

2. LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa hanya merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas, yang identifikasinya ditentukan oleh ciri khas institusionalnya (gabungan antara tujuan, organisasi, dan kegiatan sebenarnya). Proses lain yang kedudukannya hampir sama dalam pengertian dalam pengertian ruang lingkup dan keberadaannya yang muncul dimana-mana adalah pemerintahan, pendidikan dan agama. Masing-masing memiliki jaringan institusional tersendiri yang kadangkala sangat banyak berkaitan dalam proses transmisi atau tukar-menukar informasi dan gagasan. Terlepas dari hal itu, dewasa ini komunikasi massa mungkin lebih banyak melibatkan orang untuk waktu yang lebih banyak pula meskipun intensitasnya lebih rendah (McQuail, 1987, p.7).

2.1.2. Media Massa

“Peran utama media massa adalah sebagai sarana media penyebaran berbagai nilai (*value*) yang dilakukan secara persuasif dan menguatkan (*reinforcement*) nilai-nilai standar, maupun atas nilai-nilai baru, yaitu dalam proses penerimaan masyarakat” (Lasswell and Kaplan, 1969).

“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).

“Dalam perjalanannya pemberitaan dalam media yang semestinya objektif menjadi subjektif, mulai dari pencarian berita, peliputan, penulisan sampai penyuntingan berita. (Siahaan, 2001 : 61) Sedangkan tujuan jurnalisme adalah melaporkan kebenaran, namun tugas ini bukan pekerjaan sederhana. Ada berbagai ‘kepentingan’ ikut berbicara, yang akhirnya memberi bentuk pada kebenaran yang disampaikan” (Siahaan, 2001 : 60).

2.1.3. Surat Kabar : Karakteristik dan Fungsinya

2.1.3.1. Karakteristik Surat Kabar

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

1. Berita merupakan unsur utama yang dominan
2. Memiliki ruang yang relatif lebih leluasa
3. Memiliki waktu untuk dibaca ulang relatif lebih lama

2.1.3.2. Fungsi Surat Kabar

Fungsi surat kabar tak lepas dari fungsi media massa. Menurut John V. Pavlik dan Shawn McIntosh (2004: 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.

2.1.4. Definisi Berita

“Definisi berita itu sendiri menurut Dean M.Lyle Spencer, Willard C. Bleyer, William S. Maulsby, Eric C. Hepwood, mereka menekankan unsur menarik perhatian dalam definisi yang mereka buat, yaitu berita adalah laporan tercepat tentang suatu kejadian yang dapat menarik perhatian pembaca”. (Pranata, 2002 : 64)

“Sedangkan menurut Michael M. Chamley menekankan pada unsur untuk keperluan praktis, yaitu berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian faktual, penting dan menarik bagi sebagian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka”. (Sumadiria, 2005 : 64).

Berdasarkan dua definisi berita di atas, berita adalah laporan mengenai segala sesuatu baik berupa fakta maupun opini yang menarik dan penting bagi pembaca yang disampaikan secara aktual (tepat waktu).

Berita dianggap penting dan menarik jika berita tersebut mengandung *news value* atau nilai berita. Nilai berita itu sendiri memiliki beberapa elemen yaitu :

1. *Timeliness* artinya terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan.
2. *Proximity* artinya keterdekatan peristiwa dengan pembaca atau pemirsa dalam keseharian mereka.
3. *Consequence* maksudnya berita yang mengubah kehidupan pembaca adalah berita yang mengandung nilai konsekuensi.
4. *Conflict* artinya pembaca akan tertarik jika sebuah berita mengandung konflik.
5. *Oddity* artinya peristiwa yang tidak biasa terjadi akan diperhatikan segera oleh masyarakat.
6. *Sex*, kerap kali *sex* menjadi elemen utama pemberitaan.
7. *Emotion* maksudnya berita yang menyangkut kisah-kisah yang berhubungan dengan *human interest* dan mengundang

kesedihan, kemarahan, ambisi, cinta, kebencian, kebahagiaan ataupun humor.

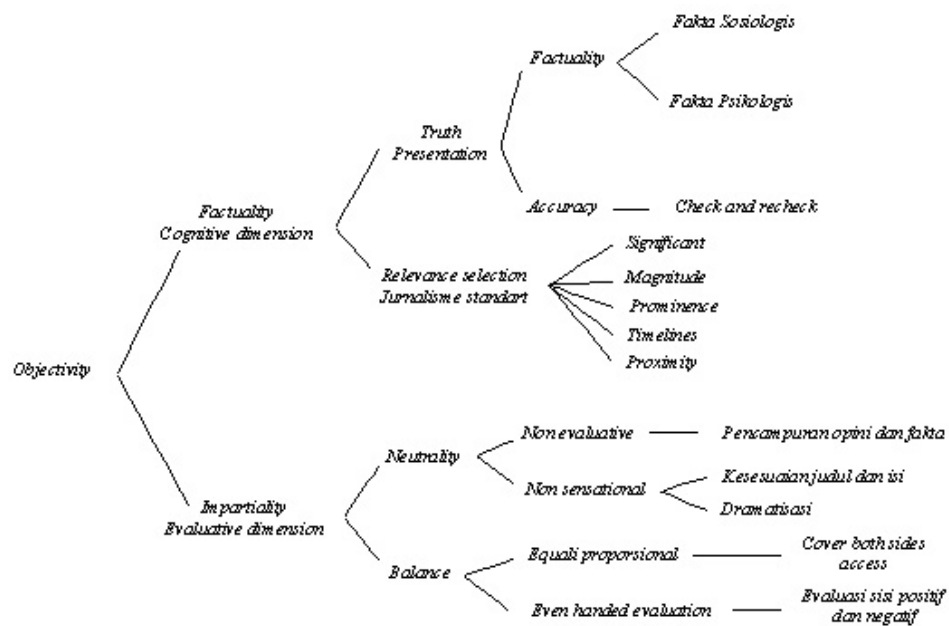
8. *Prominence*, maksudnya ketenaran seseorang akan selalu diburu oleh pembuat berita.
9. *Suspense*, elemen ini menunjukkan sesuatu yang ditunggu-tunggu terhadap suatu peristiwa oleh masyarakat. Yang terakhir adalah *progress*, elemen ini merupakan elemen ‘perkembangan’ peristiwa yang ditunggu masyarakat. (Septiawan, 2005 : 18-20)

2.1.5. Konsep Objektivitas

Objektivitas adalah metode yang dipakai untuk menghadirkan suatu gambaran dunia yang sedapat mungkin jujur dan cermat dalam batas-batas praktik jurnalistik.

Menurut McQuail (1987, p.129-130), 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.

Untuk mengukur objektivitas pemberitaan, digunakan kerangka konseptual yang dikemukakan Westerstahl (1983) yang kemudian dirinci lebih lanjut oleh McQuail (1992) :



Gambar 2.1 : Skema Kerangka Objektivitas
 Sumber: Denis McQuail (Teori Komunikasi Massa; Suatu Pengantar.
 Jakarta : Erlangga, 1996, p. 129-130)

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 *impertiality* (ketidakberpihakan, yaitu tingkatan sejauh mana fakta-fakta yang diberitakan bersifat netral dan berimbang). Objektivitas pemberitaan diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Dimensi *truth*

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

- Akurasi (*accuracy*), adalah kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan. Indikator yang digunakan adalah *check and recheck*, yaitu mengkonfirmasi / menguji kebenaran dan ketepatan fakta kepada subjek, objek, atau saksi berita sebelum disajikan.
2. Dimensi relevansi, dengan standar jurnalistik adalah relevansi aspek-aspek fakta dalam berita dengan indikator kelayakan berita (*newsworthiness*), yaitu *proximity*, *timeliness*, *significance*, *prominence*, dan *magnitude* (geografis dan psikografis).
- *Proximity* dibagi menjadi dua, yaitu *proximity* geografis adalah fakta kejadian yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal mayoritas khalayak pembaca, dan *proximity* psikografis adalah fakta kejadian yang memiliki kedekatan emosional dengan mayoritas khalayak pembaca.
 - *Timeliness* adalah fakta yang baru terjadi atau diungkap.
 - *Significance* adalah fakta yang mempengaruhi kehidupan orang banyak atau berakibat terhadap kehidupan khalayak pembaca.
 - *Prominence* adalah keterkenalan fakta / tokoh.
 - *Magnitude* adalah besaran fakta yang berkaitan dengan angka-angka yang berarti, atau fakta yang berakibat bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca.
3. 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 adalah :
- Netralitas adalah tingkatan sejauh mana sikap tak memihak wartawan dalam menyajikan berita. Netralitas diukur dengan indikator :

1. *Non-evaluatif* yaitu pencampuran opini dengan fakta adalah opini / pendapat pribadi wartawan masuk ke dalam berita yang disajikan.
 2. *Non-sensational* yaitu kesesuaian judul dengan isi adalah kesesuaian substansi judul berita dengan isi/tubuh berita; dan dramatisasi adalah penyajian fakta secara tidak proporsional sehingga memunculkan kesan berlebih (menimbulkan kesan ngeri, kesal, 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 :
 1. *Cover both sides* adalah menyajikan dua / lebih gagasan / tokoh atau pihak-pihak yang berlawanan secara bersamaan dan proporsional.
 2. *Even handed evaluation* adalah nilai berimbang yang menyajikan evaluasi dua sisi (aspek negatif dan positif) terhadap fakta maupun pihak-pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional. (Siahaan, 2001 : p.100-102)

2.1.6. Analisis Isi

2.1.6.1. 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: 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.

2.1.6.2. Tujuan Analisis isi

Tujuan analisis isi yang dikemukakan Wimmer dan Dominick (2003: 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.

2.1.6.3. Tahapan Analisis Isi Kuantitatif

Adapun langkah-langkah dalam melakukan penelitian dengan menggunakan metode analisis isi adalah sebagai berikut (Bulaeng, 2004):

- a. Merumuskan pertanyaan penelitian dan hipotesis.
- b. Melakukan sampling terhadap sumber-sumber data yang telah dimiliki.
- c. Membuat kategori yang digunakan dalam analisis.
- d. Membaca suatu sampel dokumen yang telah dipilih, melakukan “coding”, dan meringkas isi-isi yang relevan.
- e. Menskala item-item berdasarkan frekuensi, penampakan, intensitas, atau kriteria lainnya.
- f. Menginterpretasi data dalam kaitannya dengan hipotesis dan teori yang dipergunakan.

2.2. Nisbah antar Konsep

Media cetak surat kabar adalah salah satu media massa yang cukup berpengaruh di masyarakat. 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.

Mendekati akhir bulan Mei tahun 2008, pemberitaan mengenai pemadaman listrik seJawa-Bali semakin sering dimuat di dalam media dan khususnya adalah media cetak. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah berita yang banyak memberitakan mengenai persoalan-persoalan pemadaman listrik di berbagai media cetak.

Dengan adanya penelitian ini maka peneliti ingin mengangkat topik ini untuk melihat bagaimana objektivitas pemberitaan pemadaman listrik seJawa-Bali di surat kabar dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Dengan metode ini penelitian akan berjalan secara sistematis, objektif dan kuantitatif sehingga akan mengetahui bagaimana objektivitas media dalam pemberitaan mengenai pemadaman listrik seJawa-Bali. 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*.

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

3. 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 : p.100-102)

Dalam memberikan sebuah informasi, surat kabar mempunyai cara-cara sendiri dalam melakukan pemberitaan. Surat kabar atau media cetak lahir untuk menjadi jembatan antara massa, baik secara horisontal yaitu hubungan antara pemerintah dengan rakyat, atau secara vertikal yaitu hubungan antara sesama masyarakat. Dalam perjalanannya pemberitaan dalam media yang semestinya objektif menjadi subjektif, mulai dari pencarian berita, peliputan, penulisan sampai penyuntingan berita. (Siahaan, 2001 : p.61) Sedangkan tujuan jurnalisme adalah melaporkan kebenaran, namun tugas ini bukan pekerjaan sederhana. Ada berbagai 'kepentingan' ikut berbicara, yang akhirnya memberi bentuk pada kebenaran yang disampaikan. (Siahaan, 2001 : p.60)

2.3. Kerangka Berpikir

