

**ANALISIS OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN MEDIA MASSA ONLINE
TERHADAP (TRIBUN TIMURNEWS.COM DAN FAJAR.CO.ID) DALAM
KEMENANGAN KOTAK KOSONG PADA PILKADA KOTA
MAKASSAR 2018**

OLEH:

**MUH. IRSHANUL ICHSAN
E021191082**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**ANALISIS OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN TERHADAP MEDIA
MASSA ONLINE (TRIBUN TIMURNEWS.COM DAN FAJAR.CO.ID)**

**DALAM KEMENANGAN KOTAK KOSONG PADA PILKADA KOTA
MAKASSAR 2018**

OLEH:

**MUH. IRSHANUL ICHSAN
E021191082**

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

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Objektivitas Pemberitaan Terhadap Media Massa
Online (Tribun Timurnews.com dan Fajar.co.id) Dalam
Pemenangan Kotak Kosong pada Pilkada Makassar 2018

Nama Mahasiswa : Muh. Irshanul Ichsan

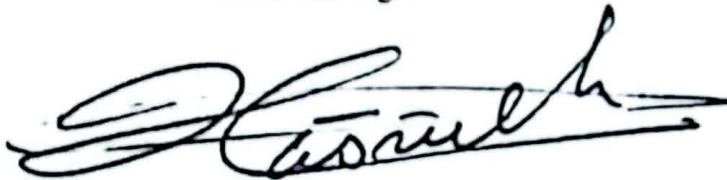
Nomor Induk : E021191082

Departemen : Ilmu Komunikasi

Makassar, Juni 2023

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Hasrullah, MA
NIP. 196203071988111002

Pembimbing II



Dr. Muliajau Mau, S. Sos. M. Si
NIP. 197012311998021002

Mengetahui,

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



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN 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 Public Relation pada 22 Februari 2024.

Makassar, Mei 2024

Tim Evaluasi

Ketua : Dr. Hasrullah, MA.



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



Anggota : Dr. H.M. Iqbal Sultan, M.Si.



Anggota : Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi/karya komunikasi yang berjudul "Analisis Objektivitas Pemberitaan Media Massa Online (Tribun Timurnews.com dan Fajar.co.id) Pemenangan Kotak Kosong Pilkada Makassar 2018". Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan

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

Makassar, April 2023



Muh. Irshanul Ichsan

KATA PENGANTAR

Asslamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, Segala ungkapan syukur yang indah atas yang maha cinta dan maha kuasa, Allah SWT. Atas segala rahmat kasih dan cintanya tak terbatas yang diberikan kepada seluruh makhluknya. Terimakasih pula atas kesehatan, kesempatan, dan karunia ilmu serta wawasan yang Dia berikan. Serta tak lupa pula penulis kirimkan Shalawat dan salam Cinta kepada Rasulullah Muhammad SAW yang diutus sebagai rahmatan lil Alamin bagi seluruh alam dan penyempurna akhlak bagi seluruh manusia.

Melalui catatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang paling mendalam kepada orang yang menghadirkan penulis kedunia, Atifah Hikmawati dan Muh. Ichsan. Terimakasih atas segala jerih payahnya, teguran, moment dan, kasih sayang yang tidak pernah putus hingga saat ini. Mohon maaf atas segala kekhilafan dan terimakasih atas segalanya yang tak mungkin mampu dibalas.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan yang dihadapi, akan tetapi semuanya dapat teratasi berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, arahan, dan saran. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini pertama-tama penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang tua tercinta Bapak dan Ibu. Berjuta-juta terima kasih penulis ucapkan atas doa, dukungan, bimbingan, materi, dan nasehat serta kasih sayang yang tak henti-hentinya tercurah untuk penulis.

Kedua, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara

langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Hasrullah, MA. selaku pembimbing I dan Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan dan masukan untuk penulis.
2. Dr. H.M. Iqbal Sultan, M.Si. dan Nosakros Arya, S.Sos, M.Si selaku penguji saya dan telah memberikan masukan pada penelitian ini.
3. Dr. Sudirman Karnay, M.Si selaku Kepala Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.
4. Seluruh staf pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi, penulis menghaturkan banyak terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama ini.
5. Staf tata usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, yaitu Ibu Ija, Ibu Ima, Ibu Ida, dan Pak Jufri serta seluruh staf tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
6. Muh. Ichsan Said dan Atifah Hikmawati yang mendukung secara moril hal-hal-hal yang dapat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan segala dinamika keluarga.
7. Keluarga besar Haksa di Tanete yang senantiasa mendukung dalam penyelesaian Skripsi ini Jibra, Anggi, Putri Alifia dan orang baik Om Hendra, Om Amrul, Om Basri.

8. Para informan yang sudah memberi pengetahuan dan bersedia meluangkan waktunya kepada peneliti.
9. Support system yang tidak dapat disebutkan namanya, tetapi terkenang di hati penulis. Terimakasih Invers...
10. selaku teman yang cukup strong menghadapi kehidupan selama berkenalan di UKM, dan memberikan bacaan Novel. Walau badai menghadang tapi tetap happy dengan film koreanya. U're ROCK!
11. Keluarga besar Mesjid Azhar Onta baru, yang sudah mengajarkan berbagai dinamika kehidupan bermasyarakat dalam metode kemasjidan.
12. Teman-Teman UKM Pencak Silat Panca Suci yang selalu menghibur kak SEM selalu dikontrakan, Kak Arman menjadi guru, Kak Nuraeni yang jadi pendengar dan teman-teman pengurus serta Warga UKM.
13. Teman-teman di LAB Komunikasi Kak Maldhi, Kak Indra, Kak Alfian, Putri, Hidayat, Erizal Zhafran, Kak Salman, Kak Isul, Kak Ian.
14. Aurora 2019, teman seangkatan yang telah tumbuh bersama dalam kasih yang penuh warna.
15. KOSMIK, organisasi jurusan yang sangat luar biasa sebagai wadah belajar yang penuh nilai kehidupan serta tempat bertemu dengan kakak-kakak yang keren.
16. Teman-Teman Nasyid Aligo Vocal Music yang selalu berjuang bersama berdakwah dengan niat lillahita'ala dalam menghibur para penonton Nasyid.

17. Dan terakhir terimakasih pada diri sendiri bisa sampai dititik ini dan seluruh orang-orang yang terlibat dalam hidup penulis yang sangat berkesan dalam Kehidupan yang tidak bisa disebut satu persatu.

ABSTRAK

Muh. Irshanul Ichsan. Studi komunikasi Massa dalam konteks politik (Dibimbing oleh Dr. Hasrullah, MA. dan Dr. Muliadi Mau, S. Sos., M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengukur perbandingan objektivitas pemberitaan

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Graha Pena lantai 4 Fajar.co.id Makassar Sulawesi Selatan. Tipe penelitian ini menggunakan metode kuantitatif studi analisis isi Objektivitas Pemberitaan komunikasi. Adapun informan penelitian ini adalah orang-orang yang ditentukan secara *purposive sampling* yaitu dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu bahwa mereka dianggap berkompeten untuk menjawab pertanyaan peneliti. Data primer diperoleh melalui observasi pada portal berita media *online* yaitu Tribun Timurnews.com dan Fajar.co.id wawancara dengan para informan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi Pustaka berupa buku dan jurnal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Penelitian ini Menganalisis berita dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif deskriptif menggunakan metode analisis skema Westertahl yang dikutip dari McQuail (1992).

Dalam Proses penelitian menunjukkan bahwa Objektivitas pemberitaan menunjukkan adanya hubungan dari hipotesis dalam analisis pemberitaan mengenai media massa online yang membahas mengenai kemenangan kolom kosong pilkada makassar 2018.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tribun Timur.com dan Fajar.co.id secara umum menunjukkan dan menerapkan beberapa prinsip objektivitas dalam memberitakan isu mengenai kemenangan kolom kosong Pilkada Makassar 2018. Hal ini berdasarkan terpenuhinya aspek objektivitas yang digunakan oleh peneliti dan terpenuhinya hipotesis dalam penelitian.

Kata kunci: Objektivitas, Tribun Timur.com dan Fajar.co.id media Online, Kemenangan kotak kosong, Pilkada Makassar 2018.

ABSTRACT

MUH. IRSHANUL ICHSAN. Mass communication studies in a political context (Supervised by Dr. Hasrullah, MA. and Dr. Muliadi Mau, S. Sos., M.Sc.

The aims of this research are: (1) to measure the comparative objectivity of reporting

This type of research uses quantitative methods to study the content analysis of the Objectivity of Communication Reporting. The informants for this research are people who were determined using purposive sampling, that is, they were selected based on certain considerations that they were considered competent to answer the researcher's questions.

Primary data was obtained through observations on online media news portals, namely Tribun Timurnews.com and Fajar.co.id, interviews with informants. Meanwhile, secondary data was obtained through library studies in the form of books and journals related to the problem being studied. This research analyzes news with a descriptive quantitative and qualitative approach using the Westertahl scheme analysis method quoted from McQuail (1992).

In the research process, it shows that the objectivity of the reporting shows that there is a relationship between the hypotheses in the analysis of reporting regarding online mass media which discusses the winning of the empty column in the 2018 Makassar regional elections.

The results of this research show that Tribun Timur.com and Fajar.co.id generally demonstrate and apply several principles of objectivity in reporting on the issue regarding winning the empty column in the 2018 Makassar Regional Election. This is based on the fulfillment of the objectivity aspect used by researchers and the fulfillment of the hypothesis in the research.

Keywords: Objectivity, Tribun Timur.com and Fajar.co.id Online media, Empty box winning, 2018 Makassar Pilkada.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
D. Kerangka Konseptual	14
E. Definisi Operasional	32
F. Metode Penelitian	33
BAB II.....	41
TINJAUAN PUSTAKA.....	41
A. Komunikasi Massa, Media Massa, dan Arah Perkembangan.....	41
B. Politik dan Media Massa.....	49
E. Analisis Isi.....	54
BAB III.....	57
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	57
A. Tribun Timur Makassar.....	57
B. Harian FAJAR.....	65

BAB IV	79
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Hasil Penelitian	79
BAB V.....	125
PENUTUP.....	125
A. Kesimpulan.....	125
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet.....	3
Gambar 1.2 Essential Digital Headlines.....	4
Gambar 1.3 Pemenangan Kolom Kosong.....	10
Gambar 1.4 Hirarki Nilai Berita.....	20
Gambar 1.5 Diagram Objektivitas.....	23
Gambar 1.6 Kerangka Konseptual Penelitian.....	31
Gambar 2.1. Skema Objektivitas.....	54
Gambar 3.1 Logo Makassar.tribunnews.com.....	63
Gambar 3.2 Logo Harian Fajar.....	70
Gambar 3.3 Logo fjaronline.co.id.....	73
Gambar 3.4. Peta Sulawesi Selatan.....	74
Gambar 4.1. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Frekuensi Unsur Berita (Makassar.tribunnews.com)	94
Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Indikator Sumber Berita.....	96
Gambar 4.3. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Frekuensi Unsur Berita (Fjaronline.co.id)	106
Gambar 4.4. Distribusi Frekuensi Indikator Sumber Berita.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tahapan Analisis Isi.....	30
Tabel 3.1. Luas Daerah dan Pembagian Daerah Administrasi Menurut Kabupaten/Kota di Sulawesi Selatan.....	75
Tabel 3.2. Daftar Gubernur Sulawesi.....	77
Tabel 3.3. Daftar Gubernur Sulawesi Selatan dan Tenggara.....	77
Tabel 3.4 Daftar Gubernur Sulawesi Selatan.....	77
Tabel 4.1. Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 4.3. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Fakta dan Opini Terpisah dengan Jelas (Makassar.tribunnews.com)	82
Tabel 4.4. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Narasumber Berita Jelas (Makassar.tribunnews.com)	83
Tabel 4.5. Jenis Fakta yang disajikan (Fakta Sosiologis) (Makassar.tribunnews.com)	83
Tabel 4.6. Jenis Fakta yang disajikan (Fakta Psikologis) (Makassar.tribunnews.com)	86
Tabel 4.7. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Konfirmasi dalam Item Berita (Makassar.tribunnews.com)	92
Tabel 4.8. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kesesuaian Judul dan Isi Berita (Makassar.tribunnews.com).....	92
Tabel 4.9. Kesesuaian Narasumber dengan Topik yang dibahas (Makassar.tribunnews.com).....	93
Tabel 4.10. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kelengkapan Unsur Berita (Makassar.tribunnews.com).....	93

Tabel 4.11. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Nilai Berita Yang Dominan (Makassar.tribunnews.com)	94
Tabel 4.12. Distribusi frekuensi Indikator Kesesuaian Fokus dan keterangan Berita (Makassar.tribunnews.com).....	95
Tabel 4.13. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Fokus Berita Mengangkat Kepentingan Publik (Makassar.tribunnews.com)	95
Tabel 4.14. Distribusi Berita Berdasarkan Indikator News Coverage (Makassar.tribunnews.com)	97
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Indikator Sisi yang dilaporkan berita.....	97
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Indikator Berita Tidak Memberikan Penilaian Terhadap Pihak yang diberitakan.....	98
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Indikator Berita Menggunakan Bahasa Sensasional.....	98
Tabel 4.18 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Fakta dan Opini Terpisah dengan Jelas (Fajaronline.co.id)).....	99
Tabel 4.19 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Narasumber Berita Jelas (Fajaronline.co.id))	100
Tabel 4.20 Jenis Fakta yang disajikan (Fakta Sosiologis) (Fajaronline.co.id).....	100
Tabel 4.21 Jenis Fakta yang disajikan (Fakta Psikologis) (Fajaronline.co.id)).....	102
Tabel 4.22 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Konfirmasi dalam Item Berita (Fajaronline.co.id).....	104
Tabel 4.23 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kesesuaian Judul dan Isi Berita (Fajaronline.co.id).....	105

Tabel 4.24 Kesesuai Narasumber dengan Topik yang dibahas (Fajaronline.co.id).....	105
Tabel 4.25 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Kelengkapan Unsur Berita (Fajaronline.co.id).....	106
Tabel 4.26 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Nilai Berita Yang Dominan (Fajaronline.co.id).....	107
Tabel 4.27 Distribusi frekuensi Indikator Kesesuaian Fokus dan keterangan Berita (Fajaronline.co.id).....	108
Tabel 4.28 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator Fokus Berita Mengangkat Kepentingan Publik (Fajaronline.co.id)	108
Tabel 4.29 Distribusi Berita Berdasarkan Indikator News Coverage (Fajaronline.co.id).....	109
Tabel 4.30 Distribusi Frekuensi Indikator Sisi yang dilaporkan berita.....	110
Tabel 4.31 Distribusi Frekuensi Indikator Berita Tidak Memberikan Penilaian Terhadap Pihak yang diberitakan.....	111
Tabel 4.32 Distribusi Frekuensi Indikator Berita Menggunakan Bahasa Sensasional.....	111
Tabel 4.33 Group Statistic T Test	112

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dewasa ini dapat dikatakan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut dapat digambarkan melalui perubahan pola kehidupan manusia yang saat ini dapat dikategorikan dari era konvensional menuju era modern yang terdigitalisasi yang terintegrasi melalui internet. perkembangan mulai ditemukannya komputer pertama yang berukuran hampir satu ruangan yang akhirnya berkembang menjadi komputer yang dapat dipegang dan dibawa kemana saja yaitu gawai.

Teknologi yang hadir saat ini sudah jauh berbeda ketimbang teknologi yang dahulunya hadir. Kehadiran internet telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana komunikasi memungkinkan setiap orang berkomunikasi dengan pihak lain yang terhubung dengan internet walaupun lokasi tempat tinggal mereka berjauhan. Cakupan internet yang cukup luas dan cepat memberikan nilai tersendiri sebagai kebudayaan baru yang hadir. Kehadirannya membuat hambatan-hambatan dalam berkomunikasi dapat dikatakan nihil.

Setiap Individu semua membutuhkan informasi dalam hidup kita karena dengan itu kita dapat mengetahui segala sesuatu yang terjadi di dunia ini. Selain itu, informasi dapat membantu membuat keputusan saat ini dan masa depan. Untuk memperoleh informasi tersebut, masyarakat membutuhkan

media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan media online untuk memberikan informasi yang diperlukan.

Internet adalah kumpulan komputer yang terhubung satu dengan yang lain dalam sebuah jaringan yang sangat luas. Seperti yang telah dijelaskan, Internet dapat menghubungkan komputer dan jaringan-jaringan komputer yang ada di seluruh dunia menjadi sebuah jaringan komputer sangat besar hal itu menggambarkan bahwa internet telah menjadi basis penyebaran informasi yang sangat menggeser produk-produk terdahulu. Penyebaran informasi melalui surat kabar, televisi, dan radio perlahan mulai bergeser dan melebarkan sayapnya ke media yang berbasis Internet atau yang disebut media Online.

Berdasarkan data yang disajikan melalui hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Polling Indonesia (2018 hal 6) tahun 2013, 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 (2022) per Februari 2022 yang menyatakan 204.7 juta jiwa atau 73.7% penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif internet. Angka ini mengalami peningkatan sebanyak 12,6% dengan tingkat pertumbuhan penduduk sebanyak 1%. Sebagian besar pengguna internet Indonesia merupakan pengguna aktif mobile internet dengan jumlah 370,1 juta jiwa atau 133.3% dari keseluruhan penduduk Indonesia.



Gambar1.2 Essential Digital Headlines

Sumber:<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Dengan banyaknya pengguna internet tentunya semakin bertambah banyak lagi media jurnalistik di era internet ini. Media jurnalistik segera beralih ke digital sambil mempertahankan atau meninggalkan media tradisional. Namun, banyak juga media baru yang dibuat tanpa media tradisional. Media baru ini bisa berupa televisi digital (baik melalui siaran TV berbayar atau platform distribusi video) dan radio digital (radio melalui situs web atau platform serupa lainnya) dan portal berita.

Hal ini tentunya mempercepat dan memudahkan penyebaran informasi di bidang jurnalistik. Namun di era media siber, banyak bermunculan media yang tidak melengkapi atau bahkan melanggar etika jurnalistik dan aturan yang telah ditetapkan. Hal ini paling terlihat di media online berupa portal berita. Karena pembuatan dan penyebaran informasi mudah, serta metode dan prosedur pengelolaan media siber tidak jelas. Hal ini mengilhami

hadirnya Pedoman pemberitaan media siber yang dibuat pada tahun 2012 yang kemudian menjadi dasar.

Salah satu permasalahan yang muncul adalah objektivitas pemberitaan di media online. Redaksi media online terkadang tidak lagi memperhatikan objektivitas pemberitaan. Oleh karena itu, berita yang dipublikasikan tidak objektif dan cenderung berpihak pada salah satu pihak yang berseberangan. Objektivitas media online dalam memberitakan fakta dan peristiwa dapat mengakibatkan informasi yang disajikan tidak berimbang dari pada pemberitaan kedua belah pihak (*cover both side*). Sehingga dapat memicu debat publik yang tidak objektif, tetapi hanya melalui subjektivitas.

Memang objektivitas media sudah banyak diteliti di Indonesia. Topik penelitian yang biasanya digali adalah media online. Penelitian objek media online sebagian besar merupakan penelitian media berkelanjutan, yang merepresentasikan pendekatan terhadap media tradisional. Namun penelitian tentang media online berbasis jurnalistik online masih perlu untuk digali terkait hal-hal perpolitikan sehingga dapat melihat kepentingan komunikator dibalik pemberitaan media massa *online*.

Di Sulawesi Selatan, media cetak/*online* lokal yang dijadikan sarana untuk mensosialisasikan diri bagi para pasangan calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur Sulawesi Selatan adalah Tribun Timurnews.com dan Fajar.co.id. Tribun Timur sendiri merupakan koran daerah Kompas Gramedia dikelola oleh PT Indopersada Primamedia (*Persda Network*) yang bekerja

sama dengan Bosowa Group, sedangkan Fajar adalah media yang berada dibawah naungan PT. Media Fajar Koran.

Media yang kini telah mengalami perkembangan media *online* adalah Fajar.co.id dan Tribun news.com. yang dapat dikatakan masuk dalam kategori media online atau *new media* yang terkonvergensi. Dalam memberitakan peristiwa tentunya terdapat pbingkaian pemberitaan yang berbeda diantara kedua portal media online.

Fajar.co.id dan Makassar.tribunnews.com merupakan media *online* yang turut mengangkat kasus kemenangan Kolom kosong Pilkada Makassar 2018. Berdasarkan Riset (Noviant, 2016) Eksistensi Makassar.tribunnews.com Harian Tribun Timur berada diperingkat satu dengan jumlah pembaca terbanyak di Sulawesi Selatan yaitu 250.000 orang perhari berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh lembaga riset Internasional. 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 ketika melihat data pada statshow.com pada jumlah akses masyarakat yang telah mencapai menjangkau sekitar 208.680 pengguna dan memberikan sekitar 459.120 tampilan halaman setiap bulannya.

Adapun fakta atas pemenangan kotak kosong yaitu hadirnya Nomor 64/PKWK/HK 03.1-Kip/TV/2018, yang pada Diktum Kedua menyatakan Calon Walikota Ir. Mohammad Ramadhan Pomanto dengan Calon Wakil Walikota Makassar Indira Mulyasari Paramastuti Ilham sebagai Pasangan Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota tidak memenuhi syarat pada

Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota 2018. Ini adalah kali pertama di Provinsi Sulawesi Selatan ada pilkada calon tunggal berhadapan kotak kosong. Istilah yang dilansir media, tidak ada adu gagasan atau visi misi Pilkada tetap dilaksanakan meskipun cuma diikuti satu paslon sesuai putusan Mahkamah Konstitusi (MK). Putusan ini dituangkan dalam Undang-Undang 10/2016 sebagai perubahan atas peraturan yang ada dalam Undang-Undang 8/2015.

Pemberian suara tetap dilakukan dengan cara mencoblos. Calon tunggal ditetapkan sebagai calon terpilih apabila mendapatkan suara lebih dari 50 persen dari suara sah. Jika perolehan suara si calon tunggal kurang dari 50 persen plus satu, maka pilkada diulang kembali pada tahun berikutnya atau dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang dimuat dalam peraturan perundang-undangan. Calon tunggal yang kalah boleh mencalonkan diri lagi pada Pilkada berikutnya.

Jika ditelusuri terdapat beberapa daerah yang melakukan Pilkada Serentak Tahun 2018, terdapat 16 pasangan calon tunggal yang di usung oleh partai melawan kotak kosong, Yaitu:

1. Daerah Padang Lawas Utara: Andar Amin Harahap-Hariro Harahap (PAN, PKB, Demokrat, PKPL. PBB, PPP, Hanura, PDIP, NasDem, Gerindra, Golkar);
2. Prabumulih: Ridho Yahya-Andriansyah Fikri (PKPI, PBB. PPP, PAN, Demokrat, Hanura, PKB, NasDem, PDIP, Golkar):

3. Pasuruan: Mohammad Irsyad Yusuf Mujib Imron (Hanura, Demokrat, PPP, PKS, PDIP, NasDem, Gerindra, PKB, Golkar),
4. Lebak: Iti Octavia Jayabaya-Ade Sumardi (PKB, PKS, Hanura, PDIP, Golkar, PAN, PPP, Demokrat, NasDem, Gerindra),
5. Kabupaten Tangerang: Ahmed Zaki Iskandar Mad Romli (Gerindra, PKPI, PBB, Hanura, PPP, PAN, Golkar, PDIP, PKS, PKB, NasDem, Demokrat);
6. Kota Tangerang: Arief Wismansyah-Sachrudin (PDIP, NasDem, PKB, Hanura, PAN, PPP, PKS, Gerindra, Demokrat, Golkar);
7. Tapin: Muhammad Arifin Arpan-Syafrudin Noor (PAN, PKS, PPP, Gerindra, Demokrat, PDI-P, PKB, Golkar);
8. Minahasa Tenggara: James Sumendap-JesajaJocke Oscar Legi (Demokrat, Hanura, PAN, PPP, Golkar, Gerindra, PKPI, PDIP);
9. Puncak: Willem Wandik-Alus UK Murib (PKPI, PAN, Demokrat, Golkar, PKS, PKB, Gerindra, Nasdem, Hanura, PDIP);
10. Enrekang: Muslimin Bando- Asman (Hanura, PDIP, NasDem, Gerindra, Demokrat, PAN, Golkar);
11. Mamasa: Ramlan Badawi-Marthinus Tiranda (PBB, PAN, PPP, PKPI, PKS, NasDem, Golkar, PDI-P, PKB, Demokrat);
12. Jayawijaya: Jhon Richard Banua-Marthin Yogobi (PBB, PKS, PAN, Hanura, PDI-P, PKB, Golkar, Demokrat, NasDem, PKPI);
13. Deli Serdang: Ashari Tambunan-Ali Yusuf Siregar (Golkar, PDIP, PAN, PKS, PKB, PKPI, Hanura, Demokrat, PPP, Gerindra dan NasDem);

14. Mamberamo Tengah: Ricky Ham Pagawak-Yonas Kenelak (Demokrat, PKS, PDIP, Gerindra, PAN, dan PBB);
15. Bone: Andi Fahsar Mahdin Padjalangi-Ambo Dalle (Golkar, PAN, Demokrat, PKS, PDIP, PPP, PBB, Gerindra, PKB, Hanura, Nasdem);
16. Makassar: Munafri Arifuddin-Andi-Dewi (Golkar, Nasdem, PPP, PDIP, Partai Bulan Bintang, PAN, PKS, Gerindra, dan PKS).

Banyaknya Data terkait Calon tunggal menggambarkan bahwa Perlunya Analisis isi/Analisis konten diluar kepentingan pihak yang terlibat agenda politik mungkin mempengaruhi pembuatan teks dalam sebuah pemberitaan yang terdapat pada media sosial, sehingga dalam pemahaman yang komperhensif dapat meminimalisir gagal paham terhadap suatu teks yang disampaikan oleh komunikator.

Permulaan perpolitikan tanggal 21/3/2018 oleh hakim ketua Edi Suprianto Menghasilkan keputusan bahwa PT TUN telah memerintahkan KPU Makassar untuk mencabut keputusan Nomor 35/P.KWH/HK.03.1-Kpt/7371/KPU-Kot/II/2018 tentang penetapan calon walikota dan Calon Wakil Walikota Makassar Sehingga menganulir Pasangan Danny Pomanto-Indira Mulyasari (DIAMI) Sebagai Peserta Pilwali Makassar. Sehingga fenomena kotak kosong yang terjadi di Sulsel terjadi beberapa perbedaan di Kabupaten/Kota hal ini di dukung oleh pernyataan:

Aswar Hasan mengatakan fenomena kotak kosong yang terjadi di Sulsel terjadi beberapa perbedaan di Kabupaten/Kota. Di Bone dan Enrekang kondisinya sedari awal hanya Calon Tunggal, sementara

di Makassar dan Parepare, ada yang didiskualifikasi. "Modelnya berbeda, ini yang harus kita pahami. Parepare dan Makassar dalam kondisi telah berjalan harus secara terpaksa terjadi kotak kosong. Karena cuma ada dua calon di daerah itu, lantas haknya sebagai Calon dicabut oleh negara sebab melanggar Undang-Undang," tuturnya. Sementara Prof Muin menyebut jika hal ini pada akhirnya menciptakan "ekor" baru yang panjang dan banyak. "Implikasi dari proses hukum yang terjadi hari ini di Pilwali Makassar adalah bagian dari polemik yang terus bermunculan seperti ekor panjang yang terus muncul dan banyak," ucapnya. (diakses, Tribun timur.com, 14 Juli 2023)

Adapun hasil perolehan suara Pilkada Kota Makassar tahun 2018 sebagai berikut:

Nomor Urut	Nama Pasangan Calon	Perolehan Suara
1.	MUNAFRI ARIFUDDIN, SH. DAN drg. ANDI RACHMATIKA DEWI IQBAL	264.245
2.	KOLOM KOSONG	300.795
	SUARA SAH	565.040

Gambar 1.3 Pemenangan Kolom Kosong

Sumber Data: Website KPU (Pilkada 2018)

Data tabel menjelaskan bahwa perolehan suara kotak kosong menang beberapa suara dari calon tunggal hal yang menjadi *euforia* pada tahun 2018 di beberapa media massa online.

kontestasi perpolitikan hal ini Jika melihat prosentase kandidat yang diusung dan didukung oleh koalisi partai politik baik dari hasil kursi atau hasil suara dari pemilu legislatif masing-masing pasangan kandidat berbeda bahkan ada pasangan kandidat tertentu mendapatkan dukungan suara parpol sangat besar atau lebih dominan.

Meskipun kandidat yang diusung oleh suara partai lebih besar belum tentu otomatis dapat memenangkan pilkada secara langsung, karena itu dalam pilkada pengaruh figur lebih besar dan kompetisi antar partai (koalisi parpol) tidak terlalu menonjol. Kandidat sebagai figur dipandang sangat menentukan karena Pemilukada sebagai arena kontestasi tidak terdapat kontestasi yang kuat antar partai melainkan antar kandidat.

Pada 2018, Sultan meneliti Analisis Objektivitas Berita Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2018 di Media Online Makassar tribunnews.com dan fajaronline.co.id menunjukkan bahwa makassar.tribunnews.com dan fajaronline.co.id secara umum belum sepenuhnya menunjukkan dan menerapkan konsep objektivitas dalam kualitas pemberitaannya. Pada 2018, Rahma Muthia meneliti mengenai Komparasi Framing Pemberitaan Appi-Cicu dan Kotak Kosong Pada Harian Radar Makassar dan Tribun Timur menemukan adanya perbedaan framing pembingkaiian yang dilakukan media dalam memberitakan suatu kasus. Keberpihakan media bukan hal yang mustahil untuk dilakukan. 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. Pada 2023 Nadya Dwi meneliti mengenai Objektivitas Pemberitaan Kasus Korupsi Nurdin Abdullah Pada Media Online Makassar Tribunnews.Com dan Fajar.co.id 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.

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 kemenangan kotak/kolom kosong Pilkada Makassar 2018.

Penjelasan di atas, membuat penelitian mengenai akurasi berita di portal berita online, khususnya berita tentang kemenangan kolom kosong pilkada Makassar di Portal berita Tribun Timurnews.com dan Fajar.co.id menarik untuk dilakukan/diteliti. Maka berangkat dari penjabaran di atas, peneliti merasa perlu untuk mengangkat penelitian yang berjudul: Analisis

Objektivitas Terhadap Media Media Online (tribunnews.com dan Fajar.co.id) dalam kemenangan Kotak Kosong Pilkada Makassar 2018.

B. Rumusan Masalah

Untuk Lebih memfokuskan perhatian dalam mengkaji tentang analisis isi pemberitaan media Online khususnya Kotak Kosong dalam pemenangan pilkada Makassar 2018, Penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Objektivitas Pemberitaan Media Massa Online kemenangan kotak kosong pada Pilkada Makassar tahun 2018 pada Tribun timurnews.com dan Fajar.co.id?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengukur kecenderungan Objektivitas Pemberitaan Media Massa Online dalam kemenangan kotak kosong pada Pilkada Makassar tahun 2018 dan untuk mengetahui Pandangan tim pemenangan kotak kosong mengenai pemenangan Kotak Kosong.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan referensi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam kajian komunikasi massa yang membahas isu politik.

b. Kegunaan Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan untuk dijadikan bahan evaluasi dalam hal ini Fajar.co.id dan Tribun news.com dalam melakukan peliputan berita terkait hal-hal perpolitikan.

D. Kerangka Konseptual

Media baru dan konvergensi secara sederhana, media baru (*new media*) dapat didefinisikan sebagai media komputer yang sangat fleksibel dan interaktif. Dari perspektif media baru, media tradisional mengalami konvergensi yang kemudian tercermin dalam berbagai *platform* media.

Istilah media baru sendiri tampaknya menggambarkan perubahan signifikan yang terjadi pada akhir tahun 1980-an. Pada masa ini, media dan komunikasi dalam berbagai elemennya mulai terlihat sangat berbeda. Perubahan tersebut dirasakan dengan sangat cepat, walaupun sebenarnya perubahan tersebut tentu saja berbeda-beda tergantung dari lingkungan dimana perubahan tersebut terjadi (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009, hal. 10).

Menurut Kurnia N. (2005: 294), paling tidak perbedaan yang terlihat antara media baru dan media lama (media lama atau tradisional) adalah penggunaannya masing-masing. McQuail (Kurnia N., 2005: 294) mengungkapkan: “Melalui tingkat penggunaan media interaktif yang ditunjukkan oleh reaksi pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosial pengguna media baru lebih bersifat individual, interaksi sosial langsung, bukan sosial.

Dalam media baru dikenal istilah konvergensi media yang secara umum dipahami sebagai perubahan dari media tradisional ke media baru. Turow (2014, hal.3) Penyebutan konvergensi media terjadi ketika suatu produk biasanya digabungkan dengan lingkungan yang muncul di banyak media. Produk ditautkan, yang kemudian muncul di media lain. Sederhananya, ketika kita mentransfer lagu-lagu Justin Bieber dari komputer ke perangkat lain seperti smartphone, pemutar musik dan lain sebagainya (Turrow, 2014: 3). Turrow menyebut konvergensi ini.

Konvergensi juga dapat diartikan sebagai ledakan media baru. Boom yang dimaksud adalah gagasan bahwa suatu saat media akan hadir dalam waktu yang bersamaan. Selain itu, konvergensi dapat dilihat dalam dua konteks pandang yang berbeda. Konteks pertama adalah penggabungan Instansi media untuk menyediakan integrasi horizontal produk media lintas platform. Dalam konteks lain, konvergensi tidak ada hubungannya dengan teknologi atau bisnis Perusahaan, tetapi muncul di antara penonton itu sendiri (Lister, Dovey, Giddings, Grant & Kelly, 2009 hal.202)

Konvergensi media kemudian membawa dampak baru bagi perkembangan media: Nurliah (2018, hlm. 107) menyatakan bahwa konvergensi dapat memicu

persaingan dalam merebut pasar, baik dalam iklan maupun pembaca. Media lama sekarang membangun situs web, akun media sosial, dan blog (Nurliah, 2018, hlm. 107). Kepentingan media di pasar memang menjadi fokus media itu sendiri untuk mendukung eksistensinya, dan konvergensi media tentunya sangat menguntungkan bagi media sesuai dengan upaya di atas.

Bagaimanapun, konvergensi media terkait erat dengan perkembangan Internet dan digitalisasi saat ini. Konvergensi menyediakan akses mudah ke informasi yang ada, Mencari koran di Internet, baca berita di Internet dan hal-hal lain yang mempengaruhi kehidupan. Bahkan memfasilitasi penyebaran pada media massa, tidak hanya melalui surat kabar, televisi atau radio. Media hadir di hampir setiap platform di dunia saat ini, dan ini terjadi secara bersamaan. Berita sebagai produk dari portal berita online Tunstall dalam McQuail (2005, hal. 375) menganggap bahwa surat kabar pada hakekatnya merupakan *arketipe* dan dapat digambarkan sebagai *prototipe* media massa modern dengan berita sebagai bahan utama yang berkembang saat ini. Berita patut mendapat perhatian khusus dalam pembahasan isi media karena berita sebagai bentuk merupakan salah satu dari sedikit kontribusi original media massa.

Selain itu, Robert Park lebih memperhatikan fitur-fitur penting dari berita tersebut. Park memulai dengan membandingkan "pengetahuan" lainnya, yaitu sejarah, yang juga merupakan catatan peristiwa masa lalu. Ia menempatkan berita pada sebuah kontinum yang berada di antara "dengan informasi" dan "dengan pengetahuan", berita berada di antara kedua kontinum tersebut (McQuail, 2005: 375). Perbandingan berita dan sejarah Park dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berita adalah tentang waktu.
2. Beritanya tidak sistematis
3. Pesan tidak bertahan lama.
4. Peristiwa yang dilaporkan sebagai berita harus tidak biasa atau setidaknya tidak terduga, dengan kualitas lebih penting daripada kepentingan sebenarnya
5. Berita, meskipun tidak dapat diprediksi, dicirikan oleh “nilai berita” yang selalu relatif dan melibatkan penilaian subjektif yang menarik perhatian publik.
6. Pesan biasanya dimaksudkan untuk mengarahkan dan menarik perhatian dan bukan pengganti informasi.
7. Beritanya mudah ditebak.

Pada dasarnya, sebagian besar berita adalah rekaman peristiwa yang diketahui sebelumnya. Galtung & Ruge yang dikutip oleh McQuail (2005: 376) mengatakan hal yang sama tentang berita, berita (*news*) memang kuno (lama). Jadi berita yang kemudian diberitakan pada dasarnya adalah sesuatu yang telah atau sedang terjadi. Vrit yang bahasa Inggris disebut Write, arti sebenarnya ialah ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyebutnya dengan Vritta artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. Vritta dalam bahasa Indonesia kemudian dilafalkan menjadi Berita. Jadi (Suprpto, 2010: 22)

Berdasarkan penjelasan tersebut, istilah berita dapat diartikan sebagai sesuatu yang ada atau terjadi. Dalam pemberitaan berita, berita harus berupa informasi tentang sesuatu – biasanya peristiwa atau peristiwa yang ada, merupakan fakta dan bukan fiksi atau dibuat-buat. Tentunya fakta yang

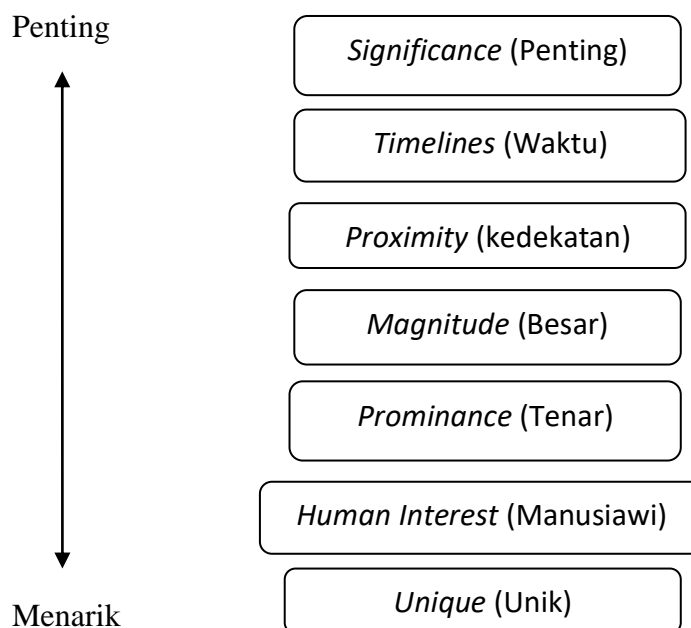
disajikan di dalamnya harus berdasarkan fakta yang sebenarnya. Setidaknya ada dua jenis fakta yang umum dikenal dalam dunia jurnalistik, yaitu fakta psikologis dan fakta sosiologis. Fakta psikologis adalah fakta yang bersumber dari kesaksian satu orang atau lebih tentang sesuatu. Fakta ini merupakan opini subjektif atau interpretasi dari orang yang menjadi sumber fakta. Sedangkan fakta sosiologis adalah fakta yang sumbernya berupa peristiwa atau kejadian yang benar-benar terjadi atau merupakan fakta.

Selain itu, dalam peliputan berita, pentingnya berita bagi publik menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Kepentingan ini mengacu pada seberapa penting peristiwa tersebut diberitakan dalam berita. Pentingnya atau tingkat pengukuran untuk mengevaluasi peristiwa tersebut disebut sebagai kelayakan berita. Ada pandangan berbeda tentang apa yang merupakan kebaruan, dan istilah yang berbeda terkadang digunakan. Setidaknya nilai berita secara umum dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. *Importance* (penting), ketika peristiwa atau kejadian dapat mempengaruhi kehidupan banyak orang.
2. kefaktualitas (waktu), saat peristiwa atau peristiwa penting baru saja terjadi Aktualitas biasanya juga disebut kesegeraan (kesegaran) yang benar-benar menitikberatkan pada ketepatan waktu peristiwa yang dilaporkan (Kurnia, 2017: 107).
3. Kedekatan, Peristiwa atau kejadian dekat dengan pembaca, baik secara geografis, budaya maupun emosional.

4. Ukuran (besar), yaitu ketika peristiwa atau peristiwa terkait dengan angka, kuantitas atau nilai penting dalam kehidupan banyak orang.
5. *Eminence* (terkenal), yaitu. ketika peristiwa atau kejadian terkait hal-hal terkenal seperti karakter, status, tempat atau benda.
6. Kepentingan manusia (*human*), yaitu. jika peristiwa atau kejadian mengandung unsur-unsur yang menyentuh emosi pembaca, mereka memiliki unsur-unsur. Nama Kemanusiaan atau Simpati Human interest biasanya juga disebut dengan nama sebagai perasaan (emosi) karena mempengaruhi perasaan pembaca (Kurnia 2017: 107)
7. Unik (unik), yaitu. peristiwa atau peristiwa adalah sesuatu yang sangat jarang terjadi. Keunikan biasa disebut juga sebagai *idiosuu* (aneh) atau *umsual* (tidak biasa) (Kurnia 2017: 107).

Nilai pesan yang dijelaskan dapat dijelaskan secara hierarki sebagai berikut:



Gambar 1.4 Hirarki nilai berita

Sumber: Dihimpun dari berbagai sumber

Di era konvergensi seperti sekarang ini, informasi tidak lagi dapat diterima secara terpisah melainkan hanya dapat diperoleh melalui surat kabar, majalah, televisi atau radio. Media massa “harus memiliki beberapa saluran yang terintegrasi karena penggunaan media online tumbuh dan berkembang pesat.

Di era konvergensi media, pemberitaan juga berubah. Media saat ini cenderung menerbitkan satu jenis berita di berbagai platform. Nurliah (2018: 112) menyatakan bahwa media dengan sumber daya staf yang

minim berusaha mendapatkan yang terbaik dari ruang redaksi (*One Newsroom*) dengan berbagai platform media (*Multiplatform*). Berita yang muncul di portal berita dapat muncul di platform lain seperti YouTube, Instagram, atau lainnya. Namun, tidak menutup kemungkinan juga bagi media untuk menggunakan beberapa ruang redaksi (*multi newsroom*) untuk beberapa platform media (*multi platform*).

Fitur yang paling terlihat dari pelaporan berita hari ini adalah kecepatan media meliput peristiwa terkini. Muliawanti (2018: 88) menunjukkan bahwa pemberitaan media online saat ini lebih mengutamakan kecepatan. Selain itu, media sosial digunakan tidak hanya untuk menyebarkan lebih banyak informasi, tetapi juga untuk mengumpulkan informasi. Hal ini kemudian menimbulkan kebingungan dan penipisan batas antara media profesional dan media sosial (Muliawanti, 2018: 88).

Objektivitas

McQuail (1992: 183) mencatat bahwa objektivitas bersifat ambigu di kalangan pengamat media karena objektivitas tidak selalu jelas atau konsisten. Objektivitas memang sangat penting bagi sebagian besar jurnalis. Boyer dalam McQuail (1992: 184-185) merangkum makna objektivitas dalam enam unsur, yaitu.

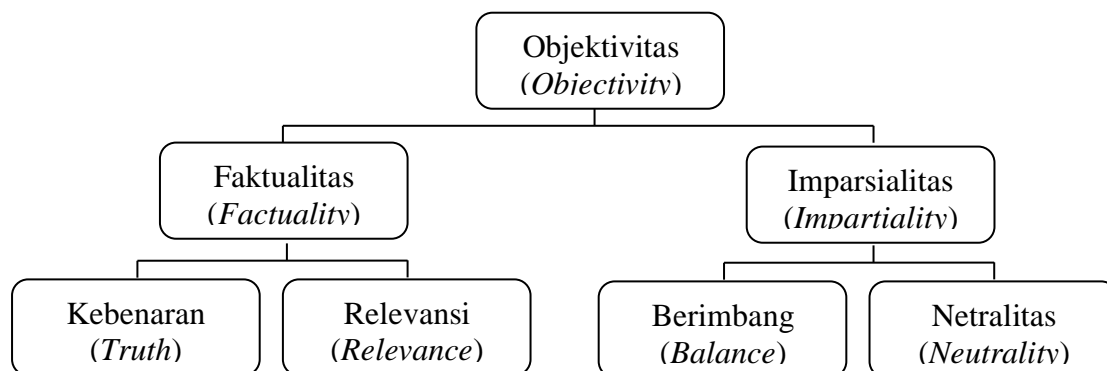
1. keseimbangan dan kesatuan dalam menyajikan berbagai perspektif peristiwa,

2. Pelaporan yang akurat dan realistis
 3. Sajikan semua poin utama yang relevan,
 4. Memisahkan fakta dan opini, menjaga relevansi opini.
 5. Minimalkan pengaruh perilaku, pendapat atau keterlibatan penulis,
 6. Hindari tujuan palsu, balas dendam atau manipulasi Poin-poin di atas
- cukup berkaitan dengan subjektivitas dalam jurnalistik, namun objektivitas menjadi nilai kunci yang mendasari profesionalisme jurnalis.

Model Westerståhl sering digunakan dalam penelitian yang berfokus pada objektivitas. Skema ini menjadi dasar bagi kerangka konseptual objektivitas dalam pemberitaan media. Westerståhl adalah orang pertama yang mengembangkan konsep digunakan mengevaluasi sejauh mana penyiar publik Swedia mematuhi kewajiban ketidakberpihakan hukumnya.

McQuail (1992: 196) juga menyebutkan bahwa model objektivitas Westerstahl memiliki dua tema utama, yaitu aspek kognitif dan aspek evaluatif. Sisi kognitif mengacu pada pengamatan dan pemberitaan empiris, sedangkan sisi evaluatif mengacu pada ranah netralitas dan keseimbangan dalam pemilihan dan penyajian berita. Dengan memisahkan kedua hal tersebut, dimungkinkan untuk memisahkan nilai dan fakta melalui observasi bebas nilai.

Westerståhl dalam McQuail (1992: 405) merumuskan diagram objektivitas sebagai berikut:



Gambar 1.5 Skema objektivitas

Sumber: Westerståhl Diadaptasi dari McQuail (1992: 196)

Kebenaran merupakan aspek yang mempertimbangkan kesesuaian antara realitas dan berita yang dilaporkan. Sisi kebenaran kemudian dibagi menjadi tiga kriteria, yaitu:

Kebenaran diartikan sebagai perbedaan antara fakta dan komentar atau opini. Bagian teks dapat digambarkan sebagai fakta, komentar, atau opini, atau kombinasi keduanya. Realitas mengacu pada potensi kualitas informasi yang memungkinkan pembaca memahami realitas.

Dimensi ini membahas realitas yang disajikan kepada pembaca dalam berita. Realitas yang disajikan adalah peristiwa yang dapat diverifikasi oleh sumber tanpa pendapat pribadi (Rumata, 2017, hal. 115). Kebenaran merupakan aspek yang mempertimbangkan kesesuaian antara realitas dan berita yang dilaporkan. Sisi kebenaran kemudian dibagi menjadi tiga kriteria, yaitu:

1) Fakta, yang diartikan sebagai pembeda antara fakta dan komentar atau opini. Bagian dari teks dapat ditandai sebagai fakta, komentar atau pendapat atau kombinasi keduanya.

2) Ketelitian, adalah kesesuaian antara berita dan kenyataan, suatu versi kenyataan yang lebih dapat dipercaya, terutama dalam hal fakta atau kuantitas. Akurasi merusak reputasi, atau pesan dengan informasi yang salah dapat merusak citra. Pembaca mempertanyakan kredibilitas media karena mereka menulis berita yang tidak pantas

3) Kelengkapan, yang diartikan sebagai totalitas yang terkandung dalam berita yang diberitakan. Aspek kelengkapan dapat dibagi menjadi dua sub-aspek, yaitu kelengkapan internal, yaitu semua fakta penting tentang suatu cerita yang diberikan, dan kelengkapan eksternal, yaitu semua cerita penting yang dapat diukur dengan cara yang sama, misalnya keragaman. atau kepentingan.

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:

- 1) Normatif (*Normative*)
- 2) Jurnalistik (*Journalistic*)
- 3) Khalayak (*Audience*)
- 4) Dunia nyata (*Real world*)

2. Imparsialitas (Impartiality)

Imparsialitas berkaitan dengan ketidak berpihakan 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:

a. Berimbang (Balance/non-partisanship)

Aspek berimbang mengacu kepada berita yang menghadirkan keseluruhan sisi dan perspektif dalam pelaporan berita. Dalam sub dimensi ini, tidak dilakukan penghilangan (ommission) atas fakta-fakta tertentu yang dapat memberikan bias terhadap pihak-pihak yang terlibat. Aspek berimbang dibagi menjadi dua kriteria, yaitu:

1) 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

2) Dua sisi (Even-handed), yakni seluruh fakta yang berkaitan dengan berita telah disajikan.

b. Netralitas (*Neutrality*)

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:

- 1) Non evaluatif (*Non-evaluative*), berarti di dalam penyajian berita tidak dilakukan penilaian atau justifikasi
- 2) Non sensasional (*Non-sensational*), berarti tidak melebih-lebihkan fakta yang diberitakan dengan tujuan untuk memberikan sensasi.

Analisis Isi

Analisis Isi memiliki sejarah panjang. Dipakai sejak 4.000 tahun yang lalu pada masa Romawi kuno. Aristoteles menggunakan konsep retorika sebagai salah satu pemanfaatan analisis isi, di mana pesan dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi khalayak. Krippendorff melihat penggunaan analisis isi pertama kali pada abad XVIII di Swedia. Kontroversi muncul terkait buku populer berjudul *Nyanyian Zion* yang lolos dari sensor negara dan dianggap menyimpang dari ajaran gereja. Sarjana Swedia kemudian mengumpulkan untuk meneliti himne tersebut. Ternyata tidak ada perbedaan antara nyanyian tersebut dengan nyanyian resmi. (Ahmad 2018: 3)

Analisis isi (content analysis) pada awalnya berkembang dalam bidang surat kabar yang bersifat kuantitatif. Supryogo dalam (Ahmad 2018: 3) Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik symbol coding, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

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:

1. Objektif (*Objective*)

Dalam penelitian 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.

2. 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: 257).

3. 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: 18).

4. 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: 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: 23) memiliki pandangan yang berbeda dan menganggap analisis isi hanya bisa digunakan untuk melihat hal yang tampak. Riffe, et al. (Eriyanto, 2011: 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*)

5. 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).

6. Generalisasi (*Generalization*)

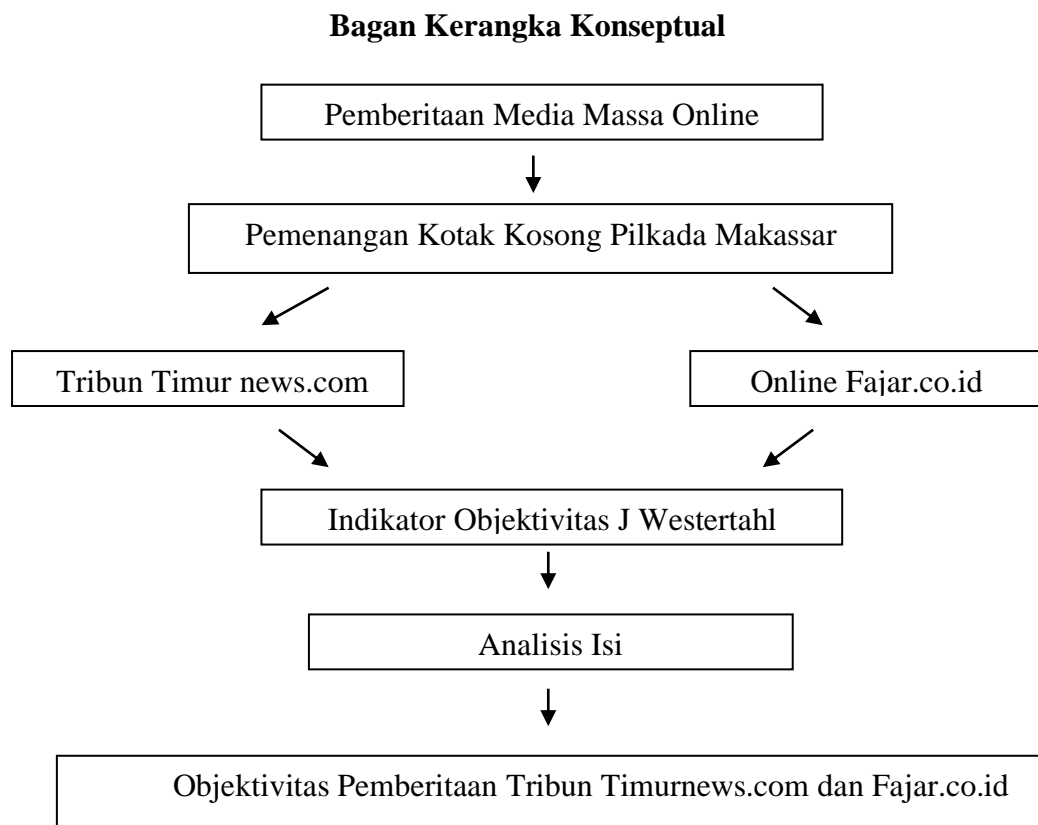
Generalisasi yang dimaksud adalah analisis isi akan memberikan gambaran umum dan terutama akan terlihat ketika menggunakan sampel. Hasil dari analisis dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara umum terhadap populasi yang ditarik sampelnya.

Tabel 1.1 Tahapan Analisis Isi

-
1. Merumuskan tujuan penelitian dan identifikasi masalah
 2. Melakukan studi pustaka
 3. Konseptualisasi penelitian (merumuskan konsep penelitian)
 4. Operasionalisasi konsep (merumuskan pedoman pengodingan lembar koding)
 5. Menentukan populasi dan sampel penelitian
 6. Melatih koder dan melakukan pretest dan uji realibilitas
 7. Mengumpulkan data dan melakukan koding
 8. Melakukan olah dan analisis data
 9. Melaporkan hasil penelitian
-

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Adapun kerangka konseptual yang akan digunakan oleh penulis berkaitan dengan hal yang diteliti adalah sebagai berikut:



Gambar 1.6 Kerangka Konseptual Penelitian

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dalam pengertian mengenai konsep-konsep yang digunakan maka penulis dalam hal ini akan memberikan batasan-batasan pada istilah-istilah yang digunakan dalam penulisan ini, Sebagai berikut:

1. Pemberitaan Media Massa Online adalah Pesan yang dimuat oleh media massa Online yang disediakan dalam memberitakan pemenangan kotak kosong.
2. Pemenangan Kotak Kosong Pilkada Makassar adalah kondisi permasalahan yang hadir dikota Makassar pada Pilkada Makassar 2018.
3. Tribun Timur News.com dan Fajar.co.id adalah media online yang penulis gunakan dalam menganalisis berita berbasis Online.
4. Objektivitas adalah Nilai berita dengan indikator yang telah ditentukan, yaitu menggunakan skema Objektivitas Wastertahl.
5. Analisis Isi adalah metode yang digunakan dalam melihat pemberitaan.
6. Faktualitas adalah realitas disampaikan dalam pemberitaan yang dapat dicek kebenarannya.
7. Imparsialitas adalah ketidak berpihakan media dalam melakukan pelaporan media.
8. Kebenaran adalah Sesuatu yang benar-benar terjadi dan tidak di ada-ada
9. Relevansi adalah pembacaan berita yang dilaporkan berdasarkan penting tidaknya berita tersebut diketahui.
10. Berimbang adalah pelaporan berita tanpa menghilangkan sesuatu fakta sehingga menimbulkan bias terhadap pihak tertentu.

11. Netralitas adalah penyampaian peristiwa apa adanya tanpa adanya keberpihakan pada salah satu sisi dari peristiwa.

12. Objektivitas Pemberitaan Fajar.co.id dan Tribun Timurnews.com adalah perbandingan Indikator pemberitaan yang ingin diketahui oleh penulis.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih selama delapan bulan, terhitung dimulai pada bulan Januari 2023 hingga Agustus 2023. Objek penelitian merupakan berita-berita yang dipublikasikan melalui media online fajar.co.id dan Tribun Timur.com Tentang kemenangan Kotak Kosong Pilkada Makassar 2018.

Fajar.co.id dan Tribun Timurnews.com dipilih dikarenakan merupakan media online yang letak geografisnya berada di daerah Sulawesi Selatan sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pandangan dan pola pikir masyarakat yang berada di Sulawesi Selatan Khususnya Kota Makassar dan juga sesuai fokus penelitian yang dibahas.

Menggunakan pemberitaan jurnalisisme online Fajar.co.id dengan peringkat situs web ke-30 dan Tribun Timurnews.com peringkat situs web ke-3 menurut Similar Web (2023). Hal tersebut diukur dengan melihat *monthly visitor* (pengunjung bulanan) sebanyak 15,2 juta pengunjung pada Fajar.co.id dan 131,0 Juta pengunjung. Durasi kunjungan untuk situs web Fajar.co.id mencapai 00:01:25 dan Tribun Timur.com mencapai 00:03:33 dengan kunjungan halaman sebanyak 1.64 dan 2.64 halaman per kunjungan. Data yang disajikan oleh

Similarweb.com merupakan hasil dari analisis traffic untuk Fajar.co.id dan Tribun Timur.com dalam waktu bulan, terhitung mulai dari Februari 2023 hingga April 2023.

2. Tipe Penelitian

Tipe pendekatan penelitian yang menggabungkan elemen-elemen dari metode kuantitatif dan Kualitatif. Dalam pendekatan ini, peneliti mengumpulkan data kuantitatif dan Kualitatif secara bersamaan, dan kemudian menganalisis dan menggabungkan kedua jenis data tersebut untuk memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang fenomena yang sedang diteliti.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini diperoleh data yang meliputi data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

Untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang unit penelitian maka jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

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 Pemenangan Kotak Kosong Pilkada Makassar tahun 2018 di Fajar.co.id dan Tribun Timurnews.com yang dipublikasikan sejak Mei 2018 hingga Juli September 2018.

b. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini dibagi menjadi tiga 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 untuk dilakukan analisis. Namun, penggunaan lembar koding tercetak akan disesuaikan apabila situasi tidak memungkinkan.

3) Pedoman Wawancara

Penelitian Ini menggunakan Pedoman Wawancara sebagai data pendukung untuk melihat lebih mendalam pandangan komunikator dalam melihat permasalahan penelitian.

b. Teknik Pengumpulan Data

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan gambaran kecenderungan objektivitas pemberitaan Pemenangan kotak kosong di Fajar.co.id dan Tribun Timurnews.com Menurut Budd dalam Juanda (2017: 14) menurut Budd, analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

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

4. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh berita mengenai Pemenangan Kotak Kosong Pilkada Makassar yang dibahas di berbagai portal berita online mulai dari tanggal Mei 2018 hingga tanggal 27 Juli 2018.

Dari hasil pencarian langsung di Fajar.co.id dan Tribun news.com pada Maret-Agustus 2023 dengan menggunakan kata kunci "pemenangan kotak kosong", ditemukan hasil pencarian pada fajar.co.id dengan total berita yang ditemukan sebanyak 25 berita dan ditemukan 10 laman hasil

pencarian pada Tribun news.com dengan total berita yang ditemukan sebanyak 100 berita. Namun, tidak semua berita yang ditemukan digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya menggunakan berita yang sesuai pada Mei 2018 hingga Juli 2018. Selain itu, berita yang diambil merupakan berita yang membahas kemenangan kotak/kolom kosong. Sehingga total berita yang menjadi populasi dalam penelitian ini sejumlah 125 berita.

Penelitian ini menggunakan *total sampling*, yakni sampel dari penelitian ini merupakan keseluruhan populasi 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 berita terkait pemenangan kotak/kolom kosong.

Adapun informan yang akan memberikan informasi dan tanggapannya yaitu:

Pandangan Tim Pemenangan Kotak Kosong Pilkada Makassar Tahun 2018.

5. Teknik Analisis Data

Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan *Mixed Method* (Teori Kombinasi). Pendekatan ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data kuantitatif dan kualitatif deskriptif sehingga

menghasilkan kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Setelah dilakukan pengumpulan data melalui teknik yang telah ditentukan, selanjutnya dilakukan pretest dan uji realibilitas 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 realibilitas antar-koder menggunakan rumus Holsty dengan penjabaran rumus sebagai berikut (Wimmer & Dominick, 2011, hal. 172-173)

$$\text{Realibitas} = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan:

M = Jumlah pertanyaan yang disetujui oleh dua koder

N1, N2 = Jumlah pertanyaan yang dikodekan oleh koder pertama dan kedua

Angka realibilitas minimum yang harus dipenuhi dalam uji realibilitas ini adalah 0,7 atau 70% dari skala 0-1 atau 0%-100%. Realibilitas 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 realibilitas menunjukkan bahwa lembar koding sudah reliabel.

Sampel yang dipilih untuk dimasukkan ke dalam uji realibilitas merupakan 30% dari total populasi yang diperoleh. Sehingga total sampel yang melalui uji realibilitas sejumlah 30 berita yang dibagi secara proporsional. dalam 3 bulan yang menjadi syarat populasi penelitian yang terkhusus pada pemberitaan mengenai Pemenangan kotak kosong.

Berita kemudian dipilih secara acak pada setiap bulan yang kemudian diberikan kepada koder. Setiap koder diberikan berita dengan judul yang sama, agar tidak terjadi bias pada hasil uji realibilitas.

Koder dalam penelitian ini adalah Kak I Luh Devi Sania dan kak Rudi Salam. Kedua koder dipilih karena memiliki pemahaman yang cukup mengenai struktur berita. Kak I Luh Devi Sania dan Kak Rudi Salam merupakan sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang berkerja Sebagai Jurnalis objektivitas pemberitaan dan bekerja sebagai wartawan.

Setelah itu, peneliti akan melakukan koding terhadap data yang telah dikumpulkan sebelumnya sesuai dengan lembar koding yang telah diuji realibilitasnya. 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. Adapun hasil dari pedoman wawancara akan di olah secara dekriptif sesuai hasil wawancara dari informan mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa, Media Massa, dan Arah Perkembangan

Perkembangan komunikasi massa ditandai dengan ditemukannya mesin cetak oleh Guttenberg, yang kemudian mendorong terproduksi buku-buku secara massal. Produksi buku ini kemudian mendorong terbitnya surat kabar pertama. Hal lain yang menandai lahirnya komunikasi massa, adalah revolusi industri yang menyebabkan kemunculan radio, film, dan televisi. Hal ini juga mempengaruhi hadirnya teknologi informasi terbaru seperti internet.

Secara sederhana komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa (media cetak dan elektronik). Menurut Joseph A. Devito dalam Yusuf (2012) mengatakan bahwa pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio visual.

Menurut Denis McQuail (2011) dalam Hadi (2021:66) komunikasi massa memiliki beberapa ciri-ciri yang membedakannya dari jenis komunikasi lainnya. Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal dan “sang pengirim” nya seringkali merupakan komunikator profesional.

- Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan. Pesan seringkali “diproses”, distandarisasi, dan selalu diperbanyak.
- Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut juga bersifat impersonal, bahkan mungkin seringkali bersifat non- moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa sang pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang diperjualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu.
- Penerima merupakan bagian dari khalayak luas
- Komunikasi massa seringkali mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima, menciptakan pengaruh luas dalam waktu singkat dan menimbulkan respon seketika dari banyak orang secara serentak.

Ciri-ciri Komunikasi Massa

Adapun ciri-ciri komunikasi massa menurut Nurudin (2013:19) adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi dalam Komunikasi Massa Melembaga

Komunikator merupakan lembaga media massa itu sendiri. Artinya bahwa komunikatornya bukan orang per orang seperti wartawan misalnya. Namun wartawan merupakan salah satu bagian dari sebuah

lembaga. Sehingga dapat dikatakan bahwa ia adalah orang yang sudah berinstitusi atau melembaga.

2. Komunikasi dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Komunikasi dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam, artinya bahwa *audiens* dari komunikasi massa itu tidak terfokus kepada satu kelompok. Herbert Blumer dalam Nurudin (2013:22) memberikan ciri tentang karakteristik *audience*/komunikasikan sebagai berikut:

- *Audience* dalam komunikasi massa sangatlah heterogen
- Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain
- Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi formal

3. Pesannya Bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu, dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan kepada khalayak yang plural.

4. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Komunikasi massa tidak memungkinkan kita untuk langsung memberikan respons kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan), walaupun bisa, sifatnya tertunda.

5. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.

6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peranan Teknis

Peralatan teknis dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik.

7. Komunikasi Massa Dikontrol oleh *Gatekeeper*

Gatekeeper berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi disebarkan lebih mudah dipahami.

Efek Komunikasi Massa

Firman Kurniawan, 2021 dalam Syarif (2023:117) Perkembangan teknologi turut mempengaruhi dan dapat membantu khalayak dalam memperoleh informasi. Dalam preferensi ini faktor percaya merupakan kunci dari kredibilitas suatu media untuk menjaga kualitas konten dan layanan yang diberikan sehingga khalayak akan menumbuhkan harapan yang baik untuk dimasa yang akan datang. beranggapan bahwa efek merupakan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Karena fokusnya pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa.

Salah satu peran media dalam komunikasi massa adalah membentuk opini publik. Meskipun terkadang pada realitasnya opini dapat pula mempengaruhi cara kerja suatu media, sehingga opini publik hadir semata

untuk menjadi target media. Bukan mempertimbangkan khalayak yang berhak menerima informasi. Menurut Amri 1988 dalam (Fitriansyah 2018:172) Terdapat tiga dimensi efek komunikasi massa yaitu: kognitif, afektif, dan Behavioral

1. Efek Kognitif (*cognitive effect*) adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek Afektif (*affective effect*) timbul bila ada perubahan pada yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
3. Efek Behavioral akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan atau perilaku yang dilakukan setelah terjadinya efek kognitif dan efek afektif terhadap khalayak.

New Media

Istilah “media baru” ini identik dengan konten digital yang dapat didistribusikan secara masif dan interaktif melalui internet. Konten internet yang berupa gabungan berbagai jenis media, teks, gambar, suara, dan video, ditambah dengan kemampuan interaktifnya, mengalahkan kemampuan segenap media yang pernah ada, dalam hal ini old media (media lama), Hal ini sejalan dengan suatu sistem komunikasi yang terkait dengan jaringan

komunikasi modern pada tahun 1960an Werner, 2008 dalam (Fitriansyah:173)

McQuail dalam Kurnia (2005:292) membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, handphone, e-mail. Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, vidiogame, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/search engine. Keempat, media partisipasi kolektif sebagai pengguna internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman, dan menjalin melalui komputer dimana penggunaanya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.

McQuail (2011) mencatat, bahwa ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu:

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan pengiriman pesan yang berpindah tempat.
4. Adaptasi publikasi dan peran pemirsa.
5. Munculnya berbagai jenis media gateway.
6. Fragmentasi dan kaburnya institusi media.

Dalam Perkembangannya komunikasi politik yang terjadi di era globalisasi ini menunjukkan penguatan kebebasan demokrasi yang berujung pada kebebasan berpendapat di komunitas dunia maya atau virtual

community. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan media massa dalam konteks diseminasi informasi di dunia tidak bisa dilepaskan dari internet, sehingga menciptakan iklim komunikasi politik yang berada dalam ranah multimedia (Efriza dan Indrawan, 2020: 7).

Jurnalisme *Online*

Media *online* dalam konteks komunikasi massa adalah media massa yang tersaji di internet secara *online*, khususnya situs berita (*news site*) atau portal berita (*news portal*). Menurut Salwen *online news* memiliki kelebihan yaitu beritanya dapat diperbaharui secara berkelanjutan, memiliki interaktivitas, *hypertext*, dan multimedia (Unde, 2015:191)

Di Indonesia sendiri, media *online* bermula ketika akhir kepemimpinan Orde Baru, saat Presiden Soeharto mengundurkan diri pada 21 Mei 1998. Berita lengsernya Pak Harto tersebar luas melalui *mailing list* (*milist*) kalangan aktivis pro-demokrasi dan mahasiswa.

Berbeda dengan media sebelumnya, media *online* memiliki keunggulan yakni *Up to date*, *real time* dan praktis. Keunggulan yang dimiliki media *online* saat ini menjadikannya sebagai salah satu media yang paling sering digunakan khalayak. Sifat internet yang terbuka ini menampilkan keunikan tersendiri diantara bentuk-bentuk komunikasi yang pernah tercipta.

Perkembangan jurnalistik *online* kini patut diperhitungkan. Tak bisa dipungkiri bahwa perkembangannya memberikan dampak besar terhadap

penyebaran informasinya. Faktanya, media *online* memang menguntungkan publik. Banyaknya pembaca media *online*, mengharuskan para pelaku media konvensional melakukan konvergensi ke media *online*. Dibalik keunggulan yang dimiliki, tetap saja ada kekurangan yang harus ditindak lanjuti, baik oleh masyarakat maupun jurnalis media *online* itu sendiri.

Semakin cepat berita *terupdate*, semakin tinggi pula minat masyarakat yang penasaran untuk terus mengakses media *online* tersebut. Kecepatan tidak menjamin keakuratan sebuah informasi atau berita yang disampaikan dalam media *online*. Hal ini marak terjadi karena media *online* banyak memegang prinsip mengandalkan kecepatan serta mengabaikan akurasi. Selain itu, berita yang disajikan terkadang belum jelas sumbernya dan mencampuradukkan fakta dan opini sehingga cenderung berujung menjadi berita rancu dan informasi yang *hoax*. Akibatnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang tepat dan akurat tidak sepenuhnya terpenuhi.

Keberadaan media *online* tidak terbatas ruang dan waktu sehingga penggunaanya dapat menggunakan dimana pun dan kapan pun yang mereka kehendaki. Sebagai media massa, media *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerjanya. Pada saat ini, media *online* menjadi alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya.

B. Politik dan Media Massa

Politik dan media adalah kedua hal saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Hal ini menitikberatkan pada unsur-unsur berita yang berefek politik menurut Harun dalam Tabroni (2014:106) disebabkan karena media massa sering kali memiliki posisi yang lemah, sehingga dengan mudah ditundukkan oleh kekuasaan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tabrani menunjukkan bahwa Euforia demokrasi dapat menyebabkan kehilangan kontrol, baik dalam hal aktivitas politik personal maupun kelembagaan sehingga aturan penayangan iklan di media massa terabaikan.

Media massa dan politik mencerminkan keadaan masyarakat. Ketika isu politik disampaikan melalui media, pendapat masyarakat terbentuk, mencerminkan kehidupan politik pada masyarakat. Oleh karena itu, keduanya tidak bisa dipisahkan.

1. Peran Media Massa dalam Demokrasi

Media Massa berperan penting dalam pemasaran politik di Indonesia, termasuk untuk pemilihan umum. Kini, media sosial juga digunakan untuk mempromosikan calon politisi. Ini mengubah cara kampanye politik yang sebelumnya hanya menggunakan televisi, koran, dan majalah. Heryanto (dalam Munzir, 2019: 179) menjelaskan bahwa pemerintah, DPR, dan institusi yudikatif juga memanfaatkan internet untuk menyosialisasikan kebijakan publik dan mendapatkan dukungan. Begitu juga, individu dan kelompok masyarakat menggunakan internet untuk menyampaikan pendapat politik mereka. Teknik penggunaan internet pun semakin beragam,

termasuk website pribadi, blog, dan akun media sosial dalam membentuk opini publik.

Dalam membentuk opini masyarakat, media memanfaatkan tiga komponen: (1) pemakaian simbol-simbol politik (*language of politic*), (2) strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) dan (3) kesediaan media memberi tempat (*agenda setting function*). Menurut Nimmo dan McQuail dalam Hamad (2004:19) sebuah media juga memiliki ideologi, sikap politik, dan kebijakan redaksional tertentu mengenai suatu kekuatan politik, dimana faktor-faktor ini berpengaruh terhadap penggunaan simbol politik, pengemasan pesan, dan pemberian tempat mengenai kekuatan politik tersebut. Alhasil satu peristiwa politik bisa menimbulkan opini publik yang berbeda-beda, tergantung media yang memberitakannya

Pada proses ini Institusi media merupakan sistem ekonomi yang terkait erat dengan sistem politik. Ini membuat media memiliki dua karakter utama: karakter sosial-budaya-politik dan karakter ekonomi. Karakter ekonomi memiliki pengaruh besar terhadap perilaku media massa modern. Selain menjadi representasi ruang publik dalam dinamika sosial-budaya-politik, media massa juga merupakan kekuatan ekonomi yang menghasilkan profit. hal ini sejalan Garnham dalam (Pamuji 2019:14) yang mengemukakan institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang bertalian erat dengan sistem politik.

2. Berita sebagai Produk Jurnalistik

Pers dan jurnalistik adalah dua hal yang biasanya dipersamakan istilah pers dalam UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang pers menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Sedangkan jurnalistik merupakan sebuah proses pencarian, pengolahan, dan penulisan naskah berita yang kemudian disebarluaskan kepada khalayak banyak dengan menggunakan media tertentu. Menurut Ishwara dalam Yusuf (2016) mengatakan bahwa jurnalisme menyentuh hampir setiap kehidupan manusia, maka perilaku dan standar moral jurnalisme layak mendapat perhatian yang sama seperti berlaku pada dokter, hakim, dan profesi lainnya.

Pada proses selanjutnya setelah proses mencari, mengolah dan menulis berita adalah proses publikasi yang dilakukan oleh lembaga yang disebut dengan pers. Fungsi pers ini adalah sebagai media. Pada UU Nomor 40 Tahun 1999 dijelaskan bahwa fungsi pers antara lain:

- Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui;
- Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi dan hak-hak asasi manusia serta menghormati kebinekaan;

- Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.
- Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Jurnalis dalam menjalankan profesinya diharapkan untuk mencari kebenaran yang tidak bias dan tidak berpihak. Namun, jurnalis sebagai manusia, memiliki nilai-nilai pribadi yang mempengaruhi segala yang mereka lakukan. Termasuk pengaruh lingkungan sekitarnya.

Maka dari itu untuk mewujudkan tujuan utama jurnalisme, Bill Kovack dan Tom Rosenstiel (2003) mengajukan sembilan elemen jurnalisme agar para jurnalis kembali memahami tujuan utama mereka yakni menyediakan informasi yang diperlukan oleh orang agar bebas dan bisa mengatur diri sendiri. Kesembilan elemen ini sebagai berikut:

- Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran
- Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga
- Intisari jurnalisme adalah prinsip verifikasi
- Wartawan harus tetap independen dari pihak yang mereka liput
- Wartawan harus bertindak sebagai pemantau independen terhadap kekuasaan
- Jurnalisme harus menghadirkan sebuah forum untuk kritik dan komentar publik
- Wartawan harus membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan

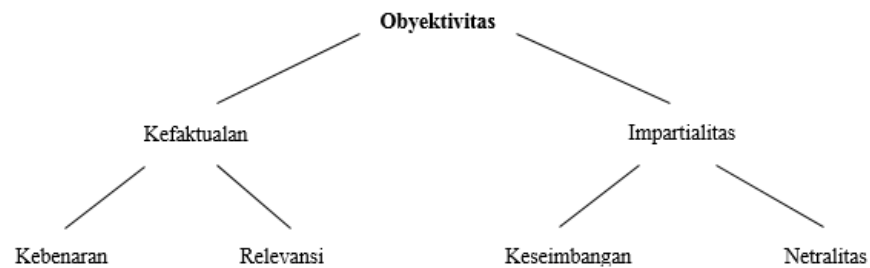
- Wartawan harus menjaga berita dalam proporsi dan menjadikannya komprehensif
- Wartawan punya kewajiban terhadap nurani.

Menyediakan informasi yang benar adalah kebutuhan yang sangat mendasar untuk para jurnalis. Salah satu produk yang diciptakan oleh para jurnalis adalah berita yang merupakan informasi yang digunakan oleh masyarakat untuk mempelajari dan berpikir tentang dunia di luar diri mereka. Sehingga berita yang benar adalah berita yang memberikan informasi sebaik-baiknya tentang suatu peristiwa di tengah masyarakat.

Maka dari itu untuk memberikan informasi yang baik dan sesuai dengan kenyataan dimasyarakat, berita harus memenuhi kualitas dengan memenuhi unsur-unsur dan syarat-syarat kualitas sebuah berita agar layak diberitakan kepada masyarakat.

McQuail menganggap bahwa untuk mengetahui kualitas sebuah informasi adalah dengan konsep objektivitas. Salah satu cara untuk mengukur objektivitas suatu berita adalah dengan menggunakan kerangka kerja yang ditawarkan oleh Westerhal dalam McQuail (1992:196), sebagai berikut:

Gambar 2.1. Skema Objektivitas



Sumber: disalurkan dari McQuail (1992:196-203)

E. Analisis Isi

Neuendorf dalam Eriyanto (2011:5) 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 (2011:5), 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 ilmuwan sosial.

Secara sederhana analisis isi dapat diartikan sebagai metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen (*teks*). Eriyanto (2011:10) mengatakan bahwa penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. Pertama, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. Kedua, digunakan sebagai salah satu metode saja dalam penelitian, dan ketiga digunakan sebagai pembanding untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang telah dipakai dari metode lain.

Analisis isi banyak digunakan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk sosiologi. Dalam sosiologi, untuk memahami sikap dan pandangan masyarakat biasanya ditentukan oleh dokumen-dokumen yang ada. Itulah sebabnya analisis konten (*Content Analysis*) berperan. Dalam disiplin ilmu politik, analisis isi kemudian sering digunakan dalam dua cara, yaitu dalam kajian aktor politik dan dalam perbandingan politik. Analisis isi juga digunakan dalam bidang ekonomi, khususnya ketika menganalisis isi dokumen, pengumuman atau pesan. Namun, dari semua disiplin ilmu tersebut, analisis konten lebih sering digunakan dalam komunikasi ketika menganalisis konten media, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik.

Penelitian analisis isi terdapat dua macam yakni analisis isi kuantitatif dan kualitatif. Menurut Eriyanto (2011:15) analisis isi kuantitatif adalah suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ini, memiliki enam ciri-ciri diantaranya Objektif yang dapat diartikan bahwa penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa ada campur tangan dari peneliti. Sistematis menurut Riffe, Lacy dan Fico dalam Eriyanto (2011:19) mengatakan bahwa sistematis bermakna semua tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan secara jelas dan sistematis. Reflikabel, penelitian analisis isi yang telah menghasilkan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Ciri selanjutnya adalah isi yang nampak (*manifest*) menurut Riffe, Lacy dan Fico dalam Eriyanto (2011:23) Selama proses coding dan pengumpulan data, peneliti hanya dapat mengevaluasi aspek

yang terlihat, tetapi pada tahap analisis data juga dapat menambahkan penafsiran tentang aspek yang tersembunyi dalam isi. Dua ciri terakhir mencakup ringkasan analisis isi dan pengembangan generalisasi.