

**OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN RANCANGAN KITAB UNDANG-  
UNDANG HUKUM PIDANA (RKUHP) PADA MEDIA *ONLINE* TIRTO.ID  
(SEBUAH ANALISIS ISI KUANTITATIF)**

**OLEH:  
MUHAMMAD IHLASUL AMAL**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
2021**

**OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN RANCANGAN KITAB UNDANG-  
UNDANG HUKUM PIDANA (RKUHP) PADA MEDIA *ONLINE* TIRTO.ID  
(SEBUAH ANALISIS ISI KUANTITATIF)**

**OLEH:  
MUHAMMAD IHLASUL AMAL  
E31115310**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
2021**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Objektivitas Pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) pada Media *Onli11e* Tirto.id (Sebuah Analisis Isi Kuantitatif)**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Ihlasul Amal**

Nomor Pokok : **E31115310**

Makassar, 26 Januari 2021

Menyerujui,  
Pembimbing Utama



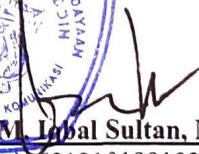
**Dr. Mursalim, M.Si.**  
NIP. 196004201989031001

Pembimbing Pendamping



**Dr. Sudirman Karnav, M.Si.**  
NIP. 196410021990021001

Mengetahui,  
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin



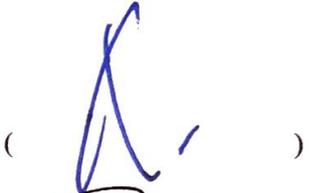
**Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si.**  
NIP. 196312101991031002

## HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, pada hari Senin tanggal delapan bulan Februari tahun dua ribu dua puluh satu.

Makassar, 8 Februari 2021

### Tim Evaluasi

Ketua	: Dr. Sudirman Karnay, M.Si.	(  )
Sekretaris	: Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.	(  )
Anggota	: 1. Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si.	(  )
	2. Dr. Alem Febri Sonni, M.Si.	(  )

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ihlasul Amal  
NIM : E31115310  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan Saya yang berjudul:

Objektivitas Pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) pada Media *Online* Tirto.id (Sebuah Analisis Isi Kuantitatif)

adalah karya tulisan Saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka Saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 28 Februari 2021

Yang menyatakan,

A green and yellow postage stamp with the text "METERAI TEMPEL" at the top, "6000" in large numbers, and "ENAM RIBU RUPIAH" at the bottom. The stamp features a central emblem and a serial number "C2D1AHF913692623". A black ink signature is written over the stamp.

**Muhammad Ihlasul Amal**

## KATA PENGANTAR

Salam,

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, ungkapan pujian kepada hakikat yang Maha Cinta, Allah swt. atas segala rahmat, kasih, dan cinta-Nya yang selalu diberikan kepada makhluk-Nya. Terima kasih atas segala kesempatan, kesehatan, dan karunia ilmu serta wawasan yang Dia berikan. Tidak lupa, salam dan shalawat semoga tetap tercurah kepada kekasih-Nya, Nabi Muhammad saw., kepada keluarganya yang suci, dan sahabat-sahabat yang setia menyertainya.

Melalui catatan kecil ini pula, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang paling dalam kepada kedua orang tua penulis, Ahmad Hale dan Marwiah Sayadi. Terima kasih atas segala jerih payahnya, pengajaran, ilmu, teguran, dan kasih sayang yang tidak pernah putus. Mohon maaf atas segala khilaf dan terima kasih atas segalanya. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada adik-adik penulis, Zulfikry Ahmad Rifqy, Rif'ah Aliyah Khaeriyah, dan Lutfie Ahmad Fajrie. Maaf karena hingga saat ini belum bisa menjadi kakak yang baik bagi kalian.

Selain itu, penulisan tugas akhir ini terselesaikan dengan banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Karena hal itu, melalui catatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mursalim, M.Si., sebagai pembimbing utama sekaligus penasihat akademik penulis dan Dr. Sudirman Karnay, M.Si. selaku pembimbing pendamping

sekaligus Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.

2. Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, beserta seluruh dosen dan staf Departemen Ilmu Komunikasi atas segala wawasan, pengetahuan, dukungan, dan motivasinya.
3. Pengurus Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Kosmik) periode 2017-2018 dan periode 2018-2019 atas ruang belajar yang telah diberikan dan segala pengetahuan yang hadir selama penulis berproses.
4. Masyarakat kecil yang disebut Kosmik atas kawan baru, keluarga baru, dan pengetahuan baru yang belum tentu penulis temukan di ruang lainnya. Terima kasih pula kepada Kak Hajir, Kak Rei, Kak Bachry, Kak Aslam, Kak Daus, Kak Ozzy, Kak Badrul, Kak Andar, Uun, Jawa, Ninun, dan yang lainnya yang jika dituliskan satu persatu mungkin akan lebih tebal dari isi tugas akhir ini. Terima kasih atas segala hal baru yang diajarkan kepada penulis. Semoga kita selalu dalam naungan kasih dan cinta-Nya.
5. Kawan-kawan angkatan penulis yang menyebut diri sebagai Culture yang masuk bersama penulis di ruang belajar ini atas segala hal baik yang dirajut bersama. Teruntuk Rahma, Iman, Ian, Rachmat, Umi, Amin, Zizi, Bowo, Megi, Huda, dan Alpin, terima kasih atas segala dorongan dan bantuan kepada penulis hingga saat ini. Semoga hal-hal baik selalu menyertai kita semua.

6. Saudara dan saudari seposko Desa Barua pada KKN Unhas Gelombang 102, terima kasih atas hal baru yang memberikan warna baru pada pengalaman penulis.
7. Seluruh penulis buku, jurnal, dan tulisan lainnya yang penulis jadikan sebagai referensi baik itu dalam tugas akhir ini, walaupun dalam kehidupan sehari-hari penulis.
8. Kawan-kawan baik di luar sana yang kadang menjadi teman belajar, teman diskusi, atau sekadar berbagi pengalaman. Terima kasih atas segala pengetahuan yang telah dibagi, beserta berbagai bentuk “paksaan” dalam menyelesaikan proposal maupun skripsi ini.
9. Teruntuk yang pernah hadir dan saat ini hadir dalam perjalanan waktu penulis, terima kasih karena telah berbagi waktu, kisah, dan hal-hal baik. Semoga kita kembali bertemu di waktu yang lain.
10. Kepada yang akan hadir pada perjalanan waktu penulis, semoga hal-hal baik akan mengisi waktu-waktu yang akan dibagi.

Menutup catatan ini, terima kasih kepada diri atas segala hal yang telah terlewati. Ingatlah masalah akan selalu hadir, bahkan ketiadaan masalah adalah masalah itu sendiri. Ingatlah bahwa akan selalu ada hal yang lebih besar, karena diri adalah semesta kecil. Teruslah menjadi karena sungguh diri adalah kebeluman yang menjadi.

Makassar, 26 Januari 2021

Penulis

## ABSTRAK

**MUHAMMAD IHLASUL AMAL. *Objektivitas Pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) pada Media Online Tirto.id (Sebuah Analisis Isi Kuantitatif) (Dibimbing oleh Mursalin dan Sudirman Karnay).***

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) di media *online* Tirto.id.

Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan dimulai sejak bulan Juli 2020 hingga Januari 2021. Penelitian ini menggunakan *total sampling* sehingga populasi dan sampel penelitian adalah keseluruhan berita-berita mengenai RKUHP yang dimuat pada 8 Mei-30 September 2019 di Tirto.id. Berita dicari dengan menggunakan kata kunci “RKUHP 2019”. Penelitian ini menggunakan kerangka yang diajukan oleh Westerstahl untuk mengukur objektivitas pemberitaan. Data primer merupakan hasil dokumentasi berita RKUHP pada periode 8 Mei-30 September 2019 di Tirto.id. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan dan literatur yang relevan dengan objek yang diteliti. Data ini kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tirto.id secara umum cenderung telah menunjukkan dan menerapkan prinsip objektivitas dalam memberitakan isu RKUHP. Hal ini berdasarkan terpenuhinya tiga aspek objektivitas yang digunakan oleh peneliti dan hanya satu aspek saja yang cenderung tidak memenuhi prinsip tersebut.

Kata kunci: objektivitas, Tirto, media *online*, RKUHP

## ABSTRACT

**MUHAMMAD IHLASUL AMAL. *Objectivity of News Reporting on Draft of Indonesian's Criminal Code (RKUHP) on online media Tirto.id (A Quantitative Content Analysis) (Supervised by Mursalim and Sudirman Karnay).***

The research objective was to see the trend of the news reporting on Draft of Indonesian's Criminal Code on online media Tirto.id.

This research was conducted for six months that starting from July 2020 to January 2021. This research used total sampling, means that the population and samples were all the news about Draft of Indonesian's Criminal Code published from 8 May-30 September 2019 on Tirto.id. The news was searched using keyword "RKUHP 2019". This research used the framework that proposed by Westerståhl to measure the objectivity of the news. The primary data is the result of Draft of Indonesian's Criminal Code news documentation from 8 May-30 September 2019 on Tirto.id. Meanwhile, the secondary data was obtained from literature that relevant to the object of this research. Then, this data was analyzed using content analysis method.

The result showed that Tirto.id in general tended to show and apply the objectivity principle in reporting the Draft of Indonesian's Criminal Code issue. This is based on the fulfillment of the three aspects of objectivity used by researchers and only one aspect tends not to suit these principles.

Keywords: objectivity, Tirto, online media, RKHUP

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1. Tujuan Penelitian .....	8
2. Manfaat Penelitian .....	8
D. Kerangka Konseptual.....	9
1. <i>New Media</i> dan Konvergensinya .....	9
2. Berita sebagai Produk Portal Berita <i>Online</i> .....	11
3. Objektivitas .....	16

4. Analisis Isi.....	23
E. Definisi Operasional .....	27
F. Metode Penelitian .....	29
1. Waktu dan Objek Penelitian .....	29
2. Jenis Penelitian.....	30
3. Operasionalisasi Konsep.....	30
4. Populasi dan Sampel .....	32
5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
6. Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>37</b>
A. Komunikasi Massa, Media Massa, dan Arah Perkembangan.....	37
1. “Diciptakaan Bersamaan” .....	37
2. Dari <i>Old Media</i> ke <i>New Media</i> .....	42
B. Jurnalisme <i>Online</i> .....	46
C. <i>Agenda Setting</i> .....	50
D. Teori Tanggung Jawab Sosial.....	53
E. Analisis Isi.....	55
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Tirto.id.....	58
B. Sejarah Tirto.id.....	60
C. Visi Tirto.id.....	61

D. Logo Tirto.id .....	62
E. Redaksi Tirto.id.....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Hasil Penelitian .....	67
1. Uji Reliabilitas .....	67
2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
B. Pembahasan.....	77
1. Aspek Kebenaran ( <i>Truth</i> ).....	80
2. Aspek Relevansi ( <i>Relevance</i> ).....	83
3. Aspek Keberimbangan ( <i>Impartiality</i> ) .....	85
4. Aspek Netralitas .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>90</b>
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN I PEDOMAN PENGODINGAN .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN II LEMBAR KODING PENELITIAN .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN III DAFTAR JUDUL BERITA RCUHP .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penetrasi Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.2	<i>Internet Use: Device Perspective</i> .....	3
Gambar 1.3	Hierarki Nilai Berita .....	15
Gambar 1.4	Skema Objektivitas Westerståhl .....	18
Gambar 1.5	Kriteria Kebenaran ( <i>Truth</i> ) .....	19
Gambar 1.6	Kriteria Relevansi ( <i>Relevance</i> ) .....	20
Gambar 1.7	Kriteria Berimbang ( <i>Balance/Non-partisanship</i> ) .....	21
Gambar 1.8	Kriteria Netralitas ( <i>Neutrality</i> ).....	22
Gambar 1.9	Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
Gambar 3.1	Logo Tirto.id.....	62
Gambar 4.1	Distribusi Frekuensi Berita Berdasarkan Indikator Frekuensi Unsur Berita .....	73
Gambar 4.2	Distribusi Frekuensi Indikator Sumber Berita .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tahapan Analisis Isi .....	26
Tabel 1.2	Operasionalisasi Konsep .....	30
Tabel 1.3	Distribusi Frekuensi Berita RKUHP di Tirto.id.....	33
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Berita RKUHP di Tirto.id.....	67
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Berita yang Dimasukkan dalam Uji Reliabilitas ....	68
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Indikator Fakta dan Opini Terpisah dengan Jelas ..	70
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Indikator Sumber Berita Jelas.....	70
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Indikator Jenis Fakta yang Disajikan.....	70
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Indikator Konfirmasi Wartawan pada Informasi yang Disajikan dalam Berita .....	71
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Indikator Kesesuaian Judul dan Isi Berita .....	71
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Indikator Kesesuaian Narasumber dengan Topik yang Dibahas .....	72
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Indikator Kelengkapan Unsur Berita .....	72
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Indikator Kesesuaian Fokus dan Keterangan Berita .....	73
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Indikator Nilai Berita Dominan .....	74
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Indikator Fokus Berita Mengangkat Kepentingan Publik .....	74
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Indikator Berita Mengangkat Sudut Pandang yang Penting untuk Khalayak .....	74
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Indikator Cakupan Berita ( <i>News Coverage</i> ).....	76

Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Indikator Sisi yang Dilaporkan Berita .....	76
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi Indikator Berita Tidak Memberikan Penilaian .....	77
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Indikator Berita Menggunakan Bahasa Sensasional .....	77

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

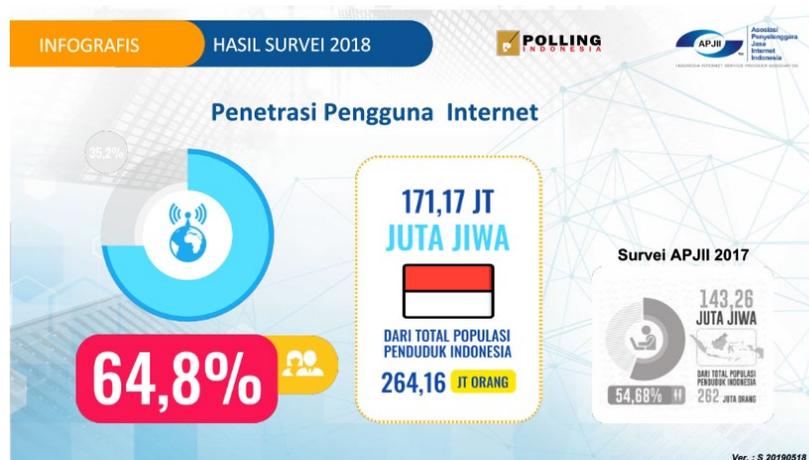
### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dewasa ini boleh dikatakan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perubahan tersebut bisa dilihat pada perubahan pola kehidupan manusia yang bergeser dari teknologi yang bisa dikategorikan konvensional menuju era komputerisasi dan digitalisasi yang terintegrasi melalui internet. Perkembangan ini bila ditarik ke belakang, kita akan melihatnya mulai dari ditemukannya komputer pertama yang berukuran satu ruangan yang akhirnya berkembang hingga gawai yang bisa kita genggam dan bawa ke mana saja.

Teknologi hari ini pun, sudah sangat berbeda jauh ketimbang teknologi yang pernah ada dan berjaya di masanya. Perangkat-perangkat keras tak lagi berdiri sendiri dan terpisah dengan perangkat lainnya (*standalone*). Perangkat ini hampir secara keseluruhan telah terhubung secara aktif dalam suatu sistem yang disebut sebagai internet. Internet atau *interconnected network* saat ini tidak lagi dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Kecepatan dan luasnya cakupan internet boleh dikatakan menjadi nilai jual dari salah satu produk kebudayaan ini. Dengannya, hambatan-hambatan dalam berkomunikasi hampir bisa dikatakan nihil. Batasan berupa teritorial, geografis, dan jarak hari ini tidaklah menjadi persoalan dalam penyebaran informasi melalui internet.

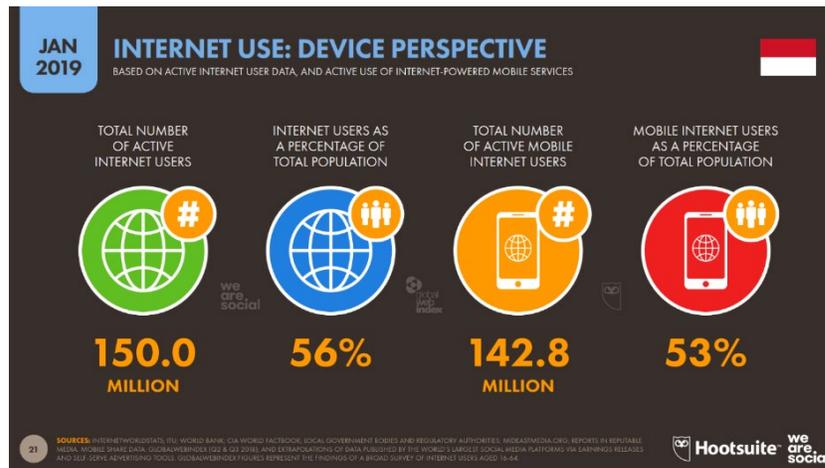
Seperti yang dijelaskan sebelumnya, internet telah menjadi basis penyebaran informasi yang perlahan mulai menggeser produk-produk terdahulu. Penyebaran informasi melalui surat kabar, televisi, dan radio hari ini perlahan ditinggalkan atau bahkan media tersebut melebarkan sayapnya ke media berbasis internet. Walaupun sebenarnya media-media konvensional tersebut hingga saat ini masih memiliki segmennya masing-masing. Penyebaran informasi dengan berbasis internet dilakukan melalui berbagai macam perangkat keras yang terhubung dengan internet, seperti gawai, komputer, laptop, dan perangkat lainnya yang sejenis.

Berdasarkan data yang disajikan melalui hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Polling Indonesia (2018, hal. 6) tahun 2018, tingkat pengguna internet di Indonesia berjumlah 171,17 juta jiwa atau 64,8% dari 264,16 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Angka tersebut mengalami peningkatan sebanyak 10,12% dengan tingkat pertumbuhan penduduk 0,63% dari tahun sebelumnya.



Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet  
Sumber: APJII & Poling Indonesia (2018, hal. 6)

Data tersebut lebih kurangnya sejalan dengan data yang disajikan oleh Hootsuite & We Are Social (2019, hal. 21) per Januari 2019 yang menyatakan 150 juta jiwa atau 56% penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif internet. Angka ini mengalami peningkatan sebanyak 13% dengan tingkat pertumbuhan penduduk sebanyak 1%. Sebagian besar pengguna internet Indonesia merupakan pengguna aktif *mobile internet* dengan jumlah 142,8 juta jiwa atau 53% dari keseluruhan penduduk Indonesia.



Gambar 1.2 *Internet Use: Device Perspective*  
Sumber: Hootsuite & We Are Social (2019, hal. 21)

Dengan tingkat pengguna internet yang sangat tinggi tersebut –dan tentu saja makin bertumbuh– media jurnalistik tentu saja mengikuti perkembangan zaman di era yang saling terkoneksi ini. Media jurnalistik ramai-ramai melakukan perubahan ke arah digital, dengan tetap mempertahankan atau meninggalkan media konvensional. Namun, banyak juga media-media yang lebih baru muncul tanpa adanya media konvensional. Media-media baru ini, bisa saja berbentuk televisi digital (baik itu melalui siaran televisi berbayar atau melalui platform berbagi video), radio digital

(radio yang menggunakan situs web atau platform lainnya yang sejenis), dan portal berita. Hal ini tentu saja membuat penyebaran informasi di bidang jurnalistik menjadi lebih cepat dan mudah diperoleh.

Namun, dalam perjalanan media siber tersebut, banyak bermunculan media yang tidak melengkapi atau bahkan menyalahi etika jurnalistik dan aturan yang telah ditetapkan. Hal ini paling jelas terlihat di media dalam jaringan (*online*) yang berbentuk portal berita. Karena mudahnya membuat dan menyebarkan informasi dan belum jelasnya metode dan tata cara pengelolaan media siber. Hal ini kemudian mendasari disusunnya Pedoman Pemberitaan Media Siber pada tahun 2012.

Salah satu permasalahan yang terjadi yaitu menyoal objektivitas pemberitaan pada media *online*. Objektivitas pemberitaan kadang tidak lagi diperhatikan oleh redaksi media *online* tersebut. Sehingga, berita yang kemudian diterbitkan menjadi tidak objektif dan cenderung berpihak pada salah satu pihak yang berkonflik. Ketidakobjektivan media *online* dalam memberitakan fakta dan peristiwa dapat mengakibatkan adanya ketidakberimbangan informasi yang disajikan, tidak dilaporkannya berita secara dua sisi (*cover both side*), hingga dapat memicu perdebatan di khalayak yang bersifat tidak objektif yang berdasarkan pada subjektivitas semata.

Objektivitas dalam media sebenarnya telah banyak diteliti di Indonesia. Objek penelitian yang biasanya diteliti merupakan media yang berbasis cetak dan *online*. Penelitian dengan objek media *online* sebagian besar masih meneliti mengenai media yang merupakan konvergensi dari media konvensional. Namun, penelitian mengenai media *online* yang berbasis jurnalisme presisi masih perlu untuk digali kembali.

Salah satu media yang menggunakan metode jurnalisme presisi yaitu Tirto.id yang juga masuk dalam kategori *new media* yang terkonvergensi. Dalam memberitakan peristiwa, Tirto.id boleh dikatakan teliti dan juga tidak sulit untuk melakukan ralat dan meminta maaf apa bila terdapat kesalahan publikasi. Hal yang dilakukan oleh Tirto.id memang telah sejalan dengan Pedoman Pemberitaan Media Siber Pasal 4 yang diterbitkan oleh Dewan Pers (Dewan Pers, 2012, hal. 3).

Jurnalisme presisi pada dasarnya mengutamakan ketelitian dan ketepatan informasi serta fakta yang dilaporkan di dalam berita. Kurnia S. S. (2017, hal. 53) lebih jauh mengungkapkan jurnalisme presisi sebagai kegiatan jurnalistik yang menekankan ketelitian informasi. Jurnalis akan menggunakan pendekatan ilmu sosial dalam proses kerjanya.

Sejalan dengan yang dijelaskan Kurnia, Annisa (2018, hal. 3-4) mengungkapkan bahwa dalam menjalankan jurnalisme presisi, Tirto.id membuat tim yang terdiri dari praktisi yang berpengalaman dan terampil di bidang ilmu sosial, penulisan jurnalistik, riset, dan olah statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa Tirto.id tidak hanya mengandalkan kemampuan jurnalis, tetapi juga tim riset dalam proses pelaporan berita (Annisa, 2018, hal. 4).

Dalam perjalanannya, Tirto.id telah banyak melaporkan peristiwa dan juga dari berbagai perspektif, tak terkecuali Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP). Memang di tahun 2019, RKUHP menjadi berita yang sangat hangat dan menjadi isu nasional. Pada dasarnya, RKUHP memang menyentuh banyak aspek dalam kehidupan dan menjadi diskursus hingga muncul berbagai aksi dalam bentuk

demonstrasi dalam rangka menolak revisi dari RKUHP ini. Namun, hingga saat ini belum terjadi pembahasan lebih lanjut mengenai RKUHP setelah berakhirnya masa bakti anggota DPR RI periode 2014-2019.

Sehubungan dengan yang telah dijelaskan di atas, Tirto.id dengan jurnalisme presisinya memang telah banyak diteliti dari berbagai sisi dan aspek. Sisi dan aspek tersebut baik terkait pemberitaan yang dilakukan oleh Tirto.id terkait suatu isu maupun kinerja redaksi Tirto.id itu sendiri. Akan tetapi, masih kurangnya penelitian terkait dengan objektivitas yang menggunakan metode analisis isi untuk melihat kecenderungan pemberitaan di Tirto.id. Hanya satu penelitian yang meneliti objektivitas Tirto.id dengan metode analisis isi sejauh ini. Penelitian yang dimaksud tersebut dilakukan oleh Ricky Rakhmadani yang dilakukan di tahun 2020 dengan judul *Objektivitas Media di Tengah Pandemi Covid-19: Analisis Isi Berita tentang Penerapan New Normal di Indonesia pada Media Tirto.id*. Penelitian tersebut menggunakan sampel berupa berita sejumlah 23 berita yang diterbitkan sejak 31 Mei-11 Juni 2020 dengan kata kunci “Penerapan New Normal di Indonesia”.

Selain itu, topik RKUHP menjadi penting untuk diteliti mengingat RKUHP menyentuh banyak aspek bagi masyarakat secara umum. RKUHP ini juga belum diselesaikan pembahasannya oleh DPR RI setelah dilakukan *carry over* kepada DPR RI periode 2019-2024. Topik RKUHP pada Tirto.id juga secara umum diteliti dengan menggunakan metode analisis *framing* seperti yang telah dilakukan oleh Annisa Bella Syana Saputri pada tahun 2020 dengan judul *Konstruksi Pesan RUU KUHP dalam*

Media Baru (Studi Analisis Framing di Portal Berita Daring Liputan6.com dan Tirto.id).

Penelitian mengenai objektivitas Tirto.id dalam pemberitaan RKUHP ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ricky Rahmadani untuk metode yang digunakan. Perbedaan yang terlihat dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah jumlah lebih banyaknya populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sehingga bisa memberikan gambaran yang lebih umum terkait dengan objektivitas Tirto.id dalam memberitakan. Selain itu, penelitian ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Bella Syana Saputri untuk topik penelitian yang diangkat. Perbedaan yang terlihat dari penelitian tersebut dengan penelitian ini yakni perbedaan metode yang digunakan dalam penelitian. Penelitian yang dilakukan Saputri menggunakan metode analisis *framing* yang juga masih merupakan bagian dari analisis isi, sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif yang bisa digunakan untuk melihat gambaran umum terkait objek penelitian.

Hal yang telah dijelaskan di atas kemudian menjadi dasar dalam melakukan penelitian mengenai kecenderungan objektivitas dalam pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) di media *online* Tirto.id.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana kecenderungan pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) di media *online* Tirto.id?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, tujuan dan manfaat dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

#### **1. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui kecenderungan pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) di media *online* tirto.id.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoretis**

- 1) Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah bagi pengembangan Ilmu Komunikasi utamanya dalam bidang jurnalistik dan memberikan pengetahuan mengenai objektivitas media *online* dalam memberitakan suatu peristiwa.
- 2) Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan referensi atau ingin melakukan penelitian sejenis.

##### **b. Manfaat Praktis**

Sebagai bahan untuk mengevaluasi kinerja media dalam hal ini Tirto.id dalam melakukan peliputan berita.

## D. Kerangka Konseptual

### 1. *New Media* dan Konvergensinya

Secara sederhana, *new media* atau yang dalam Bahasa Indonesia sepadan dengan istilah media baru bisa didefinisikan sebagai media yang berbasis komputer yang bersifat sangat fleksibel dan interaktif. Definisi mengenai *new media* tentu saja dapat berbeda-beda, mengingat perkembangan teknologi yang sangat cepat dan merupakan basis perkembangannya. Dalam perspektif *new media*, media-media konvensional kemudian mengalami konvergensi yang kemudian muncul dalam beberapa platform media.

Istilah *new media* sendiri lahir untuk menjelaskan perubahan signifikan yang terjadi di akhir tahun 1980-an. Media dan komunikasi pada saat itu mulai terlihat sangat berbeda dalam berbagai unsur yang hadir di dalamnya. Perubahan tersebut terasa sangat pesat, walaupun secara aktual tentu saja akan berbeda tergantung pada medium tempat perubahan tersebut terjadi (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009, hal. 10).

Penggunaan istilah *new media* juga sebenarnya masih menimbulkan banyak perdebatan di berbagai kalangan. Menurut Kurnia N. (2005, hal. 294) setidaknya perbedaan yang terlihat antara *new media* dan *old media* (media lama atau konvensional) adalah dari penggunaannya secara individual. Selain itu, McQuail dalam Kurnia N. (2005, hal. 294) mengungkapkan:

“melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon[s] pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna ... media baru lebih bersifat individual ... bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, ....”

Dalam *new media*, dikenali istilah konvergensi media yang umumnya dipahami sebagai perubahan dari media konvensional ke *new media*. Turow (2014, hal. 3) menyebutkan konvergensi media terjadi ketika produk biasanya terkait dengan satu medium yang muncul di banyak media. Produk tersebut mengalami penautan yang kemudian muncul dalam media lainnya. Sederhananya, ketika kita mentransfer lagu-lagu milik Adele dari komputer ke perangkat lain seperti ponsel pintar, pemutar musik, dan sebagainya (Turrow, 2014, hal. 3). Hal inilah yang Turrow sebut sebagai konvergensi.

Konvergensi dapat pula diartikan sebagai ledakan dari *new media*. Ledakan yang dimaksud merupakan ide bahwa pada titik tertentu, media akan hadir secara bersamaan. Lebih lanjut, konvergensi bisa dilihat dalam dua konteks yang berbeda. Konteks pertama merupakan penggabungan antara perusahaan media untuk menyediakan integrasi yang bersifat horizontal dari produk media di berbagai platform. Di lain konteks, konvergensi dikontekskan bukan terhadap teknologi ataupun korporasi perusahaan, namun terjadi pada khalayak itu sendiri (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009, hal. 202).

Konvergensi media kemudian memberikan dampak baru terhadap perkembangan media massa. Nurliah (2018, hal. 107) menyatakan bahwa konvergensi dapat memicu kompetisi dalam merebut pasar, baik itu iklan

maupun pembaca. Media lama kini membangun situs, membuat akun jejaring sosial, hingga blog (Nurliah, 2018, hal. 107). Kepentingan media akan pasar memang menjadi fokus media sendiri dalam menjaga eksistensinya. Konvergensi media tentu saja sangat membantu media tersebut sesuai dengan upaya yang telah disebutkan sebelumnya.

Pada akhirnya, konvergensi media sangat berkaitan terhadap perkembangan internet serta digitalisasi yang terjadi hari ini. Konvergensi memberikan kemudahan akses akan informasi yang ada seperti pencarian surat kabar secara daring, membaca berita secara daring, dan hal lainnya yang sangat berpengaruh bagi kehidupan. Bahkan memudahkan media dalam menyebarkan informasi, tidak lagi hanya dengan melalui surat kabar, televisi, atau radio saja. Media telah hadir hampir di seluruh *platform* yang ada di dunia saat ini, dan hal ini terjadi secara bersamaan.

## **2. Berita sebagai Produk Portal Berita *Online***

Tunstall dalam McQuail (2005, hal. 375) menganggap pada dasarnya surat kabar merupakan pola dasar dan bisa disebut sebagai purwarupa dari media massa modern yang berkembang hari ini, dan beritalah yang menjadi bahan utamanya. Berita layak untuk mendapatkan perhatian khusus dalam diskusi tentang konten media, karena berita merupakan salah satu dari sedikit kontribusi orisinal media massa sebagai bentuk ekspresi budaya.

Lebih lanjut, Robert Park menaruh perhatian lebih pada sifat-sifat penting dari berita. Park berangkat dengan membandingkan “bentuk

pengetahuan” lain, yaitu sejarah, yang juga merupakan catatan tentang peristiwa masa lalu yang pernah terjadi. Dia menempatkan berita pada sebuah kontinum yang berada di antara “pengetahuan dengan” hingga “ilmu tentang”, berita terletak di antara kedua kontinum ini (McQuail, 2005, hal. 375). Perbandingan berita dan sejarah yang dilakukan oleh Park dapat disimpulkan sebagai berikut

- a. Berita berkaitan dengan waktu.
- b. Berita bersifat tidak sistematis.
- c. Berita itu tidak tahan lama.
- d. Peristiwa yang dilaporkan sebagai berita haruslah tidak biasa atau setidaknya tidak terduga, kualitas lebih penting ketimbang “kepentingan yang sebenarnya”.
- e. Terlepas dari ketidakterdugaannya, peristiwa berita dicirikan oleh “nilai berita” yang selalu relatif dan melibatkan penilaian yang subjektif tentang ketertarikan bagi khalayak.
- f. Berita umumnya untuk mengarahkan dan memberikan perhatian dan bukan merupakan pengganti pengetahuan.
- g. Berita dapat diprediksi.

Pada dasarnya, sebagian besar berita merupakan rekaman atas peristiwa yang diketahui sebelumnya. Galtung & Ruge dikutip dalam McQuail (2005, hal. 376) menyatakan hal yang serupa tentang berita, *news* (berita) sebenarnya

merupakan *olds* (lama). Sehingga berita yang kemudian dilaporkan pada dasarnya merupakan hal yang telah berlalu ataupun telah terjadi.

Istilah berita sendiri, dalam Bahasa Indonesia, diserap dari kata *vrit* yang merupakan istilah dari Bahasa Sanskerta. Istilah *vrit* secara harfiah berarti ada atau terjadi. Istilah ini kemudian dilafalkan menjadi *vritta* yang kemudian diserap menjadi berita (Inung S., 2018). Dari penjelasan tersebut, istilah berita bisa diartikan sebagai sesuatu yang ada atau terjadi.

Dalam pelaporannya, berita haruslah merupakan suatu informasi dari sesuatu –biasanya merupakan peristiwa atau kejadian– yang ada, faktual, dan bukan merupakan rekaan atau hal yang dibuat-buat. Fakta yang disajikan di dalamnya tentu saja haruslah berdasarkan pada hal nyata yang benar adanya. Setidaknya, ada dua jenis fakta yang umumnya dikenal dalam dunia jurnalistik, yaitu fakta psikologis dan fakta sosiologis.

Fakta psikologis merupakan fakta yang sumbernya berupa pernyataan dari seseorang ataupun beberapa orang tentang sesuatu. Fakta ini adalah opini atau interpretasi subjektif dari orang yang menjadi sumber terhadap fakta yang ada. Sedangkan fakta sosiologis merupakan fakta yang sumbernya berupa kejadian atau peristiwa yang benar-benar terjadi atau faktual.

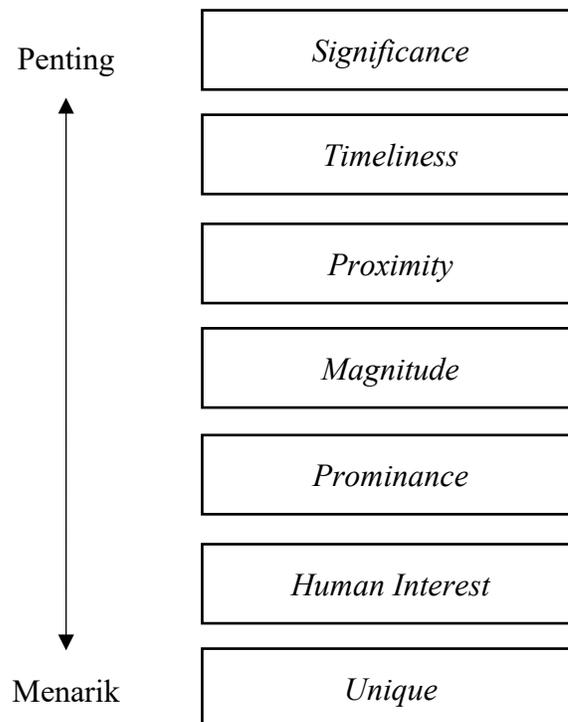
Selain itu, dalam melaporkan berita relevansi berita terhadap khalayak menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan. Relevansi ini menyangkut seberapa pentingnya suatu peristiwa dilaporkan menjadi suatu berita. Tingkat relevansi atau ukuran untuk menilai peristiwa ini disebut sebagai

nilai berita (*news value*). Ada berbagai macam pandangan mengenai hal yang bisa menjadi nilai berita dan terkadang menggunakan istilah yang berbeda. Setidaknya nilai berita secara umum dapat dirumuskan menjadi:

- a. *Significance* (penting), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian memiliki kemungkinan berpengaruh pada kehidupan orang banyak.
- b. *Timeliness* (waktu), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian merupakan hal yang baru terjadi. *Timeliness* biasa juga diistilahkan sebagai *immediacy* (kesegaran) yang memang berfokus pada kesegaran peristiwa yang dilaporkan (Kurnia, 2017, hal. 107).
- c. *Proximity* (kedekatan), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian memiliki kedekatan terhadap pembaca, baik kedekatan yang bersifat geografis, kultur, ataupun emosional.
- d. *Magnitude* (besar), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian berkaitan dengan angka, jumlah, atau nilai yang berarti bagi kehidupan orang banyak.
- e. *Prominance* (tenar), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian berkaitan dengan hal-hal yang terkenal, seperti figur, status, tempat, atau benda.
- f. *Human interest* (manusiawi), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian mengandung unsur yang menyentuh perasaan pembaca, memiliki unsur kemanusiaan, atau mengundang simpati. *Human interest* biasa juga diistilahkan sebagai *emotion* (emosi) karena memengaruhi perasaan pembaca (Kurnia S. S., 2017, hal. 107).

- g. *Unique* (unik), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian merupakan hal yang sangat jarang terjadi. *Unique* biasa juga diistilahkan sebagai *oddity* (keanehan) atau *unusual* (tidak biasa) (Kurnia S. S., 2017, hal. 107; Wahjuwibowo, 2015, hal. 45).

Nilai berita yang telah dijabarkan tersebut, jika diurutkan sesuai dengan hierarkinya, maka dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.3 Hierarki Nilai Berita  
Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Berita pada era konvergensi saat ini, tidak lagi hanya dapat dikonsumsi pada surat kabar, majalah, televisi, atau radio secara terpisah. Media, “diharuskan” memiliki beberapa saluran yang bersifat terintegrasi, seperti

menggunakan media *online*. Tentu saja hal ini disebabkan juga oleh kebutuhan informasi masyarakat yang semakin tinggi dan cepat.

Pelaporan berita di era konvergensi media pun cenderung berubah. Media hari ini cenderung melaporkan satu jenis berita ke berbagai platform yang mereka miliki. Nurliah (2018, hal. 112) menyatakan media yang memiliki sumber daya manusia yang minim, mencoba untuk memanfaatkan semaksimal mungkin satu ruang redaksi (*single newsroom*) dengan banyak platform media (*multiplatform*). Berita yang muncul di portal berita, bisa jadi muncul di platform lain seperti Youtube, Instagram, atau lainnya. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan juga, media menggunakan banyak ruang redaksi (*multinewsroom*) untuk banyak platform media (*multiplatform*).

Ciri yang paling menonjol dari pelaporan berita saat ini yaitu cepatnya media melaporkan peristiwa yang sedang terjadi. Muliawanti (2018, hal. 88) mengungkapkan bahwa saat ini berita yang menggunakan media *online* cenderung mengutamakan kecepatan. Lebih lanjut, media sosial bukan hanya digunakan sebagai penyebaran informasi tambahan, namun juga sebagai sarana menggali informasi. Hal ini kemudian mengakibatkan bias dan makin tipisnya batasan antara media profesional dan media sosial (Muliawanti, 2018, hal. 88).

### **3. Objektivitas**

McQuail (1992, hal. 183) menyebutkan objektivitas memiliki posisi yang ambigu oleh pengamat media dengan alasan objektivitas tidak selalu jelas atau konsisten. Objektivitas memang menjadi hal yang sangat krusial bagi

sebagian besar jurnalis. Boyer (McQuail, 1992, hal. 184-185) menyimpulkan makna objektivitas menjadi enam elemen, yaitu:

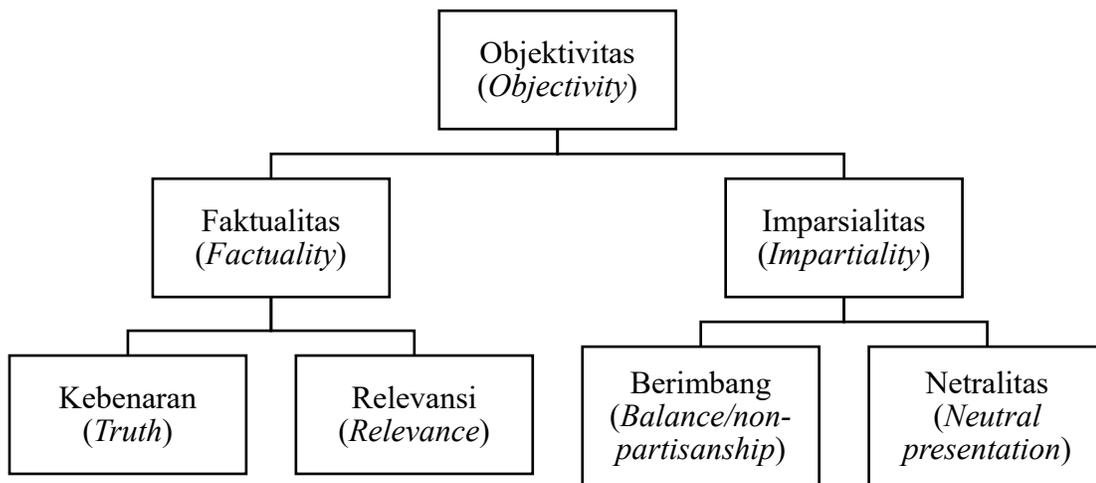
- a. Keberimbangan dan keseragaman dalam menyajikan perspektif yang berbeda dari peristiwa,
- b. Akurat dan realistis dalam melaporkan,
- c. Menyajikan keseluruhan poin utama yang relevan,
- d. Memisahkan antara fakta dan opini, namun menganggap opini sebagai hal yang relevan,
- e. Meminimalisir pengaruh perilaku, opini, atau keterlibatan penulis,
- f. Menghindari tujuan yang salah, dendam, atau manipulatif.

Hal yang tersebut di atas, menjadi hal yang cukup banyak didiskusikan dalam topik objektivitas pada jurnalistik. Namun, objektivitas telah menjadi nilai sentral yang mendasari profesionalitas yang dilakukan oleh jurnalis.

Penelitian yang menggunakan objektivitas, secara umum menggunakan model Westerståhl. Skema Westerståhl memang menjadi dasar dari seluruh kerangka konsep mengenai objektivitas dalam pemberitaan media, dan pertama kali menyusun konsep ini. Westerståhl melakukan penyelidikan sejauh mana penyiaran publik Swedia memenuhi kewajiban hukum imparialitasnya. Penelitiannya berdasarkan asumsi tentang imparialitas di dalam berita itu mungkin bila diinginkan dan dapat dinilai dengan melakukan perbandingan terhadap berita yang seharusnya netral mengenai masalah yang sarat dengan kontroversi (McQuail, 1992, hal. 196).

McQuail (1992, hal. 196) juga menyebutkan ada dua topik utama dalam skema objektivitas Westerståhl, yaitu aspek kognitif (*cognitive aspects*) dan aspek evaluatif (*evaluative aspects*). Aspek kognitif berkaitan dengan observasi dan pelaporan secara empiris sedangkan aspek evaluatif berkaitan dengan bidang netralitas dan keberimbangan pada pemilihan dan penyajian berita. Dengan melakukan pemisahan dua hal tersebut, memungkinkan melakukan pemisahan antara nilai dan fakta dengan observasi yang bebas nilai.

Westerståhl dalam McQuail (1992, hal. 405) merumuskan skema objektivitas sebagai berikut:



Gambar 1.4 Skema Objektivitas Westerståhl

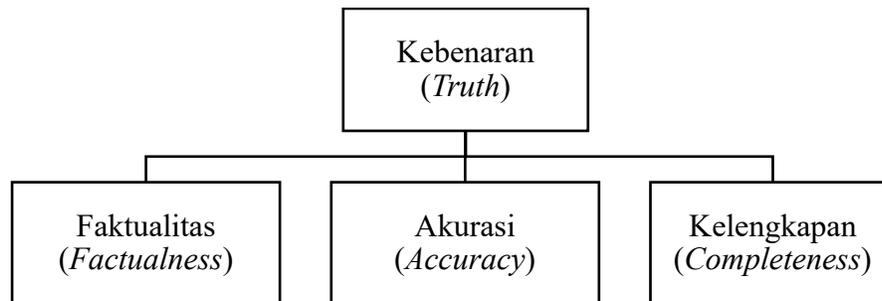
Sumber: Diolah dari Westerståhl (1983, hal. 405) dan McQuail (1992, hal. 196)

a. Kefaktualan (*Factuality*)

Faktualitas berkaitan dengan kualitas informasi yang potensial bagi pembaca untuk mengenali realitas. Dimensi ini akan membahas mengenai realitas yang dihadirkan dalam sebuah berita kepada pembaca. Realitas

yang dihadirkan merupakan peristiwa yang dapat diverifikasi kepada narasumber, tanpa adanya opini pribadi (Rumata, 2017, hal. 115). Dimensi ini dibagi menjadi dua aspek, yaitu:

1) Kebenaran (*Truth*)



Gambar 1.5 Kriteria Kebenaran (*Truth*)  
Sumber: McQuail (1992, hal. 203)

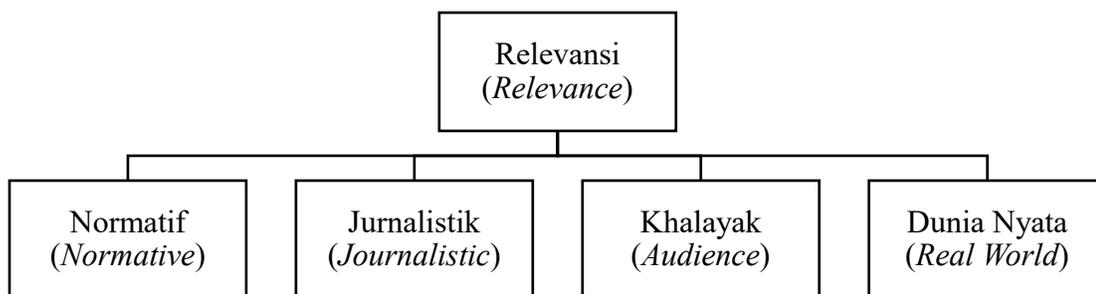
Kebenaran merupakan aspek yang membahas kesesuaian antara realitas dan berita yang dilaporkan. Aspek kebenaran kemudian diklasifikasikan menjadi tiga kriteria, yaitu:

- a) Faktualitas (*factualness*), didefinisikan sebagai pemisahan antara fakta dan komentar atau opini. Dalam aspek ini, elemen dari teks dapat diidentifikasi sebagai fakta, komentar atau opini, atau percampuran antara keduanya.
- b) Keakuratan (*accuracy*), merupakan korespondensi antara laporan dan kenyataan, versi realitas yang lebih dapat dipercaya, terutama dalam fakta atau kuantitas. Akurasi akan memengaruhi reputasi atau citranya mungkin akan terpengaruh oleh berita dengan informasi

yang salah. Kredibilitas media akan dipertanyakan oleh pembaca, karena menulis berita yang tidak sesuai.

- c) Kelengkapan (*completeness*), diartikan sebagai fakta secara keseluruhan telah termuat dalam berita yang dilaporkan. Aspek kelengkapan dapat dibagi menjadi dua sub aspek, yaitu kelengkapan internal (*internal completeness*) yang merupakan seluruh fakta yang penting dari cerita yang diberikan dan kelengkapan eksternal (*external completeness*) yang merupakan seluruh cerita yang penting, yang dapat diukur dengan cara yang sama misalnya keragaman atau relevansi.

## 2) Relevansi (*Relevance*)



Gambar 1.6 Kriteria Relevansi (*Relevance*)

Sumber: McQuail (1992, hal. 203)

Relevansi dinilai dalam hal korespondensi antara berita yang dihadirkan kepada pembaca terhadap standar signifikansi pembaca. Hal ini akan merujuk kepada apakah berita relevan terhadap segmen yang

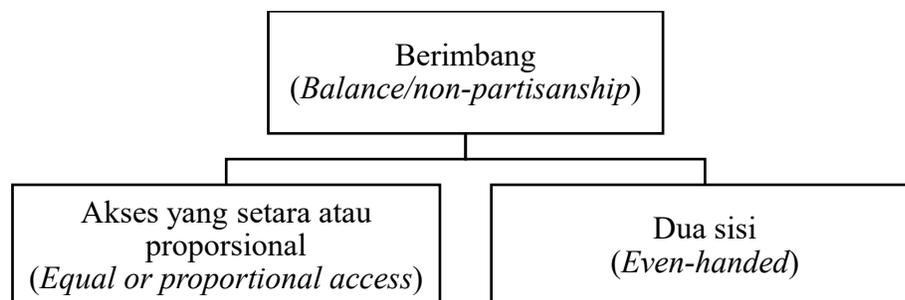
akan disasar oleh media. Aspek relevansi kemudian dibagi menjadi empat kriteria, yaitu:

- a) Normatif (*Normative*)
- b) Jurnalistik (*Journalistic*)
- c) Khalayak (*Audience*)
- d) Dunia nyata (*Real world*)

b. Imparsialitas (*Impartiality*)

Imparsialitas berkaitan dengan ketidakberpihakan media terhadap pelaporan berita kepada khalayak. Imparsialitas membutuhkan *reporter* atau kanal berita untuk menjaga jarak, dengan tidak berpihak apabila terdapat dua atau lebih perspektif atau penilaian berbeda (McQuail, 1992, hal. 201). Dimensi ini kemudian dibagi menjadi dua aspek, yaitu:

1) Berimbang (*Balance/non-partisanship*)



Gambar 1.7 Kriteria Berimbang (*Balance/Non-partisanship*)

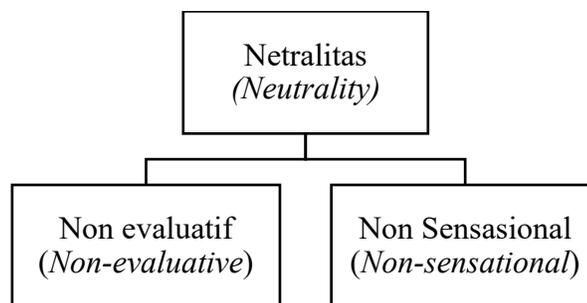
Sumber: McQuail (1992, hal. 203)

Aspek berimbang mengacu kepada berita yang menghadirkan keseluruhan sisi dan perspektif dalam pelaporan berita. Dalam sub dimensi ini, tidak dilakukan penghilangan (*ommision*) atas fakta-fakta

tertentu yang dapat memberikan bias terhadap pihak-pihak yang terlibat. Aspek berimbang dibagi menjadi dua kriteria, yaitu:

- a) Akses yang setara atau proporsional (*Equal or proportional access*), diartikan sebagai dua pihak atau lebih yang berkaitan dengan berita yang dilaporkan telah diberikan akses yang setara di dalam berita.
- b) Dua sisi (*Even-handed*), yakni seluruh fakta yang berkaitan dengan berita telah disajikan.

## 2) Netralitas (*Neutrality*)



Gambar 1.8 Kriteria Netralitas (*Neutrality*)  
Sumber: McQuail (1992, hal. 203)

Netralitas berkaitan dengan penyajian peristiwa dengan apa adanya, tanpa memberikan keberpihakan pada sisi yang disajikan. Menurut McQuail (1992, hal. 201) dalam mencari netralitas kita akan melihat konotasi ketimbang denotasi. Sub dimensi ini dibagi menjadi dua kriteria, yaitu:

- a) Non evaluatif (*Non-evaluative*), berarti di dalam penyajian berita tidak dilakukan penilaian atau justifikasi.

- b) Non sensasional (*Non-sensational*), berarti tidak melebih-lebihkan fakta yang diberitakan dengan tujuan untuk memberikan sensasi.

#### 4. Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) pada dasarnya merupakan metode penelitian dalam memahami dan menganalisis teks. Krippendorff (2004, hal. 18) mendefinisikan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk membuat kesimpulan yang dapat ditiru (*replicable*) dari teks terhadap konteks penggunaannya. Selain itu, Kerlinger dalam Wimmer & Dominick (2011, hal. 156) menyatakan analisis isi sebagai metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi dengan cara yang sistematis, objektif, dan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur variabel. Sejalan dengan Kerlinger, Neundeorf (2002, hal. 1) juga menyebutkan analisis isi sebagai analisis karakteristik pesan sistematis, objektif, dan kuantitatif yang memerlukan pemeriksaan yang hati-hati.

Analisis isi menurut Eriyanto (2011, hal. 15) dapat didefinisikan sebagai teknik dalam penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Lebih jauh, Eriyanto (2011, hal. 16-30) merangkum ciri analisis isi menjadi:

- a. Objektif (*Objective*)

Dalam ciri ini, peneliti tidak diperkenankan memberikan penilaian yang bersifat subjektif dalam analisis isi. Keterlibatan unsur manusia dalam analisis isi memang tidak dapat dihindarkan, namun, sebisa mungkin

subjektivitas yang dapat menjadi bias dapat dihindari. Wimmer & Dominick (2011, hal. 157) menjelaskan bahwa setidaknya definisi operasional dan aturan mengenai objek penelitian haruslah eksplisit dan komprehensif. Hal ini diperlukan agar peneliti selanjutnya yang menggunakan metode yang sama dapat mencapai keputusan yang sama.

b. Sistematis (*systematic*)

Sistematis diartikan sebagai keteraturan proses analisis isi sesuai dengan rumusan yang telah ditentukan. Seluruh proses penelitian diharuskan mengikuti prosedur, seperti dalam menentukan sampel yang harus berimbang. Seluruh unsur yang dimasukkan haruslah diperlakukan dengan cara yang persis sama (Wimmer & Dominick, 2011, hal. 257).

c. Replikabel (*Replicable*)

Replikabel dapat didefinisikan sebagai hasil dari penelitian akan tetap sama selagi menggunakan teknik yang sama. Peneliti yang bekerja dalam titik yang berbeda dalam waktu dan tentu saja dalam keadaan yang berbeda, haruslah memperoleh hasil yang sama apabila masih menggunakan teknik dan data yang sama (Krippendorff, 2004, hal. 18).

d. Isi yang Tampak (*Manifest Content*)

Terjadi perbedaan pandangan tentang bisa tidaknya analisis isi digunakan untuk melihat hal yang tampak (*manifest*) atau sampai pada ranah tak tampak (*latent*). Neuendorf (2002, hal. 23) menyebutkan keseluruhan karakteristik pesan dapat dianalisis. Menurutnya *manifest*

*content* dan *latent content* merujuk kepada analogi permukaan (*surface*) dan kedalaman (*deep*) dalam struktur bahasa. Berelson dan Holsti dalam Eriyanto (2011, hal. 23) memiliki pandangan yang berbeda dan menganggap analisis isi hanya bisa digunakan untuk melihat hal yang tampak.

Riffe, et al. (Eriyanto, 2011, hal. 23) memberikan solusi dalam perbedaan pandangan ini. Pada proses koding dan pengumpulan data, peneliti dapat melakukan penilaian terhadap aspek yang tampak. Kemudian pada tahapan analisis data, peneliti tentu saja dapat melakukan penafsiran terhadap aspek-aspek yang tidak tampak. Menurut Ahmad (2018, hal. 4) yang diteliti dan yang dianalisis merupakan isi yang tersurat, tampak. Makna yang dirasakan oleh peneliti, hasil akhir, dan analisisnya yang menunjukkan isi yang tersembunyi (*latent*) menurutnya dibenarkan, namun semuanya tetap berawal dari analisis yang nyata (*manifest*)

e. Perangkuman (*Summarizing*)

Analisis isi pada umumnya memang digunakan untuk menyusun gambaran umum mengenai pesan. Sehingga analisis isi tidak berpretensi untuk memberikan gambaran detail mengenai pesan yang dianalisis (Eriyanto, 2011, hal. 29). Analisis isi merupakan analisis yang bersifat nomonetik yang bertujuan untuk membuat generalisasi dari pesan, bukan idiografik yang membuat gambaran detail dari fenomena (Ahmad, 2018, hal. 5).

f. Generalisasi (*Generalization*)

Generalisasi yang dimaksud adalah analisis isi akan memberikan gambaran umum dan terutama akan terlihat ketika menggunakan sampel.

Hasil dari analisis dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara umum terhadap populasi yang ditarik sampelnya.

Tabel 1.1 Tahapan Analisis Isi

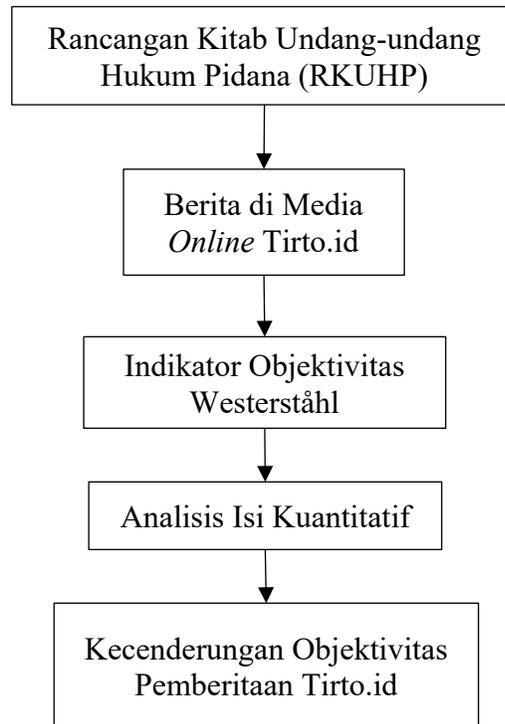
---

5. Merumuskan tujuan penelitian dan identifikasi masalah
6. Melakukan studi pustaka
7. Konseptualisasi penelitian (merumuskan konsep penelitian)
8. Operasionalisasi konsep (merumuskan pedoman pengodingan dan menyusun lembar koding)
9. Menentukan populasi dan sampel penelitian
10. Melatih koder dan melakukan <i>pretest</i> dan uji reliabilitas
11. Mengumpulkan data dan melakukan koding
12. Melakukan olah dan analisis data
13. Melaporkan hasil penelitian

---

Sumber: Diolah dari berbagai sumber.

Berdasarkan pemaparan konsep tersebut di atas, maka kerangka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 1.9 Kerangka Konseptual Penelitian

### E. Definisi Operasional

1. Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) adalah rancangan undang-undang tentang hukum pidana yang dibahas oleh DPR RI pada Masa Persidangan V untuk tahun sidang 2018-2019.
2. Berita merupakan produk jurnalistik berupa teks yang diunggah atau diterbitkan oleh media *online* atau media dalam jaringan (daring) dalam hal ini Tirto.id. Berita mengenai RKUHP untuk penelitian ini merupakan berita yang diterbitkan pada Masa Persidangan V untuk tahun sidang 2018-2019.

3. Media *online* atau media dalam jaringan (daring) adalah media yang menggunakan jaringan internet sebagai medium penyebaran informasi dan berbasis situs web.
4. Tirto.id adalah media *online* atau media dalam jaringan (daring) yang berbasis jurnalisme presisi (*precision journalism*) dan memuat berita mengenai RKUHP.
5. Analisis isi adalah metode penelitian untuk menganalisis teks yang bersifat sistematis, objektif, kuantitatif, dan dapat ditiru untuk mengukur suatu variabel serta membutuhkan pemeriksaan yang sangat hati-hati.
6. Objektivitas (*objectivity*) adalah keberimbangan media dalam melaporkan berita sesuai dengan indikator yang telah ditentukan, dalam hal ini menggunakan skema objektivitas Westerståhl.
7. Faktualitas (*factuality*) adalah kualitas fakta atau realitas yang dilaporkan dalam berita yang dapat diverifikasi kebenarannya secara riil.
8. Imparsialitas (*imparsiality*) adalah ketidakberpihakan media dalam melakukan pelaporan berita.
9. Kebenaran (*truth*) adalah kesesuaian antara realitas dan berita yang dilaporkan sesuai dengan fakta yang ada.
10. Relevansi (*relevance*) adalah tingkat keterhubungan khalayak dengan berita yang dilaporkan berdasarkan penting atau tidaknya berita tersebut diketahui.

11. Berimbang (*balance/non-partisanship*) adalah pelaporan berita yang menghadirkan seluruh sisi dan perspektif tanpa adanya penghilangan atas fakta-fakta tertentu yang dapat menimbulkan bias terhadap pihak yang terlibat.
12. Netralitas (*neutral presentation*) adalah pelaporan berita dengan apa adanya tanpa memberikan keberpihakan pada salah satu sisi yang disajikan.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Waktu dan Objek Penelitian**

Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih selama enam bulan, terhitung dimulai pada bulan Juli 2020 hingga Januari 2021. Objek penelitian merupakan berita-berita yang dipublikasikan melalui media *online* Tirto.id mengenai Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP).

Tirto.id dipilih dikarenakan merupakan salah satu media *online* yang menggunakan metode jurnalisme presisi (*precision journalism*) dengan peringkat situs web ke-70 menurut SimilarWeb (2020). Hal tersebut diukur dengan melihat *monthly visitor* (pengunjung bulanan) sebanyak 19,01 juta pengunjung dan *monthly unique visitor* (pengunjung unik bulanan) sejumlah 10,93 juta pengunjung. Durasi kunjungan untuk situs web Tirto.id mencapai 5 menit 8 detik dengan kunjungan halaman sebanyak 1,89 halaman per kunjungan. Data yang disajikan oleh Similarweb.com merupakan hasil dari analisis *traffic* untuk Tirto.id dalam waktu tiga bulan, terhitung mulai dari November 2019 hingga Januari 2020.

## 2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif untuk memberikan gambaran kecenderungan objektivitas pemberitaan Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) di Tirto.id. Menurut Budd dalam Kriyantono (2014, hal. 232-233) menjelaskan analisis isi kuantitatif sebagai teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator.

Penelitian ini bersifat deskriptif yang dimaksudkan tidak untuk menguji hipotesis, namun untuk memperoleh gambaran mengenai suatu teks melalui karakteristik teks tersebut.

## 3. Operasionalisasi Konsep

Berdasarkan skema dan konsep objektivitas yang digambarkan oleh Westerståhl dan hasil pengelolaan kembali dari penelitian dengan judul yang serupa, maka operasionalisasi konsep dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Operasionalisasi Konsep

No.	Dimensi	Aspek	Kriteria	Indikator
1	Kefaktualan ( <i>factuality</i> )	Kebenaran ( <i>truth</i> )	Faktulaitas ( <i>factualness</i> )	Fakta dan opini terpisah dengan jelas Narasumber berita jelas Jenis fakta yang disajikan (fakta sosiologis atau fakta psikologis)
			Akurasi ( <i>accuracy</i> )	Konfirmasi pada informasi yang disajikan dalam berita

No.	Dimensi	Aspek	Kriteria	Indikator
				Kesesuaian judul, isi, dan narasumber berita
			Kelengkapan ( <i>completeness</i> )	Kelengkapan unsur 5W + 1H ( <i>who, where, when, what, why, dan how</i> )
	Relevansi ( <i>relevance</i> )		Normatif ( <i>normative</i> )	Kesesuaian fokus dan keterangan lain dalam berita
			Jurnalistik ( <i>journalistic</i> )	Nilai berita yang dominan ( <i>significance, timeliness, proximity, magnitude, prominence, human interest, atau unique</i> )
			Khalayak ( <i>audience</i> )	Mengangkat kepentingan publik
			Dunia nyata ( <i>real world</i> )	Asal berita (wawancara, konferensi pers, rilis pers, liputan langsung, mengutip media lain, atau sumber lainnya)
2.	Imparsialitas ( <i>impartiality</i> )	Berimbang ( <i>balance/non-partisanship</i> )	Akses yang setara atau proporsional ( <i>equal or proportional access</i> )	Cakupan berita/ <i>news coverage</i> (liputan satu sisi atau liputan dua sisi)
			Dua sisi ( <i>even handed</i> )	Berita tidak berpihak (positif, negatif, atau netral)
	Netralitas ( <i>neutrality</i> )		Tidak evaluatif ( <i>non-evaluative</i> )	Berita tidak memberikan penilaian terhadap pihak yang diberitakan
			Tidak sensasional ( <i>non-sensational</i> )	Berita tidak mengandung unsur sensasional (bahasa kiasan atau berlebihan)

Sumber: Hasil olah konseptual penelitian.

#### 4. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini merupakan keseluruhan berita yang mengangkat isu Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) yang dibahas oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) mulai dari tanggal 8 Mei 2019 hingga tanggal 30 September 2019. Tanggal 8 Mei 2019 dipilih dengan pertimbangan merupakan tanggal dimulainya Masa Persidangan V DPR RI untuk tahun sidang 2018-2019, sedangkan tanggal 30 September 2019 merupakan hari berakhirnya masa bakti anggota DPR RI periode 2014-2019.

Pencarian berita tersebut dilakukan secara langsung di Tirto.id pada 21 Juli 2020-22 Juli 2020 dengan menggunakan kata kunci “RKUHP 2019”. Dari hasil pencarian tersebut ditemukan 37 laman hasil pencarian dengan total berita yang ditemukan sebanyak 326 berita. Namun, tidak semua berita yang ditemukan digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya menggunakan berita yang sesuai pada tanggal 8 Mei 2019 hingga tanggal 30 September 2019. Selain itu, berita yang diambil merupakan berita yang membahas RKUHP. Sehingga total berita yang menjadi populasi dalam penelitian ini sejumlah 118 berita.

Penelitian ini menggunakan *total sampling*, yakni sampel dari penelitian ini juga merupakan keseluruhan populasi penelitian seperti yang telah dijabarkan sebelumnya. Metode ini dipilih dengan pertimbangan hasil

analisis akan dapat digeneralisasi dan hasil yang diperoleh lebih akurat. Sehingga total berita yang dijadikan sampel sejumlah 118 berita.

Keseluruhan dari berita yang telah dikumpulkan melalui proses dokumentasi tersebut dapat dilihat melalui tabel 1.3 berikut ini.

Tabel 1.3 Distribusi Frekuensi Berita RKUHP di Tirto.id

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Frekuensi</b>
1	Mei	0
2	Juni	2
3	Juli	7
4	Agustus	8
5	September	101
<b>Total</b>		<b>118</b>

Sumber: Hasil olah data penelitian.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

### a. Data Primer

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dalam melakukan pengumpulan data primer. Hal ini bertujuan untuk menggali data-data secara sistematis dan teoretis. Data primer yang dikumpulkan berupa berita mengenai Rancangan Kitab Undang-undang Hukum Pidana (RKUHP) tahun 2019 di Tirto.id yang dipublikasikan sejak 8 Mei 2019 hingga 30 September 2019.

### b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1) Kepustakaan

Data sekunder berupa kepustakaan dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, dokumen, penelitian sebelumnya, serta bahan-bahan lain yang relevan dan menunjang penelitian ini.

2) Lembar koding (*coding sheet*)

Penelitian ini akan menggunakan lembar koding dengan menggunakan kertas (tercetak) dengan pertimbangan akan mengurangi kesalahan dalam penyalinan data ke komputer yang selanjutnya akan melalui tahapan analisis.

## 6. Teknik Analisis Data

Setelah dilakukan pengumpulan data melalui teknik yang telah ditentukan, selanjutnya dilakukan *pretest* dan uji reliabilitas terhadap lembar koding yang telah disusun. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dua orang koder yang akan dilatih yang kemudian melakukan *pretest* terhadap lembar koding yang disediakan. Kemudian dilakukan uji reliabilitas antar-koder menggunakan rumus Holsty dengan penjabaran rumus sebagai berikut (Wimmer & Dominick, 2011, hal. 172-173).

$$\text{Reliabilitas} = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

Keterangan:

M = Jumlah pertanyaan yang disetujui oleh dua koder

N<sub>1</sub>, N<sub>2</sub> = Jumlah pertanyaan yang dikodekan oleh koder pertama dan kedua

Angka reliabilitas minimum yang harus dipenuhi dalam uji reliabilitas dalam rumus Holsty ini adalah 0,7 atau 70% dari skala 0-1 atau 0%-100%. Reliabilitas di atas 0,7 atau 70% menunjukkan bahwa lembar koding yang disusun telah reliabel dan siap digunakan untuk tahap selanjutnya. Apabila angka berada di bawah 0,7 atau 70% menunjukkan bahwa lembar koding tidak reliabel dan diharuskan untuk menyusun pedoman dan lembar koding kembali hingga uji reliabilitas menunjukkan bahwa lembar koding sudah reliabel.

Koder dalam penelitian ini adalah Badrul Aeni Sultan dan Hadi Saputra. Kedua koder dipilih karena memiliki pemahaman yang cukup mengenai struktur berita. Badrul Aeni Sultan merupakan sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Hasanuddin yang sebelumnya meneliti mengenai analisis isi yang membahas mengenai objektivitas pemberitaan kampanye pemilihan gubernur dan wakil gubernur Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2018 di media *online* makassar.tribunnews.com dan fajaronline.co.id. Sedangkan Hadi Saputra merupakan pemimpin redaksi media *online* Khittah.co.

Setelah itu, peneliti akan melakukan koding terhadap data yang telah dikumpulkan sebelumnya sesuai dengan lembar koding yang telah diuji reliabilitasnya. Lembar koding tersebut hasilnya berupa data kuantitatif yang bisa dihitung dan kemudian akan dianalisis, yang menjadi objek koding dalam penelitian ini merupakan teks berita yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Hasil pengodingan yang telah diisi pada lembar koding selanjutnya dipindahkan ke dalam tabel frekuensi yang akan disusun berdasarkan indikator dan frekuensi dari kategori yang telah ditetapkan pada penelitian ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Komunikasi Massa, Media Massa, dan Arah Perkembangan

##### 1. “Diciptakaan Bersamaan”

Komunikasi massa sendiri merupakan gabungan dari dua istilah, yakni komunikasi dan massa. Istilah komunikasi, dalam bentuk yang paling sederhana bisa didefinisikan sebagai pengiriman pesan dari sumber kepada penerima. Baran (2019, hal. 48) menyebutkan konsep komunikasi seperti ini telah hadir lebih dari 70 tahun. Konsep komunikasi tersebut diidentifikasi oleh seorang ilmuwan politik bernama Harold D. Lasswell. Lasswell dalam Baran (2019, hal. 48) mendeskripsikan komunikasi untuk menjawab pertanyaan berikut.

- a. *Who* (siapa)?
- b. *Says what* (mengatakan apa)?
- c. *Through which channel* (melalui saluran mana)?
- d. *To whom* (kepada siapa)?
- e. *With what effect* (dengan efek seperti apa)?

Rakhmat (2019, hal. 236-237) menyebutkan komunikasi massa sebagai komunikasi yang menargetkan khalayak yang sifatnya tersebar. Khalayak tersebut juga bersifat heterogen dan anonim yang menerima pesan melalui media cetak atau elektronik. Hal ini menyebabkan pesan yang sama dapat

diterima secara serentak dan sesaat. Rakhmat (2019, hal. 237) menyebutkan penggunaan istilah “dapat” pada definisi komunikasi yang dia sebutkan menekankan bahwa jumlah sesungguhnya penerima komunikasi massa tersebut pada saat tertentu tidaklah esensial.

Selain itu, Baran (2019, hal. 50) menyebutkan komunikasi massa sebagai proses untuk membuat pemahaman bersama antara media massa dan khalayaknya. Baran juga menyebutkan yang menjadi perbedaan antara elemen individu dalam komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa adalah pada perubahan sifat proses komunikasi. Sebagai contoh, kesegaran (*immediacy*) dan kelangsungan (*directness*) pada umpan balik di komunikasi antarpribadi membuat komunikator bebas untuk mengeksplorasi dan bereksperimen dengan pendekatan yang berbeda. Pengetahuan subjek yang melakukan komunikasi mengenai satu sama lain memungkinkan keduanya bisa menyesuaikan pesan spesifik yang mereka inginkan. Hal ini menyebabkan komunikasi antarpribadi sering kali sangat relevan secara personal dan mungkin juga menantang.

Sebaliknya, pada komunikasi massa, jarak antara khalayak dan proses komunikasi massa ditentukan oleh teknologi. Dalam pandangan Baran, teknologi ini menciptakan semacam “konservatisme komunikasi”. Umpan balik akan datang lebih lambat untuk bisa melakukan koreksi atau perubahan pada proses komunikasi yang gagal. Banyaknya orang dalam khalayak

komunikasi massa membuat personalisasi dan pengkhususan menjadi hal yang sulit.

Akibatnya, komunikasi massa cenderung menjadi terbatas dan tidak lebih bebas. Namun, hal ini tidaklah membuat komunikasi massa menjadi kurang berpengaruh daripada komunikasi antarpribadi dalam membentuk pemahaman tentang diri sendiri dan dunia kita.

Dalam melakukan komunikasi massa, digunakan sebuah media yang disebut sebagai media massa sebagai saluran untuk menyampaikan informasi. Secara umum, media massa bisa dikatakan sebagai alat dalam komunikasi yang bisa melibatkan siapa saja dalam prosesnya, dalam hal ini komunikasi massa. McQuail (2005, hal. 4) menyebutkan istilah komunikasi massa hadir, atau yang ia sebut sebagai “diciptakan bersamaan dengan” media massa. Dalam penjabarannya, menurut McQuail istilah tersebut untuk memberikan gambaran mengenai fenomena sosial baru dan fitur utama dari dunia modern yang pada waktu itu (awal abad ke-20) sedang berkembang. Akhirnya, McQuail membatasi bahwa istilah media massa mengacu kepada sarana komunikasi yang terorganisir secara terbuka, jarak jauh, dan kepada banyak orang dalam waktu singkat.

Saragih (2018, hal. 81) sendiri menyebutkan media massa sebagai sarana yang menjadi tempat untuk menyampaikan hasil kerja atau aktivitas jurnalistik. Hal ini menurutnya dikarenakan media massa diasosiasikan oleh publik sebagai istilah dalam mereferensi tempat melakukan publikasi suatu

berita. Wartawan atau jurnalis yang melakukan aktivitas jurnalistik, menggunakan media massa untuk menyampaikan karya jurnalistiknya.

Menurut Muhtadi (Saragih, 2018, hal. 82) menyebutkan setidaknya ada lima hal yang menunjukkan sifat dari media massa, yaitu:

- a. Komunikasinya bersifat melembaga
- b. Berlangsung satu arah
- c. Meluas dan serempak
- d. Menggunakan peralatan teknis atau mekanis
- e. Terbuka

Lebih lanjut, menurut Avery dan Sanford (Saragih, 2018, hal. 82) menjabarkan tiga fungsi media massa, yaitu:

- a. *The surveillance of the environment*, yakni mengamati lingkungan.
- b. *The correlation of the part of society in responding to the environment*, yakni mengadakan korelasi antar informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi.
- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, yakni menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Dalam fungsi yang dijabarkan tersebut di atas, media massa pada dasarnya merupakan alat atau sarana yang secara sosiologis menjadi perantara untuk menyambungkan atau menyampaikan nilai-nilai tertentu dalam

masyarakat (Saragih, 2018). Ketiga hal tersebut menjadi hal yang mendasar untuk dilakukan oleh media massa secara umum.

Selain itu, McQuail (2005, hal. 97-98) menyebutkan beberapa fungsi media massa dari sisi sosial, yaitu:

a. Fungsi informasi

- 1) Memberikan informasi mengenai peristiwa dan kondisi di masyarakat dan dunia.
- 2) Menunjukkan relasi kuasa.
- 3) Memfasilitasi inovasi, adaptasi, dan kemajuan.

b. Fungsi korelasi

- 1) Menjelaskan, menafsirkan, dan mengomentari makna peristiwa dan informasi.
- 2) Memberikan dukungan untuk otoritas dan norma yang telah ditetapkan.
- 3) Bersosialisasi.
- 4) Mengoordinasikan kegiatan yang terpisah.
- 5) Membangun konsensus.
- 6) Menetapkan urutan prioritas dan menandakan status relatif.

c. Fungsi keberlanjutan

- 1) Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui subkultur dan perkembangan budaya baru.
- 2) Menempa dan memelihara nilai bersama.

d. Fungsi hiburan

- 1) Memberikan hiburan, pengalihan, dan sebagai sarana relaksasi.
- 2) Mengurangi ketegangan sosial.

e. Fungsi mobilisasi

- 1) Berkampanye untuk tujuan politik, perang, pengembangan ekonomi, pekerjaan, dan agama.

Akan tetapi, McQuail memberikan argumen lanjutan mengenai fungsi tersebut. Menurutnya, fungsi tersebut tidak bisa diberikan urutan umum, ataupun menyebutkan frekuensi relatif dari kemunculan fungsi-fungsi tersebut.

## 2. Dari *Old Media* ke *New Media*

McQuail (2005, hal. 38) menyatakan komunikasi massa sebenarnya sangat berhubungan dengan *old media* (media lama atau konvensional) dan akan dianggap usang seiring perkembangan *new media* (media baru). Dua hal yang menjadi pendorong dari revolusi komunikasi ini adalah komunikasi menggunakan satelit dan juga pemanfaatan komputer. Komputer dengan digitalisasinya memegang kekuatan besar yang memungkinkan semua jenis informasi dalam semua format bisa ditransmisikan dengan efisiensi yang tinggi secara bersamaan.

*Old media* (media lama atau konvensional) atau yang juga disebut sebagai media tradisional (*traditional media*) mengacu kepada media yang hadir dengan model penyiaran lama. Namun, istilah *old media* ini sebenarnya diperdebatkan oleh cendekiawan. Memang istilah lama (*old*) dan baru (*new*)

menjadi sangat subjektif tanpa memberikan batasan yang benar-benar objektif. Bahkan Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly (2009, hal. 10) mengajukan beberapa pertanyaan seperti:

- a. Apa yang “baru” tentang “media baru”
- b. Apa yang benar-benar baru dan tampak seperti baru?

Batasan kebaruan dari suatu media ini memang perlu dikritisi lebih jauh. Melihat ke belakang, istilah *new media* (media baru) menjadi tren pada sekitar pertengahan 1990-an. Istilah media baru sebenarnya telah hadir sejak 1960-an seiring dengan berkembangnya internet pada masa itu. Hal ini setidaknya memberikan sedikit gambaran bahwa paling tidak media lama lahir sebelum tahun lahirnya media baru. Sehingga bisa dikatakan yang termasuk dalam media lama ini seperti radio dan televisi.

Tapi bila kembali ke pertanyaan sebelumnya, apa yang baru dari media baru ini? Chun & Keenan (2006, hal. 1) sendiri menyatakan istilah media baru tidak bersifat ramah seperti pendahulunya. Ia menggambarkan media lain sebagai media lama atau media yang telah mati. Selain itu, media baru juga bersifat terkonvergensi ketimbang berkembang menjadi banyak. Bila melihat dari sisi penggunaannya, media lama akan didefinisikan sebagai media yang saat ini sudah ditinggalkan atau tidak lagi digunakan secara luas (Natale, 2016, hal. 588).

Secara sederhana, media baru bisa disebut sebagai media yang berbasis komputer yang bersifat fleksibel dan interaktif. Setidaknya fleksibilitas dan

interaktifitas inilah yang bisa memberikan gambaran perbedaan yang bisa dibilang cukup signifikan dengan media lama. Istilah ini juga boleh dikatakan mengacu pada perubahan signifikan yang terjadi pada tahun 1980-an. Untuk menggambarkan perubahan signifikan tersebut, di sinilah istilah *new media* digunakan. Pada saat itu, media dan komunikasi mulai terlihat sangat berbeda dalam berbagai unsur yang ada di dalamnya. Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly (2009, hal. 10) juga menyebutkan perubahan ini terbilang sangat pesat, walaupun secara aktual pasti terdapat perbedaan tergantung pada medium perubahan tersebut terjadi.

Kurnia (2005, hal. 294) sendiri setidaknya memberikan gambaran antara *new media* dan *old media* dari penggunaannya secara individual. McQuail (Kurnia N. , 2005, hal. 294) juga menyebutkan *new media* terhadap penggunaan media lebih bersifat individualistis, alih-alih bersifat interaksi sosial secara langsung.

Akan tetapi, terlepas dari perdebatan mengenai istilah dan kebaruan tersebut, ada satu poin yang menjadikan media baru ini tetap bisa menggunakan konten atau bahkan media lama itu sendiri. Pada media baru dikenali konsep tentang konvergensi media yang secara umum dipahami sebagai perubahan media konvensional ke *new media*.

Turrow mungkin berbeda pandangan menyoal istilah konvergensi media ini. Ia beranggapan konvergensi media terjadi ketika suatu produk media, yang terkait dengan satu medium, hadir atau muncul dalam media lain (Turrow,

2014, hal. 3). Produk tersebut mengalami penautan yang menyebabkan produk ini muncul di medium lain. Sebagai contoh sederhana dari konvergensi ini, ketika kita memiliki film kesukaan di komputer. Film ini kemudian kita transfer ke media lain seperti ponsel pintar, cakram padat (CD), atau mungkin juga penyimpanan eksternal. Hal seperti inilah yang kemudian Turrow sebutkan sebagai konvergensi.

Selain itu, konvergensi bisa pula didefinisikan sebagai ledakan dari *new media*. Konsep ledakan yang dimaksudkan ini adalah pada titik tertentu media bisa hadir secara bersamaan. Hal ini tentu saja terlihat saat ini, sebuah film bisa hadir secara bersamaan melalui media layanan *streaming*, cakram padat, atau pun langsung pada genggaman kita. Bukan hanya film, produk lain seperti musik, buku, jurnal, foto, dan sebagainya pun bisa mengalami konvergensi.

Konvergensi media ini pun sangat dipengaruhi oleh perkembangan internet dan digitalisasi saat ini. Dengan hadirnya konvergensi ini, khalayak mendapatkan kemudahan (seperti pada fleksibilitas dan aksesibilitas) dalam mencari informasi. Kini, surat kabar, radio, televisi, dan berita bisa dengan mudah diakses karena tidak lagi hadir dalam satu medium saja. Konvergensi bahkan memudahkan untuk menyebarluaskan informasi karena bisa hadir secara bersamaan di banyak medium sekaligus. Bahkan bisa dikatakan, media telah hadir hampir di seluruh medium yang ada di dunia saat ini, dengan informasi yang sama, waktu yang sama, dan terjadi secara bersamaan.

## **B. Jurnalisme *Online***

Jurnalisme *online* saat ini telah mengubah peran jurnalis secara signifikan. Harper (Anand & Jayanthi, 2018, hal. 155) berpendapat bahwa jurnalisme *online* memberikan keleluasaan yang jauh lebih besar di tangan pengguna, dalam hal ini adalah khalayak media massa. Hal ini membuat khalayak bisa memilih dan memilah informasi yang ia inginkan untuk diterima. Dengan model seperti ini, Harper menyebutkan khalayak dimungkinkan memberikan tantangan baru terhadap peran tradisional media sebagai *gatekeeper* berita dan informasi. Keleluasaan tersebut membuat khalayak bisa bergantung pada *gatekeeper* untuk memilih dan memilah berita dengan cara tradisional, atau bisa juga dengan menelusuri sumber utama dari berita yang dimuat oleh media.

Secara sederhana, khalayak bisa melihat apa yang sebenarnya terjadi di lokasi kejadian dengan melakukan penelusuran terhadap sumber utama yang digunakan oleh jurnalis. Khalayak juga bisa dengan mudah membandingkan kisah yang dimuat dari tiap media dan mencari arsip terkait informasi tersebut.

Jurnalisme *online* dalam perkembangannya bisa dibilang sudah dimulai sejak lama. Siaper & Veglis (2012, hal. 1) kemunculan awal jurnalisme *online* adalah pada tahun 1993, beberapa bulan setelah peluncuran web browser pertama, Mosaic. Setelah peluncuran Mosaic, Departemen Jurnalistik Universitas Florida juga meluncurkan situs web yang bisa disebut sebagai situs web jurnalisme *online* pertama. Tentu saja, situs web tersebut masih sangat dasar, statis, dengan gambar dinding bata merah dari Departemen Jurnalistik.

Pada awalnya, situs web ini hanya diperbarui kadang-kadang pada malam ataupun di akhir pekan. Pembaruan ini dilakukan hanya ketika mesin tersebut tidak digunakan oleh orang lain. Awalnya, situs web ini hanya berjalan pada mesin dengan prosesor 486-25 dengan *Random Access Memory* (RAM) sebesar 4 *megabyte*. Setahun kemudian, pada November 1994, Daily Telegraph meluncurkan Electronic Telegraph, yang juga menggunakan web statis dengan artikel satu berada di atas artikel yang lain. Jurnalisme *online* perlahan mulai mengikuti ritme jurnalisme cetak, yakni memuat konten secara harian. Berdasarkan paparan tersebut, bisa dikatakan jurnalisme *online* ini menunjukkan praktik jurnalisme menggunakan internet yang berkembang pada pertengahan tahun 1990-an.

Menurut Suciati & Puspita (2019, hal. 28-29) setidaknya ada tiga fase perkembangan jurnalisme *online* di Indonesia. Fase awal disebut sebagai fase memindahkan berita pada media cetak ke situs berita. Fase ini setidaknya dimulai sejak 1995 yang diprakarsai oleh Republika.co.id pada bulan Agustus dan disusul oleh Kompas.com pada bulan September di tahun yang sama. Pada fase ini, jurnalisme *online* Indonesia belum mengenali pelaporan dan penyampaian berita secara *real time*.

Fase pelaporan yang mengutamakan kecepatan mulai dilakukan pada tahun 1998. Fase ini bertepatan dengan fase reformasi kala itu. Detik.com pada saat itu mulai melakukan pelaporan berita secara *real time*. Berita yang disajikan mulai mengalami perbedaan kecepatan dengan koran. Langkah Detik.com mulai diikuti oleh Okezone.com pada tahun 2007, Inilah.com pada tahun 2008, Viva.co yang sebelumnya bernama Vivanews.com pada tahun 2008. Pada fase ini pula, transformasi

medium, industri, dan organisasi mengubah penyajian berita. Jurnalisme *online* memang mengutamakan kesegaran dalam menyampaikan informasi dalam berita.

Fase ketiga Suciati & Puspita sebut sebagai fase multimedia dan *multiplatform*. Pada fase ini jurnalisme *online* disebut tidak lagi hanya mengandalkan kecepatan. Selain kecepatan, media *online* di fase ini mulai menyajikan data melalui infografis dan visual interaktif. Salah satu media yang menggunakan gaya seperti ini yakni Tirto.id. Selain itu, media sosial tidak lagi hanya sebagai medium untuk mempromosikan atau membagikan link berita. Media sosial juga digunakan sebagai medium untuk melaporkan dan menyajikan berita melalui format videografis, yakni perpaduan foto, video, dan grafis yang dikemas bergerak.

Di fase ini pula, media *online* juga mengembangkan kolom opini yang awalnya hadir melalui surat kabar. Pada kolom ini, penulis yang bukan merupakan wartawan bisa menuliskan opininya mengenai isu tertentu. Lebih jauh, media *online* juga menyediakan forum diskusi sebagai ruang untuk berpendapat atau melaporkan berita. Akan tetapi, ada juga media *online* yang mengkhususkan penyajian pendapat untuk isu spesifik seperti Magdalene yang fokus pada advokasi perempuan.

*Content aggregator* juga mulai berjalan pada fase ketiga ini. Awalnya situs ini berkembang pada fase kedua, namun hanya sebatas media yang melakukan duplikasi berita atau juga membagikan *link* dari situs berita resmi. Selain media yang bekerja sama dengan situs berita seperti Yahoo!, ada pula situs yang tidak meminta izin terlebih dahulu yang akhirnya memunculkan persoalan etika dan hukum. Salah satu *content aggregator* yang muncul pada fase ini seperti Line Today.

Akan tetapi, permasalahan baru muncul dalam jurnalisme *online*, yakni hoaks. Penyebaran hoaks salah satunya karena faktor kecepatan yang dikejar oleh media *online*. Sederhananya, semakin cepat berita dimuat, semakin tinggi pula minat masyarakat untuk mengakses media *online* tersebut. Hal ini menyebabkan kecepatan tidak menjamin akurasi informasi yang disajikan oleh media *online*. Selain itu, penggunaan istilah yang cukup melebih-lebihkan fakta juga digunakan untuk memancing pembaca untuk membaca berita. Penggunaan bahasa yang melebih-lebihkan ini bahkan berdampak kepada ketidaksesuaian topik dan isi berita yang disajikan kepada khalayak.

Dalam rangka menjalankan kerja-kerja jurnalistik untuk mewujudkan tujuan utama jurnalisme, Kovach & Rosenstiel mengajukan konsep elemen dalam jurnalisme. Elemen jurnalisme tersebut yakni sebagai rambu bagi jurnalis untuk memahami tujuan utama untuk menyediakan informasi yang diperlukan oleh khalayak, sehingga bisa secara bebas dan bisa mengatur diri sendiri. Awalnya, Kovach & Rosenstiel mengajukan sembilan elemen jurnalistik yang pada buku edisi ketiganya diperbaiki dan ditambah menjadi sepuluh. Elemen-elemen jurnalisme menurut Kovach & Rosenstiel (2014) tersebut, yakni:

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah kebenaran.
2. Loyalitas pertama kepada warga.
3. Esensinya adalah disiplin verifikasi.
4. Jurnalis harus independen dari pihak yang diliput.
5. Jurnalis berperan sebagai pemantau kekuasaan.

6. Jurnalis harus menyediakan forum kritik dan komentar publik.
7. Jurnalis harus berusaha untuk membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan.
8. Jurnalis harus menyajikan berita secara komprehensif dan proporsional.
9. Jurnalis memiliki kewajiban untuk melatih hati nurani.
10. Warga memiliki hak dan tanggung jawab terkait berita, terlebih jika telah menjadi produser dan editor.

Kovach & Rosenstiel juga mengungkapkan mengenai pertanyaan yang mungkin hadir dari elemen-elemen tersebut. Mengapa hanya 10? Apakah ada yang hilang? Bagaimana dengan keadilan? Menurut Kovach & Rosenstiel, saat melakukan penelitian mengenai masa lalu jurnalisme dan mempertimbangkan masa depan, menjadi jelas bahwa sejumlah gagasan yang akrab atau bahkan berguna terkait dengan berita terlalu samar untuk naik ke tingkat prinsipiil. Sebagai contoh, keadilan merupakan konsep yang sangat subjektif sehingga hanya memberikan sedikit arahan yang bersifat operasional.

### ***C. Agenda Setting***

*Agenda setting* dikemukakan oleh McComb dan Donald L. Shaw pada sekitar tahun 1968 (Kriyantono, 2014, hal. 224). McComb dan Donald L. Shaw melakukan uji empiris terhadap teori ini pada pemilihan Presiden Amerika Serikat kala itu. Hasilnya, ditemukan prioritas isu kampanye dalam media massa dianggap khalayak sebagai isu-isu yang penting.

Menurut Nasionalita (2015, hal. 156), teori *agenda setting* menjadi salah satu teori yang cukup populer di kalangan peneliti yang ingin membedah mengenai apa yang dilakukan media kepada khalayak. Teori ini menempatkan posisi media massa dalam memengaruhi khalayak mengenai kepentingan sebuah isu. Lebih lanjut, Nasionalita (2015, hal. 156) menyebutkan media bisa mengarahkan isu dalam khalayak dan meramu agenda mengenai isu yang mampu menjadi diskursus di dalam masyarakat.

Griffin, Ledbetter, & Sparks (2019, hal. 368) menyebutkan hipotesis dasar dari teori *agenda setting* adalah “seiring waktu, agenda media membentuk agenda publik”. Hal ini menunjukkan adanya hubungan sebab akibat antara apa yang dimuat oleh media massa di dalam berita terhadap cara pandang publik tentang dunia. Kemampuan media yang terbilang kuat ini membentuk persepsi khalayak terhadap realitaslah yang disebut sebagai *agenda setting*.

Media massa mengatur sedemikian rupa isu yang dianggap penting ini karena memiliki banyak keterbatasan. Surat kabar memiliki keterbatasan jumlah halaman yang tetap. Selain itu, televisi dibatasi oleh waktu yang digunakan dalam satu tayangan berita. *New media*, yang menggunakan internet memang menjadi solusi atas keterbatasan tersebut. Akan tetapi, jurnalis kembali dihadapkan dengan kendala waktu dan biaya yang terbatas untuk meneliti, menulis, dan menerbitkan berita. Karena hal inilah, editor berita mesti memutuskan apa yang akan ditekankan, dilaporkan, dan apa yang diabaikan. Tingkat kepentingan berita ini menjadi agenda media.

Pada prosesnya, *agenda setting* bisa dibagi menjadi tiga sub bagian yang bisa juga disebut sebagai tahapan dari *agenda setting*. Sub bagian tersebut yaitu agenda media (*media agenda*), agenda publik (*public agenda*), agenda kebijakan (*policy agenda*). Pada agenda media, media massa melakukan penentuan isu yang dianggap penting untuk dimuat menjadi berita. Berita terkadang disusun berdasarkan prioritas pemberitaan berita. Agenda publik merupakan bagian yang mencoba memahami bagaimana opini publik berhasil dipengaruhi oleh konten media yang disajikan yang dalam hal ini adalah berita. Sedangkan agenda kebijakan adalah bagian yang berkaitan dengan relasi antara opini publik yang berkembang dan kebijakan, keputusan, dan aksi dari elite pengambil kebijakan.

Kehadiran internet dalam dunia jurnalistik juga memberikan perubahan terhadap *agenda setting* media. Teknologi ini memberikan perubahan berupa penyampaian pesan yang sangat cepat. Selain itu, internet juga memberikan pilihan medium yang lebih luas dan beragam dibandingkan dengan *old media*. Informasi tersedia melalui bermacam-macam situs web dan medium lain yang menggunakan internet yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja oleh setiap orang. Hal ini juga lah yang mengubah cara kerja dari umpan balik khalayak terhadap media massa.

Komunikasi pada media *online* berubah menjadi lebih dinamis dibandingkan dengan *old media*. Selebihnya, media massa gaya lama dan *online* secara umum tidak memiliki perbedaan yang substansial. Hal inilah yang membuat banyak ahli berpendapat bahwa *agenda setting* juga masih sangat relevan untuk diterapkan di media *online*. Nasionalita (2015, hal. 162) juga mengungkapkan bahwa *agenda setting*

masih dapat digunakan dalam media *online*. Menurutnya masih terdapat *gatekeeper* yang menentukan porsi atensi dari sebuah informasi. Walaupun, *gatekeeper* pada media *online* cenderung kabur karena berubahnya keaktifan konsumen. Akan tetapi, media *online* tetap menerapkan dan tetap menggunakan kebijakan editorial.

#### **D. Teori Tanggung Jawab Sosial**

Teori pers tanggung jawab sosial atau *social responsibility theory* merupakan salah satu teori dalam pers yang menjadi anti tesis terhadap teori pers liberal atau *libertarianism media theory*. Teori ini merupakan protes atas pers liberal dan mulai muncul pada abad ke-20. Dalam teori ini, media mengakui tanggung jawabnya untuk menyelesaikan konflik melalui diskusi dan mempromosikan opini publik, hak pribadi, dan kepentingan sosial. Sebagian besar, tanggung jawab sosial didasarkan pada kebebasan beriringan dengan kewajiban.

Abu Bakar dalam Paul & Kabiru (2019, hal. 27) menyebutkan bahwa masyarakat berharap media berperan sebagai pengawas pemerintahan, pemberdayaan, dan lainnya. Hal ini merupakan fungsi dasar jurnalistik yang dicetuskan oleh Robert Hutchin pada tahun 1947. Namun pertanyaan selanjutnya yang muncul adalah kepada siapa pers harus bertanggung jawab? Pemilik media, pemerintah, atau publik?

Ravi (Paul & Kabiru, 2019, hal. 27) menjawab pertanyaan tersebut secara tegas. Menurutnya media memiliki kewajiban kepada publik yang memberikan media kebebasan untuk beroperasi. Sehingga, dalam menjalankan kerja-kerja jurnalistik, media wajib untuk mengedepankan kepentingan publik.

Fungsi pers dalam teori tanggung jawab sosial oleh Triyono (2013, hal. 197) pada dasarnya sama dengan fungsi dalam teori liberal, yaitu:

1. Mengabdikan kepada sistem politik dengan menghadirkan informasi, diskusi, dan debat tentang peristiwa umum.
2. Menyebarkan penerangan kepada khalayak agar mampu mengelola pemerintahan sendiri.
3. Mengawal hak-hak asasi pribadi dengan mengabdikan kepadanya sebagai pengawas dalam mengawal pemerintah.
4. Mengabdikan kepada sistem ekonomi, terutama dengan cara mempersatukan produsen dan konsumen barang dan jasa melalui periklanan.
5. Menyajikan hiburan.
6. Mengusahakan dana bagi kebutuhan sendiri sehingga bisa terbebas dari tekanan pihak yang berkepentingan.

Akan tetapi, teori tanggung jawab sosial merefleksikan ketidakpuasan terhadap interpretasi akan fungsi-fungsi tertentu. Selain itu, sebagai tanggapan terhadap kritik yang dianggap sangat berarti dalam kehidupan bernegara, masyarakat, dan juga bagi pers sendiri, dibentuklah sebuah komisi bernama *Commission of Freedom of the Press* (Komisi Kemerdekaan Pers). Komisi ini merumuskan lima persyaratan pers yang menurut analisis Theodore Peterson dalam Triyono (2013, hal. 198) adalah sebagai berikut.

1. Memberitakan peristiwa sehari-hari yang benar, lengkap, dan berkeadilan dalam konteks yang mengandung makna.

2. Memberikan pelayanan sebagai forum untuk bertukar komentar dan kritik.
3. Memproyeksikan gambaran yang mewakili kelompok inti dalam masyarakat.
4. Bertanggung jawab terhadap penyajian yang disertai penjelasan mengenai tujuan dan nilai-nilai masyarakat.
5. Mengupayakan akses sepenuhnya kepada peristiwa yang terjadi sehari-hari.

McQuail (2005, hal. 172) menyebutkan lima prinsip utama dari teori tanggung jawab sosial, yaitu:

1. Media memiliki kewajiban kepada masyarakat, sedangkan kepemilikan media adalah kepercayaan publik.
2. Media harus jujur, akurat, adil, objektif, dan relevan.
3. Media harus bebas, tapi diatur sendiri.
4. Media harus mengikuti kode etik dan perilaku profesional yang disepakati.
5. Dalam keadaan tertentu, pemerintah mungkin perlu turun tangan untuk melindungi kepentingan publik.

#### **E. Analisis Isi**

Neuendorf (2002, hal. xv) menyebutkan sejarah analisis isi selama berpuluh-puluh tahun telah digunakan di komunikasi, jurnalistik, sosiologi, psikologi, dan bisnis. Pada dasarnya, metode analisis isi bersumber dari kerja-kerja dalam ilmu sosial dan

ilmu tentang perilaku, walaupun penerapannya telah menjangkau bidang-bidang lain seperti hukum dan kesehatan.

Analisis isi atau *content analysis* dipahami secara berbeda oleh banyak orang. Metode yang digunakan dalam analisis isi pun berbeda-beda, salah satunya yaitu analisis isi kuantitatif. Riffe, Lacy, & Fico (2014, hal. 19) mendefinisikan analisis isi kuantitatif sebagai pemeriksaan simbol-simbol komunikasi yang bersifat sistematis dan dapat direplikasi (ditiru), yang telah diberikan nilai numerik sesuai dengan aturan pengukuran yang valid, dan analisis hubungan yang melibatkan nilai-nilai tersebut menggunakan metode statistik. Hal ini untuk menggambarkan komunikasi, menarik kesimpulan tentang maknanya, atau menyimpulkan dari komunikasi ke konteksnya, baik produksi maupun konsumsi.

Hal yang serupa juga dikemukakan oleh Neuendorf yang menyebutkan analisis isi sebagai analisis karakteristik pesan yang sistematis, obyektif, dan kuantitatif (2002, hal. 1). Lebih lanjut, Neuendorf menjelaskan hal ini mencakup pemeriksaan yang cermat terhadap interaksi manusia, penyelidikan penggunaan kata yang didorong oleh komputer dalam rilis berita dan pidato politik, dan hal lainnya. Selain itu, Krippendorff (2004, hal. 18) mendefinisikan analisis isi sebagai teknik riset untuk membuat kesimpulan yang dapat direplikasi dan valid dari teks atau materi lain yang memiliki makna, ke konteks penggunaannya.

Ada berbagai manfaat atau tujuan dalam menggunakan analisis isi dalam membedah konten media. Menurut McQuail (2005, hal. 341) beberapa tujuan untuk mempelajari konten media yaitu:

1. Mendeskripsikan dan membandingkan keluaran media.
2. Membandingkan media dengan realitas sosial.
3. Konten media sebagai refleksi dari nilai-nilai dan keyakinan sosial.
4. Mengajukan hipotesis terhadap fungsi dan efek media.
5. Mengevaluasi kinerja media.
6. Studi tentang bias media.
7. Menganalisis khalayak.
8. Menangani pertanyaan mengenai genre, tekstual, wacana, naratif, dan format lainnya.

Wimmer & Dominick (2011, hal. 157-159) juga memberikan penjelasan mengenai kegunaan dan analisis isi sebagai berikut.

1. Menggambarkan konten komunikasi.
2. Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan.
3. Membandingkan konten media dengan dunia nyata.
4. Memperkirakan gambaran terhadap kelompok tertentu di dalam masyarakat.
5. Menetapkan titik awal untuk studi efek media.