

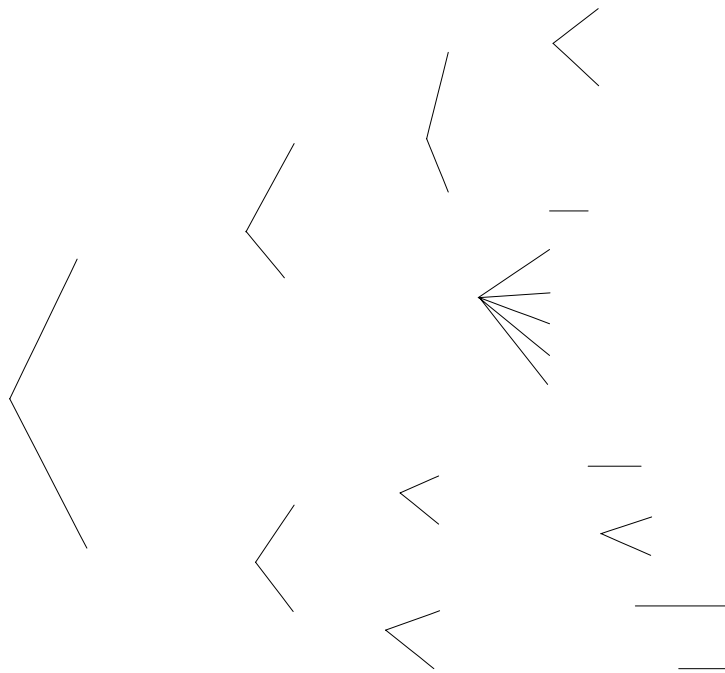
2. LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Objektivitas

Objektivitas merupakan suatu 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. Menurut Ashadi Siregar, objektivitas pemberitaan merupakan prinsip pertama dari jurnanisme. Objektivitas pada dasarnya adalah menakar sejauh mana wacana fakta sosial identik dengan wacana fakta berita. Sebab berita adalah fakta sosial yang direkonstruksikan dan kemudian diceritakan. Dengan demikian, objektivitas adalah sebuah metode yang dipakai untuk menghadirkan suatu gambaran dunia yang sedapat mungkin jujur dan cermat dalam batas-batas praktek jurnalistik.

Selain itu, McQuail (1987, p.129-130) menambahkan objektivitas merupakan nilai sentral yang mendasari disiplin profesi yang dituntut oleh 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. Objektivitas mempunyai korelasi dengan independensi, prinsip tersebut sangat diharga bilamana kondisi keanekaragaman mengalami kemunduran, yaitu kondisi yang diwarnai oleh semakin menurunnya jumlah sumber dan uniformitas (situasi monopolitas semakin tampak).

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



Gambar 2.1. Skema Konsep Objektivitas Pemberitaan

Sumber: Hotman M. Siahaan (Pers Yang Gamang; Studi Pemberitaan Jejak Pendapat Timor Timur. Surabaya: Lembaga Studi Perubahan Sosial, 2001, p. 69)

Konsep objektivitas pemberitaan yang dikembangkan diatas memiliki dua dimensi, yakni *factuality* – dimensi kognitif, dan *impartiality* – dimensi evaluatif pemberitaan. Faktualitas-dimensi kognitif terdiri dari faktualitas yang mencakup fakta sosiologis dan fakta psikologis. Fakta sosiologis adalah berita yang bahan bakunya berupa peristiwa/kejadian nyata/faktual sedangkan fakta psikologis adalah berita yang bahan bakunya berupa interpretasi subjektif (pernyataan/opini) terhadap sebuah kejadian/gagasan (Siahaan, 2001, p.100-101). Akurasi yang terdiri dari keakuratan terhadap fakta, dan akurasi penyajian, serta dapat tidaknya dikonfirmasi dengan sumber berita. Dan relevansi yang mencakup nilai berita seperti *proximity*, *timeline*, *significance*, *prominence*, dan *magnitude* (Siahaan, 2001, p.101). *Impartiality* adalah tingkatan sejauh mana evaluasi subjektivitas (penilaian pribadi, interpretasi, dan opini pribadi) wartawan tak terlibat dalam memproses fakta menjadi berita. *Impartiality* mempunyai dua sub dimensi, yaitu *neutrality* dan *balance*. Yang disebut pertama bersangkut paut dengan penyajian, sedangkan yang terakhir berkait dengan proses seleksi. Sub dimensi *neutrality*

ditentukan oleh penyajian yang non evaluatif (tidak adanya percampuran fakta/opini dari wartawan) dan non sensasional (kesesuaian judul dan isi, serta tidak adanya dramatisasi). Sedangkan sub dimensi *balance* mensyaratkan perlunya proses seleksi yang memberikan *equal access* – yakni pemberian akses, kesempatan dan perhatian yang sama terhadap para pelaku penting dalam berita; dan *even handed evaluation* – yakni pemilihan penilaian negatif dan positif yang berimbang untuk setiap pihak yang diberitakan (Siahaan, 2001, p.64-65).

Menurut (Siahaan, 2001, p.100) Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur objektivitas pemberitaan adalah :

1. Dimensi *truth*, yakni tingkatan sejauh mana fakta yang disajikan benar atau bisa diandalkan atau reliabel.
 - ✓ Sifat fakta (*Factualness*) Yakni sifat fakta bahan baku berita, yang terdiri dari dua kategori :
 - Fakta Sosiologis adalah berita yang bahan bakunya berupa peristiwa, kejadian nyata atau faktual.
 - Fakta Psikologis adalah berita yang bahan bakunya berupa interpretasi subjektif (pernyataan atau opini) terhadap fakta kejadian atau gagasan.
 - ✓ Akurasi, adalah kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan. Indikator yang digunakan adalah *check and recheck*, yakni mengkonfirmasi atau menguji kebenaran dan ketepatan fakta kepada subjek, objek atau saksi berita sebelum disajikan.
2. Relevansi, adalah secara umum peristiwa yang dianggap memiliki nilai berita (relevan) adalah yang mengandung satu atau beberapa unsur berikut ini:
 - *Significance* (kepentingan)
Kejadian yang mungkin akan memberi pengaruh pada kehidupan orang banyak atau kejadian yang memiliki akibat terhadap kehidupan pembaca.
 - *Timelines* (waktu)
Kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan.

- *Magnitude* (besaran)

Kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau akibat dari kejadian yang bisa dijumlahkan hingga menarik bagi pembaca.

Proximity (kedekatan)

Kejadian yang dekat bagi pembaca, bisa bersifat geografis (bersifat kedaerahan) maupun emosional (ada ikatan darah).

- *Prominence* (keterkenalan)

Menyangkut hal-hal yang terkenal atau dikenal seperti orang atau tempat.

3. Ketidakberpihakan (*impartiality*)

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

- ✓ *Neutrality* adalah tingkatan sejauh mana sikap tak memihak wartawan dalam menyajikan berita. Netralitas diukur menggunakan indikator :
 - Percampuran fakta dengan opini dari wartawan masuk kedalam berita yang disajikan.
 - Kesesuaian judul berita dengan isi atau tubuh berita.
 - Dramatisasi adalah penyajian fakta secara tidak proporsional sehingga menimbulkan kesan berlebihan (menimbulkan kesan ngeri, jengkel, senang, simpati, antipati, dan sejenisnya).
- ✓ *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 atau lebih gagasan atau 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.

2.2. Media Massa

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan definisi dari media massa 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). Adapun karakteristik dari media massa sendiri adalah:

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang yakni mulai dari proses pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi dan umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, film, surat kabar dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

2.3. Surat Kabar: Karakteristik dan Fungsinya

2.3.1. Karakteristik Surat Kabar

Sam Abede Pareno (2005, p. 24) menjelaskan karakteristik surat kabar sebagai berikut:

- Berita merupakan unsur utama yang dominan
- Memiliki ruang yang relatif lebih luas
- Memiliki waktu untuk dibaca ulang relatif lebih lama

2.3.2. Fungsi Surat Kabar

Fungsi surat kabar tak lepas dari fungsi media massa. Menurut John V. Pavlik dan Shawn McIntosh (2004, p. 78), fungsi terpenting dari surat kabar adalah *surveillance*, *correlation* dan *entertainment* .

Fungsi *surveillance* dalam sebuah surat kabar yakni memberikan informasi tentang proses, peristiwa, dan perkembangan sosial lainnya. Sedangkan fungsi *correlation* merupakan interpretasi dari pembentukan opini publik berdasarkan komentar atau propaganda. Seperti media lainnya, surat kabar juga memiliki fungsi *entertainment* di mana surat kabar didesain secara spesifik dan eksklusif untuk menghibur.

2.4. Definisi Berita

Berita adalah sebuah peristiwa atau kejadian atau informasi yang memiliki nilai berita dan dilaporkan melalui media massa, baik itu media cetak maupun elektronik (Lesmana, 2007, p.17).

2.4.1. Kriteria Berita

- Baru (Aktual)
- Memberi pemahaman pada pembaca tentang informasi yang tidak diketahui sebelumnya.
- Nyata (Faktual)
- Informasi tentang sesuatu yang sebenarnya terjadi. Gabungan dari kejadian nyata, pendapat dan pernyataan dari nara sumber.
- Penting
- Menyangkut kepentingan orang banyak.
- Menarik
- Mengundang orang untuk membaca (menghibur, aneh, menyentuh emosi).

2.4.2. Nilai Berita (*News Value*)

Nilai berita adalah hal-hal yang menjadi penentu apakah sebuah peristiwa layak menjadi sebuah berita. Tanpa adanya nilai berita, maka sebuah peristiwa

hanya akan menjadi sebuah cerita dan bukanlah berita. Penggolongan nilai berita secara umum adalah (Lesmana, 2007, p.19):

- *Significance* (kepentingan)
- Kejadian yang mungkin akan memberi pengaruh pada kehidupan orang banyak atau kejadian yang memiliki akibat terhadap kehidupan pembaca.
- *Timelines* (waktu)
- Kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan.
- *Magnitude* (besaran)
- Kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau akibat dari kejadian yang bisa dijumlahkan hingga menarik bagi pembaca
- *Proximity* (kedekatan)
- Kejadian yang dekat bagi pembaca, bisa bersifat geografis (bersifat kedaerahan) maupun emosional (ada ikatan darah).
- *Prominence* (keterkenalan)
- Menyangkut hal-hal yang terkenal atau dikenal seperti orang atau tempat.

2.5. Analisis Isi

2.5.1. Definisi Analisis Isi

Analisis isi menurut Kerlinger, merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Wimmer&Dominick, 2003, p. 141). Dengan metode ini, peneliti bisa menganalisis isi pesan yang tampak dalam suatu pemberitaan di media dengan tepat.

Pertama, analisis secara sistematis berarti isi yang dianalisis dipilih berdasarkan aturan yang telah ditetapkan secara eksplisit dan konsisten. Kedua, analisa bersifat objektif yakni opini peneliti tidak dapat dimasukkan dalam penelitian. Dan bila penelitian ini dianalisa oleh peneliti lain, harus menghasilkan hasil yang sama. Dan ketiga, analisis isi disusun secara kuantitatif yaitu analisis isi lebih mementingkan data statistik angka yang akurat daripada opini.

2.5.2. Tujuan Analisis Isi

Tujuan analisis isi yang dikemukakan Wimmer dan Dominick (2003, p.141-143) sebagai berikut:

1. Menggambarkan isi komunikasi

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

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

2.5.3. Prinsip Analisis Isi

Analisis isi memiliki beberapa prinsip dalam penerapannya. Rachmat Kriyantono (2006, p. 231) menjelaskannya sebagai berikut:

1. Prinsip sistematis

Ada perlakuan prosedur yang sama pada semua isi yang dianalisis. Peneliti harus menganalisis keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diteliti.

2. Prinsip objektif

Hasil analisis tergantung pada prosedur penelitian bukan pada penelitiannya. Kategori yang sama bila digunakan untuk isi yang sama dengan prosedur yang sama, maka hasilnya harus sama, walau penelitiannya beda.

3. Prinsip kuantitatif

Mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk menggambarkan berbagai jenis isi yang didefinisikan.

4. Prinsip isi yang nyata

Hasil penelitian adalah pesan yang tersurat atau tampak, bukan makna yang dirasakan peneliti.

2.6. Nisbah Antar Konsep

Objektivitas merupakan suatu 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. Menurut Ashadi Siregar, objektivitas pemberitaan merupakan prinsip pertama dari jurnanisme. Objektivitas pada dasarnya adalah menakar sejauh mana wacana fakta sosial identik dengan wacana fakta berita. Sebab berita adalah fakta sosial yang direkonstruksikan dan kemudian diceritakan. Dengan demikian, objektivitas adalah sebuah metode yang dipakai untuk menghadirkan suatu gambaran dunia yang sedapat mungkin jujur dan cermat dalam batas-batas praktek jurnalistik.

Media mempunyai peran yang sangat penting dalam mensosialisasikan suatu informasi yang penting bagi khalayak. 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.

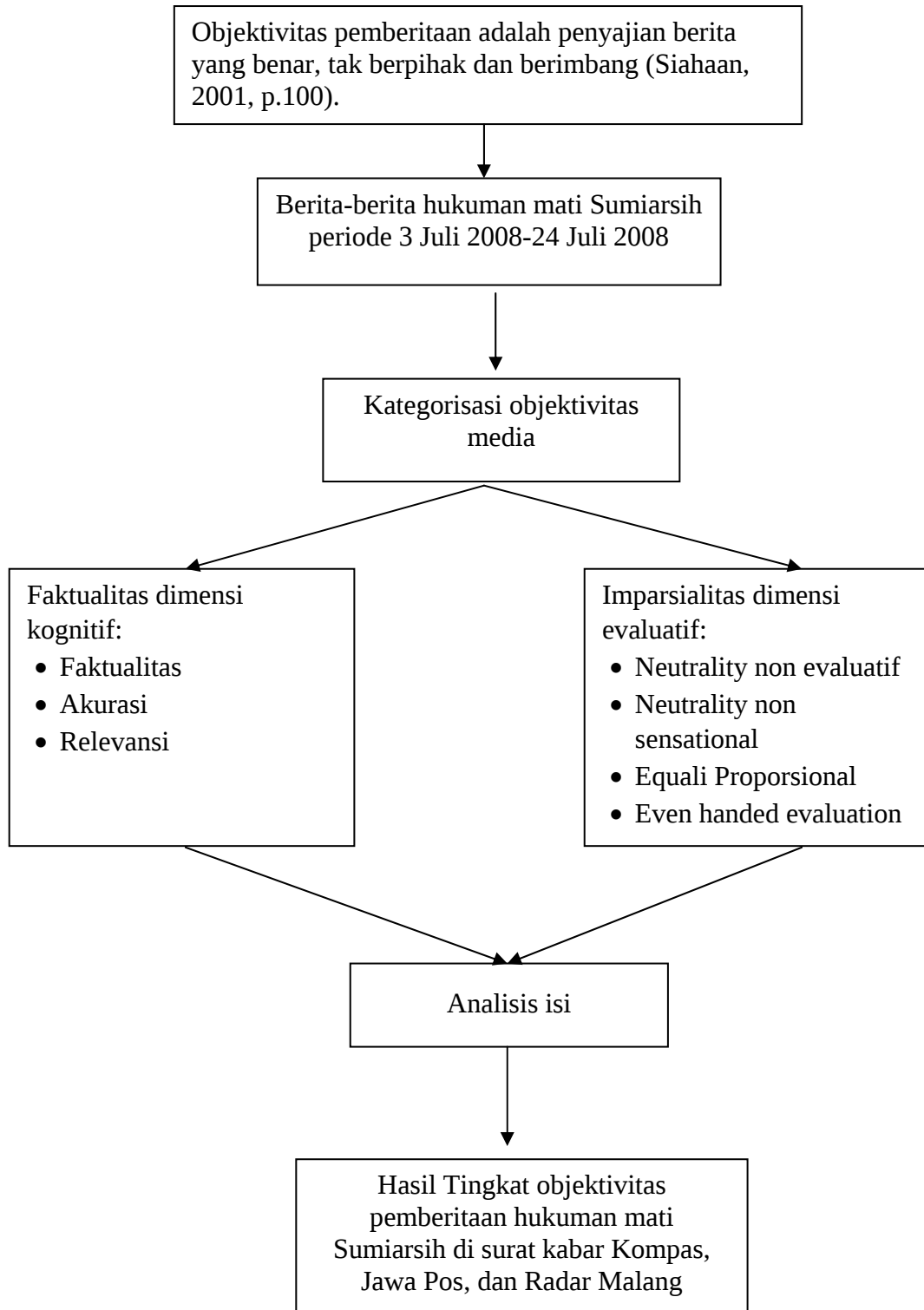
Isu-isu penting yang terjadi dan akan terjadi, berkaitan dengan kehidupan umat manusia sudah pasti akan diangkat menjadi berita dalam setiap media.

Seperti hukuman mati Sumiarsih yang dimuat pada periode bulan Juli 2008 yakni tanggal 3 Juli 2008 hingga 24 Juli 2008. Hal ini memiliki dampak yang berakibat buruk pada kelangsungan hidup manusia, karena hukuman mati merupakan tindakan yang sangat tidak manusiawi mengingat sebuah kehidupan merupakan hak asasi tiap-tiap manusia.

Dengan adanya penelitian ini maka peneliti ingin melihat bagaimana pemberitaan hukuman mati Sumiarsih di media cetak surat kabar dengan menggunakan metode analisis isi. Dengan metode ini penelitian akan berjalan secara sistematis, objektif dan kuantitatif sehingga menghasilkan kesimpulan yang tepat dan akurat. Dengan penelitian ini kita akan mengetahui bagaimana objektivitas media dalam pemberitaan mengenai hukuman mati Sumiarsih. Karena dalam sistem media yang memiliki keanekaragaman eksternal yang berarti terdapat sejumlah media alternatif dalam suatu masyarakat, terbuka kesempatan untuk penyajian informasi yang memihak. Meskipun sumber informasi tersebut harus bersaing dengan sumber informasi lainnya yang menyatakan dirinya objektif. Bagaimanapun, menurut McQuail, hanya sedikit (kalaupun ada) media yang apapun tujuan dan pernyataan dirinya dapat terbebas sepenuhnya dari tuduhan.

2.7. Kerangka Pemikiran

Berikut ini merupakan kerangka pemikiran peneliti dalam melakukan penelitian analisis isi pada surat kabar.



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran