

## 2. KERANGKA TEORI

### 2.1. Konsep Objektivitas

#### 2.1.1. Pengertian Objektivitas

Tujuan jurnalisisme adalah melaporkan kebenaran, namun tugas ini bukan pekerjaan sederhana. Ada berbagai kepentingan ikut “berbicara”, yang akhirnya memberi bentuk pada kebenaran yang disampaikan. Itu terjadi sejak reporter mengumpulkan fakta di lapangan, siapa yang diwawancarai, apa yang ditanyakan, bagaimana berita ditulis, bagian mana ditonjolkan dan bagian mana diabaikan, hingga saat redaktur melakukan penyuntingan dan pemuatan. Pers atas pilihannya sendiri telah menempatkan diri di tengah ketegangan antara pihak yang memiliki kepentingan dan khalayak sebagai konsumen berita. Dengan posisinya itu, pers menanggung kewajiban utama menyampaikan kebenaran melalui, antara lain, sikap tak memihak. Dengan kata lain, pers dituntut menyampaikan kebenaran melalui pemberitaan objektif (Siahaan, et al., 2001, p.60).

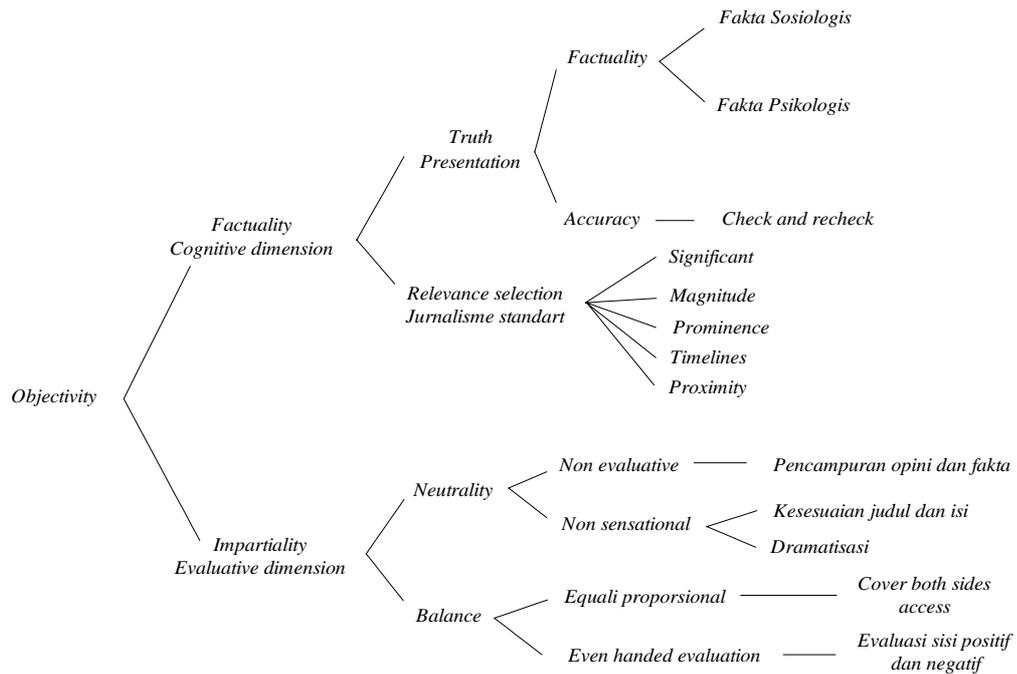
Menurut Hidayat (dalam Siahaan, et al., 2001, p.62) kritik mendasar terhadap usaha mendefinisikan dan meneliti konsep objektivitas selama ini, terutama, adalah anggapan: “...*there is no objective reality ‘out there’ to report on: the best we can expect is no more than different versions of a multi various set of impressions*”. Lebih dari itu, Glasser (1984) menilai objektivitas pemberitaan sebenarnya merupakan suatu ideologi, yang dengan demikian merupakan bias terhadap berfungsinya *the watching role of the press*, pemikiran bebas, dan tanggung jawab pers. Namun pendapat yang menengahi antara mereka yang pro dan kontra objektivitas pemberitaan menyatakan, pemberitaan pers tidak perlu harus objektif. Pers harus berpihak pada nilai-nilai tertentu, terutama yang berkaitan nilai-nilai kepentingan masyarakat. Tapi opini atau kritik terhadap suatu keadaan yang dinilai tidak sesuai nilai-nilai tertentu tadi perlu didasarkan data dan pengetahuan yang seobjektif mungkin.

Objektivitas adalah penyajian berita yang benar, tidak berpihak, dan berimbang.

Indikator yang digunakan adalah dimensi *truth* (yakni tingkatan sejauh mana fakta yang disajikan benar atau bisa diandalkan/ reliable); relevansi (yakni tingkatan sejauh mana relevansi aspek-aspek fakta yang diberitakan dengan standar jurnalistik/ *newsworthiness*); dan ketidakberpihakan (*impartiality*)-yakni tingkatan sejauh mana fakta-fakta yang diberikan bersifat netra dan berimbang (Siahaan, et al., 2001, p.100).

Objektivitas adalah metode yang dipakai untuk menghadirkan suatu gambaran dunia yang sedapat mungkin jujur dan cermat dalam batas-batas praktik jurnalistik. Menurut Siregar dan Surjana terlepas dari perdebatan tak pernah selesai itu, menurut Daniel Dhakidae, persoalannya bagaimana pers bisa menarik garis yang keras antara opini dan fakta; pendapat dan berita; yang benar terjadi dan pendapat redaktur atau siapapun yang dimuat di surat kabar. Pertanyaan yang muncul, pada benar ada bagian yang semata-mata opini dan bagian lain yang seluruhnya fakta? Karenanya, perlu ditarik garis di mana fakta berakhir dan opini dimulai. Untuk membuat *guide line* yang tegas merupakan soal besar yang menyangkut desain, cara *me-manage* dan *planning* ataupun manajemen rubrik (dalam Siahaan, et al., 2001. p.63).

J. Westerstahl pada tahun 1983 mengembangkan kerangka konseptual dasar bagi meneliti dan mengukur objektivitas pemberitaan, yang kemudian dirinci lebih lanjut oleh McQuail. Berikut kerangka objektivitas yang telah dirinci lebih lanjut oleh McQuail (Siahaan, et al., 2001).



Gambar 2.1 : Skema Kerangka Objektivitas

Sumber: Imawan, Teguh., Jacky, M., Purnomo, Tjahjo., & Siahaan, Hotman (2001, p.69)

Objektivitas pemberitaan adalah penyajian berita yang benar, tak berpihak dan berimbang. Indikator yang digunakan adalah dimensi *truth* (yakini tingkatan sejauh mana fakta yang disajikan benar atau bisa diandalkan/reliabel); relevansi (yakni tingkatan sejauh mana relevansi aspek-aspek fakta yang diberitakan dengan standar jurnalistk/*newsworthiness*); dan ketidakberpihakan (*impartiality*)-yakni tingkatan sejauh mana fakta-fakta yang diberitakan bersifat netral dan berimbang.

Menurut Siahaan, et al., (2001, p.100-102), objektivitas pemberitaan diukur dengan indikator-indikator:

**2.1.1.1. Dimensi *truth*:**

- a. Sifat fakta (*factualness*), adalah sifat fakta bahan baku berita, yang terdiri dari dua kategori:
  1. Fakta sosiologis adalah pemberitaan 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.

- 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.

#### **2.1.1.2. Relevansi**

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

- a. *Significance* adalah fakta yang mempengaruhi kehidupan orang banyak atau berakibat terhadap kehidupan khalayak pembaca.
- b. *Prominence* adalah keterkenalan fakta/tokoh.
- c. *Magnitude* adalah besaran fakta yang berkaitan dengan angka-angka yang berarti, atau fakta yang berakibat bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik bagi pembaca.
- d. *Timeliness* adalah fakta yang baru terjadi atau diungkap.
- e. *Proximity* geografis adalah fakta kejadian yang lokasinya dekat dengan tempat tinggal mayoritas khalayak pembaca.
- f. *Proximity* psikologis adalah fakta kejadian yang memiliki kedekatan emosional dengan mayoritas khalayak pembaca.

#### **2.1.1.3. Ketidakberpihakan**

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:
  - 1. Pencampuran opini dengan fakta adalah opini/pendapat pribadi wartawan masuk ke dalam berita yang disajikan.
  - 2. Kesesuaian judul dengan isi adalah kesesuaian substansi judul berita dengan isi/tubuh berita.

3. 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:
1. *Cover both sides* adalah menyajikan dua/lebih gagasan/tokoh atau pihak-pihak yang berlawanan secara bersamaan dan proporsional.
  2. Nilaiimbang (*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. Berita**

### **2.2.1. Definisi Berita dan Pemberitaan Partai Politik**

Kata “berita” berasal dari bahasa Belanda “*bericht (en)*” yang berarti pengumuman (*mededeling*) yang juga berarti memberitahukan, mengumumkan, membuat terkenal, dan menceritakan. Sehingga Suhandang menyimpulkan definisi berita sebagai laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik orang banyak. Sedangkan Departemen Pendidikan RI membakukan istilah “berita” dengan pengertian sebagai laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat (Suhandang, 2004, p.103-104).

Dalam membuat dan menyajikan berita, dikenal jenis berita yang langsung (*to the point*) mengemukakan fakta yang terlibat di dalamnya, dan disebut *straight news*, serta yang tidak langsung dalam arti tambahkan kata-kata berbunga (diplomatis) sehingga fakta yang tampaknya sepele menjadi menarik untuk diminati dan dinikmati, yang disebut *feature news* (Suhandang, 2004).

Partai politik adalah “suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, serta cita-cita yang sama, dan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan melalui kekuasaan itu, melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka” (Budiardjo, 1994, p.199-200).

Berdasarkan definisi partai politik dan berita, peneliti mendefinisikan pemberitaan partai politik sebagai laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat, dimana kejadian atau peristiwa yang dimaksud adalah suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, serta cita-cita yang sama, dan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan melalui kekuasaan itu, melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka.

### **2.2.2. Sifat Berita**

Satu-satunya sifat utama dari berita adalah menarik perhatian orang banyak.

Menarik perhatian karena peristiwanya maupun karena penyajian beritanya. Dengan demikian unsur utama bagi berita yang berharga adalah perhatian umum, suatu hal yang penting untuk menjadi ukuran baik buruknya suatu berita. Fraser Bond mengemukakan ada dua belas masalah yang selalu menjadi perhatian orang banyak dalam kehidupannya sehari-hari. Kedua belas unsur tersebut merupakan unsur-unsur terpenting yang bisa dijadikan daya pikat dari suatu berita (Suhandang, 2004, p.103-104):

- a. Minat pribadi (*self interest*).
- b. Uang
- c. Seks
- d. Pertentangan (*conflict*)
- e. Hal yang luar biasa (*unusual*)
- f. Berjiwa pahlawan atau termashur (*hero worship and fame*)
- g. Kegelisahan (*suspense*)
- h. Kemanusiaan (*human interest*)
- i. Kejadian-kejadian yang mempengaruhi organisasi-organisasi vital
- j. Kontes
- k. Penemuan dan pendapat
- l. Kejahatan

### **2.2.3. Konstruksi Berita**

Keseluruhan naskah berita terdiri atas tiga unsur, yaitu (Suhandang, 2004, p.115):

1. *Headline* (Judul Berita). *Headline* merupakan intisari dari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek, tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitahukan.

Menurut kepentingan berita, dikenal empat jenis *headline*:

- *Banner Headline*, untuk berita yang sangat atau terpenting. *Headline* dimaksud dibuat dengan jenis dan ukuran huruf yang mencerminkan sifat gagah dan kuat, dalam arti hurufnya terbesar dan lebih tebal ketimbang jenis headline lainnya, serta menduduki dari empat kolom surat kabar.
- *Spread Headline*, untuk berita penting. *Headline* dimaksud tampak lebih kecil ketimbang jenis *banner headline* tadi. Maksudnya, besar dan tebal hurufnya kurang dari jenis yang pertama, namun lebih besar daripada *secondary headline*. Tempat yang diperlukannya pun hanya tiga atau empat kolom saja.
- *Secondary Headline*, untuk berita yang kurang penting. *Headline* jenis ini tampak lebih kecil lagi dai *spread headline*, tetapi lebih besar dari *subordinated headline*, baik ukuran maupun ketebalan hurufnya. Demikian pula tempat yang diperlukannya hanya dua kolom saja.
- *Subordinated Headline*, untuk berita yang dianggap tidak penting. Kehadirannya kadang-kadang dibutuhkan untuk menutup tempat kosong pada halaman yang bersangkutan. Kosong dalam arti sisa tempat pada halaman yang memuat berita-berita lain yang dianggap kurang penting sampai dengan yang terpenting. Karena itu tempatnya pun cukup satu kolom saja dengan ukuran huruf dan ketebalannya lebih rendah ketimbang jenis lainnya.

Didasarkan pada keserasian baris (*deck*), kita mengenal enam bentuk *headline* masing-masing:

- *Cross Line Headline*, yaitu *headline* yang terdiri dari satu *deck*.
- *Pyramide Headline*, yaitu *headline* yang lebih dari satu *deck* dan disusun seperti piramid.

- *Inverted Pyramide Headline*, yaitu *headline* yang terdiri dari beberapa *deck* dan disusun sedemikian rupa membentuk piramid terbalik.
- *Flush Left Headline*, yaitu *headline* yang terdiri dari beberapa *deck* dan disusun dengan tepi sebelah kirinya rata.
- *Flush Right Headline*, kebalikan dari *flush left headline*, yaitu *headline* yang terdiri dari beberapa *deck* dan disusun dengan tepi sebelah kanannya rata.
- *Hanging Indention Headline*, yaitu *headline* yang terdiri dari tiga *deck* atau lebih dimana *deck* pertama merupakan *deck* terpanjang dan *deck-deck* berikutnya sama panjang namun lebih pendek daripada *deck* pertama serta disusun seolah-olah menggantung pada *deck* pertama.

Dari segi tipografinya kita mengenal *headline* dalam tujuh macam, yaitu:

- *Red In Headline* atau disebut juga *Astonisher Headline*, yaitu *headline* yang diberi garis bawah.
  - *Rocket Headline*, yaitu *headline* yang dicetak lebih kecil dan pendek serta ditempatkan di bawah atau di atas *headline* yang besar dan panjang.
  - *Contrast Headline*, yaitu *headline* yang menggunakan jenis dan ukuran huruf yang berbeda diantara baris (*deck*)-nya.
  - *Big Part Mental Headline*, yaitu *headline* yang diberi bingkai penuh.
  - *Modified Boxed Headline*, yaitu *headline* yang diberi bingkai tidak penuh.
  - *Jump Headline*, yaitu *headline* yang dipergunakan sebagai judul dari sambungan berita yang ditempatkan di halaman lain. Biasanya cukup dengan kata awal dari judul aslinya.
2. *Lead* (teras berita). *Lead* merupakan sari dari berita. *Lead* merupakan laporan singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkan. *Lead* disusun sedemikian rupa sehingga bisa menjawab pertanyaan dari pembaca, yaitu pertanyaan yang dirumuskan sebagai 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, dan How*).

Didasarkan pada penekanan atau penonjolan salah satu unsur 5W+1H, *lead* dapat disusun menjadi enam bentuk, yaitu:

- *What Lead*. Yaitu *lead* yang menekankan mengenai macam atau bentuk kejadiannya. *Lead* demikian selalu dimulai dengan jawaban terhadap pertanyaan *What* dari peristiwa yang diberitakan.
- *Who Lead*, apabila yang dijadikan pokok pembicaraan dalam uraian *lead* atau beritanya adalah orang-orang yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakannya. Maka tuturan *lead*-nya dimulai dengan nama orang atau kata ganti orang, atau nama lembaga.
- *When Lead*, yaitu *lead* yang disusun untuk menonjolkan waktu di mana peristiwa yang diberitakan itu terjadi. Dan penuturannya diawali dengan informasi tentang saat-saat peristiwa itu terjadi.
- *When Lead* ialah *lead* yang menonjolkan tempat dimana peristiwa yang diberitakan itu terjadi. Seterusnya diikuti oleh informasi lain yang bisa menjawab pertanyaan unsur-unsur 5W+1H lainnya.
- *Why Lead*, lebih mementingkan sebab terjadinya peristiwa yang diberitakan. *Lead* ini mengawali tuturannya dengan mengemukakan jawaban atas pertanyaan “mengapa peristiwa itu terjadi?” Setelah itu baru informasi lainnya melengkapi keterangan yang dituntut oleh unsur-unsur 5W+1H lainnya.
- *How Lead*, adalah *lead* yang diawali dengan menjelaskan bagaimana peristiwa yang diberitakan terjadi. *Lead* ini lebih menonjolkan berlangsungnya dan kelanjutan dari peristiwa daripada menjawab unsur 5W+1H lainnya.

Didasarkan pada stilistika (gaya bahasa) penyusunan, Bond membedakan *lead* menjadi delapan bentuk:

- *The Digest Lead*, yaitu *lead* yang disusun dengan mengutarakan semua fakta terpenting secara ringkas dan sederhana. *Lead* ini tampil dengan konstruksi dan bentuk tuturan yang paling mendasar serta variasinya sangat sederhana. Segala sesuatunya dikemukakan secara ringkas dalam kalimat sederhana.
- *The Direct Appeal Lead*. Bentuk *lead* ini meniru gaya surat pribadi dalam menarik perhatian publiknya. Dialamatkan langsung kepada pembaca atau pendengarnya dengan menggunakan kata “Anda” sehingga bisa

merangsang pembaca atau pendengar untuk meminati informasi berikutnya.

- *The Circumstantial Lead.* *Lead* ini diawali dengan gambaran kondisi lain yang ada hubungannya dengan peristiwa yang diberitakan. Biasanya gaya demikian digunakan apabila peristiwanya bersifat *human interest*.
- *The Statement Lead* atau *The Quotation Lead.* Jenis *lead* ini beranjak dari suatu pemberitahuan yang selalu memakai tanda kutip (kalimat langsung) atau tidak menggunakan tanda kutip (kalimat tidak langsung). Terutama dalam memberitakan tentang pidato, ringkasan-ringkasan, atau slogan yang selalu diberi bingkai (*box*) sebagai intisari dari pernyataan-pernyataan yang dilontarkan pembicaranya. Apabila dilengkapi dengan jawaban terhadap pertanyaan unsur 5W+1H lainnya, *lead* dimaksud akan sama dengan *the digest lead*.
- *The Descriptive Lead.* Bentuk ini dimulai dengan menampilkan suatu lukisan atau pemandangan. Memaparkan cerita yang hidup dengan menyajikan sebagian atau lebih banyak rincian para pelaku utamanya. Dengan kata lain, *lead* ini dapat melukiskan suatu pemandangan atau menggambarkan keadaan beberapa orang yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakan.
- *The Suspended Interest Lead.* Jenis *lead* ini memberikan cukup informasi yang menarik dan merangsang pembaca untuk meminatinya, sekalipun penuturannya tidak berlebihan. Biasanya *lead* ini menuntut penuturan *body*-nya secara kronologis, sehingga pembaca dirangsang untuk membacanya sampai habis dan memperoleh klimaks dari tuturan peristiwa yang diberitakan.
- *The Tabulated Lead.* Sesuai dengan istilahnya, semua informasi dalam *lead* dimaksud diutarakan dengan mentabulasikannya. Tiap informasinya yang menarik memiliki nilai kepentingan yang sama. Karenanya, penyusunannya dikembangkan dalam bentuk daftar atau tabel dari masing-masing masalah yang tampak dalam peristiwa yang diberitakan.
- *The Various "Stunt" Lead.* *Lead* macam ini menuturkan konklusi peristiwa yang diberitakan dengan gambaran lain yang "menakjubkan"

dan “aneh”. Untuk mengetahui peristiwa yang sebenarnya, pembaca harus mengikuti cerita *body*-nya secara kronologis dan rinci.

Berdasarkan jenis kata atau kalimat yang mengawali, *lead* dibedakan menjadi delapan, yaitu (Suhandang, 2004, p.130):

- *Conjunction Lead* (lead kata sambung), yaitu lead yang dimulai dengan kata sambung, seperti “dengan”, “ketika”, dan sejenisnya.
- *Intuitive Lead* (lead intuitif), yaitu lead yang diawali dengan kata: “untuk”, “demi”, “guna”, “bagi”, dan lain sebagainya.
- *Condition Lead* (lead bersyarat), yaitu lead yang diawali dengan kata: “apabila”, “seandainya”, “kalau”, “karena”, dan lain sebagainya.
- *Substantive Lead* (lead kata ganti), yaitu *lead* yang dimulai dengan kata ganti.
- *Question Lead* (lead bertanya), yaitu *lead* yang diawali dengan kata atau kalimat Tanya dan diikuti dengan jawabannya.
- *Astonisher Lead* (lead kejutan), yaitu *lead* yang dimulai dengan kata atau kalimat yang mengejutkan (*surprise*).
- *Name Lead* (lead nama), yaitu *lead* yang diawali dengan nama tokoh yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakan. *Lead* ini sama dengan *who lead*. Hanya saja, *name lead* harus selalu dengan nama orang, sedangkan *who lead* bisa dikemukakan jabatan atau status orang yang terlibat itu. Bahkan bisa juga berupa nama benda.
- *Catridge Lead* (lead tegang), yaitu *lead* yang dimulai dengan kata atau kalimat yang menegangkan atau menggelisahkan.

### 3. *Body* (kelengkapan atau penjelasan berita)

Pada bagian ini semua keterangan secara rinci dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan pada *lead*. Rincian keterangan atau penjelasan yang dimaksud adalah hal-hal yang belum terungkap pada *lead*-nya. Keterangan-keterangan itu disajikan dalam bentuk uraian cerita dengan menggunakan gaya penyajian yang bisa memikat para pembaca maupun pendengar atau penontonnya. Dikenal ada empat cara penyajian *body* berita (Suhandang, 2004, p.131-138):

- Berbentuk Piramid. *Body* berita dimaksud disusun dalam bentuk untaian cerita yang dimulai dengan hal-hal yang kurang penting, kemudian meningkat kepada hal-hal yang penting, dan diakhiri dengan hal yang terpenting atau klimaks dari peristiwa yang diberitakan.
- Berbentuk Kronologis. Seluruh naskah *body* ini diawali oleh paparan dari permulaan peristiwanya, dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan jalannya peristiwa itu. Umumnya *body* berita itu disuguhkan untuk memberitahukan bentuk *action news* atau *reportase* dari suatu peristiwa.
- Berbentuk Piramid Terbalik (*Inverted Pyramide*). Bentuk *body* berita ini dibangun dengan mendahulukan hal yang sangat penting (klimaks) dari peristiwanya. Selanjutnya diikuti oleh hal-hal yang penting, dan diakhiri oleh hal-hal yang kurang atau tidak penting. Dengan demikian apabila tempat atau waktu penyajian tidak memungkinkan, maka hal-hal yang kurang atau tidak penting bisa dibuang.
- Berbentuk Block Paragraph. Dalam bentuk *body* berita ini semua bagian dari peristiwa yang diberitakan dianggap sama penting. Jadi tidak diurut berdasarkan derajat kepentingan maupun kronologisnya, melainkan didasarkan pada apa yang teringat pada benak penulis, atau sesuai dengan keterkaitan masalah berikutnya dengan masalah sebelumnya. Masing-masing masalah dikemukakan dalam satu alinea tersendiri, sehingga tampak masing-masing alinea tidak ada hubungannya dengan alinea yang lain.

### 2.3. Sistem Politik Indonesia

Secara Etimologis, Sistem Politik Indonesia berasal dari tiga kata, yaitu sistem, politik, dan Indonesia. *Sistem* berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*systema*”. *Systema* menurut Shrode dan Voich (1974) adalah suatu keseluruhan yang tersusun dari sekian banyak bagian. Campbell juga mengemukakan definisi sistem, yaitu himpunan komponen atau bagian yang saling berkaitan yang bersama-sama berfungsi untuk mencapai sesuatu tujuan. Sedangkan Awad mendefinisikan “sistem” sebagai himpunan komponen atau subsistem yang

terorganisasikan dan berkaitan sesuai dengan rencana untuk mencapai sesuatu tujuan tertentu (Rahman, 2007).

Elias M. Awad menyebutkan cirri-ciri sistem meliputi (Rahman, 2007, p.4):

- Terbuka
- Terdiri dari dua atau lebih subsistem
- Saling Ketergantungan
- Kemampuan menyesuaikan diri dengan lingkungannya
- Kemampuan untuk mengatur diri sendiri
- Tujuan dan sasaran

Sedangkan politik berasal dari kata “polis” yang berarti negara dan “Taia” berarti urusan. Secara Etimologis, Sistem Politik adalah suatu keseluruhan yang tersusun dari sekian banyak bagian yang berkaitan dengan urusan negara. Menurut G.A. Almond dan G.B. Powell adalah sebagai usaha untuk mengadakan pencarian kearah: ruang lingkup yang lebih luas, realisme, persisi, ketertiban dalam teori politik agar hubungan yang terputus antara *comparative government* dengan *political theory* dapat ditata kembali (Rahman, 2007).

Sistem politik memiliki unsur-unsur, yaitu (Rahman, 2007, p.6):

- Kumpulan elemen/unsur
- Saling terkait
- Urusan negara
- Bekerjasama
- Tujuan bersama

Sistem politik Indonesia adalah “sistem politik yang berlaku di Indonesia. Sistem politik Indonesia merupakan sistem politik yang dianut oleh Indonesia yang berdasarkan nilai budaya Indonesia yang bersifat turun temurun dan juga bisa diadopsi dari nilai budaya asing yang positif bagi pembangunan sistem politik Indonesia” (Rahman, 2007, p.9).

### **2.3.1. Partai Politik**

Berdasarkan buku *Political Party : The Party as Part*, Giovanni Sartori menyebutkan bahwa partai politik berasal dari bahasa Latin *partire* yang berarti

memisahkan. Bahkan *'partire'* belum masuk dalam kosa kata ilmu politik hingga abad 17, oleh sebab konotasinya disamakan dengan sekte yang juga berasal dari bahasa Latin *secare* yang pelayan, memotong dan memisahkan. Sementara dalam bahasa Inggris, Jerman, Itali, Spanyol dan Perancis dapat ditelusuri bahwa jejak kata tersebut berakar dari *'part'* (*parteger* – Perancis dan *partaking* – Inggris). Olehnya itu sejak awal partai itu memiliki dua makna yakni memisahkan dan bersekutu untuk mengambil bagian atau *'sharing'*. Namun dalam perkembangan selanjutnya makna kedua inilah yang lebih banyak digunakan (Priowidodo, 2008).

Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu kelompok terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, serta cita-cita yang sama, dan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh kekuasaan politik dan melalui kekuasaan itu, melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka. Sigmund Neumann dalam *Modern Political Parties* memberikan definisi partai politik, yaitu organisasi artikulatif yang terdiri dari pelaku-pelaku politik yang aktif dalam masyarakat, yaitu mereka yang memusatkan perhatiannya pada menguasai kekuasaan pemerintahan dan yang bersaing untuk memperoleh dukungan rakyat, dengan beberapa kelompok lain yang mempunyai pandangan berbeda. Dengan demikian partai politik merupakan perantara yang besar yang menghubungkan kekuatan-kekuatan dan ideologi sosial dengan lembaga-lembaga pemerintahan yang resmi dan yang mengkaitkannya dengan aksi politik di dalam masyarakat politik yang lebih luas (Budiardjo, 1994).

Ada empat fungsi partai politik, yaitu (Budiardjo, 1994, p.199-200):

- Sarana komunikasi politik. Arus informasi dalam suatu negara bersifat dua arah, artinya berjalan dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Kedudukan partai dalam arus ini adalah sebagai jembatan antara “mereka yang memerintah” (*the rulers*) dengan “mereka yang diperintah” (*the ruled*)
- Sarana sosialisasi politik. Sosialisasi politik adalah proses di mana seseorang memperoleh pandangan, orientasi dan nilai-nilai dari masyarakat di mana dia berada; proses situ juga mencakup proses dimana masyarakat mewariskan norma-norma dan nilai-nilai dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Proses sosialisasi politik sudah mulai dari masa kecil dan diselenggarakan melalui

berbagai lembaga dan kegiatan, seperti pendidikan formal dan informal, media masa seperti radio, televisi, dan partai politik. Melalui kursus-kursus pendidikan partai menanamkan nilai-nilai ideologi dan loyalitas kepada negara dan partai.

- Sarana rekrutmen politik. Rekrutmen politik adalah proses melalui mana partai mencari anggota baru dan mengajak orang yang berbakat untuk berpartisipasi dalam proses politik. Dengan didirikannya organisasi-organisasi massa yang melibatkan golongan-golongan buruh, petani, pemuda, mahasiswa, wanita dan sebagainya, kesempatan untuk berpartisipasi diperluas. Rekrutmen politik menjamin kontinuitas dan kelestarian partai, sekaligus merupakan salah satu cara untuk menyeleksi calon-calon pemimpin.
- Sarana pengatur konflik (*conflict management*). Dalam negara demokratis yang masyarakatnya bersifat terbuka, adanya perbedaan dan persaingan pendapat sudah merupakan hal yang wajar. Akan tetapi dalam masyarakat yang heterogen sifatnya, maka perbedaan pendapat ini – apakah ia berdasarkan perbedaan etnis, status sosial-ekonomi atau agama-mudah sekali mengundang konflik. Pertikaian-pertikaian semacam ini dapat diatasi dengan bantuan partai politik; sekurang-kurangnya dapat diatur sedemikian rupa, sehingga akibat-akibat negatifnya seminimal mungkin.

### **2.3.2. Struktur Partai Politik**

Menurut Syarbaini, partai politik dibedakan atas partai kader dan partai massa (Rahardiansah, 2008, p.242):

- Partai Kader. Partai Kader disebut juga elit atau tradisional, yang dalam prakteknya dapat dibedakan menjadi dua, yakni tipe Eropa dan Amerika. Tipe Eropa bertujuan untuk mendapatkan anggota sebanyak mungkin, tetapi mereka lebih menekankan pada dukungan dari orang-orang terkemuka, lebih memperhatikan kualitas daripada kuantitas. Orang terkemuka itu dikelompokkan menjadi suatu “komite”. Sedangkan tipe Amerika menekankan pada usaha menjaring tokoh partai yang loyal.
- Partai Massa. Partai Masa merupakan teknik mengorganisasi partai yang sering dilakukan oleh gerakan sosialis, yang dalam perkembangannya

kemudian diambil oleh partai komunis dan sebagian partai politik di negara-negara berkembang. Dalam prakteknya, piranti massa dapat dibedakan dengan: (a) tipe sosialis, yang berorientasi kepada kaum buruh, (b) tipe partai komunis, yang di organisasi secara otoriter dan terpusat, dan lebih menggambarkan sentralisasi daripada demokrasi, (c) tipe partai fasis, yang menggunakan teknik militer untuk mengorganisasi politik massa.

- Tipe Partai Tengah. Tipe partai Tengah merupakan partai yang menggunakan organisasi massa sebagai alat dukungan partai. Fungsi-fungsi partai politik, baik dalam negara demokrasi ataupun dalam negara otoriter, adalah melaksanakan fungsi sebagai sosialisasi politik, pemandu kepentingan, komunikasi politik, pengendalian konflik, control politik dan sebagainya.

### **2.3.3. Sistem Pemilu**

Menurut UU RI Nomor 10 Tahun 2008, Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemilihan Umum disebut juga dengan “Political Market” (Dr. Indria Samego).

Artinya bahwa pemilihan umum adalah pasar politik tempat individu/masyarakat berinteraksi untuk melakukan kontrak sosial (perjanjian masyarakat) antara peserta pemilihan umum (partai politik) dengan pemilih (rakyat) yang memiliki hak pilih setelah terlebih dahulu melakukan serangkaian aktivitas politik yang meliputi kampanye, propaganda, iklan politik melalui media massa cetak, audia (Radio) maupun audio visual (televisi) serta media lainnya seperti, spanduk, pamflet, selebaran bahkan komunikasi antar pribadi yang berbentuk *face to face* (tatap muka) atau lobby yang berisi penyampaian pesan mengenai program, platform, asas, ideologi serta janji-janji politik lainnya guna meyakinkan pemilih sehingga pada pencoblosan dapat menentukan pilihannya terhadap salah satu partai politik yang menjadi peserta pemilihan umum untuk mewakilinya dalam badan legislatif maupun eksekutif (Rahman, 2007, p.147).

Sistem Pemilihan Umum di Indonesia sejak pemilu pertama (1) tahun 1955 sampai dengan pemilu yang kesepuluh (10) tahun 2004, Indonesia telah menggunakan lima (5) macam sistem pemilu, yaitu (Rahman, 2007, p.153):

- Pada Pemilu pertama tahun 1955, Indonesia menggunakan sistem Proporsional yang tidak murni.
- Pada Pemilu kedua tahun 1971, Indonesia menggunakan Sistem Perwakilan Berimbang dengan Stesel Daftar.
- Pada Pemilu ketiga tahun 1977, sampai dengan pemilu kedelapan tahun 1997, Indonesia menggunakan Sistem Proporsional.
- Pada Pemilu sembilan tahun 1999, Indonesia menggunakan Sistem Proporsional berdasarkan Stesel Daftar.
- Pada Pemilu kesepuluh tahun 2004, Indonesia menggunakan Sistem Perwakilan Proporsional.
- Pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden tahun 2004, Indonesia menggunakan Sistem Distrik Berwakil Banyak.

## **2.4. Analisis Isi**

### **2.4.1. Definisi Analisis Isi**

Ada beberapa definisi analisa isi. Walizer dan Wienir (1978) mengartikan analisa isi sebagai sebuah prosedur sistematis yang digunakan untuk meneliti isi dari sebuah informasi, dimana informasi tersebut telah disimpan. Sedangkan Neuman (2005, p.322) mendefinisikan analisa isi sebagai teknik untuk mengumpulkan dan menganalisa isi teks. Isi dari teks bisa berupa kata-kata, pengertian, gambar, simbol, ide, tema, atau pesan yang bisa dikomunikasikan. Dan teks bisa berupa tulisan, gambar, surat kabar, film, atau apapun yang bisa menjadi media komunikasi.

Menurut Kerlinger (1973), analisa isi adalah suatu metode untuk mengamati dan mengukur isi komunikasi. Sedangkan menurut Stempel (1981, p.119) menguraikan analisa isi sebagai sistem formal untuk melakukan sesuatu yang dilakukan oleh kita semua secara informal tetapi tidak sering-sering, menarik kesimpulan-kesimpulan dari pengamatan-pengamatan isi. Analisa isi telah sering dipakai untuk mengkaji pesan-pesan media.

Oleh karena metode ini adalah suatu cara untuk menguji isi secara kuantitatif, keyakinan-keyakinan dan kepentingan-kepentingan para editor dan penerbit-penerbit, kecenderungan para pembaca (berdasarkan asumsi bahwa bahan-bahan yang diterbitkan secara berhasil bagi sesuatu golongan tertentu, mencerminkan secara akurat kecenderungan golongan yang bersangkutan), dan pola-pola kebudayaan dari bangsa-bangsa seutuhnya, bahkan telah dipelajari dengan menggunakan teknik penelitian analisa isi (Berelson, 1952, p.27).

Pada tahun 1965, Jannis mengajukan klasifikasi analisis isi sebagai berikut (Krippendorf, 2004) :

1. Analisis isi pragmatis – prosedur yang mengklasifikasikan tanda menurut sebab atau akibatnya yang mungkin. Misalnya, perhitungan berapa kali suatu kata diucapkan, yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap Negara Jerman pada audiens tertentu.
2. Analisis isi semantik – prosedur yang mengklasifikasikan tanda menurut maknanya (misalnya, perhitungan berapa kali Negara Jerman dijadikan referensi, tidak jadi masalah kata apa yang digunakan untuk menunjukkan referensi itu).
  - a. Analisis penunjukan (*designation*) – menggambarkan frekuensi seberapa sering objek tertentu (orang, benda, kelompok atau konsep) dirujuk. Analisis ini secara kasar disebut analisis pokok bahasan (*subject-matter*) (misalnya, referensi kepada kebijaksanaan luar negeri Jerman).
  - b. Analisis penafsiran (*attributions*) – menggambarkan frekuensi seberapa sering karakterisasi tertentu dirujuk (misalnya, referensi kepada ketidakjujuran).
  - c. Analisis pernyataan (*assertions*) – menggambarkan frekuensi seberapa sering obyek tertentu dikarakterisasikan secara khusus. Analisis ini secara kasar disebut analisis tematik. (misalnya, referensi kepada kebijakan luar negeri Jerman sebagai kebijaksanaan tidak jujur).
3. Analisis sarana tanda (*sign-vehicle*) – prosedur yang mengklasifikasikan isi menurut sifat psiko-fisik dari tanda (misalnya, perhitungan berapa kali kata “Negara Jerman” muncul).

#### **2.4.2. Prinsip Analisis Isi**

Analisis isi memiliki beberapa prinsip dalam penerapannya. Rachmat Kriyantono (2006, p.229) menjelaskannya sebagai berikut:

- a. Prinsip sistematis. Ada perlakuan prosedur yang sama pada semua isi yang dianalisis. Peneliti harus menganalisis keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diteliti.
- b. 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.
- c. Prinsip kuantitatif. Mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk menggambarkan berbagai jenis isi yang didefinisikan.
- d. Prinsip isi yang nyata. Hasil penelitian adalah pesan yang tersurat atau tampak, bukan makna yang dirasakan peneliti.

#### **2.4.3. Tujuan Analisis isi**

Tujuan analisis isi yang dikemukakan Wimmer & Dominick (2003, p.141-143) 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.

## 2.5. Nisbah Antar Konsep

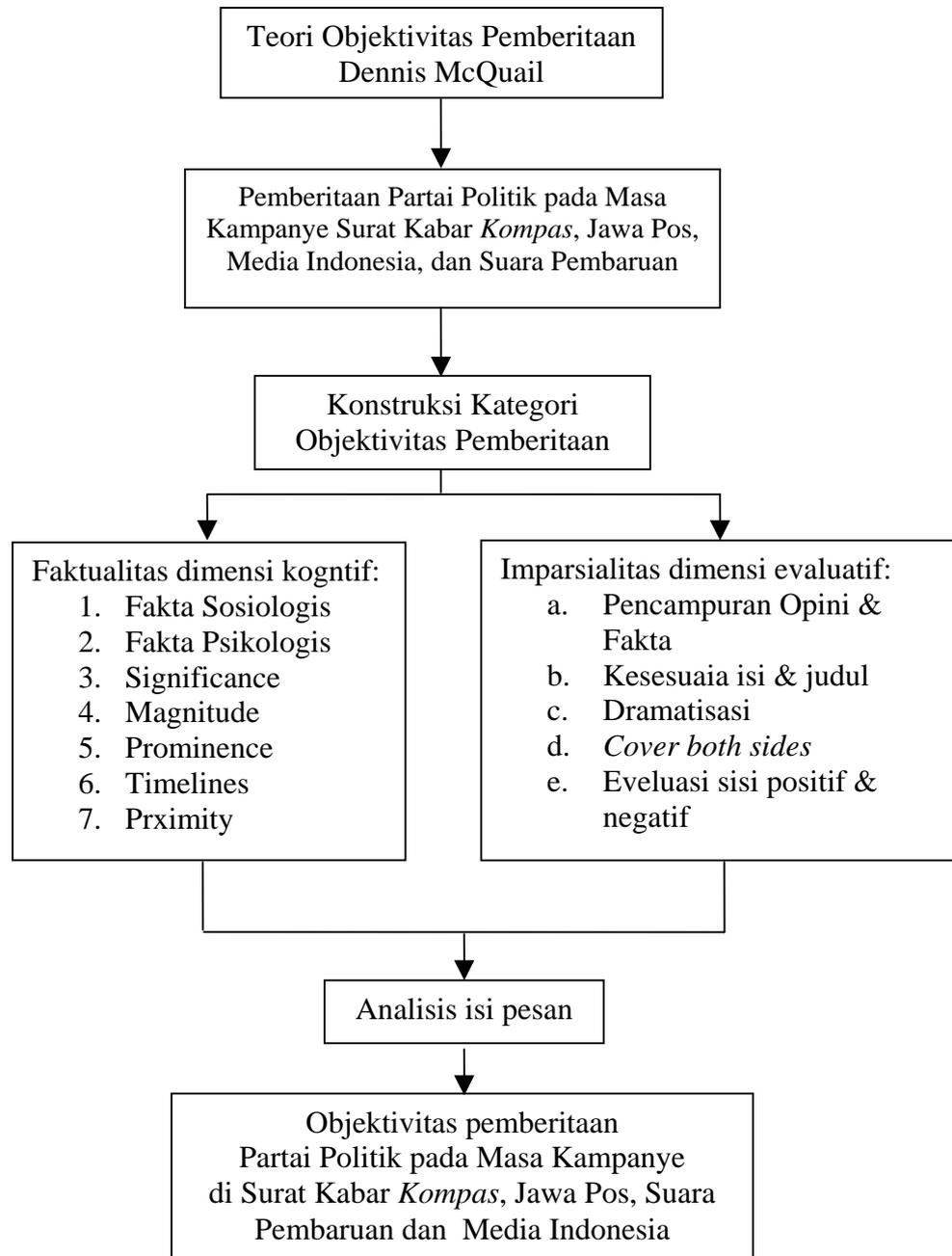
Media berfungsi untuk menjembatani antara komunikator dan komunikan dalam penyebaran informasi. Begitu juga media massa, berfungsi menyebarkan informasi dari satu tempat ke seluruh komunikan atau masyarakat yang tersebar di banyak tempat. Salah satu cara media massa menyebarkan atau menyampaikan informasi kepada masyarakat luas adalah melalui pemberitaan.

Ada dua jenis berita, yaitu *straight news* dan *feature news*. *Straight news* merupakan jenis berita yang langsung pada inti peristiwa yang diberitakan, dan menggunakan bahasa yang singkat (tidak bertele-tele). Sedangkan *feature news* merupakan jenis berita yang ditulis menggunakan bahasa yang berbunga. Hal ini membuat fakta dalam berita tersebut menjadi kabur dan mengundang emosi pembaca.

Sebuah peristiwa bisa ditulis dengan gaya bahasa *straight* dan *feature*, begitu pula peristiwa-peristiwa kampanye partai-partai politik dalam menyambut Pemilu Legislatif yang jatuh pada 9 April 2009. Seluruh media massa, cetak maupun elektronik, berusaha menyajikan pemberitaan berbagai sisi dari partai politik maupun dari sisi kampanye. Pada media cetak surat kabar, pemberitaan awal-awal masa kampanye lebih banyak difokuskan kepada partai-partai besar, seperti Golkar, PDIP, PPP, PKS, PKB, PAN, dan PD.

Dalam membuat atau menyajikan berita terdapat berbagai macam hal dan kepentingan di dalam media massa itu sendiri yang menyebabkan sebuah berita tidak objektif. Teori objektivitas McQuail akan dipakai dalam penelitian ini. Teori objektivitas tersebut memiliki kontruksi kategori, yaitu fakta sosiologis, fakta psikologis, *check* dan *recheck*, *significance*, *magnitude*, *prominence*, *timelines*, *proximity*, pencampuran fakta dan opini, kesesuaian judul dan isi, dramatisasi, *cover both sides*, dan evaluasi sisi negatif dan positif.

## 2.6. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 : Skema Kerangka Berpikir