

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti memilih tiga penelitian terdahulu agar dapat diyakini bahwa penelitian yang peneliti lakukan tidaklah *plagiarism* dan juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk membantu dalam pembuatan penelitian ini.

2.1.1 Penelitian Aniken Putri Hasibuan dengan judul “Unsur Objektivitas Pada Pemberitaan Musibah Kutai Kartanegara” 2012, Universitas Islam Bandung

Penelitian sejenis pertama yang digunakan oleh peneliti sebagai tinjauan pustaka ialah “Unsur Objektivitas Pada Pemberitaan Musibah Kutai Kartanegara” (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Musibah Jatuhnya Jembatan *Kutai Kartanegara* Kalimantan Timur di HU Kompas Edisi 28 November 2011- 2 Januari 2012) karya dari Aniken Putri Hasibuan, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik Universitas Islam Bandung, yang dibuat pada tahun 2012.

Berawal dari Peneliti yang berasal dari Kalimantan ini tertarik meneliti berita runtuhnya jembatan kutai kartanegara kalimantan timur di kompas. Sehingga peneliti ingin meneliti berita ini dari unsur objektivitas di harian umum Kompas. Objektivitas berita ditinjau dari unsur :

- (1) Bagaimana unsur faktualitas isi berita mengenai Musibah Jatuhnya Jembatan Kutai Kartanegara Kalimantan Timur di Harian Umum Kompas,

(2) Bagaimana unsur kemampuan dicek kembali (*checkability*) isi berita mengenai Musibah Jatuhnya Jembatan Kutai Kartanegara Kalimantan Timur di Harian Umum Kompas,

(3) Bagaimana unsur kedalaman (*depth*) isi berita mengenai Musibah Jatuhnya Jembatan Kutai Kartanegara Kalimantan Timur di Harian Umum Kompas,

(4) Bagaimana unsur keterangan saksi mata (*eye witness-comparisons*) isi berita mengenai Musibah Jatuhnya Jembatan Kutai Kartanegara Kalimantan Timur di Harian Umum Kompas,

(5) Bagaimana unsur penempatan berita (*relevance-relative priority*) pada pemberitaan mengenai Musibah Jatuhnya Jembatan Kutai Kartanegara Kalimantan Timur di Harian Umum Kompas.

Metode yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis isi. Peneliti menggunakan enam berita sebagai objek penelitian. Sampel dipilih dengan teknik sampel *purposive*. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, berita mengenai “musibah Kutai Kartanegara” di Harian Umum Kompas telah memenuhi kelima unsur objektivitas yang diteliti. Data yang diperoleh peneliti dapat dianalisis secara deskriptif.

2.1.2 Penelitian Rosa De Lima Rima Christofania dengan judul “Objektivitas Berita Bias Gender Dalam Media *Online*” 2014, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Sub bab pada penelitian ini adalah “*Analisis Isi Kuantitatif Objektivitas Berita Kecelakaan Novi Amilia dalam Portal Berita Detik.com Periode 11*

Oktober – 11 November 2012.” Dalam Penelitian ini, peneliti mencoba membahas bagaimana objektivitas berita diterapkan dalam pemberitaan kecelakaan Novi Amilia di Detik.com, di mana Detik.com menggunakan kata ‘sopir bikini’ untuk julukan lain bagi Novi.

Objektivitas adalah cara untuk melihat bagaimana kualitas pemberitaan sebuah media. Penelitian ini mencoba mengaitkan objektivitas tersebut dengan bias gender, mengingat adanya kekerasan bahasa yang dilakukan oleh Detik.com melalui julukan yang diberikan kepada Novi tersebut.

Media yang digunakan adalah media *online* untuk membuktikan apakah kaidah jurnalistik sudah diterapkan dalam Detik.com yang merupakan situs berita 22 paling populer di Indonesia. Rentang waktu dalam penelitian adalah selama 11 Oktober – 11 November 2012, mulai dari kecelakaan terjadi sampai akhirnya peristiwa tersebut dibawa ke ranah pengadilan. Pada akhirnya, Detik.com tidak memenuhi nilai objektivitas dan beritanya terbukti mengandung bias gender. Dari 11 sub unit analisis yang digunakan, tidak ada yang memenuhi kriteria 100%.

Jika dilihat dari Kaidah jurnalistik seperti keakuratan dan kelengkapan berita tidak terpenuhi. Netralitas berita juga minim karena masih ditemui pencampuran fakta dan opini wartawan, pelabelan, serta kekerasan bahasa berupa fetisisme seksual dalam berita. Secara keseluruhan, berita yang ditulis juga tidak seimbang karena hanya mengakomodasi pendapat satu pihak saja.

2.1.3 Penelitian Muhamad Aprizal Ramadhan dengan judul “Objektivitas Pemberitaan Final Liga Champions Pada Media *Online* Kompas.Com” 2012, Universitas Islam Bandung

Penelitian sejenis yang ketiga adalah tentang “Objektivitas Pemberitaan Final Liga Champions Pada Media *Online* Kompas.Com” (Studi Analisis Isi Deskriptif Mengenai Pemberitaan Olahraga Sepak Bola antara Kesebelasan Chelsea vs Bayern Munchen) karya dari Muhammad Aprizal Ramadhan, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Jurnalistik Universitas Islam Bandung, yang dibuat pada tahun 2012.

Objektivitas berita ditinjau dari unsur,

- (1) Bagaimana objektivitas pemberitaan final liga *Champions* di media *online* Kompas.com pada unsur kebenaran?,
- (2) Bagaimana objektivitas pemberitaan final liga *Champions* di media *online* Kompas.com pada unsur relevansi?,
- (3) Bagaimana objektivitas pemberitaan final liga *Champions* di media *online* Kompas.com pada unsur keseimbangan?,
- (4) Bagaimana objektivitas pemberitaan final liga *Champions* di media *online* Kompas.com pada unsur netralitas?

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat. Teknik penelitiannya menggunakan analisis isi, digunakan untuk menggambarkan isi komunikasi yang nyata secara objektif, sistematis, dan kuantitatif dalam hal ini terhadap penulisan

berita. Populasi pada penelitian ini adalah berita yang berhubungan dengan final liga *Champions* antara kesebelasan Chelsea vs Bayern Munchen pada media *online* Kompas.com sebanyak 8 berita.

Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel total (*total sampling*), yakni mengambil jumlah keseluruhan dari populasi yang ada. Berdasarkan hasil uji reabilitas terungkap bahwa berita final liga *Champions* di media *online* Kompas.com sudah memenuhi unsur unsur objektivitas yang diteliti.

Di bawah ini merupakan tabel penelitian terdahulu yang sudah dirangkum berdasarkan penjelasan yang sudah peneliti sampaikan diatas :

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Pertama

Peneliti	Hadrus Salam	Aniken Putri Hasibuan Universitas Islam Bandung
Judul Penelitian	Objektivitas media <i>online</i> republika.co.id dalam pemberitaan kasus penolakan ahok sebagai gubernur DKI Jakarta (studi analisis deskriptif kuantitatif mengenai objektivitas pemberitaan Media Republika.co.id dalam Kasus Penolakan Ahok Sebagai Gubernur edisi bulan september 2014 - desember 2014).	Unsur Objektivitas Pada Pemberitaan “Musibah Kutai Kartanegara” (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Musibah Jatuhnya Jembatan Kutai Kartanegara Kalimantan Timur di HU Kompas Edisi 28 November 2011 – 2 Januari 2012)
Metode Penelitian Yang Digunakan	Kuantitatif – Analisis Isi	Kuantitatif – Analisis Isi
Teori Yang Digunakan	Teori objektivitas menurut Westerthäl.	Teori objektivitas yang memiliki lima unsur, yakni: faktualitas, Kemampuan untuk dicek kembali, kedalaman isi berita, keberadaan

		saksi mata, dan penempatan berita.
Persamaan Penelitian :	Metode penelitian yang digunakan dalam kedua penelitian ini adalah kuantitatif-analisis isi. • Teori penelitian yang digunakan dalam kedua penelitian ini adalah teori objektivitas, akan tetapi memiliki kategori-kategori yang berbeda.	
Perbedaan Penelitian :	Fokus penelitian dalam kedua penelitian di atas berbeda. Di mana yang satu memfokuskan penelitiannya pada berita “penolakan ahok sebagai gubernur” sedangkan yang satunya mengenai pemberitaan “musibah Kutai Kartanegara” • Objek penelitian dalam kedua penelitian memang berbeda. Penelitian yang peneliti buat adalah media <i>online</i> yaitu republika.co.id.sedangkan penelitian yang telah Aniken lakukan menggunakan objek media cetak yaitu HU Kompas.	
Hasil penelitian :	Aniken : Hasil penelitian HU Kompas telah menerapkan unsur faktualitas, kemampuan untuk dicek kembali, kedalam isi berita, keberadaan keterangan saksi mata, dan penempatan berita ke dalam pemberitaanya. Hadrus : media online Republika.co.id telah memenuhi unsur objektivitas mencakup aspek kebenaran berita, relevansi berita dan netralitas berita serta sudah menjalankan prinsip jurnalistik dan jurnalistik islami.	

Tabel 2.2

Perbandingan Penelitian Kedua

Peneliti	Hadrus salam	Rosa De Lima Rima Christofania Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Judul penelitian	Objektivitas media <i>online</i> republika.co.id dalam pemberitaan kasus penolakan ahok sebagai gubernur DKI Jakarta (studi analisis deskriptif kuantitatif mengenai objektivitas pemberitaan Media Republika.co.id dalam Kasus Penolakan Ahok Sebagai Gubernur edisi bulan September 2014 - Desember 2014.	Objektivitas Berita Bias Gender Dalam Media <i>Online</i> (Analisis Isi Kuantitatif Objektivitas Berita Kecelakaan Novi Amilia dalam Portal Berita Detik.com Periode 11 Oktober – 11 November 2012)
Metode penelitian yang digunakan	Kuantitatif – Analisis Isi	Kuantitatif – Analisis Isi
Teori yang digunakan dalam	Teori objektivitas menurut	Teori objektivitas menurut

penelitian	Westerthäl.	Westerthäl.
Persamaan dari kedua penelitian :	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian yang digunakan dalam kedua penelitian ini adalah kuantitatif-analisis isi. • Teori penelitian yang digunakan dalam kedua penelitian ini juga adalah teori objektivitas menurut Westerthäl. • Objeknya sama, yaitu media <i>online</i>. 	
Perbedaan dari kedua penelitian:	Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> • Fokus penelitian dalam kedua penelitian di atas berbeda. Di mana penelitian yang dibuat oleh peneliti mengenai penolakan ahok sebagai gubernur dan penelitian yang dilakukan oleh Rosa De Lima Rima Christofania mengenai berita bias gender dalam Detik.com • Objek penelitian dalam kedua penelitian memang sama, yaitu media <i>online</i>. Tapi berbeda pada pengambilannya objek. Dimana Peneliti mengambil dua media <i>online</i> untuk dibandingkan seberapa besar objektivitas kedua media yang dipakai peneliti. • Penelitian yang dibuat peneliti berhubungan dengan pengaruh kepemilikan media pada berita, sedangkan penelitian yang menjadi pembanding berhubungan dengan bias gender. 	
Hasil penelitian :	Rosa De Lima Rima Christofania : Dari 11 sub unit analisis yang digunakan, tidak ada yang memenuhi kriteria 100%. Kaidah jurnalistik seperti keakuratan dan kelengkapan berita tidak terpenuhi. Netralitas berita juga minim karena masih ditemui pencampuran fakta dan opini wartawan, pelabelan, serta kekerasan bahasa berupa fetisisme seksual dalam berita. Secara keseluruhan, berita yang ditulis juga tidak seimbang karena hanya mengakomodasi pendapat satu pihak saja. Hadrus : media online Republika.co.id telah memenuhi unsur objektivitas mencakup aspek kebenaran berita, relevansi berita dan netralitas berita serta sudah menjalankan prinsip jurnalistik dan jurnalistik islami.	

Tabel 2.3

Perbandingan Penelitian Ketiga

Peneliti	Hadrus Salam	Muhamad Aprizal Ramadhan
----------	--------------	--------------------------

Judul penelitian	Objektivitas media <i>online</i> republika.co.id dalam pemberitaan kasus penolakan ahok sebagai gubernur DKI Jakarta (studi analisis deskriptif kuantitatif mengenai objektivitas pemberitaan Media Republika.co.id dalam Kasus Penolakan Ahok Sebagai Gubernur edisi bulan september 2014 - desember 2014.	Objektivitas pemberitaan final liga champions pada media onlne kompas.com (studi analisis isi deskriptif mengenai pemberitaan olahraga sepakbola antara kesebelasan Chelsea vs Bayern Munchen edisi 13-20 mei 2012)
Metode yang digunakan	Analisis isi deskriptif-kuantitatif	Analisis isi deskriptif-kuantitatif
Teori yang digunakan	Teori objektivitas menurut Westerthäl.	Teori objektivitas menurut Westerthäl.
Persamaan dari kedua penelitian	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian yang digunakan dalam kedua penelitian ini adalah kuantitatif-analisis isi. • Teori penelitian yang digunakan dalam kedua penelitian ini juga adalah teoriobjektivitas menurut Westerthäl. 	
Perbedaan dari kedua Penelitian	<p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fokus penelitian dalam kedua penelitian di atas berbeda. Di manapenelitian yang dibuat oleh peneliti mengenai penolakan ahok sebagai gubernur dan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aprizal Ramadhan mengenai berita final liga champions • Objek penelitian dalam kedua penelitian memang sama, yaitu media <i>online</i>. Tapi berbeda pada pengambilannya objek. Dimana Peneliti mengambil dua media <i>online</i> untuk dibandingkan seberapa besar objektivitas kedua media yang dipakai peneliti. • Penelitian yang dibuat peneliti berhubungan dengan pengaruh kepemilikan media pada berita atau imparisialitas media, sedangkan penelitian yang menjadi pembanding berhubungan dengan final laga liga champions 	
Hasil penelitian :	<p>Muhamad Aprizal : semua unsur objektivitas telah terpenuhi dalam pemberitaan final liga champions di media online kompas.com mencakup unsur kebenaran, relevansi, keberimbangan dan netralitas</p> <p>Hadrus : media online Republika.co.id telah memenuhi unsur objektivitas mencakup aspek kebenaran berita, relevansi berita dan netralitas berita serta sudah menjalankan prinsip jurnalistik dan jurnalistik islami.</p>	

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa banyak dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Namun, dari sekian banyak definisi yang dipaparkan, ada kesamaan

sejalur seperti benang merah antara definisi satu dengan lainnya. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa) (Nurudin, 2007:3).

Definisi menurut Bittner dalam (Elvinaro:2007) yakni : “Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”. Sedangkan definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner (1967) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (dikutip Rakhmat, 2003:188) dalam buku (Elvinaro:2007:3).

Salah satu perubahan teknologi menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi itu sendiri. Definisi komunikasi massa sebelumnya sudah cukup jelas. Terdapat beberapa bentuk atau pola komunikasi yang banyak diketahui, antara lain komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*small group communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*). Jadi, komunikasi massa kedudukannya sejajar dengan pola komunikasi yang lain. Adapun ciri-ciri komunikasi massa menurut Nurudin (2007:19):

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga: komunikator dalam massa setidaknya mempunyai ciri sebagai berikut: 1) kumpulan individu, 2) dalam berkomunikasi individu-individu itu terbatas perannya dengan sistem dalam media massa, 3) pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat, 4) apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan laba secara ekonomis.

2. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen: komunikasi dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umum, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan beragam, memiliki agama, ataupun kepercayaan yang tidak sama pula.

3. Pesannya bersifat umum: pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau sekelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus di sini, artinya pesan memang tidak sengaja untuk golongan tertentu.

4. Komunikasinya berlangsung satu arah: dalam media cetak seperti Koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Walaupun bisa, sifatnya tertunda. Misalnya, kita

mengirimkan ketidaksetujuan pada berita itu melalui rubrik pembaca. Jadi komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan memberi konsekuensi umpan balik (*feedback*) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (*delayed feedback*).

5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan: dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media tersebut hampir bersamaan. Bersamaan tentu juga bersifat relatif. Majalah atau media sebagai contohnya.

6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis: media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik). Televisi disebut media massa yang kita bayangkan saat ini tidak akan lepas dari pemancar.

7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*: keberadaan *gatekeeper* sama pentingnya dengan peralatan mekanis yang harus dimiliki media dalam komunikasi. Oleh karena itu, keberadaan *gatekeeper* sama pentingnya menjadi keniscayaan dalam media massa dan menjadi salah satu cirinya.

2.2.2 Teori Komunikasi Agenda Setting

Agenda setting merupakan salah satu teori komunikasi yang menganggap bahwa media massa dengan memberikan perhatian pada *issue* tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap umum. Orang akan cenderung mengetahui tentang hal-hal yang diberitakan media massa dan menerima susunan prioritas yang diberikan media massa terhadap isu-isu yang berbeda. Teori ini sebagai teori pendukung yang menjadi landasan penelitian dimana objek yang diteliti adalah *republika.co.id* yang merupakan media *online* yang dimana aksesnya menggunakan teknologi. Media akan memberikan dampak pada masyarakat sekitar, bahkan masyarakat dipengaruhi dengan isu-isu atau topik yang sudah diberikan penekanan oleh media itu sendiri.

Dalam buku Rohim (2009:174), teori agenda setting ditemukan oleh McComb Donald L. Shaw sekitar tahun 1968. Teori ini berasumsi bahwa media mempunyai kemampuan untuk mentransfer isu untuk mempengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap suatu isu itu penting, karena media menganggap isu itu penting juga (Graffin,2003:490)

Khalayak tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting yang diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut.

Teori ini mempunyai kesamaan dengan teori peluru yang menganggap media mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Bedanya teori peluru

memfokuskan pada sikap (*afektif*), pendapat atau bahkan perilaku. Agenda setting memfokuskan pada kesadaran dan pengetahuan (*kognitif*). (Rohim, 2009:175)

2.2.3 Jurnalistik

Dalam perkembangannya kata “*Acta Diurna*” merupakan awal munculnya jurnalistik yang artinya adalah catatan harian. Sebelum ditemukannya mesin cetak di Jerman oleh Gutenberg, kegiatan jurnalistik sudah ada pada zaman Romawi ketika Julius Cesar berkuasa (60SM). Jurnalistik merupakan kegiatan mencari informasi dari mulai mencari hingga mengolahnya untuk disebarluaskan. Tidak dapat dipungkiri bahwa peran jurnalistik sangat sentral di kehidupan sehari-hari mengingat informasi didapatkan dari hasil kegiatan jurnalistik. Menurut Adinegoro (dalam Suryawati, 2011:7) jurnalistik adalah kepandaian teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarluaskan berita kepada masyarakat.

Secara konseptual (*terminologi*), jurnalistik mengandung tiga pengertian yakni:

1. Jurnalistik sebagai proses “aktivitas” atau “kegiatan” mencari, mengumpulkan, menyusun, mengolah/menulis, mengedit, menyajikan, dan menyebarluaskan berita kepada khalayak melalui saluran media massa.
2. Jurnalistik sebagai “keahlian” (*expertise*) atau “keterampilan” (*skill*) menulis karya jurnalistik, termasuk keahlian dalam pencarian berita, peliputan peristiwa, dan wawancara.

3. Jurnalistik sebagai bagian dari “bidang kajian” komunikasi/publisistik, khususnya mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa (cetak, elektronik dan *online*). (Suryawati, 2011:16)

2.2.3.1 Prinsip Jurnalistik: Akurat, Adil dan Tidak Berpihak

Dalam melakukan penyiaran sebuah berita pada dasarnya, menyiarkan sebuah berita yang faktual dan aktual senantiasa harus mengindahkan prinsip akurasi, keadilan, dan ketidakberpihakan (Imparsialitas) (Liliweri, 2011:957-959).

1. Akurasi: pada media massa yang faktual, media tersebut bertanggung jawab dalam menyajikan informasi yang akurat dan tidak melakukan kecerobohan dalam penyajian fakta, apalagi penyesatan dan pemutarbalikkan fakta yang dapat merugikan seseorang, organisasi, perusahaan dan pemerintah.
2. Adil: sebuah media massa harus menghindari terjadinya keraguan atau interpretasi yang salah pada khalayak akibat dari cara penyajian informasi yang tidak lengkap maupun tidak adil. Jika sebuah media massa memuat kritik yang merusak citra seorang individu atau sebuah organisasi, mereka diberikan sebuah kesempatan dalam waktu yang setara untuk memberikan komentar atau berargumen balik terhadap kritikan yang diarahkan kepadanya.
3. Tidak Berpihak, Netral: dalam menyajikan berita yang kontroversial harus dapat menyajikan berita yang mengandung fakta dan opini secara

objektif maupun secara berimbang. Jika terdapat dua atau lebih pihak yang saling bertentangan, pandangan dari semua pihak harus dapat disajikan dalam satu berita. Dan apabila hanya mendalami pandangan dari satu pihak saja, maka tetap harus menyajikan tanggapan dari pandangan yang berbeda dengan opini narasumber.

2.2.4 Jurnalistik Islam

Pada dasarnya jurnalistik Islam dengan jurnalistik umum sama saja, yaitu segala kegiatan jurnalis dari mencari bahan berita sampai penyebarannya kepada khalayak luas, namun, terdapat beberapa perbedaan dari ke keduanya. Menurut Saepul Romli yang dikutip dalam (Zakiah, 2013), jurnalistik Islam adalah proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal yang sarat dengan muatan nilai-nilai Islam.

Jurnalistik Islami sendiri dapat dirumuskan sebagai suatu proses meliputi, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai kebenaran yang sesuai dengan ajaran Islam, serta sebagai pandangan dengan perspektif ajaran Islam kepada khalayak melalui media massa. Dengan demikian, jurnalistik Islami dapat dikatakan sebagai *Crusade Journalism*, yaitu jurnalisme yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, dalam hal ini nilai-nilai Islam. (Romli, 34:2003)

Prinsip jurnalistik Islam meliputi :

1. *Shidqu* (jujur). Dalam hal ini jurnalisme yang memberitakan secara benar dan tidak berat sebelah,

2. *Amanah* (dapat dipercaya). Amanah berarti menjaga *trust* (kepercayaan) yang diberikan oleh masyarakat kepada pihak jurnalis
3. *Tabligh* (menyampaikan yang harus disampaikan). Tabligh sendiri mengandung makna bahwa sebaiknya kerja-kerja jurnalisme selalu berorientasi pada pemenuhan hak informasi warga
4. *Fathonah* (cerdas). Fathonah berarti kecerdasan dan kelincahan kerja-kerja jurnalisme dalam menyampaikan berita dan opini, bagi kemaslahatan masyarakat banyak. (Zakiah, 2013)

Seorang jurnalis haruslah berpegang teguh pada kode etik profesi sebagai seorang jurnalis, seperti mengatakan kebenaran tanpa ada opini dan dilebih-lebihkan serta dikurangi fakta yang ada. Dalam konsep Islam terdapat beberapa istilah kemampuan dalam berkomunikasi, seperti dalam (Zakiah, 2013) bahwa kemampuan berkomunikasi dalam Al Qur'an adalah Al Qaul. Al Qaul sendiri terbagi menjadi beberapa seperti:

1. *Qaulan sadiidan* artinya perkataan yang benar, bermakna harus mengikuti kaidah-kaidah ilmu atau sesuai dengan kriteria kebenaran kemudian bermakna harus jujur tidak mengandung kebohongan atau manipulasi.
2. *Qaulan baligha* yang berarti ucapan yang berbekas pada jiwa, dibangun oleh *ethos*, *pathos* dan *logos*. *Ethos* yang berarti kepercayaan dari *audience* bahwa komunikator memiliki kapasitas (kredibilitas), *pathos* berarti kemampuan untuk menyentuh emosi *audience* (*emotional appeals*) dan *logos* yang berarti kemampuan meyakinkan *audience* dengan alasan-alasan logis.

3. *Qaulan layyinan*, perkataan yang lemah lembut
4. *Qaulan kariman*, perkataan yang mulia
5. *Qaulan ma'rufan*, perkataan yang baik (Zakiah,2013)

Dalam jurnalisme Islam juga terdapat kode etik, setidaknya seorang jurnalis muslim harus memiliki kode etik tersendiri sebagai tuntunan seperti berikut :

1. Menginformasikan atau menyampaikan yang benar saja (tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta
2. Bijaksana, penuh nasihat yang baik, serta argumentasi yang jelas dan baik pula. Karakter, polapikir, kadar pemahaman objek pembaca harus dipahami, sehingga tulisan berita yang dibuatpun akan disesuaikan sehingga mudah dicerna dan dibaca.
3. Meneliti kebenaran berita/fakta sebelum dipublikasikan alias melakukan *check and recheck*.
4. Hindari olok-olok, penghinaan, mengejek, mencaci-maki sehingga menimbulkan permusuhan dan kebencian.
5. Hindarkan prasangka buruk (suudzhan). Dalam istilah hukum, pegang teguh “*asas praduga tak bersalah*”. (Romli, 41-43:2003)

Selain kode etik di atas seorang wartawan muslim juga perlu mentaati kode etik umum. Pada pasal 7 ayat (2) UU No.40/1999 tentang pers menyebutkan, “wartawan memiliki dan mentaati kode etik jurnalistik”.

2.2.5 Jurnalistik *Online*

Dalam perkembangannya, jurnalistik telah berubah menjadi salah satu aspek komunikasi massa yang sering mendapat perhatian masyarakat, jurnalistik diidentikkan dengan aktivitas yang berkaitan dengan penyebarluasan berita bahkan untuk kampanye oleh partai politik. Menurut masyarakat, jurnalistik adalah media massa. Ketika media *online* hadir sebagai salah satu bentuk media massa baru, maka dikenal pada jurnalistik yang berbentuk media *online*. Jurnalistik *online* yang bisa juga disebut dengan *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (*web journalism*) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism-radio dan televisi*). Deuze menyatakan (dalam buku, 2005:137) bahwa komponen teknologis adalah faktor tertentu bagi definisinya. Ia menyatakan bahwa perbedaan *online journalist* dari rekan-rekan tradisionalnya terletak pada keputusan jenis baru yang dihadapi para wartawan *cyber*.

Jurnalistik *online* itu sendiri dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, terutama website. Perbedaan utama jurnalistik *online* dengan jurnalistik tradisional adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-*update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna. Jurnalistik *online* sendiri juga “tidak mengenal tenggat waktu (*deadline*) sebagaimana dikenal di media cetak. *Deadline* bagi jurnalistik *online*-dalam pengertian “publikasi paling lambat” adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung. (Romli, 2012:14)

Menurut LaQuey dalam (Ardianto:2007) menyebutkan yang membedakan internet (dan jaringan global lainnya) dari teknologi komunikasi tradisional adalah tinggal interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya.

Jurnalistik *online* dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara *jurnalist* dengan *audiens* dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* yang lain.

Karakteristik dan keunggulan jurnalistik *online* yang tidak dimiliki oleh media konvensional dipaparkan Richards Craig (dalam Romli, 2012:17), yaitu:

- Pembaca dapat menggunakan link untuk menawarkan penggunaan dalam membaca lebih lanjut pada setiap berita.
- Pembaca dapat memperbaharui berita secara langsung dan teratur.
- Informasi di *online* sangatlah luas.
- Tersedianya penambahan suara, video, dan konten *online* yang dimiliki cetak.
- Dapat menyimpan arsip *online* dari zaman ke zaman.

Dari beberapa pengertian ahli diatas dapat dibedakan bahwa media massa konvensional dengan media massa *online* berbasis internet terdapat beberapa perbedaan seperti akses informasi lebih cepat, format informasi dapat berupa gambar, audio dan video, dapat diakses kapanpun dan dimanapun dan penyebaran

informasi yang sangat luas, berbeda dengan media massa konvensional yang penyebarannya masih terbatas.

2.2.5.1 Prinsip Jurnalistik *Online*

Dalam jurnalistik *online* terdapat beberapa prinsip menurut ahli seperti, Paul Bradshaw (dalam buku Romli, 2012:13) dalam “*Basic Principal of Online Journalism*” menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C, yakni sebagai berikut:

- Keringkasan (*Brevity*): berita *online* bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan dengan tingkat kesibukannya yang tinggi. Pembaca jurnalistik *online* memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera mengetahui informasi. Hal ini sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik yakni KISS (*Keep it short and Simpel*) buatlah naskah yang ringkas dan sederhana.
- Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*): wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik. Dan menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi di mana para jurnalis dapat menyajikan berita dengan berbagai cara, yakni seperti dengan penyediaan audio, video, gambar, dan lain-lain.
- Dapat Dipindai (*Scannability*): agar dapat memudahkan pembaca, maka situs-situs yang terkait dengan jurnalistik *online* baiknya memiliki sifat yang dapat di pindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

- Interaktivitas (*Interactivity*): bagi jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang luas. Pembaca dibiarkan menjadi pengguna. Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dilibatkan, maka semakin merasa dihargai dan senang membaca berita yang ada.

- Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*): media *online* memiliki peran yang besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, yaitu sebagai penjangkit komunitas. Seorang jurnalis *online* harus dapat memberi komunikasi yang timbal balik kepada publik sebagai sebuah interaksi.

Dari prinsip jurnalistik *online* diatas dapat dilihat bahwa dengan akses media *online* yang cepat, mengharuskan seorang jurnalis pun ikut menyesuaikan dengan teknologi yang berkembang. Prinsip dasar yang harus dimiliki jurnalis adalah membuat informasi dengan ringkas dan sederhana, interaktif dengan para pembaca seperti menyediakan rubrik *citizen journalism* atau akses agar pembaca dapat dilibatkan langsung. Kemudian format informasi yang harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan jaman, seperti saat ini ada aplikasi instagram yang memuat foto dan video, video blog (*youtube*) dan lainnya. Hal tersebut membuat para pembaca semakin tertarik untuk melihat dengan kemasan informasi yang menarik dan kreatif.

2.2.6 Berita

Berita merupakan informasi yang layak disajikan kepada publik. Berita yang tergolong layak adalah informasi yang sifatnya faktual, aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik.

Definisi berita menurut Charnley dalam (Yunus,2010:46) adalah laporan tercepat tentang fakta dan ulasan yang menarik dan penting dan itu kedua-duanya untuk masyarakat.

Dalam (Barus, 2010:26), Assegaff menyebutkan bahwa “Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang terkini, yang dipilih oleh wartawan untuk disiarkan, yang dapat, menarik perhatian pembaca. Baik karena luar biasa, entah karena pentingnya atau karena akibat yang ditimbulkannya, atau mungkin karena mencangkup segi-segi human *interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan” (jurnalistik massa kini).

Batasan yang diberikan oleh tokoh-tokoh lain mengenai definisi berita, seperti apa yang dikutip Assegaff (dalam Mondry, 2008:132), antara lain sebagai berikut:

- a. M. Lyle Spencer, dalam buku *News Writing* menyebutkan, berita merupakan kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.
- b. Willard C. Bleyer, dalam buku *Newspaper Writing and Editing* menyemukakan, berita adalah sesuatu yang termasa dipilih wartawan untuk dimuat di surat kabar karena ia dapat menarik atau memunyai

makna bagi pembaca surat kabar atau karena ia dapat menarik pembaca-pembaca media cetak tersebut.

- c. William S. Maulsby, dalam buku *Getting in News* menulis, berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang memunyai arti penting dan bari terjadi, yang menark perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.
- d. Eric C. Hepwood menulis, berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.
- e. Romli (2004) mendefinisikan berita merupakan laporan peristiwa yang memiliki nilai berita (*news value*) – aktual, faktual, penting, dan menarik.

Dari pemaparan di atas terdapat beberapa definisi yang berbeda-beda mengenai berita namun memiliki persamaan dan tujuan yang sama yaitu menarik perhatian umum. Namun tidak hanya itu, dapat disimpulkan bahwa inti dari definisi-definisi tersebut bahwa berita ialah laporan yang berisikan informasi yang terbaru/aktual (bisa sementara terjadi atau baru telah terjadi), bersifat penting dan menarik perhatian untuk diketahui oleh publik, yang mencerminkan hasil kerja jurnalistik wartawan, bukan merupakan opini atau pendapat dari wartawan (Suryawati, 2011:69).

Berita juga dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Berita diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yakni:

1. Berita Berat (*Hard News*)

Hard news adalah berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi.

2. Berita Ringan (*Soft News*)

Soft news seringkali disebut juga dengan *feature*, yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya.

3. Berita Mendalam (*Indepth News*)

Indepth News adalah berita yang memfokuskan pada peristiwa/fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita.

2.2.6.1 Sumber Berita

Untuk mendapatkan data dan informasi yang bersifat fakta, seorang pekerja pers harus mendapatkannya dari seorang sumber atau narasumber untuk melengkapi itu. Sumber berita sebenarnya tidak terbatas, siapapun dapat menjadi sumber berita tergantung pada konteks persoalannya (Barus, 2010:54)

Pentingnya seorang narasumber terkait dengan upaya untuk menjaga keseimbangan pemberitaan yang lebih kepada *cover both side*, dengan pemberitaan yang melibatkan seluruh pihak yang terkait dengan masalah yang diberitakan.

Ada pula sumber berita yang sengaja dirasahasiakan oleh wartawan atau media yang bersangkutan karena memiliki informasi atau data yang sangat memadai bagi topik yang dijadikan berita. “Dalam perkembangannya, fenomena menarik yang juga patut dicermati dalam aktivitas jurnalistik adalah adanya sumber berita yang bersifat rahasia. Sumber berita rahasia ini biasanya orang atau informan yang memiliki data atau pengetahuan yang memadai tentang topik yang menjadi berita.

Reporter atau wartawan biasanya selalu menyebut identitas sumbernya dengan jelas. Kecuali, bila sumbernya itu menyatakan tidak ingin disebutkan identitasnya, sesuai dengan kode etik jurnalistik, permintaan itu harus dipenuhi. Untuk masing-masing jenis atau bidang pemberitaan selalu mencakup sumber seperti:

1. Sumber berita atas nama pribadi : mencakup orang-orang biasa seperti petugas parkir, preman terminal, pengunjung pameran, dll.
2. Sumber berita pribadi atas nama kelompok atau golongan : mencakup tokoh masyarakat, pimpinan organisasi bisnis, pimpinan teras partai, anggota parlemen, dll.
3. Sumber berita organisasi/lembaga/instansi : mencakup partai politik, pejabat pemerintahan atau lembaga publik, lembaga swasta, dll (Barus, 2010:56-57).

2.2.7 Media Online

Media *Online* merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet dan komputer atau teknologi. karena itu, media *online* tergolong media massa yang populer dan bersifat khas (Suryawati, 2011:46).

Media *online* secara teknis adalah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan

twitter), radio *online*, TV *online*, dan email. Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* (dalam buku Romli, 2012:33) dibandingkan “media konvensional” identik dengan karakteristik jurnalistik *online*:

- Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- Cepat: begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
- *Update*: pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Di media *online* belum menemukan istilah “ralat” sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi yang disampaikan secara terus menerus.
- Kapasitas luas: halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- Fleksibilitas: pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja bisa, setiap saat.
- Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).
- *Hyperlinked*: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Pada dasarnya media massa harus memegang tanggung jawab atas apa yang di informasikan kepada khalayak. Keterbukaan, kebebasan, dan tanggung jawab media massa pada masyarakat madani tidak berada pada koridor yang tetap.

Masyarakat dituntut untuk menjadi massa yang aktif, mempunyai filter dan daya tahan yang kuat terhadap pesan yang dibawa oleh media massa itu sendiri. (Gani, 2005)

2.2.8 Media Islam

Media Islam sama dengan media-media umum lainnya, perbedaanya terletak pada : Pengelolaan media yang dikelola oleh orang muslim, memakai manajemen Islam, menyuarakan ajaran Islam, mengarusutamakan kepentingan umat, menjadi bagian dalam perkembangan peradaban Islam. (Zakiah, 2013)

Pers Islam sendiri menurut Sobur, adalah pers yang dari segi kepemilikan (*ownership*), pemegang saham terbesarnya adalah orang atau kelembagaan Islam, atau setidaknya mempunyai *ghirah* dan atau *commitment* terhadap nilai Islam. (Zakiah, 2013)

Jurnalistik Islami dan peranan para jurnalis muslim akan efektif berjalan jika ada media massa yang menjadi wadahnya, yakni pers Islam (media massa khusus berita tentang agama dan umat Islam, beratribut Islam), atau setidaknya pers Islam (media massa umum yang bernapaskan Islam dan berpedoman pada nilai-nilai Islam). (Romli, 48:2003)

2.2.9 Objektivitas dalam Berita

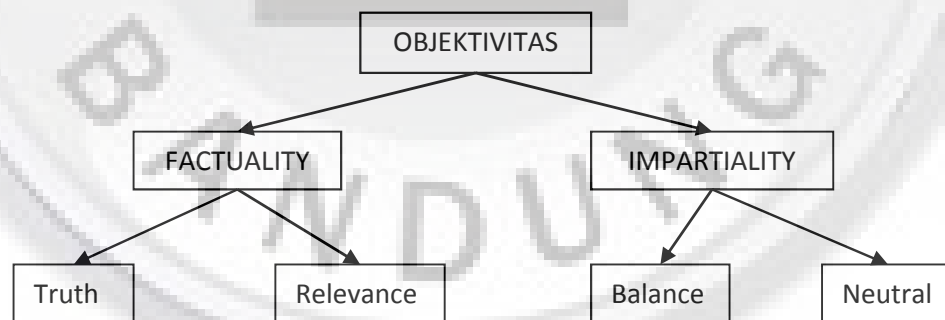
Menjadi seorang wartawan haruslah objektif dalam melaporkan beritanya. Jika tidak objektif, maka suatu berita akan menjadi kontroversi karena berita tersebut tidak berimbang. Objektivitas berguna agar berita tersebut relevan,

sehingga sudah layak di sebarakan kepada khalayak. Objektivitas merupakan prinsip yang harus dimiliki oleh seorang wartawan dalam memberitakan sebuah isu. Objektivitas adalah "menceritakan keadaan sebenar-benarnya dan bagaimana kejadian yang dituliskan itu berlangsung." (Assegaff, 1983:130)

Objektivitas merupakan bentuk profesionalitas seorang pelaku profesi jurnalistik dimana, para jurnalis diharuskan untuk bekerja sesuai dengan regulasi dan etika yang telah ditentukan baik itu UUD 1945, UU penyiaran, kode etik jurnalistik yang sudah ada.

Objektivitas dapat dikatakan dibutuhkan oleh para pelaku jurnalis serta media itu sendiri. Objektivitas dilihat dari berita yang disampaikan berdasarkan keadaan yang sebenarnya atau tidak.

Komponen Kriteria Objektivitas (Westersthal)



Bagan 2.1 Kriteria Objektivitas Menurut Westerhal, Sumber: McQuail, 2012:224

2.2.10 Kode Etik Jurnalistik

Kode etik jurnalistik berdampingan dengan objektivitas, poin-poin yang diterapkan dalam prinsip jurnalistik maupun objektivitas berita sama seperti dalam kode etik jurnalistik, seperti:

- Pemberitaan yang sifatnya Independen, yang berarti memberitakan suatu peristiwa atau fakta disesuaikan dengan suara hati nurani, tanpa adanya campur tangan maupun paksaan dari pihak manapun termasuk pemilik perusahaan media itu sendiri.
- Pemberitaan yang akurat, dalam artian berita yang disajikan dapat dipercaya benar, yang sesuai dengan keadaan objektif, ketika peristiwa sedang terjadi.
- Pemberitaan yang sifatnya seimbang, di mana semua pihak memiliki kesempatan yang sama. Baik pihak yang merugikan ataupun pihak yang merasa dirugikan.
- Tidak mencantumkan opini dari wartawan. Karena opini yang berasal dari wartawan bersifat menghakimi. Namun, akan berbeda dengan berbeda dengan opini interpretatif, yaitu pendapat yang berupa interpretasi wartawan atas fakta.
- Berita yang proporsional, berarti setara dengan bagian berita yang perlu diperbaiki. Di mana, sebuah berita yang proposional itu, berita yang tidak memihak. Yang paling utama untuk mendapatkan berita yang objektif

adalah tidak menerima suap dari pihak manapun dan tidak bersikap diskriminasi pada siapapun. Hal tersebut dapat mempengaruhi independensi dalam suatu media. Telah disinggung dalam penjelasan di atas bahwa independensi, tidak dapat dipengaruhi oleh apapun itu, termasuk oleh pemilik media itu sendiri

Untuk itu sebuah berita yang dihasilkan melalui proses jurnalistik harus dilakukan dengan melihat pedoman dalam kode etik jurnalistik. Ada beberapa usaha yang dapat mendekati objektivitas atau kebenaran berita menurut (Effendi, 1986 : 144-145) yang dikutip oleh (Sobur, 2000) yakni : bersikap jujur, menghindarkan kata-kata opinionatif, dan membubuhkan aspek-aspek yang relevan.