

**OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN KASUS KORUPSI NURDIN**

**ABDULLAH PADA MEDIA *ONLINE***

**MAKASSAR.TRIBUNNEWS.COM DAN FAJAR.CO.ID**

**OLEH:**

**NADYA DWI CHAIRUNISA**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2023**

**OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN KASUS KORUPSI NURDIN  
ABDULLAH PADA MEDIA *ONLINE* MAKASSAR.TRIBUNNEWS.COM  
DAN FAJAR.CO.ID**

**OLEH :**

**NADYA DWI CHAIRUNISA**

**E021181514**

*Skripsi Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Departemen Ilmu Komunikasi*

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

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin  
Abdullah Pada Media Online  
makassar.tribunnews.com dan fajar.co.id**

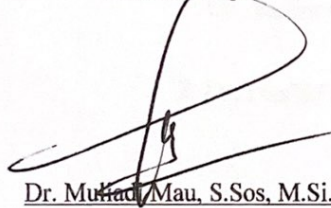
Nama Mahasiswa : Nadya Dwi Chairunisa

Nomor Pokok : E021181514

Makassar, 13 Maret 2023

Menyetujui

**Pembimbing I**



Dr. Muhandi Mau, S.Sos, M.Si.

NIP. 197012311998021002

**Pembimbing II**



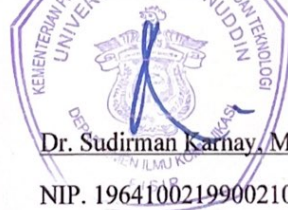
Nosakros Arya, S.Sos, M.I.Kom.

NIP. 198511182015041002

Mengetahui

**Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Hasanuddin**



Dr. Sudirman Karnay, M.Si

NIP. 196410021990021001

## HALAMAN PENERIMA TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik.

Makassar, 28 April 2023

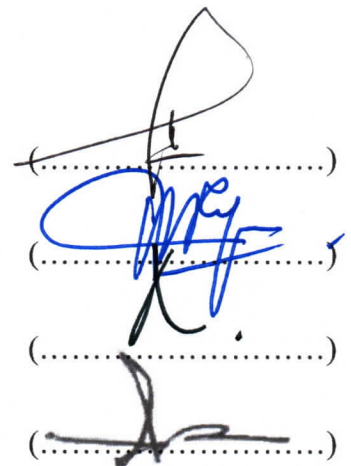
### Tim Evaluasi

Ketua : Muliadi Mau, S.Sos, M.Si

Sekretaris : Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom

Anggota : 1. Dr. Sudirman Karnay, M.Si

2. Dr. Das'ad Latif, S.Sos., S.Ag., M.Si., Ph.D.



The image shows four handwritten signatures, each placed over a horizontal dotted line. The first signature is in black ink, the second is in blue ink, and the third and fourth are in black ink. The signatures are stylized and difficult to read.

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul *Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media Online Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com* ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya tulis ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

**Makassar, 6 Maret 2023**

Yang membuat pernyataan,

**Nadya Dwi Chairunisa**

## KATA PENGANTAR

**Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media Online Fajar.co.id*. Salam dan shalawat kehadiran junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan dalam proses penyusunan tidak berjalan dengan mudah. Dibutuhkan banyak usaha, doa, pengorbanan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini dengan penuh rasa kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis **Bapak Rusli Rahman, S.E dan Ibu Karti Arifuddin** yang senantiasa merawat, membimbing, mendukung, mendoakan, dan menyekolahkan penulis hingga saat ini dengan tulus dan penuh kasih sayang. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, dan keberkahan hidup di dunia dan akhirat kelak.
2. **Nadya Dwi Chairunisa** alias diri sendiri, terima kasih sudah mau berusaha walau jalannya tertatih-tatih.
3. **Bapak Muliadi Mau, S.Sos, M.Si** selaku dosen pembimbing I dan **Bapak Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom** selaku dosen pembimbing II. Terima kasih telah membantu memberikan ilmu, bimbingan, arahan

selama penulis berkuliah. Semoga senantiasa diberikan Kesehatan dan keberkahan.

4. **Dosen, staf dan pegawai** Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu dan waktunya kepada penulis selama berkuliah.
5. **Saudara, keluarga, dan kucing-kucing** ku yang menjadi tempat pulang, istirahat, dan salah satu sumber euphoria. Meski terkadang merepotkan dan menjengkelkan, semoga selalu hangat dan merindukan.
6. Sahabat Haji **Mekna**, terima kasih yang sebesar-besarnya dan setelus-telusny kepada kalian karena telah menjadi teman yang top markotop, menjadi jembatan bertemu banyak hal. Jangan lupa bersyukur.
7. Teman akhwat ku **Hayyu, Nanda, Nayla** yang senantiasa menjadi tempat senasib sepenanggungan. Terima kasih sudah mau diajak keluar dan mendengar sambatan ku. Semoga nanti kita bisa jadi *crazy rich* yang diiringan rasa bersyukur
8. **Warga lab dan Kak Isul**, yang senantiasa mendengarkan keluhan penulis dan memberikan saran. Terima kasih telah menjadi teman *sharing* yang baik. Semoga dimudahkan segala semoganya.
9. Keluarga besar **Altocomuls 2018**, terima kasih telah sudah menjadi teman perkuliahan yang menyenangkan. Semoga hal baik senantiasa menghampiri, ditunggu BKWC *season 2*.

10. Seluruh kerabat terkasih yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Terima kasih telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga hidupnya penuh dengan keberkahan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis dengan segala kerendahan hati menerima segala bentuk kritikan, saran dan masukan yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang bersangkutan.

**Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**



## ABSTRAK

**NADYA DWI CHAIRUNISA. *Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media Online makassartribunnewss.com dan fajar.co.id (Dibimbing oleh Muliadi Mau dan Nosakros Arya)***

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui tingkat faktualitas pemberitaan portal berita Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dalam memberitakan kasus korupsi Nurdin Abdullah; (2) Untuk mengetahui imparialitas pemberitaan portal berita Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dalam memberitakan kasus korupsi Nurdin Abdullah; (3) Untuk mengetahui objektivitas pemberitaan portal berita Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dalam memberitakan kasus korupsi Nurdin Abdullah.

Penelitian ini berlangsung kurang lebih 6 bulan (Agustus 2022 – Januari 2023). Adapun populasi dan sampel penelitian ini adalah seluruh berita Kasus Korupsi Nurdin Abdullah yang diunggah pada makassar.tribunnew.com dan fajar.co.id. Penelitian ini menggunakan kerangka yang ditawarkan Westerstahl untuk mengukur objektivitas. Data primer penelitian ini dikumpulkan melalui berita-berita penangkapan, sidang, hingga pembacaan putusan kasus korupsi Nurdin Abdullah. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi keputusan dan literatur yang relevan dengan objek yang diteliti. Data ini kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum makassar.tribunnew.com dan fajar.co.id cukup baik menerapkan konsep objektivitas dalam pemberitaannya. Tingkat faktualitas makassar.tribunnew.com dan fajar.co.id ada pada skala tinggi dan untuk tingkat imparialitas kedua media berada pada skala sedang.

**Kata Kunci:** Teori Objektivitas J. Westerstahl, Analisis Isi, Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah

## ABSTRACT

**NADYA DWI CHAIRUNISA.** *Objectivity of Reporting on the Corruption Case of Nurdin Abdullah in Online Media makassartribunnewss.com and Fajar.co.id.* (Supervised by Muliadi Mau and Nosakros Arya)

The aims of this study were: (1) To find out the factuality level of news portals Fajar.co.id and Makassar.tribunnews.com in reporting on the Nurdin Abdullah corruption case; (2) To find out the impartiality of the news portal Fajar.co.id and Makassar.tribunnews.com reporting on the Nurdin Abdullah corruption case; (3) To find out the objectivity of reporting on news portals Fajar.co.id and Makassar.tribunnews.com in reporting on the Nurdin Abdullah corruption case.

This research lasted approximately six months (August 2022 – January 2023). The population and sample of this study are all the news on the Nurdin Abdullah Corruption Case, which were uploaded on makassar.tribunnew.com and Fajar.co.id. This study uses the framework offered by Westerstahl to measure objectivity. The primary data for this research was collected through the news of arrests, trials, and the reading of the verdict in the Nurdin Abdullah corruption case. In comparison, secondary data is obtained from the study of decisions and literature that is relevant to the object being studied. This data was then analyzed using the content analysis method.

The study results show that, in general, makassar.tribunnew.com and Fajar.co.id is quite good at applying the concept of objectivity in their reporting. However, Fajar.co.id excels in objectivity with a gain of 87.1% and makassar.trobunnews.com with 85.1%. The level of factuality for makassar.tribunnew.com and Fajar.co.id is on a high scale, and for the level of impartiality, the two media are on a medium scale.

**Key Words:** J. Westerstahl's Objectivity Theory, Content Analysis, Reporting on the Corruption Case of Nurdin Abdullah

## DAFTAR ISI

<b>OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN KASUS KORUPSI NURDIN ABDULLAH PADA MEDIA <i>ONLINE</i> MAKASSAR.TRIBUNNEWS.COM DAN FAJAR.CO.ID .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENERIMA TIM EVALUASI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>16</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>16</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>21</b>
<b>C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>22</b>
<b>D. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>23</b>
<b>E. Definisi Operasional .....</b>	<b>41</b>
<b>F. Metode Penelitian .....</b>	<b>42</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>49</b>
<b>A. Komunikasi Massa dan Media Massa .....</b>	<b>49</b>
<b>B. Teori New Media .....</b>	<b>52</b>
<b>C. Jurnalisme Online.....</b>	<b>55</b>
<b>D. Teori Tanggung Jawab Sosial .....</b>	<b>59</b>
<b>E. Agenda Setting .....</b>	<b>62</b>
<b>F. Analisis Isi .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>67</b>

<b>A. Tribun Timur Makassar</b> .....	67
1. <b>Gambaran Umum</b> .....	67
2. <b>Sejarah Perkembangan Makassar.tribunnews.com</b> .....	68
3. <b>Visi dan Misi</b> .....	69
4. <b>Struktur Redaksi</b> .....	69
<b>B. Harian Fajar</b> .....	71
1. <b>Gambaran Umum</b> .....	71
2. <b>Sejarah Fajar.co.id</b> .....	72
3. <b>Struktur Redaksi</b> .....	74
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN</b> .....	76
<b>A. Hasil Penelitian</b> .....	76
1. <b>Uji Reliabilitas</b> .....	77
2. <b>Deskripsi Hasil Pemberitaan Media Onlie makassar.tribunnews.com</b> 78	
3. <b>Deskripsi Hasil Penelitian Pemberitaan di Media Online Fajar.co.id</b> 95	
4. <b>Deskripsi Hasil Uji Objektivitas</b> .....	109
<b>B. Pembahasan</b> .....	110
1. <b>Tingkat Faktualitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media <i>Online</i> makassar.tribunnews.com dan fajar.co.id</b> .....	110
2. <b>Tingkat Imparsialitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media <i>Online</i> makassar.tribunnews.com dan fajar.co.id</b> .....	116
3. <b>Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media <i>Online</i> makassar.tribunnews.com dan fajar.co.id</b> .....	120
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	123
<b>A. Kesimpulan</b> .....	123
<b>B. Saran</b> .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	126
<b>LAMPIRAN I</b> .....	129
<b>PROTOKOL PENGISIAN LEMBAR <i>CODING</i></b> .....	129
<b>BIODATA PENULIS</b> .....	135

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Hierarki Nilai Berita.....	29
Gambar 1.2 Skema Objektivitas Westerstahl.....	33
Gambar 1.3 Tahapan Melakukan Analisis Isi Kuantitatif.....	39
Gambar 1.4 Kerangka Konseptual .....	40
Gambar 3. 1 Logo makassar.tribunnews.com.....	68
Gambar 3. 2 Logo fajar.co.id .....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Berita Kasus Korupsi Nurdin Abdullah makassar.tribunnews.com dan fajar.co.id .....	76
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 4.3 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Fakta dan Opini Terpisah dengan Jelas (makassar.tribunnews.com) .....	79
Tabel 4.4 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Jenis Fakta (makassar.tribunnews.com).....	81
Tabel 4.5 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kesesuaian Narasumber yang Dikutip dalam Berita (makassar.tribunnews.com).....	82
Tabel 4.6 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Sumber Berita Jelas (makassar.tribunnews.com).....	84
Tabel 4.7 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kelengkapan (makassar.tribunnews.com).....	84
Tabel 4.8 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kesesuaian Judul dan Isi (makassar.tribunnews.com).....	86
Tabel 4.9 Tingkat Faktual makassar.tribunnews.com.....	88
Tabel 4.10 Distribusi Berita Berdasarkan Frekuensi Indikator Cakupan Berita (News Coverage) (makassar.tribunnews.com) .....	88
Tabel 4.11 Distribusi Berita Berdasarkan Frekuensi Indikator Pengembangan Berita (makassar.tribunnews.com).....	90
Tabel 4.12 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Penilaian Dalam Berita (makassar.tribunnews.com).....	91
Tabel 4.13 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Mengandung Sensasional (makassar.tribunnews.com).....	91
Tabel 4.14 Tingkat Imparsilitas makassar.tribunnews.com.....	93
Tabel 4.15 Tingkat Faktualitas dan Imparsilitas makassar.tribunnews.com .....	94
Tabel 4.16 Tingkat Objektivitas makassar.tribunnews.com .....	95
Tabel 4.17 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Fakta dan Opini Terpisah dengan Jelas (makassar.tribunnews.com) .....	96

Tabel 4.18 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Jenis Fakta (fajar.co.id).....	97
Tabel 4.19 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kesesuaian Narasumber yang Dikutip dalam Berita (fajar.co.id) .....	98
Tabel 4.20 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Sumber Berita (fajar.co.id) .	98
Tabel 4.21 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kelengkapan (fajar.co.id) ...	99
Tabel 4.22 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kesesuaian Judul dan Isi (fajar.co.id).....	100
Tabel 4.23 Tingkat Faktual fajar.co.id .....	102
Tabel 4.24 Distribusi Berita Berdasarkan Frekuensi Indikator Cakupan Berita (News Coverage) (fajar.co.id).....	102
Tabel 4.25 Distribusi Berita Berdasarkan Frekuensi Indikator Pengembangan Berita (fajar.co.id).....	104
Tabel 4.26 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Penilaian Dalam Berita (fajar.co.id).....	105
Tabel 4.27 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Mengandung Sensasional (fajar.co.id).....	105
Tabel 4 28 Tingkat Imparsialitas fajar.co.id .....	107
Tabel 4.29 Tingkat Faktualitas dan Imparsilitas fajar.co.id.....	108
Tabel 4.30 Tingkat Objektivitas fajar.co.id .....	108
Tabel 4.31 Hasil Uji Tabulasi Silang Objektivitas.....	109

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Saat ini, kehidupan masyarakat modern tidak bisa dipisahkan dengan media massa. Keberadaan media massa menjadi krusial dalam kehidupan sosial, bahkan media massa memberikan dampak ketergantungan yang besar terhadap manusia. (Nurudin, 2014) berpendapat bahwa ketergantungan manusia pada media massa yang sangat tinggi dapat menjadikan media massa sebagai alat yang ikut membentuk apa dan bagaimana masyarakat.

Adanya media baru adalah salah satu bukti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dan internet menjadi contoh dari media baru ini. Hadirnya internet membuat proses informasi menjadi cepat. Respatiti (2014) menyebutkan bahwa ciri khas dari produk teknologi adalah menawarkan produktivitas, efisiensi, kecepatan dan lintas batas. Kemudahan yang ditawarkan internet dalam menyediakan beragam informasi dan berita lambat laun mulai mengalahkan kepopuleran media cetak (Juditha, 2013). Dengan ‘power’ tersebut tak heran jika internet mampu menarik pelaku-pelaku bisnis dalam media untuk melebarkan sayapnya pada teknologi komunikasi melalui internet.

Bahkan saat ini muncul istilah jurnalisme *online* karena berita disebarakan dengan gratis, lebih cepat, interaktif dan saat itu juga (*event on the making*) dianggap media massa *mainstream* sebagai kondisi yang tepat untuk memperluas



jaringan pembaca dan yang cukup penting menumbuhkan loyalitas (Nurliah, 2018). Dengan kekuatan tersebut, konsep atau definisi berita juga dapat mengalami perubahan (Waluyo, 2018). Menurut Hayanto dalam Waluyo (2018) sebelumnya berita didefinisikan sebagai “melaporkan peristiwa yang telah terjadi”, kini berganti makna dengan “melaporkan peristiwa yang sedang terjadi”. Sinergitas antara platform cetak dan *online* melahirkan kekuatan membentuk media konvergensi.

Berita yang disajikan oleh jurnalis *online* merupakan tahapan penting dalam konvergensi media karena memanfaatkan berbagai fitur dari media digital, di antaranya audio, video dan animasi. Pesatnya perkembangan media *online* yang tidak bisa dikendalikan berdampak pada jurnalis *online*, tak jarang para pemilik media berlomba-lomba mendapatkan atensi dari khalayak dengan mengesampingkan kaidah penulisan berita seperti kelengkapan unsur 5W + 1 H, nilai berita akurasi, keberimbangan, proporsionalitas, maupun netralitas seakan dilupakan (I. A. Yusuf, 2012).

Saat ini para pekerja media lebih mengedepankan kecepatan dan aktualitas ketimbang prinsip-prinsip jurnalistik. Dengan mengenyampingkan objektivitas, maka berita yang disajikan menjadi tidak objektif dan cenderung berpihak pada satu sisi saja. Padahal objektivitas adalah prinsip yang berkaitan langsung dengan kualitas informasi. Peran media massa dalam menjaga posisi dan marwahnya

untuk tetap bersikap objektif menjadi suatu keharusan mutlak yang harus dimiliki (Rakhmadani, 2020).

Salah satu topik yang paling banyak mendapat perhatian media adalah kasus korupsi. Keakraban media massa dengan pemberitaan korupsi dapat ditelusuri sejak era reformasi 1998. Media massa lebih bebas memberitakan kasus korupsi tanpa khawatir dibredel seperti masa Orde Baru yang lebih terkendali (Natalia, 2019).

Pada tahun 2021 kasus korupsi yang menjadi sorotan masyarakat dan media adalah kasus korupsi Gubernur Sulawesi Selatan, Nurdin Abdullah. Seperti yang kita ketahui bersama, Nurdin Abdullah merupakan salah satu kepala daerah yang mengantongi banyak prestasi. Diantaranya, Bung Hatta Anti Corruption Award (BHACA) pada 2017 silam dan tentu saja dengan ditangkanya mantan Bupati Bantaeng ini cukup menggegerkan, melihat dari prestasi yang ia kantong.

Pada 28 Februari 2021 portal berita Kompas memuat kronologi penangkapan Nurdin Abdullah, tersangka merupakan salah satu orang yang terjaring operasi tangkap tangan (OTT) dengan dugaan suap proyek infrastruktur di Lingkungan Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan. Tangkap tangan bermula dari informasi yang diberikan masyarakat, dugaan akan terjadi penerimaan sejumlah uang oleh penyelenggara negara. Nurdin ditangkap di rumah dinas gubernur Sulsel pada pukul 02.00 WITA. Kemudian pada Minggu (22/2/2021), Nurdin ditetapkan sebagai tersangka bersama dua orang lainnya.

Nurdin Abdullah didakwa Jaksa Penuntut Umum (JPU) KPK dengan menerima suap total senilai Rp 13 miliar. Dengan rincian bahwa Nurdin melakukan dua tindak pidana, yakni suap dan gratifikasi. Pertama, Nurdin Abdullah menerima suap SGD 150 ribu dan Rp 2,5 miliar. Kedua, Nurdin juga didakwa menerima uang gratifikasi sebanyak Rp 6,5 miliar dan SGD 200 ribu dari sejumlah kontraktor.

Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com merupakan media *online* yang turut menyoroti kasus Nurdin Abdullah. Fajar.co.id merupakan media yang berada di bawah naungan PT. Media Fajar Koran sejak 17 Desember 1996 sebagai portal berita *online* dari koran fajar, yang merupakan koran tersebar di Indonesia Timur. Pada April 2016 Fajar melakukan proses integrasi seluruh website Fajar Grup, hingga Juni 2016 fajar.co.id resmi membentuk tim manajemen baru di bawah naungan PT. Fajar National Network dan resmi dilaunching sebagai portal berita nasional. Sedangkan Tribun Timur adalah produk media yang dibuat oleh PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom), dan makassar.tribunnews.com berada di bawah naungan Tribunnews.com

Pemilihan media *online* Fajar dengan domain Fajar.co.id dan Tribun Timur dengan domain Makassar.tribunnews.com dalam penelitian ini karena memiliki representasi untuk diteliti. Berdasarkan riset yang dilakukan Muhlisa, Ramli, dan Usman (2021) Fajar.co.id merupakan salah satu portal media massa *online* berasal dari kota Makassar yang sudah dikenal dan dianggap memiliki berita yang aktual dan akurat, hal tersebut terbukti pada jumlah akses masyarakat yang telah mencapai

puluhan ribu pembaca dalam jangka waktu 1 hari. Sedangkan, Makassar.tribunnews.com menempati urutan pertama *visitor* media *online* terbanyak di Sulawesi Selatan dengan *visitor* sebanyak 1.707.511.

Sebelumnya telah banyak penelitian yang melakukan riset mengenai objektivitas isi berita. Pada 2016, A. J. Yusuf & Sonni meneliti mengenai objektivitas pemberitaan pilkada dengan judul Pilkada Dalam Pemberitaan di Harian Radar Selatan, hasilnya menunjukkan Berita Pilkada Harian Radar Selatan Periode November-Desember 2015 belum menunjukkan dan menerapkan prinsip objektivitas berita melalui kualitas pemberitaannya. Pada 2017, Abkoriyah & Dewi melakukan penelitian Objektivitas Berita di Harian Kompas dan Kompas.com dan ditemukan bahwa Harian Kompas dan Kompas.com belum dapat dikatakan objektif sepenuhnya. Di tahun yang sama, Paramitha & Widodo melakukan penelitian yang berjudul Objektivitas Pemberitaan Posting Path Florence Sihombing pada Portal *Online* Harianjogja.com dan Tribunjogja.com, ditemukan Harianjogja.com dan Tribunjogja.com memenuhi 9 dari 11 sub unit analisis yang diteleti, yaitu sifat fakta, akurasi, kelengkapan berita, relevansi, *non-evaluative*, *non-sensational*, *juxtaposition* dan *linkages*. Thahir (2018), melakukan penelitian objektivitas dengan judul Analisis Isi Objektivitas Berita Operasi Tangkap Tangan Walikota Kendari dan Asrun di Harian Kendari Pos, Rakyat Sultra dan Berita Kota Kendari, temuannya menunjukkan ketiga media menyajikan berita tanpa melebih-lebihkan fakta, sementara Kendari Pos cenderung memberi penilaian dengan

relevansi yang rendah dengan khalayak. Tahun 2021, Amal melakukan penelitian dengan judul Objektivitas Pemberitaan Rancangan Kitab Undang- Undang Hukum Pidana (RKUHP) Pada Media *Online* Tirto.id dan hasilnya berita Rancangan Undang-undang Kitab Hukum Pidana (RKUHP) di media *online* Tirto.id cenderung telah menunjukkan dan menerapkan prinsip objektivitas dalam pemberitaannya.

Penelitian di atas secara umum menggunakan teori Westerstahl dalam menilai objektivitas sebuah berita. Dalam penelitian ini pun akan menggunakan teori tersebut. Namun, yang membedakannya dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini peneliti menjadikan media *online* lokal sebagai objek kajian utama. Selain itu, peneliti lebih mengkhususkan penelitian ini kepada berita kasus korupsi.

Gambaran di atas, membuat penelitian mengenai akurasi berita di portal berita *online*, khususnya berita tentang kasus dugaan Korupsi Nurdin Abdullah di Portal berita Fajar dan Tribun Timur menarik untuk dilakukan. Maka berangkat dari penjabaran di atas, peneliti merasa perlu untuk mengangkat penelitian yang berjudul: **Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media *Online* Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, ada pun rumusan masalah yang ditemukan pada penelitian ini:

1. Bagaimana tingkat faktualitas pemberitaan kasus korupsi Nurdin Abdullah di Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com?
2. Bagaimana tingkat imparialitas pemberitaan kasus korupsi Nurdin Abdullah di Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com?
3. Bagaimana objektivitas pemberitaan kasus korupsi Nurdin Abdullah di Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini:

1. Tujuan Penelitian:
  - a) Untuk mengetahui tingkat faktualitas pemberitaan portal berita Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dalam memberitakan kasus korupsi Nurdin Abdullah
  - b) Untuk mengetahui imparialitas pemberitaan portal berita Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dalam memberitakan kasus korupsi Nurdin Abdullah
  - c) Untuk mengetahui objektivitas pemberitaan portal berita Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dalam memberitakan kasus korupsi Nurdin Abdullah
2. Kegunaan Penelitian
  - a) Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, terlebih lagi pada bidang jurnalistik mengenai objektivitas media *online* dalam memberitakan sebuah peristiwa. Terkhusus pada pemberitaan korupsi.
- 2) Penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan atau bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan Pustaka atau ingin melakukan penelitian sejenis.

b) Kegunaan Praktis

Sebagai bahan untuk mengevaluasi kinerja media dalam hal ini Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dalam melakukan peliputan berita, terutama yang bertemakan korupsi

## **D. Kerangka Konseptual**

### **1. New Media dan Konvergensi**

Keberadaan teknologi informasi internet yang diketahui masyarakat sejak tahun 1990-an, kini mulai diaplikasikan pada media massa yang kemudian menghadirkan “media baru” (*new media*). *New media* dapat didefinisikan sebagai teknologi komunikasi berbentuk digital yang sudah terhubung melalui jaringan internet. Penyampaian pesan dalam *new media* didistribusikan secara *online*. Menurut John Vivian (2008), keberadaan *new media* seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media

konvensional, sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital (Feroza & Misnawati, 2020). Karakteristik dari *new media* adalah dapat diubah (edit), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated content*. *User-generated content* adalah konten atau isi artikel dalam internet yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua internet user.

Hadirnya *new media* mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media. Terry Flew dalam *New Media: an Introduction* (2008) dalam Khumairoh (2021) menyatakan konvergensi media merupakan hasil dari irisan tiga unsur *new media* yaitu jaringan komunikasi, teknologi informasi, dan konten media. Konvergensi media umumnya didefinisikan sebagai proses penggabungan beberapa platform media yang ada untuk diarahkan dan digunakan ke dalam satu titik tujuan. Teoritikus Henry Jenkins mendefinisikan konvergensi media sebagai proses penyatuan yang terus menerus terjadi di antara berbagai bagian media, seperti teknologi, industri, konten, dan khalayak.



Hadirnya konvergensi media berdampak pada perubahan proses produksi dalam sebuah media, terjadi proses kolaboratif untuk mengelola dan mengintegrasikan *platform* tersebut untuk menciptakan sistem yang terintegrasi secara digital (Harahap, 2019).

Bagi media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar, konvergensi media menjadi suatu hal penting yang perlu diterapkan, mengingat saat ini masyarakat sudah beralih ke kehidupan yang serba digital. Selain itu, hadirnya internet menjadi faktor kuat yang mendorong terjadinya konvergensi media. Hal ini lantaran konvergensi media merupakan bentuk perkembangan media yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Dengan adanya internet, segala bentuk platform media yang sebelumnya terpisah-pisah, baik cetak maupun elektronik dapat disatukan dalam sebuah platform media bersama. Khalayak atau konsumen media bisa dengan mudah memilih media mana yang ingin dikonsumsi hanya dengan membuka satu platform yang sudah dikonvergensi.

## **2. Kasus Korupsi dan Pemberitaannya di Indonesia**

Pemberantasan korupsi dengan media massa memiliki kaitan erat, karena dengan peran media massa isu pemberantasan korupsi menjadi populer. Korupsi juga merupakan isu yang ‘seksi’ bagi media (Aji, 2016). Pemberitaannya selalu menjadi headline, baik di media cetak, elektronik, maupun daring. Kampanye mengenai pemberantasan korupsi juga memerlukan

media untuk selalu menjaga energinya di masyarakat. Hal tersebut diyakini oleh beberapa orang bahwa media memiliki peran penting dalam upaya pemberantasan korupsi.

Gagasan media massa sebagai pilar keempat demokrasi dengan tugas utama sebagai *check and balance* terhadap mereka yang memiliki jabatan public didasari premis bahwa jangan sampai suatu kekuasaan melampaui batasannya. Jurnalisme memiliki kewajiban kesetiaan terhadap kepentingan publik yang sejalan dengan fungsinya sebagai pengawasan sosial, yakni upaya distribusi informasi dan interpretasi objektif tentang berbagai peristiwa yang terjadi di dalam dan di luar lingkungan sosial dengan tujuan kontrol sosial agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Media massa bekerja secara independen terhadap pemerintah meski pemerintah jugalah yang menjamin kebebasan media. Pers selaku *watchdog* memantau pekerjaan pemerintah sehari-hari sehingga membantu warganegara menilai kinerja pemerintah. Sayangnya, teori dengan realita jarang seirama, cara media media beroperasi di dunia cenderung berbeda dengan teori bagaimana media berfungsi. Media jarang yang imun terhadap berbagai tekanan baik yang berasal dari negara maupun pasar (Natalia, 2019).

Isu korupsi sering dieksploitasi secara luar biasa menjadi komoditas penting media massa. Sehingga kemudian ini menyiratkan ada ruang kosong yang ditinggalkan oleh media dalam pemberitaan korupsi. Isu korupsi tak lagi dimaknai sekadar informasi, melainkan menjadi komoditas bagi media massa.

Ini seperti apa yang disebut oleh Vincent Mosco dalam Aji (2016) sebagai “komodifikasi”, yaitu perubahan dari nilai guna menjadi nilai tukar.

Konsekuensinya, media akan berupaya menyajikan berita agar mampu menarik perhatian khalayak. Biasanya pola ini dilakukan dengan mencampurkan informasi dengan unsur hiburan. Padahal idealnya pemberitaan korupsi identik dengan pola jurnalisme investigatif yang mendalam untuk menelusuri fakta dan membuktikan kecurigaan

### **3. Berita sebagai Luaran Portal Berita *Online***

Salah satu isi media yang harus diperlakukan dengan hati-hati adalah berita karena berita berkaitan dengan fakta. Berita (news) adalah sajian utama sebuah media massa di samping opini (*views*). Keberadaan berita sangat penting bagi masyarakat. Berita merupakan sumber informasi bagi masyarakat, karena dari berita masyarakat yang awalnya tidak tahu menjadi tahu. Menurut Kovach dan Rosentiel (2014) kebutuhan akan berita telah menjadi naluri kesadaran manusia.

Kata “berita” berasal dari Bahasa Sansekerta, *vrit* yang berarti ”ada” atau “terjadi”. Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, “berita” adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Sedangkan menurut Michhel V. Charnley dalam (Romli M, 2012) berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca serta menyangkut kepentingan mereka.

Dari penjelasan mengenai arti berita maka bisa dikatakan bahwa berita haruslah memuat informasi dari sesuatu yang ada, faktual, dan bukan merupakan rekaan atau hal yang dibuat-buat. Dalam dunia jurnalistik fakta terdiri atas dua:

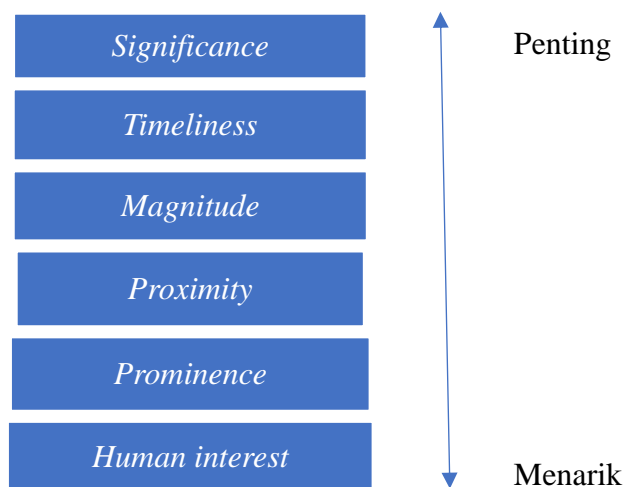
1. Fakta psikologi: Fakta yang sumbernya berupa pernyataan dari seseorang ataupun beberapa orang tentang sesuatu.
2. Fakta sosiologis: Fakta ini adalah kejadian yang senyatanya atau yang benar-benar terjadi.

Mencari bahan berita kemudian menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa). Untuk menyajikan berita diperlukan untuk memerhatikan kelayakan publikasi. Dalam hal tersebut terdapat beberapa pandangan, tetapi secara umum terdapat enam unsur yang digunakan untuk menilai seberapa layak sebuah berita dapat dipublikasikan di media massa atau yang biasa disebut layak muat. Keenam unsur inilah yang dikenal dengan nilai-nilai berita (*news values*) atau nilai-nilai jurnalistik, yakni:

- a) *Significance* (penting), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian memiliki kemungkinan berpengaruh pada kehidupan orang banyak.
- b) *Magnitude* (besar), yaitu ketika peristiwa tersebut menyangkut angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak.
- c) *Timeliness* (waktu), yaitu ketika peristiwa tersebut adalah hal yang baru terjadi.

- d) *Proximity* (kedekatan), yaitu pada saat peristiwa atau kejadian memiliki kedekatan terhadap pembaca, baik kedekatan yang bersifat geografis, kultur, ataupun emosional.
- e) *Prominace* (tenar), yaitu ketika berita tersebut berkaitan dengan hal-hal yang terkenal, seperti figur, tempat, atau benda.
- f) *Human Interest* (manusiawi), yaitu ketika berita mengandung peristiwa yang menyentuh perasaan pembaca.
- g) *Unique* (unik), yaitu ketika berita tersebut mengandung peristiwa yang jarang terjadi.

Jika diurutkan, maka kriteria nilai berita tersebut akan seperti berikut:



*Gambar 1.1 Hierarki Nilai Berita*

Perkembangan pesat yang terjadi pada teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan media berkonvergensi sehingga terciptanya saluran media baru yang lebih beragam. Di era konvergensi media, penyajian berita

mengalami perubahan. Berita tidak hanya disebarkan melalui surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Saat ini media cenderung melaporkan satu jenis berita ke berbagai *platform* yang mereka miliki. Tak hanya itu saja, jurnalis masa kini dituntut untuk mampu menyegerakan penyampaian informasi yang diperoleh dan mengirimkannya ke khalayak. Masyarakat sekarang mengenal apa yang disebut sebagai jurnalisme *online*. Jurnalisme *online* dapat didefinisikan sebagai kegiatan mengumpulkan menulis mengedit dan menerbitkan berita dan disebarkan ke publik melalui internet (*online*) dengan fitur-fitur multimedia yang berbasis digital (Lubis, 2017).

Menurut Supriyanto dan Yusuf dalam Rossy dan Wahid (2015) ada empat formula dalam pemberitaan jurnalisme *online* yang berbeda dengan media konvensional antara lain: Pertama, berita cepat tayang dan bahkan *real time*. Kedua, berita ditayangkan kapan saja, dari mana saja, tanpa memperhitungkan luas halaman dan durasi, karena internet tidak memiliki hambatan ruang dan waktu dalam mempublikasikan informasi. Ketiga, berita diformat dalam bentuk singkat dan padat karena informasi terus mengalir dan berubah sewaktu-waktu. Namun kelengkapan informasi tetap terjaga karena antara berita yang satu dengan yang lain bisa dikaitkan (*linkage*) hanya dengan satu klik. Keempat, untuk menjaga kepercayaan pembaca, ralat, *update*, dan koreksi dilakukan secara periodik dan konsisten. Ini sekaligus memanfaatkan kekuatan interaktif internet

Berita yang terbit pada portal berita *online* dinilai lebih fleksibel karena pembaca memiliki kebebasan yang lebih luas dalam memilih topik berita (Praditya, 2012). Keunggulan lain dari berita *online* adalah cepatnya suatu berita sampai ke pembaca. Sehingga jika terdapat berita yang dianggap penting untuk disajikan, dapat ditampilkan dengan mudah, berbeda dengan berita pada surat kabar konvensional. Namun, ditemukan banyak kasus pemberitaan yang tidak objektif. Objektivitas pemberitaan terkait dengan kualitas dan kredibilitas berita itu sendiri. Padahal objektivitas pers dalam pemberitaan juga merupakan amanat undang-undang pers.

#### **4. Objektivitas**

Wartawan dalam menjalankan tugasnya memiliki fungsi, hak, dan kewajiban yang diatur oleh Kode Etik Jurnalistik. Salah satunya mengenai sikap Wartawan Indonesia, bahwa Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk, yang menandakan bahwa media dimana wartawan bernaung seharusnya bersikap profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat.

Menurut McQuail (2011), ada lima kriteria penilaian terhadap kualitas media:

1. Kebebasan dan independensi
2. Ketertiban dan solidaritas media
3. Keanekaragaman dan akses

4. Objektivitas dan kualitas informasi

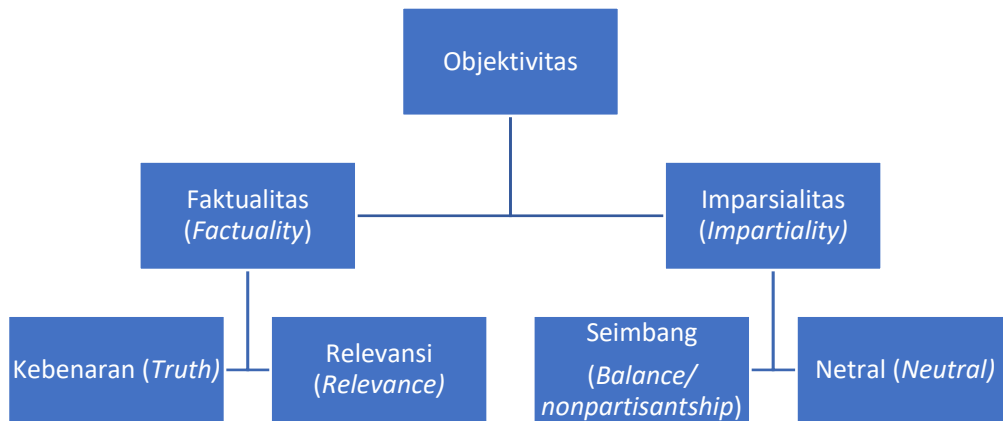
5. Kualitas budaya

Diantara kelima kriteria tersebut, objektivitas berita adalah prinsip yang berkaitan langsung dengan kualitas informasi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat McQuail (2011) bahwa prinsip objektivitas memiliki fungsi dalam kualitas informasi. Media sebagai sarana penyampaian informasi haruslah objektif. Karena objektivitas merupakan kunci kepercayaan dari khalayak terhadap suatu media (McQuail, 2011). Dalam praktik jurnalistik, prinsip objektivitas ini adalah untuk mencegah kemungkinan atau kecenderungan wartawan untuk memasukkan subjektivitas pribadi atau pihak lain ketika melaporkan suatu peristiwa atau kejadian. Namun, persoalan yang dihadapi oleh jurnalis ketika menempatkan fakta dalam konteks yang tidak mungkin lepas dari pemahaman pribadi.

Westerstahl dalam McQuail (2011) berpendapat bahwa mempertahankan objektivitas dapat dilakukan dengan cara patuh terhadap sebuah standar atau norma. Untuk itu, Westerstahl menyusun sebuah skema atau standar objektivitas meski mengadopsi peraturan yang berlaku pada perusahaan penyiaran Swedia. Objektivitas melibatkan dua dimensi yang berbeda namun saling melengkapi, yaitu dimensi kognitif dan evaluatif. Dimensi kognitif mencakup faktualitas yang merupakan kualitas informasi yang terkandung dalam berita. Sedangkan dimensi evaluatif mencakup



imparsialitas atau ketidakberpihakan yang digunakan sebagai kualitas sebuah berita. Skema objektivitas menurut Westertahl:



Gambar 1.2 Skema Objektivitas Westerstahl

*Sumber: McQuail (2011)*

a. Faktualitas (*Factuality*)

Faktualitas berbicara mengenai muatan informasi yang menyajikan realitas yang ada. Dimensi ini berhubungan dengan kualitas informasi dari suatu berita. Faktualitas mengandung dua hal yaitu kebenaran (*truth*), dan relevansi (*relevance*).

1) Kebenaran (*Truth*)

Kebenaran digunakan sebagai pengukur tingkatan kebenaran atau fakta yang disajikan dari lapangan. Dimensi ini terbagi menjadi tiga sub aspek lagi, yaitu *factualness* (pemisahan yang jelas antara fakta dan opini), *accuracy* (ketepatan data yang diberitakan, seperti jumlah, tempat,

waktu, nama, dan sebagainya), dan *completeness* (kelengkapan unsur-unsur 5W + 1H dalam berita).

## 2) Relevansi (*Relevance*)

Relevansi berkaitan dengan proses pemilihan topik atau isu apa yang relevan bagi pembaca atau publik secara umum. Relevansi dapat diukur melalui standar jurnalistik yang terkandung di dalamnya, memiliki nilai-nilai berita (relevan) yang mengandung 1 atau beberapa unsur, seperti adanya *significance*, *timelines*, *magnitude*, *proximity*, *prominance* dan *human interest*. Selain itu relevansi juga berhubungan dengan kesesuaian judul dengan isi berita.

## b. Imparsialitas (*Impartiality*)

Imparsialitas berbicara mengenai ketidakberpihakan wartawan dalam menuliskan berita. Wartawan tidak mencampuradukkan opini pribadi ataupun memihak kesalah satu sisi sumber berita. Imparsialitas terdiri dari dua sub dimensi, yaitu seimbang (*balance*) dan netral (*neutrality*).

### 1) Seimbang (*Balance*)

Seimbang berkaitan dengan keseimbangan dalam pemberitaan, menampilkan semua sisi berita. Pada sub dimensi ini, dapat diturunkan lagi ke dalam dua sub dimensi yang lebih kecil, pertama akses proporsional (*equal or proportional access*) yang berarti seberapa banyak ruang yang diberikan media untuk menyajikan pendapat atau kepentingan dari berbagai pihak. Apakah hanya satu sisi saja yang

ditonjolkan, atau dari berbagai sisi. Kedua, yaitu dua sisi (*even handed evaluation*) yakni penggambaran berita terhadap fakta maupun pihak-pihak yang diberitakan secara proporsional.

## 2) Netral (*Neutral*)

Netral berkaitan dengan dengan aspek penyajian suatu berita, termasuk di dalamnya penempatan berita, aspek-aspek yang ditonjolkan, maupun pemilihan kata-kata yang digunakan (McQuail, 2011). Sub dimensi ini mencakup dua sub dimensi yang lebih kecil, yaitu *non-evaluatif* (adanya dan *non-sensasional*. *Non-evaluatif* berkaitan dengan bagaimana wartawan menyajikan berita, apakah terdapat percampuran antara fakta dan opini yang memberikan penilaian *judgment*, dan *non-sensasional* yang berarti berita tidak melebih-lebihkan fakta yang diberitakan.

Melalui penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebuah berita dapat dikatakan objektif apabila mengandung unsur faktualitas dan imparsialitas. Faktualitas berkenaan dengan kebenaran, termasuk akurasi dan mengaitkan sesuatu yang relevan untuk diberitakan. Sedangkan imparsialitas dalam sebuah berita membutuhkan keseimbangan dan netralitas. Oleh karena itu, informasi yang objektif selalu memuat kejujuran, data yang benar, dan terpisah dari fakta dan opini. Jika ada satu subdimensi yang tidak objektif, maka

media tersebut dapat dikatakan tidak objektif dalam memberitakan peristiwa tersebut.

## 5. Analisis Isi

Analisis isi merupakan metode riset yang digunakan untuk mengetahui tujuan penulis baik yang secara jelas maupun yang tersirat, atau dengan kata lain analisis isi adalah metode yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks. Menurut Berelson & Kerlinger dalam Sumarno (2020), analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (*manifest*). Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi atau pesan dari sebuah komunikasi yang tampak, dan dilakukan secara objektif, valid, dan reliable.

Analisis isi kuantitatif menurut Eriyanto merupakan sebuah teknik penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi memiliki beberapa ciri-ciri sebagai berikut:

1. Objektif (*Objective*)

Objektif merupakan salah satu ciri penting dari analisis isi. Dalam ciri ini peneliti tidak diperkenankan untuk menuangkan opininya, hal itu bertujuan agar mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan atau

kecenderungan tertentu dari peneliti. Hasil dari analisis isi adalah benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks, dan bukan akibat dari subjektivitas dari peneliti.

2. Sistematis (*Systematic*)

Selain objektif, analisis isi juga harus sistematis. Sistematis berarti prosedur yang akan dilakukan telah dirumuskan secara jelas. Sistematis juga berarti setiap kategori yang dipakai menggunakan suatu definisi tertentu, dan semua bahan dianalisis dengan menggunakan kategori yang disama. Proses yang runtut di sini akan memberikan hasil yang sesuai dengan masalah yang dirumuskan sebelumnya, karena adanya keterkaitan antara variabel, kategori, dan teori yang digunakan

3. Replikabel (*Replicable*)

Replikabel diartikan penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil-hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya menghasilkan hasil yang sama.

4. Isi yang Tampak (*Manifest*)

Terdapat beberapa perbedaan dari para ahli dalam melihat apakah analisis isi hanya melihat isi tampak (*manifest*) atukah juga dapat digunakan untuk melihat isi yang tidak tampak (*latent*). Neudrof dan Krippendorff menyatakan bahwa analisis isi dapat dipakai untuk

melihat semua karakteristik isi, baik yang nampak (*manifest*) maupun tidak nampak (*latent*).

5. Perangkuman (*Summarizing*)

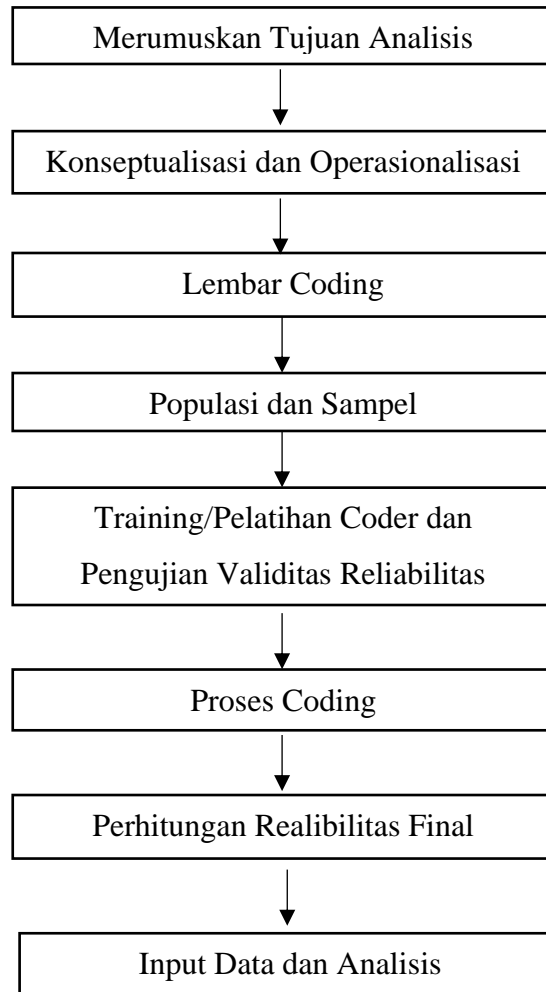
Hasil dari penelitian yang menggunakan analisis isi sebagai metode akan memuat rangkuman/gambaran umum karakteristik dari suatu isi/pesan. Sehingga hasil akhir analisis tidak berisikan *idiographic* yang umumnya bertujuan membuat gambaran detail melainkan nomotetik yang ditujukan untuk membuat generalisasi.

6. Generalisasi (*Generalization*)

Selain membuat rangkuman, analisis isi juga bertujuan untuk melakukan generalisasi. Terutama jika analisis isi menggunakan sampel. Hasil dari analisis isi dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum dari populasi.

Ada beberapa prosedur yang perlu dilakukan dalam menggunakan metode penelitian analisis isi. Tahapan-tahapan ini ada untuk digunakan sebagai pedoman agar penelitian dengan metode analisis isi dalam prosesnya dilakukan dengan baik dan benar. Beberapa tahapan atau prosedur dalam melakukan penelitian dengan metode analisis isi diawali dengan menentukan tujuan penelitian, melakukan pengisian *coding sheet*, menghitung reliabilitas, dan menganalisis hasil temuan.

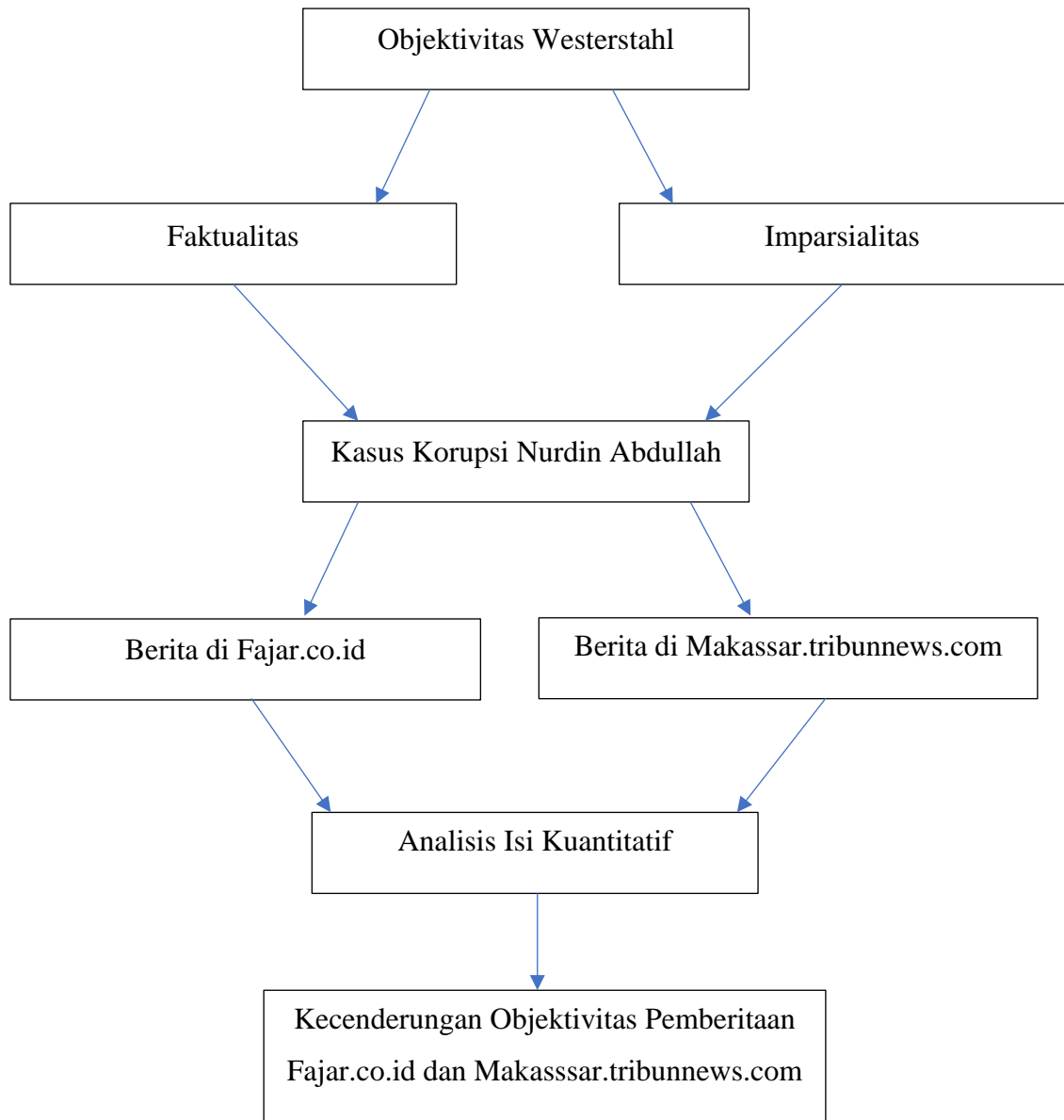
Berikut adalah prosedur dasar pembuatan rancangan penelitian dan pelaksanaan studi analisis isi yang dirangkum secara ringkas oleh Eriyanto:



Gambar 1.3 Tahapan Melakukan Analisis Isi Kuantitatif

Sumber: Eriyanto (2011)

Berdasarkan pada pemaparan di atas, maka kerangka konseptual untuk penelitian ini adalah:



*Gambar 1.4 Kerangka Konseptual*



## **E. Definisi Operasional**

1. Objektivitas merupakan prinsip profesionalisme seorang wartawan. Dengan sikap objektif wartawan dapat menulis berita sesuai dengan kenyataan dan tidak berat sebelah atau tidak memihak.
2. Faktual adalah kualitas informasi dalam berita yang dapat dicek kebenarannya.
3. Kebenaran adalah bentuk penyajian dalam berita yang benar-benar terjadi dan tidak mengada-ada.
4. Relevansi adalah keterhubungan antara pembaca dengan berita yang disajikan, relevan atau tidak.
5. Imparsialitas adalah ketidakberpihakan media dalam menyajikan berita
6. Berimbang adalah berita yang disajikan memuat semua sisi dan menghadirkan semua perspektif tanpa menyeleksi fakta-fakta tertentu yang dapat merugikan satu pihak.
7. Netralitas adalah penyajian berita berisikan peristiwa atau fakta apa adanya tanpa memihak pada satu sisi saja.
8. Analisis isi adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks.
9. Tingkat faktualitas terdiri dari tiga skala, yaitu skala rendah, sedang dan tinggi. Skala rendah faktualitas bergerak dari 6-8,2, skala sedang bergerak dari 8,3-10,5, skala tinggi bergerak dari 10,6-13.

10. Tingkat imparialitas terdiri dari tiga skala, yaitu skala rendah, sedang dan tinggi. Skala rendah bergerak dari 4-5,5, skala sedang bergerak dari 5,6-7,1, dan skala tinggi bergerak dari 7,2-9
11. Tingkat objektivitas imparialitas terdiri dari tiga skala, yaitu skala rendah, sedang dan tinggi. Skala rendah bergerak dari 10-14, skala sedang bergerak dari 14-17,9, dan skala tinggi bergerak dari 18-22.

## **F. Metode Penelitian**

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

Penelitian ini akan berlangsung kurang lebih selama tiga bulan, dimulai pada bulan Juni hingga Agustus 2022. Objek penelitian merupakan kompilasi berita Kasus Korupsi Nurdin Abdullah yang dipublikasikan oleh Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com.

Pemilihan media *online* Fajar dengan domain Fajar.co.id dan Tribun Timur dengan domain Makassar.tribunnews.com dalam penelitian ini karena memiliki representasi untuk diteliti. Berdasarkan riset yang dilakukan Muhlisa, Ramli, dan Usman (2021) Fajar.co.id merupakan salah satu portal media massa *online* berasal dari kota Makassar yang sudah dikenal dan dianggap memiliki berita yang aktual dan akurat, hal tersebut terbukti pada jumlah akses masyarakat yang telah mencapai puluhan ribu pembaca dalam jangka waktu 1 hari. Sedangkan, Makassar.tribunnews.com menempati urutan pertama *visitor* media *online* terbanyak di Sulawesi Selatan dengan *visitor* sebanyak 1.707.511.

## 2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai dasarnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *content analysis*. Riffe, Lacy, dan Fico dalam Eriyanto (2013) sebagai pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol-simbol komunikasi, dimana symbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi ataupun konsumsi. Sedangkan Eriyanto (2013) menjelaskan bahwa analisis isi juga digunakan untuk menggambarkan secara detail deskripsi suatu pesan, termasuk untuk melakukan perbandingan (komparasi) misalnya perbandingan antar waktu, antar komunikator yang berbeda dan antar khalayak yang berbeda.

Jenis atau tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif, guna memperoleh gambaran secara detail suatu teks melalui karakteristik teks tersebut.

## 3. Operasionalisasi Konsep

Merujuk dari skema dan konsep objektivitas yang digambarkan oleh Westerstahl dan hasil pengolahan kembali dari penelitian dengan judul yang serupa, maka operasionalisasi konsep dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

No	Dimensi	Unit Analisis	Sub Analisis	Indikator
1	Faktualitas ( <i>factuality</i> )	Kebenaran ( <i>truth</i> )	Faktualisasi ( <i>factualness</i> )	Fakta dan opini terpisah
				Jenis Fakta
			Akurasi ( <i>accuracy</i> )	Konfirmasi dalam item berita, telah melalui proses <i>check</i> dan <i>recheck</i>
		Lengkap ( <i>completeness</i> )	Kelengkapan unsur 5W + 1H	
		Relevansi ( <i>relevance</i> )	Kesesuaian fokus berita dengan keterangan lain dalam berita	Kesesuaian judul dan isi berita
2	Imprasionalitas ( <i>impartiality</i> )	Berimbang ( <i>balance/non-partisanship</i> )	Akses yang setara atau proporsional ( <i>Equal and proportional access</i> )	Menampilkan pandangan yang berasal dari berbagai pihak
			Dua sisi ( <i>Even Handed Evaluation</i> )	Pengembangan berita memihak atau tidak
		Netral ( <i>neutrality</i> )	Tidak evaluatif ( <i>non-evaluative</i> )	Wartawan tidak memberikan penilaian/opini terhadap pihak yang diberitakan
			Tidak sensational ( <i>non-sensational</i> )	Berita tidak mengandung unsur sensasional

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

##### a) Data Primer

Penelitian ini melakukan pengumpulan data primer menggunakan metode dokumentasi. Data-data yang dikumpulkan adalah pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah yang dipublikasikan Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com dikumpulkan guna menggali data secara sistematis dan teoritis.

##### b) Data Sekunder

Adapun data sekunder dari penelitian ini, yaitu:

##### 1) Studi Pustaka

Penelitian ini akan menggunakan studi pustaka sebagai data sekunder dengan cara studi literatur serta sebagai sumber bacaan yang mendukung penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan literatur-literatur seperti buku, dokumen, jurnal, serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini

##### 2) Lembar Coding

Penelitian ini akan menggunakan lembar coding yang akan menunjang teknik pengumpulan data penelitian analisis isi ini.

Lembar coding (*coding sheet*) yang disusun berdasarkan variabel penelitian.

## 5. Teknik Penentuan

### a) Populasi

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh berita mengenai Kasus Korupsi Nurdin Abdullah di Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com selama periode Februari hingga Desember 2021 dengan pertimbangan bawah pada Februari OTT Nurdin Abdullah berlangsung dan Desember adalah pembacaan vonis. Dengan menggunakan kata kunci “Korupsi Nurdin Abdullah” Fajar.co.id menampilkan 100 berita dan Makassar.tribunnews.com menampilkan 100 berita. Namun, tidak semua berita yang ditemukan digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya menggunakan berita yang membahas Korupsi Nurdin Abdullah. Pada portal makassar.tribunnews.com ada 67 berita dan untuk fajar.co.id ada 62 berita. Sehingga total berita yang menjadi populasi dalam penelitian ini sejumlah 129 berita

### b) Sampel

Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *total sampling* dengan mempertimbangkan hasil analisis dapat digeneralisasikan. Makassar.tribunnews.com menampilkan 67 berita sedangkan fajar.co.id menampilkan 62 berita yang membahas kasus

korupsi Nurdin Abdullah. Sehingga total sampel penelitian ini sebanyak 129 berita.

## 6. Teknik Analisis Data

Agar penelitian ini reliable, peneliti memakai formula R.Holsti sebagai uji reliabilitas. Dalam formula ini akan ada 2 coder yang melakukan coding secara bersamaan terhadap serangkaian isu, sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan oleh peneliti.

Selanjutnya, hasil pengkodean yang telah diisi di lembar coding dipindahkan ke dalam table yang disusun berdasarkan indikator dan frekuensi. Peneliti menggunakan tabulasi silang yang mampu memasukkan dua variable atau lebih. Untuk uji realibilitas peneliti menggunakan formula Holsti. Formula ini didasarkan pada persentase persetujuan antar-code ketika menilai suatu isi. Adapun rumus untuk menghitung realibilitas dari Holsti adalah:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

*CR* : *Coefficient Reliability*

*M* : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkode

*N1, N2* : Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkode pertama dan pengkode kedua

Dalam formula Holsti, angka realitabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka realibilitas di atas 0,7 atau 70%, berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Tetapi jika di bawah 0,7 atau 70%, berarti alat ukur bukan alat yang reliabel.

Koder dalam penelitian ini adalah Lisdayanti dan Azzahra Damayanti. Kedua koder dipilih karena memiliki pemahaman yang cukup mengenai struktur berita. Lisdayanti merupakan alumni Ilmu Komunikasi pada Universitas Hasanuddin yang pernah bekerja sebagai jurnalis di Fix Makassar dan Azzahra Damayati merupakan jurnalis media *online* Kabar Makassar.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Komunikasi Massa dan Media Massa**

Komunikasi massa adalah komunikasi yang terjadi antar manusia dengan menggunakan media massa. Banyak para ahli komunikasi dunia memberikan pandangan tentang komunikasi massa secara beragam salah satunya John Vivian (2008:450) mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur atau membujuk.

Komunikasi massa terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan massa. Istilah komunikasi yang dalam Bahasa Inggris adalah *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti membuat sama. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan.

Sedangkan secara “terminologi” ada banyak ahli yang mencoba mendefinisikan diantaranya adalah Laswell, “komunikasi itu merupakan jawaban terhadap *who says what in which medium to whom with what effect* (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya). Komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan di atas yaitu

1. Pengirim pesan (Komunikator)
2. Pesan
3. Media
4. Penerima (Komunikan)
5. Pengaruh atau efek

Telah banyak akademisi yang mendefinisikan komunikasi massa, diantaranya dikemukakan oleh Bittner, bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number people*). Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Adapun ciri-ciri dari komunikasi massa yaitu:

1. Komunikator melembaga
2. Komunikan bersifat heterogen
3. Pesan bersifat umum
4. Berlangsung satu arah
5. Menimbulkan keserempakan
6. Mengandalkan peralatan teknis
7. Dikontrol oleh *gatekeeper*

Kehadiran media massa membuat beberapa

Dalam menjalankan komunikasi massa dibutuhkan sebuah medium yang digunakan sebagai saluran komunikasi massa yang disebut media massa. Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari Bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain.

Disadari atau tidak, hal yang disajikan media massa memberikan efek pada *audience*. Hal tersebut didukung oleh pendapat Donald K. Robert dalam Rakhmat (2005) bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Karena fokusnya pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa.

Menurut Steven M. Chaffe dalam Wilhoit dan Harold de Bock (1980) ada dua pendekatan melihat efek media massa, salah satunya adalah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yakni:

1. Efek Kognitif
2. Efek Afektif
3. Efek Behavioral

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

1. Pember informasi

2. Pemberi identitas pribadi
3. Sarana integrasi dan interaksi sosial
4. Sarana hiburan
5. Fungsi mobilisasi

Seperti yang kita ketahui bahwa media massa memiliki peran penting dalam membagikan informasi dalam bentuk koran, majalah, radio, televisi, dan sebagainya. Namun seiring perkembangan zaman media massa kini harus siap bertransformasi menjadi era yang digital, karena standar dan ciri khas suatu produk dibidang teknologi dalam era milenial saat ini telah menawarkan dan memberikan peluang untuk produktivitas, kecepatan, efisiensi, serta lintas batasnya.

## **B. Teori New Media**

Perkembangan media massa beriringan dengan perkembangan teknologi komunikasi yang menghasilkan kecanggihan jika di tinjau dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan hadirnya media baru. Menurut Dewdney dan Ride, media baru (*new media*) merujuk pada teknologi computer yang menekankan bentuk dan konteks budaya yang mana teknologi digunakan seperti dalam seni, film, perdagangan, sains dan terkhusus diatas semua itu adalah internet.

Dalam perspektif komunikasi massa, secara sempit media baru merupakan sebutan bagi media dengan internet sebagai medium komunikasi massa. Media

baru mengarahkan kepada daya pikat komunikasi melalui internet. Lewat internet setiap individu pada dasarnya bisa berfungsi sebagai saluran pesan. Media baru ditandai dengan konvergensi media yang berarti integrasi tiga aspek yaitu telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu medium (Nasrullah, 2016).

Kemunculan *new media* memberikan dampak dan perubahan pada pola komunikasi di masyarakat. Menurut (McQuail, 2011) ciri utama dari *new media* adalah adanya ketergantungan, akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang berada dimana-mana atau tidak tergantung pada lokasi. Informasi dalam *new media* berbentuk digital dalam artian terpisah dari bentuk-bentuk fisik seperti kertas, buku, roll film dan sebagainya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknologi paling mendasar yang memengaruhi perkembangan *new media* adalah internet

Teori media baru adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini membahas tentang perkembangan media. Ada dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka.

*New Media* adalah media *online* yang berbasis teknologi, berbasifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara public maupun privat dengan

menggunakan internet. Lev Manovich melihat dua karakteristik utama yang membangun *new media*. Kebaruan media ini tidak terlepas dari konvergensi unsur baru antara karakteristik logika komputasi computer dan karakteristik logika komunikatif media. Sehingga, dari aspek lingkungan medianya, salah satu ciri media baru adalah keberadaan teknologi komunikasi dalam berkomunikasi.

Pendapat lain, Martin Lister, Jon Dovey, dkk (2009) dalam buku *New Media, Acritical Introduction*, terdapat enam karakteristik utama media baru yaitu, *digital interactive, hypertextual, virtual, networked, dan simulated*. Karakteristik tersebut juga mewakili perubahan pada pola bentuk media komunikasi yang membedakan media baru dengan media lama atau konvensional

McQuail mencatat, bahwa ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu:

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru dari *gateway*, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web atau untuk mengakses Web itu sendiri
6. Fragmentasi dan kaburnya institusi media.

### C. Jurnalisme Online

Jurnalistik *online* dapat disebut juga sebagai *cyber journalism*, jurnalistik internet, jurnalistik web yang merupakan ‘generasi baru’ jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak) dan jurnalistik penyiaran (radio dan televisi). Pendefinisian mengenai jurnalistik *online* juga beragam, namun dapat disebutkan bahwa jurnalistik *online* merupakan proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website.

Media *online* merupakan produk jurnalistik *online*. Kemunculannya bermula dengan ditemukannya teknologi komputer yang diikuti kemunculan teknologi internet, dikembangkan pada tahun 1990-an. Jurnalisme *online* berawal ketika Mark Drugle membeberkan cerita perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut *Monicagate*. Ketika itu Drugle berbekal sebuah laptop dan modem, menyiarkan berita tentang *monicagate* melalui internet. Di Indonesia, kemunculan dan perkembangan jurnalistik *online* dimulai dengan berita berakhirnya era pemerintahan Orde Baru saat Soeharto mengundurkan diri pada 21 Mei 1998. Berita pengunduran diri Soeharto tersebar luas melalui *milist* (*mailing list*) yang saat itu sudah mulai dikenal luas di kalangan aktivis demokrasi dan mahasiswa. Setelah itu, seiring “euforia reformasi”, beragam media *online* pun hadir.

Terdapat perbedaan antara jurnalisme *online* dengan jurnalisme tradisional yaitu, kecepatan, kemudahan akses, bisa di-*update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (*user*). Menurut (Romli M, 2012) jurnalistik *online* tidak mengenal tenggat waktu (*deadline*) seperti jurnalistik konvensional. *Deadline* bagi jurnalistik *online*-dalam pengertian “publikasi paling lambat”-adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung.

Dalam jurnalistik *online*, terdapat lima prinsip dasar menurut Paul Bradshaw dalam yang dapat disingkat menjadi BASIC, yakni Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation (Romli M, 2012).

1. *Brevity* (Keringkasan) berarti berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas, padat dan jelas. Hal ini ditujukan agar *audience* betah ketika membaca tulisan di dalam media *online*.
2. *Adaptability* (Kemampuan beradaptasi) berarti watwara *online* dituntut untuk menyesuaikan diri terhadap teknologi baru.
3. *Scannability* (Dapat dipindai) berarti berita *online* ditujukan untuk mempermudah khalayak saat membaca informasi atau berita.
4. Interaktivitas (*Interactivity*) berarti *audience* bisa dengan leluasa memberi tanggapan, berkomentar, atau menjalin interaksi dengan *audience* lainnya.



5. Komunikasi dan percakapan (*Community and Conversation*). Media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada public sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan public tadi

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

James C. Foust dalam Romli M (2012) mengemukakan keunggulan jurnalistik *online* dalam *Online Journalism Principles and Practices of News for the Web* (Holcomb Hathaway Publishers, 2005), meliputi :

1. *Audience Control*: jurnalistik *online* memungkinkan audience untuk lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkan.
2. *Nonlinearity*: jurnalistik *online* memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audience tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.
3. *Storage and retrieval*: jurnalistik *online* memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh audience.

4. *Unlimited space*: jurnalistik *online* memungkinkan jumlah berita yang dipublikasikan untuk audience menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.
5. *Immediacy*: jurnalistik *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audience.
6. *Interactivity*: jurnalistik *online* memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audience dalam setiap berita

Melalui kemudahan yang ditawarkan oleh jurnalisme *online*, muncul permasalahan baru yaitu mudahnya penyebaran berita hoaks. Salah satu penyebabnya adalah tuntutan wartawan masa kini yang mengedepankan *immediacy* atau kesegaran penyampaian informasi. Akurasi dari berita yang dihasilkan menjadi tanda tanya. Wartawan dalam menjalankan tugasnya sebagai jurnalis, sepatutnya berpengangan pada sejumlah prinsip jurnalisme. Prinsip-prinsip ini telah melalui masa pasang dan surut. Namun, dalam perjalanan waktu, terbukti prinsip-prinsip itu tetap bertahan.

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2006), dalam bukunya Sembilan Elemen Jurnalisme, Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan Diharapkan Publik merumuskan prinsip-prinsip itu dalam Sembilan Elemen Jurnalisme. Kesembilan elemen tersebut adalah:

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah kebenaran

2. Loyalitas pertama jurnlisme adalah kepada masyarakat
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi
4. Praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita
5. Jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan
6. Jurnlisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat
7. Jurnlisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting menarik dan relevan
8. Jurnlisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional
9. Prakatik jurnalime harus diperbolehkan mengikuti Nurani mereka

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

Pada abad ke-20, perkembangan masif pada media massa elektronik menimbulkan suatu tuntutan bagi media massa untuk memiliki tanggungjawab sosial baru, yang saat ini disebut pers tanggungjawab sosial. Menurut Mulyono (2020), pers tanggungjawab sosial merupakan hal yang berbicara tentang bagaimana pers (media) memiliki tanggungjawab kepada masyarakat. Tanggungjawab ini sebagai bentuk yang sepadan dengan kebebasan yang dimiliki pers dan kedudukan dalam pemerintahan. Sehingga tanggungjawab ini akan berbentuk fungsi penting dalam komunikasi massa masyarakat modern, yang apabila tidak dapat ditanggung oleh pers (media), maka akan diambil alih oleh badan lain dalam masyarakat.

Menurut Anggraini (2016), teori tanggungjawab pers ini sangat berkorelasi dengan moral dan etika pers. Hal tersebut dilihat dalam anggapan mengenai pers yang memiliki kebebasan mutlak sering menyebabkan terjadinya kemerosotan moral, sehingga mulailah terlihat perlunya pers (media) dengan sistem jurnalistik yang melandaskan moral dan etika sebagai bagian dari tanggungjawabnya tersebut.

Dalam Arianti (2019), dipaparkan sebuah komisi dari tahun 1949 yaitu *The Hutchins Commission* atau yang lebih dikenal dengan *Commission on The Freedom of The Press*. Komisi ini bertujuan untuk menyelidiki fungsi yang tepat dari media dan berisi syarat bagi pers (media) yang memiliki tanggungjawab kepada masyarakat. Arianti (2019) juga menyebutkan bahwa *The Hutchins Commission* tersebut merupakan gambaran dari waktu yang lama tentang bagaimana seharusnya teori pers tanggungjawab sosial jika ingin merelaksasi hubungan antara kebebasan dan tanggungjawab sosial dari pers. Dalam *The Hutchins Commission*, dengan jelas dipaparkan lima pernyataan yang berkorelasi dengan tanggungjawab pers, antara lain:

1. Media harus menyajikan berita peristiwa sehari-hari yang dapat dipercaya, lengkap, dan cerdas dalam konteks yang memberikan makna.
2. Media harus berfungsi sebagai forum untuk bertukar komentar dan kritik.
3. Media harus memproyeksikan gambaran yang benar-benar mewakili dari kelompok konstituen dalam masyarakat.

4. Media harus menjelaskan dan menyajikan tujuan dan nilai-nilai masyarakat.
5. Media harus menyiapkan akses penuh terhadap informasi-informasi yang tersembunyi pada suatu saat.

Menurut Mosco (2009) dalam Pujanarko (2012), kemerdekaan pers merupakan bagian paling mendasar di dalam demokrasi sekaligus acuan peradaban suatu bangsa. Pujanarko (2012) juga memaparkan bahwa tanggung jawab sosial pers menjadi sebuah peran yang sangat krusial di tengah kemerdekaan pers itu sendiri.

Menurut McQuail (2010) dalam Fretes dan Kaligis (2018), teori pers tanggungjawab sosial juga memiliki ciri-ciri, antara lain:

1. Media mau menerima dan memenuhi kewajiban dalam masyarakat.
2. Kewajiban dipenuhi dengan standar yang tinggi atas profesionalitas tentang informasi, kebenaran, ketepatan, objektivitas, dan juga keseimbangan.
3. Media sudah harus mandiri dalam hal mengatur diri sendiri di dalam kerangka hukum serta lembaga yang ada.
4. Media sebaiknya menghindari segala hal yang dapat menimbulkan kejahatan, kerusakan, atau ketidaktertiban umum atau penghinaan terhadap kaum minoritas etnik maupun juga agama.
5. Media hendaknya bersifat pluralis dan mencerminkan kebinekaan, dengan memberikan kesempatan untuk mengungkapkan berbagai sudut pandang dan hak untuk menjawab.

6. Masyarakat memiliki hak untuk mengharapkan standar prestasi yang tinggi dan profesionalitas mengutamakan kepentingan bersama

### **E. Agenda Setting**

Dalam kehidupan sehari-hari, kita dikelilingi oleh berbagai media yang menyampaikan ragam informasi dan berita yang kemudian memasuki alam pikiran kita. Disadari atau tidak, media terutama media massa mempengaruhi pola pikir dan persepsi kita dalam memandang suatu peristiwa atau isu dalam masyarakat. Beberapa teori media menyatakan bahwa media massa berkuasa mempengaruhi *audience*, dan salah satunya adalah teori agenda setting.

*Agenda setting* menurut Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw adalah mereka percaya media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari *news agenda* mereka kepada *public agenda*. Pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting pula bagi masyarakat.

Sederhananya teori agenda setting membicarakan mengenai peran besar media massa dalam memberikan efek terhadap public atau khalayak luas. Teori ini mengakui bahwa media memberi pengaruh terhadap khalayak dalam isu tertentu. Jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting

Teori agenda setting pertama kali digagas oleh Maxwell McCombs dan Donal Shaw pada 1972 dalam bentuk sebuah karya yang berjudul “*The Agenda-Setting Function of Mass Media*”. Keduanya berasumsi bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mengirimkan materi yang ditonjolkan dalam agenda berita mereka ke agenda public. Gagasan ini sejalan dengan pendapat Walter Lippman yang menegaskan bahwa media berperan sebagai penghubung antar “*the world outside and pictures in our hands*”. Selain penegasan Lippman, McCombs dan Shaw juga mengutip pendapat Bernard Cohen’s bahwa “media tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, namun media berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa”.

Menurut Littlejohn dan Foss, terdapat dua asumsi dasar yang paling mendasari tentang penentuan agenda setting adalah:

1. Masyarakat pers dan mass media tidak mencerminkan kenyataan, mereka menyaring dan membentuk isu
2. Konsentrai media massa hanya pda beberapa maalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain

Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitannya, sementara rakyat mengikuti. Sehingga, apa yang menjadi penting dan menjadi agenda media, maka itu juga yang dianggap penting dan menjadi agenda bagi khalayak.

*Agenda setting* memiliki tiga proses, yakni media agenda - dimana isu didiskusikan di dalam media, public agenda – ketika isu didiskusikan dan secara pribadi sesuai dengan khalayak, policy agenda – pada saat para pembuat kebijaksanaan menyadari pentingnya isu tersebut.

Dengan kata lain fenomena komunikasi massa menjadi salah satu aspek penting dalam konsep agenda setting. Media massa mempunyai kemampuan untuk memilih dan menkankan topik tertentu yang dianggapnya penting (menetapkan agenda) sehingga membuat public berpikir bahwa isu yang dipilih media itu penting.

Pada intinya, kunci utama teori agenda setting adalah penentuan porsi suatu isu atau peristiwa dalam proses gatekeeping. Pembentukan persepsi publik diusahakan oleh pihak media dengan memberi porsi pada tiap masalah. Misalnya menonjolkan suatu isu. Penonjolan ini memperlihatkan perbedaan atensi, yang kemudian memberi pengaruh pada kognisi (pengetahuan dan citra) sebuah peristiwa atau isu di mata khalayak

#### **F. Analisis Isi**

Analisis isi merupakan metode ilmiah yang digunakan untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (teks). Kerlinger dalam Wimmer & Dominick (2011) menyatakan analisis isi sebagai metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi dengan cara yang sistematis, objektif, dan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur



variabel. Dengan kata lain, tujuan dan penggunaan analisis isi adalah untuk memahami teks secara langsung dengan melihat teks sebagai objek yang diteliti.

Neuendorf dalam Eriyanto (2011) menyatakan bahwa analisis isi telah dipakai sejak 4.000 tahun yang lalu pada masa Romawi Kuno. Fase penting dari analisis isi terjadi pada 1920-an hal ini diungkapkan oleh Krippendorff dalam Eriyanto (2011), ada dua hal yang menandai perkembangan analisis isi yakni pertumbuhan metode penelitian empiris dalam ilmu-ilmu sosial, yang kedua adalah pemakaian metode analisis isi oleh ilmuan sosial.

Penggunaan analisis isi mempunyai beberapa tujuan, seperti yang dikemukakan McQuail (2011) , 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.

Terdapat dua macam tipe penelitian analisis isi yakni analisis isi kuantitatif dan kualitatif. Menurut (Eriyanto, 2013) analisis isi kuantitatif adalah suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi kuantitatif didasarkan pada empat prinsip , yaitu:

1. Prinsip sistematis

Periset harus melakukan prosedur yang sama pada keseluruhan aspek yang telah ditentukan untuk diriset.

2. Prinsip objektif

Hasil analisis bergantung pada prosedur riset, bukan pada orangnya.

3. Prinsip kuantitatif

Mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk menggambarkan berbagai jenis isi yang didefinisikan

4. Prinsip isi yang nyata

Objek yang dianalisis adalah isi yang tersurat atau tampak bukan makna yang dirasakan periset.