

ABSTRAK

Media massa memiliki peran penting dalam pemilu Presiden 2014. Publik melalui media mendapat informasi secara utuh mengenai bakal calon presiden. Informasi dan publikasi media dalam memberitakan kualitas dan rekam jejak calon presiden menjadi salah satu faktor penentu yang dapat merubah dan membentuk opini serta menjadi masukan bagi pemilih dalam menentukan pilihannya.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini mengenai objektivitas pemberitaan kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2014 pada Harian Umum Kompas dan Harian Umum Republika. Objektivitas berita ditinjau dari unsur faktualitas, nilai informasi, akurasi, kelengkapan dan relevansi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi. Pada dasarnya metode ini merupakan suatu cara menyandi (*coding*) pernyataan atau penulisan agar diperoleh ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu melalui konstruk kategori.

Populasi pada penelitian ini adalah yang berhubungan dengan kampanye calon presiden dan wakil presiden 2014 pada harian umum Kompas dan Republika dimulai dari tanggal 2 Juni 2014 sampai dengan 5 Juli 2014 sebanyak 79 berita. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Peneliti sengaja memilih teknik ini dikarenakan alasan penelitian dan atas dasar pertimbangan ilmiah. Peneliti memilih berita dari kedua harian umum tersebut untuk dibandingkan dengan jumlah sampel 10 berita.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan harian umum Kompas dan Republika kurang objektif menerapkan unsur faktualitas, sedangkan untuk, nilai informasi, akurasi, kelengkapan dan relevansi sudah objektif dalam memberitakan kampanye pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014.

Kata Kunci : Media massa, Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, Kampanye, Objektivitas.