetak.

Dengan penelitian ini, peneliti ingin mengangkat isu ini untuk melihat bagaimana objektivitas pemberitaan produk makanan dan minuman mengandung melamin di surat kabar dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Dengan metode ini penelitian akan berjalan secara sistematis, objektif dan kuantitatif sehingga menghasilkan kesimpulan yang tepat dan akurat dan mengetahui bagaimana objektivitas media dalam pemberitaan mengenai produk makanan dan minuman mengandung melamin. Objektivitas itu sendiri diukur menggunakan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Dimensi *truth*

Sifat fakta (*factualness*), yaitu sifat fakta bahan baku berita, yang terdiri dari dua kategori yaitu fakta sosiologis dan fakta psikologis, sub dimensi kedua yaitu akurasi, indikator yang digunakan adalah *check and recheck*.

1. Dimensi relevansi dengan standar jurnalistik adalah relevansi aspek-aspek fakta dalam berita dengan indikator kelayakan berita (*newsworthiness*), yaitu *significance*, *magnitude*, *prominence*, *timeliness* dan *proximity* (geografis dan psikografis).

2. Dimensi ketidakberpihakan (*impartiality*) adalah tingkatan sejauh mana evaluasi subjektivitas (penilaian, interpretasi, dan opini pribadi) wartawan tak terlibat dalam memproses fakta menjadi berita. Indikator yang digunakan :

Netralitas adalah tingkatan sejauh mana sikap tak memihak wartawan dalam menyajikan berita. Netralitas diukur dengan indikator *non-evaluatif* dan *non-sensational*.

Sedangkan sub dimensi *balance* adalah keseimbangan dalam penyajian aspek-aspek evaluatif (pendapat, komentar, penafsiran fakta oleh pihak-pihak tertentu) dalam pemberitaan. *Balance* diukur dengan indikator *cover both sides* dan *even handed evaluation*. (Siahaan, 2001)

2.3.Kerangka Berpikir

