

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan presiden saat ini menjadi isu yang sering dibahas oleh berbagai kalangan, hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya tersebar video atau teks berita tentang pemilihan presiden di media sosial seperti Tik Tok, Instagram, Facebook dan lain-lain. Berita yang membahas siapa bakal calon presiden tahun 2024, partai apa mendeklarasikan bakal calon presiden, kunjungan bakal calon presiden ke berbagai daerah, dan lain sebagainya. Tersebarnya informasi tentang pemilihan presiden di media sosial ini, karena media sosial sebagai sumber berita dan informasi politik bagi khalayak (Kelly, 2019).

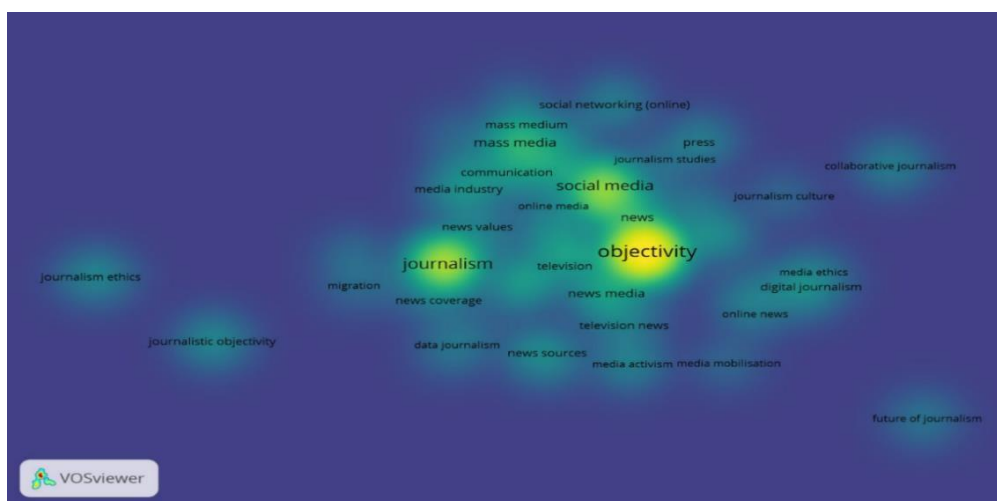
Adanya pemberitaan di media sosial tentang isu politik pemilihan presiden yang kemudian menjadi pembahasan khalayak, itu tidak lepas dari pengaruh media massa, seperti media cetak, media elektronik dan media online. Dalam hal ini disebabkan karena media massa sebagai pusat informasi (Holillah, 2020), sumber informasi utama (Anwar et al., 2020) dan sebagai jembatan informasi (Pembayun, 2015) yang memiliki salah satu fungsi untuk mempengaruhi khalayak. Dalam hal ini mempengaruhi opini khalayak terkait pemilihan umum presiden (McHale, 2019). Selain itu berperan pada perubahan sikap, pola pikir dan pembentukan opini pembacanya (D. K. Putra & Hirzi, 2022).

Akhir-akhir ini pemilihan presiden menjadi isu yang krusial diberitakan media massa di Indonesia dikarenakan menjelang berlangsungnya pemilihan presiden 2024. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya berita pemilihan presiden yang di rilis oleh media massa. Seperti halnya dalam pemberitaan media online, menyediakan rubrik khusus terkait pemberitaan pemilihan presiden. Adanya rubrik ini sebagai penanda bahwa isu ini memiliki nilai berita yang tinggi karena diberikan ruang khusus. Nilai berita sebuah perangkat kriteria yang digunakan dalam jurnalisme untuk menilai kelayakan berita (de Maeyer, 2020). Suatu berita dikatakan layak dipublikasikan ketika berita memiliki nilai-nilai berita seperti *the power elite*, *eliteness*, relevansi, *conflict*, kebaruan, *negativity*, *impact*, *proximity*, dan personalisasi (Suciati & Fauziah, 2020). Di Indonesia media online yang menyediakan rubrik yang membahas berita tentang pemilihan presiden 2024 diantaranya, Detik.com dengan nama rubrik Pemilu 2024, Kompas.com dengan nama rubrik Sorot Politik, Tempo.com rubrik Pilpres 2024, Tribuntimur.com rubrik Mata Lokal Memilih, dan cnnindonesia.com rubrik Nasional. Dari hal ini dapat dilihat besarnya perhatian media online terkait isu pemilihan umum presiden 2024.

Besarnya perhatian media online pada pemberitaan pemilihan umum presiden 2024 ini bisa memberikan pengaruh besar terhadap khalayak, dalam hal ini bisa memberikan pengaruh positif, seperti memberikan informasi tentang pemilihan presiden kepada masyarakat, dengan informasi tersebut masyarakat bisa menentukan presiden pilihannya. Namun di sisi lain memberikan pengaruh negatif seperti terjadi serang menyerang diantara pendukung calon presiden. Pengaruh pemberitaan suatu media terhadap suatu isu baik itu sisi positif atau negatif dapat ditentukan oleh bagaimana sebuah media memberitakan suatu isu, dalam hal ini bisa dilihat dari latar belakang ideologi media tersebut, bagaimana tujuan pemberitaan media, apakah media memberitakan berita untuk memenuhi fungsinya sebagai media informasi, edukasi, dan pengaruh (Wulandari, 2021), apakah media memiliki tujuan objektif dalam pemberitaan sesuai dengan norma jurnalistik yang telah diatur dalam Kode Etik Jurnalistik pasal 3 yang menyatakan bahwa berita harus berimbang tidak mencampurkan fakta dan opini (M.Romli, 2018), atau media memiliki tujuan tersendiri yang ingin dicapai seperti berpihak pada salah satu calon presiden karena salah satu calon adalah pemilik media, atau pemilik modal. Selain melihat dari latar belakang media, media bisa berpengaruh baik atau tidak dapat juga dilihat dari isi pemberitaan, seperti dalam pemberitaan tidak terdapat unsur sensasional yang dapat memicu konflik di masyarakat.

Besarnya pengaruh media online terhadap pembacanya, dalam pemberitaan media online harus memerhatikan isi pemberitaan. Dalam hal ini berita yang dipublikasikan harus objektif, sesuai ketetapan dalam Kode Etik Jurnalistik. Jurnalis yang menulis berita dapat memisahkan fakta dari opini (Carlson, 2019). Memenuhi tiga syarat penting dalam objektivitas, pertama, jurnalis harus berada dalam posisi netral terhadap objek yang diberitakan. Kedua, isi berita tidak boleh memihak pihak tertentu dan ketiga, isi berita harus akurat. Akurat di sini berarti memenuhi kriteria kebenaran, yaitu relevansi dan kekomplitan suatu berita (Abkoryyah & Dewi, 2017). Netralitas dan ketidakberpihakan biasanya diakui sebagai standar profesional dalam berbagai budaya jurnalisme di seluruh dunia (Ojala, 2021). Pentingnya objektivitas

dalam pemberitaan, menjadi acuan untuk melihat objektivitas pemberitaan pada media online terkait isu pemilihan presiden 2024.



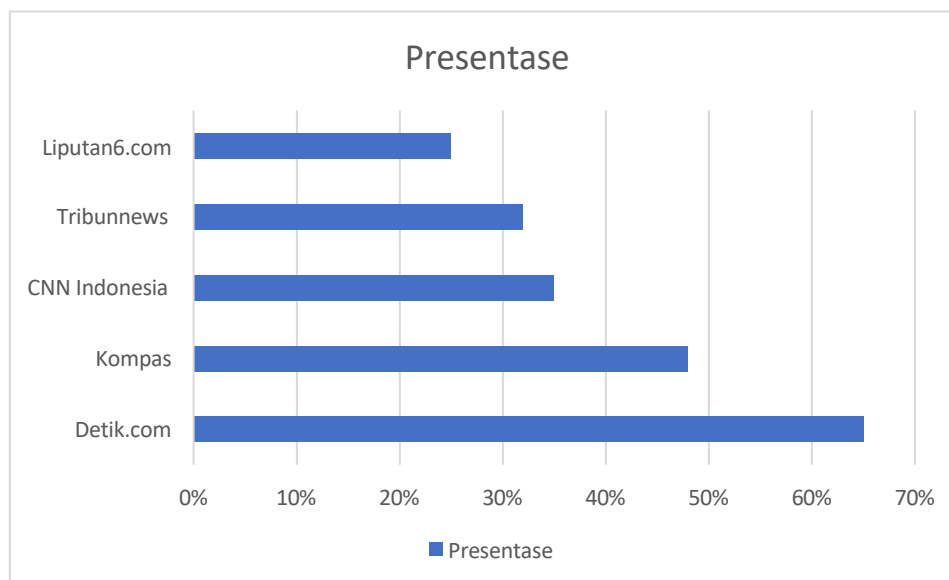
Gambar 1. 1 Novelty Penelitian
Sumber: Vosviewer, 2023

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat kajian tentang *Journalistic Objectivity* (objektivitas jurnalistik) berada pada sisi terluar, artinya gambar tersebut mengkonfirmasi bahwa kajian tentang objektivitas jurnalistik masih kurang yang mengkaji. Ada beberapa penelitian yang membahas terkait objektivitas jurnalistik, seperti penelitian yang dilakukan Borger, van Hoof and Sanders, (2019) membahas tentang objektivitas dan keberagaman dalam jurnalisme partisipatif. Penelitian menunjukkan analisis konten jurnalisme partisipatif yang ada, langka dan memiliki fokus yang homogen, pemberitaan lebih subjektif, keberagaman sumber dan keberagaman nilai-nilai berita tidak meningkat, namun memberikan penekanan dalam penggunaan sumber dan nilai-nilai berita, mengandalkan pengalaman pribadi dan memilih berita berdasarkan nilai-nilai soft news. Selain itu pada penelitian ini menunjukkan para partisipan jauh dari pemahaman objektivitas dan keberagaman. Selanjutnya yaitu, Mabrook (2021) membahas terkait Objektivitas dalam VR Jurnalistik, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa beragamnya pemahaman objektivitas di kalangan pembuat konten VR dan semakin meningkatnya penerimaan VR sebagai pengalaman subjektif. Tampilan 360 derajat mengurangi kemampuan membingkai konten. Jalur cerita yang berbeda dalam penceritaan VR interaktif dapat menambah perspektif pada cerita.

Selain itu (Ojala, 2021) juga melakukan penelitian tentang objektivitas jurnalistik terkait hubungan antara kepercayaan audiens terhadap media berita dan cita-cita netralitas dalam jurnalisme. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketidakpercayaan audiens terhadap media mencerminkan kesulitan yang dihadapi jurnalisme arus utama dalam memberikan suara yang setara kepada semua kelompok dan pandangan politik pada saat kontestasi ideologis semakin meningkat. Al-Rikabia and Kadhimb (2020) dengan fokus penelitian menyelidiki imparsialitas dan netralitas dalam wacana penyiaran pada media BBC News dan Al-Jazeera English. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa jurnalis pada dua media ini tidak netral dan imparsialitas. Kemudian pada sisi yang lain mengkaji objektivitas dari aspek keadilan dan keseimbangan berdasarkan pendapat khalayak di empat negara, hasil penelitian yang dilakukan oleh Mont'Alverne *et al* (2023) bahwa pengetahuan berita yang seimbang dianut secara luas dan abstrak oleh khalayak. Dalam praktiknya tidak terdapat pemahaman yang sama tentang ketidakberpihakan.

Berdasarkan observasi peneliti kajian tentang objektivitas jurnalistik yang berfokus pada pemberitaan media online isu pemilihan umum presiden 2024 masih kurang yang meneliti. Oleh karena itu tujuan penelitian ini untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas objektivitas jurnalistik pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com dan Kompas.com. Penulis memilih penelitian ini karena kajian tentang objektivitas jurnalistik yang berfokus pada isu pemilihan umum presiden 2024 masih kurang diteliti khususnya yang membahas tiga capres. Alasan mengapa media online detik.com dan kompas.com karena kedua media online ini sama-sama merupakan portal berita yang ruang

lingkupnya nasional dan secara aktif memberikan informasi berita terupdate dan dapat diakses dengan mudah oleh publik, serta kedua media diminati banyak publik. Selain itu, kedua media online ini masuk dalam top 20 media online terbaik di Indonesia berdasarkan survei yang dilakukan oleh Alexa.com. Berdasarkan data Keminfo tahun 2022, Detik.com dan Kompas.com masuk dalam 5 besar media online yang paling banyak diminati masyarakat di Indonesia. Alasan lainnya kedua media ini memiliki rubrik khusus yang membahas tentang pemilihan umum presiden 2024.



Gambar 1. 2 Presentase Peminat Portal Media Online Nasional Tahun 2022
Sumber : (Kominfo, 2022)

Gambar 1.2 menggambarkan bahwa media online paling banyak dikonsumsi warga Indonesia tahun 2022. Detik.com menjadi media daring dengan konsumsi terbesar, sebanyak 65%. Presentase ini jauh mengungguli Kompas yang sebesar 48%. Posisi ketiga ditempati CNN Indonesia dengan presentase 35%. Selanjutnya ada Tribunnews dengan 32% dan Liputan dengan 25%.

1.2 Rumusan Masalah

Dari ulasan singkat mengenai latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis dapat merumuskan suatu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1 Bagaimana objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com
- 1.2.2 Bagaimana objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Kompas.com
- 1.2.3 Bagaimana perbandingan objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com dan Kompas.com

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada pembahasan sebelumnya. Maka penelitian ini memuat tujuan, yaitu:

- 1.3.1 Untuk menganalisis objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com
- 1.3.2 Untuk menganalisis objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Kompas.com
- 1.3.3 Untuk menganalisis perbandingan objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com dan Kompas.com

1.4 Manfaat Penelitian

- 1.4.1 Dalam aspek akademik, hasil dari penelitian ini diharapkan untuk : Pertama, Menambah ilmu pengetahuan terkait objektivitas jurnalistik pemberitaan politik pada media online. Kedua hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan tema penelitian.
- 1.4.2 Dalam aspek praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan : Pertama, salah satu upaya untuk mengetahui terkait objektivitas jurnalistik pada pemberitaan politik media online. Kedua, Sebagai usaha untuk memberi masukan kepada media online agar mengedepankan objektivitas

dalam pemberitaan politik media online. Ketiga, Sebagai referensi bahan bacaan yang menarik bagi masyarakat luas, jurnalis maupun mahasiswa tentang objektivitas jurnalistik pada pemberitaan politik media online.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan literatur, penulis menyajikan sejumlah karya yang terkait dengan penelitian ini. Tinjauan literature bertujuan untuk menampilkan perbedaan antara riset sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Data yang tersedia akan menyajikan gambaran awal mengenai situasi yang berhubungan dengan topik penelitian. Oleh sebab itu, berikut ini akan disajikan sejumlah penelitian sebelumnya sebagai acuan atau perbandingan antara studi yang telah ada dan penelitian yang akan dilaksanakan.

2.1 Tinjauan Konsep

2.1.1 Jurnalistik

Jurnalistik secara etimologis berasal dari kata *journ* yang dalam bahasa Prancis memiliki arti catatan atau laporan sehari-hari. Jurnalistik dalam arti sederhana merupakan tindakan yang berkaitan dengan proses mencatat atau melaporkan kegiatan sehari-hari. Menurut Mac Dougall jurnalistik ialah kegiatan mengumpulkan berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Adapun jurnalistik menurut Adinegoro yaitu seperti kemampuan mengarang yang tujuannya memberikan informasi pada khalayak secara cepat agar dapat tersebar luas. Astrid S. Susanto mengemukakan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan mencatat dan melaporkan, serta menyebarkan tentang kejadian sehari-hari. Onong Uchjana Effendy secara sederhana menyebutkan makna jurnalistik sebagai teknik mengelola berita dari proses pengumpulan data hingga membagikan pada khalayak. Sedangkan Haris Sumaria menjelaskan jurnalistik sebagai kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan mempublikasikan berita melalui media berkala kepada masyarakat secara luas dan cepat internet (Jamil et al., 2023). Dalam (Qorib et al., 2019) jurnalistik terdapat empat komponen yaitu informasi, penyusunan informasi, dan penyebarluasan informasi, serta media massa.

Jurnalistik mulai muncul pada zaman Romawi Kuno di masa pemerintahan kaisar Julius Caesar tahun 100-44 SM. Di masa itu terdapat *Acta Diurna* dipercayai sebagai produk jurnalistik pertama di dunia yakni papan pengumuman seperti majalah dinding, dimana isi *Acta Diurna* di masa itu informasi berupa kegiatan senat dan kegiatan sehari-hari para senator. Hal ini kemudian berkembang hingga penemuan mesin cetak di Jerman pada tahun 1450 dan pada tahun 1457 terbit surat kabar pertama dalam bentuk cetakan yang modern (Sudarajat & Budiarto, 2022). Teknologi mengalami perkembangan hingga terdapat penemuan jurnalistik elektronik radio, dan televisi, serta media online yang saat ini telah diakses.

2.1.2 Media Online

Media online dikenal dengan istilah jurnalisme siber, jurnalisme daring, dan jurnalisme situs web, yang merupakan "generasi baru" dari bidang jurnalisme setelah jurnalisme tradisional (jurnalisme media cetak, seperti koran) dan jurnalisme penyiaran (jurnalisme siaran-radio dan televisi) (M. Romli, 2018). Jurnalisme online atau *cyber* adalah generasi penerus jurnalisme internet (Sudhandradevi & Bhuvanewari, 2022), yang mana produk jurnalistik beritanya dibuat dan disebarluaskan lewat media internet (Jusuf & Sari, 2023). Jurnalisme online adalah suatu bentuk media yang mencakup kegiatan mengumpulkan, menyusun, dan mendistribusikan konten berita menggunakan platform digital. Hal ini bergantung pada pemanfaatan konektivitas internet yang mengacu pada keterkaitan jaringan komputer, dan website, yaitu halaman web yang memuat elemen multimedia seperti teks, video, audio, dan foto (Anggraeni, 2018).

Jurnalistik online memiliki empat jenis yaitu pertama, *mainstream news sites* yang merupakan jenis media online yang mudah didapat. Platform ini menyediakan banyak pilihan konten editorial, baik yang disediakan oleh media induk yang terkoneksi dengan linked atau di website. Kedua, *index and category sites*, jenis jurnalistik online ini sering dikaitkan hubungannya dengan mesin pencari (*search engine*) seperti Google dan Yahoo. Pada praktik jenis jurnalistik ini menyediakan tautan yang mendalam ke berbagai platform berita yang ada di website. Ketiga, *meta and comment sites* yang meliputi situs media berita dan topik media secara umum. Jenis ini biasanya dijadikan sebagai pengawas media, seperti Mediachannel dan Freedomforum. Keempat, *share and discussion sites*, jenis jurnalistik ini merupakan situs yang digunakan untuk membahas konten yang ada di internet (Jamil et al., 2023).

Karakteristik dari media online adalah yang pertama, multimedia: mampu menampilkan atau menyampaikan berita atau informasi dalam berbagai format seperti teks, audio, video, grafis, serta gambar secara bersamaan. Kedua, aktualitas: menyajikan informasi terkini akibat kemudahan dan kecepatan dalam penyampaian. Ketiga, cepat: segera setelah diposting atau diunggah, semua orang dapat langsung mengaksesnya. Keempat, pembaruan : proses memperbarui informasi dapat dilakukan dengan segera baik dalam hal isi maupun aspek redaksi, seperti kesalahan pengetikan atau kelemahan dalam ejaan. Hingga saat ini, belum mendapati penggunaan istilah “ralat” dalam platform digital seperti yang kerap terlihat di publikasi cetak. Informasi juga disampaikan secara berkesinambungan. Kelima, kapasitas besar: sebuah situs web memiliki kemampuan untuk menampung tulisan yang sangat panjang. Keenam, fleksibilitas: pengunggahan dan pengeditan tulisan dapat dilakukan kapan saja dan di mana pun, serta jadwal penerbitan (pembaruan) bisa terjadi kapan saja, setiap waktu. Ketujuh, luas : mencakup seluruh penjuru dunia yang terhubung dengan internet. Kedelapan, interaktif : terdapat fitur untuk komentar dan ruang obrolan. Kesembilan, terdokumentasi : data yang ada di “basis data” (rekaman) dan bisa diakses melalui “tautan”, “artikel relevan”, serta fasilitas “mencari” (*search*). Kesepuluh, terhubunglink ke sumber lain yang relevan dengan informasi yang disajikan (M.Romli, 2018).

Keunggulan media online : 1). Informasi yang selalu terbaru, proses penyampaian data dan berita menjadi lebih praktis dan sederhana, 2) Informasi yang bersifat langsung, mampu menampilkan berita dan informasi saat kejadian sedang terjadi, di mana data bisa segera dikirim ke tim redaksi, 3) Informasi yang mudah digunakan, dapat diakses di mana saja dan kapan pun (Hutami & Sjaifirah, 2019). Selain itu keunggulan media online yaitu unggul dalam hal kecepatan berita yang bisa diakses oleh pengguna tanpa adanya pembatas ruang dan waktu (Firdous et al., 2022). Tidak hanya memiliki keunggulan kehadiran media online membawa banyak perubahan seperti terjadinya penggabungan beberapa media tradisional, seperti media cetak, elektronik (radio dan televisi) membuat website untuk menyediakan berita layanan dan grafik di berita utama (Sudhandradevi & Bhuvanewari, 2022). Di Indonesia misalnya media cetak dan elektronik yang menggabungkan media tradisional dengan media baru seperti Kompas, Tribun Timur dan lain-lain. Awalnya media ini berbentuk cetak namun seiring berkembangnya teknologi, hadirnya internet, kedua media ini membuat portal berita, chanel youtube, media sosial, dan e-paper.

Jurnalistik online memiliki lima prinsip menurut Bradshaw yakni :

a. Ringkas

Dalam jurnalistik online berita yang ditulis oleh jurnalis harus ringkas, tidak panjang dan bertele-tele tujuannya agar ketika dibaca dan dimengerti.

b. Adaptabilitas

Jurnalis media online diharuskan untuk beradaptasi dengan teknologi baru dalam bidang komunikasi. Tidak hanya memiliki kemampuan menulis berita, namun harus memiliki kemampuan menyajikan informasi yang beragam, yang disertai dengan gambar, audio dan video sesuai yang dibutuhkan masyarakat.

c. Bisa Dipindai

Berita yang ada di media online mudah untuk dipindai. Hampir secara keseluruhan khalayak melakukan pencarian yang spesifik dengan memindai halaman website. Khalayak mencari informasi utama, sub heading, link yang membantu menavigasi teks, hingga tidak harus menatap lama layar monitor.

d. Interaktivitas

Pada media online khalayak memiliki kesempatan untuk saling berkomunikasi dengan khalayak lainnya, begitu pun dengan jurnalis. Lebih tepatnya pada media online tersedia fitur komentar, like, share yang bisa digunakan khalayak untuk menyampaikan pendapatnya.

e. Komunitas dan percakapan

Khalayak dalam jurnalistik online berbeda dengan khalayak media cetak dan televisi karena khalayak lebih aktif (Jamil et al., 2023).

Jurnalisme online dalam pemberitaannya memiliki beberapa tanggung jawab yaitu pertama, media mempunyai tanggung jawab sosial karena kepemilikan media merupakan kepercayaan publik. Kedua, media harus memiliki kejujuran, akurat, keadilan, faktual dan menyajikan informasi relevan, memiliki kebebasan mengatur dirinya sendiri. Ketiga, media harus mampu mengikuti peraturan kode etik dan pedoman profesional. Keempat, pemerintah harus melakukan intervensi untuk kepentingan publik dalam

kondisi tertentu (Susanto et al., 2020). Tanggungjawab media online khususnya media online di Indonesia telah dituangkan dalam UU Pers No 40 Tahun 1999, Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dan pedoman media *cyber*.

2.1.3 Berita

Berita ialah sebuah pernyataan yang bersifat umum, actual, dibuat oleh jurnalis dan disebarakan oleh media kepada khalayak (Adi Manggolo et al., 2020). Berita menurut Sumadiria dalam (Bangun et al., 2019) ialah laporan cepat terkait fakta atau ide yang baru dan benar, menarik, serta penting bagi khalayak melalui media massa. Sedangkan menurut (M. A. H. Putra, 2023) berita adalah tulisan nonfiksi yang dibuat berdasarkan kejadian yang nyata, baru, menarik, penting, dan luar biasa. Memuat pertanyaan 5W+1H apa, siapa, kapan, dimana, kenapa dan bagaimana. Dalam (Rizki As Sidiq et al., 2022) disebutkan bahwa beita berfungsi, sebagai media edukasi, alat kontrol sosial, hiburan, mediasi, dan persuasi. Berita terbagi beberapa jenis yaitu berita *straight news*, *depth news*, *investigation news*, *opinion news* (Adi Manggolo et al., 2020).

Galtung dan Ruge menyebutkan beberapa nilai dalam berita yaitu frekuensi, dampak atau intensitas suatu peristiwa, ketidakjelasan : kejelasan acara, makna : isu dengan harapan dengan kenyataan, tidak diduga; keanehan acara, kontinuitas, komposisi : penyatuan informasi yang berbeda, referensi ke negara-negara elit, referensi untuk orang elit, referensi untuk orang : fenomena yang bisa menjadi pribadi, menuju pada sesuatu yang negatif. Selain itu menurut Harcup dan O'Neill terdapat beberapa nilai berita yakni *audio visual*, *the power of elite*, *celebrity*, *entertain*, *drama*, *magnitude*, *relevance*, *follow up*, *news organization agenda*, *conflict*, *bad news* dan *ekklusivitas*. Adapun pendapat Shoemaker dan Resee kriteria dasar jurnalis dalam melihat nilai berita yaitu menarik dan berbagi informasi pada khalayak. Kriteria ini kemudian mengalami perubahan, seperti *timeliness*, *elitness*, *personalisasi*, *superlativeness*, *unexpectedness*, *proximity*, *impact*, *negativity* dan *consonance* (Suciati & Fauziah, 2020). Sedangkan dalam (M. A. H. Putra, 2023) disebutkan beberapa hal yang membuat sebuah informasi disebut berita yakni pertama, berita memiliki objektivitas, informasi yang disebarkan sesuai dengan fakta yang ada dan tidak berpihak. Kedua, aktual, berita yang dipublikasikan merupakan kejadian yang baru dan tidak basi. Ketiga, luar biasa (unik), berita aneh, tidak normal, di luar dari norma umum. Keempat, penting, berita yang dipublikasikan oleh jurnalis memiliki pengaruh pada khalayak luas. Kelima, jarak, berita yang dibuat oleh jurnalis memiliki kedekatan dengan khalayak, hal ini penting bagi khalayak.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Objektivitas Jurnalistik

Objektivitas jurnalistik telah mendapat sorotan selama beberapa dekade. Dalam jurnalisme AS, objektivitas sejauh ini tetap menjadi "nilai pekerjaan utama" (Schmidt, 2023), dan menjadi norma yang penting dalam jurnalistik (Møller Hartley & Askanius, 2021). Norma ini membangun kredibilitas jurnalisme dan diterapkan sebagai praktik yang dapat diterima dalam pekerjaan jurnalis sehari-hari. Misalnya, jurnalis berupaya mencapai norma keakuratan dan ketidakberpihakan dengan mengikuti praktik sumber daya dan verifikasi data yang telah ditetapkan (Aitamurto et al., 2019). Objektivitas merujuk pada serangkaian praktik pemberitaan sempit yang menunjukkan metode investigasi yang menekankan pengamatan yang tidak memihak dan penyajian fakta yang tidak memihak (Schmidt, 2023). Objektivitas jurnalistik sebagai upaya tulus untuk menjadi perantara yang jujur dalam hal pemberitaan. Bersikap jujur artinya tanpa memihak pada satu pihak ketika fakta bertentangan, terlepas dari pandangan dan preferensi (Lowery, 2020).

Jurnalisme objektif adalah pemberitaan yang seimbang, berdasarkan "fakta", dan "adil", dengan mempertimbangkan konteks tetapi tanpa menyertakan opini jurnalis itu sendiri. Jurnalisme objektif mewakili preferensi terhadap fakta dan bukti serta sikap acuh tak acuh atas nama dari jurnalis tersebut (Thomas, 2022). Memiliki fungsi sebagai titik akhir normatif, yang dimungkinkan oleh modernisasi dan meningkatkan diferensiasi sosial antara politik, bisnis, dan jurnalisme (Anderson & Schudson, 2019). Fungsi lain objektivitas jurnalistik yaitu mementingkan realitas peristiwa, fakta bagi jurnalis, dan sebagai panduan selama persiapan, penulisan dan transmisi berita (Ezedike et al., 2019).

2.2.2 Kriteria Objektivitas Jurnalistik

Adapun kriteria penilaian objektivitas yaitu akurasi, kelengkapan dan konsistensi logis (Elliott, 2020). Komponen objektivitas jurnalistik terdiri dari keseimbangan, ketidakberpihakan dan keadilan

(Panievsky, 2021). Objektivitas jurnalistik dapat tercapai jika memenuhi hal-hal berikut, akurasi, keadilan, netralitas, detasemen, keseimbangan, ketidakberpihakan, kejujuran, faktualitas dan kerangka konteks (B. et al., 2023).

Akurasi yaitu memberikan informasi atau fakta yang tepat dan benar. Fakta-fakta baik berupa angka, nama, pernyataan, dan lain-lain, yang disajikan secara benar dan tepat. Keadilan yaitu memastikan perlakuan yang adil terhadap semua pihak yang bertikai dalam suatu permasalahan. Reporter memastikan variable-variable seperti pilihan kata, penggunaan fakta, tren pertanyaan, pilihan dan penggunaan sumber didasarkan pada kriteria yang sama untuk semua pihak. Netralitas yang dimaksudkan yakni menyajikan fakta-fakta dan isu-isu tanpa memasukkan pendapat atau hiasan sedemikian rupa sehingga menguntungkan atau merugikan pihak tertentu dapat mempengaruhi hubungan atau penafsiran fakta-fakta yang dinyatakan. Detasemen ditujukan untuk menghindari pelaporan meyoratkan secara langsung, tidak langsung, atau dengan menyimpulkan hal-hal yang tidak intrinsik terhadap fakta-fakta yang ada.

Keseimbangan, memberikan perhatian yang sama dan seimbang terhadap isu-isu dalam berita dan pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini pilihan-pilihan yang dibuat dalam proses pengumpulan informasi hingga pelaporan, didekat dari semua sisi. Ketidakberpihakan yakni menyajikan fakta-fakta dalam cerita dengan cara yang adil bagi semua pihak yang bertikai. Tidak mengambil sikap dengan perkataan, tindakan atau isyarat yang mendukung atau memberi keuntungan pada salah satu pihak. Kejujuran maksudnya berkomitmen dengan sungguh-sungguh untuk menyatakan fakta yang diketahui. Adapun yang dimaksud dengan faktualitas adalah fakta yang disajikan apa adanya, tanpa dipernis. Sedangkan yang dimaksud dengan kerangka konteks ialah kunci yang membenarkan relevansi fakta. Hal ini bersifat spesifik isu tertentu dan mendefinisikan kerangka gambaran serta batasan mengenai hal-hal yang penting, relevan dan dapat dibenarkan (B. et al., 2023).

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya berfungsi sebagai dasar yang disajikan sebagai referensi dan pertimbangan dalam membandingkan suatu variable. Tujuan dari menganalisis penelitian sebelumnya adalah untuk mengidentifikasi celah atau kebaruan dalam kumpulan studi, agar bisa dilakukan penelitian baru dan menghasilkan inovasi dalam perkembangan ilmu. Penelitian sebelumnya yang dipakai dalam studi ini yaitu penelitian yang terhubung dengan kata kunci yang meliputi : Media dan Objektivitas, untuk melihat kesenjangan atau *gap* dan *novelty* penelitian ini, maka penulis menganalisis artikel jurnal internasional yang berkaitan dengan penelitian.

2.3.1 Menjelajahi Konten Jurnalistik Partisipatif: Objektivitas dan Keberagaman dalam Lima Contoh Jurnalisme Partisipatif

Penelitian (Borger et al., 2019) membahas tentang objektivitas dan keberagaman dalam jurnalisme partisipatif. Penelitian menunjukkan analisis konten jurnalisme partisipatif yang ada, langka dan memiliki fokus yang homogen, pemberitaan lebih subjektif, keberagaman sumber dan keberagaman nilai-nilai berita tidak meningkat, namun memberikan penekanan dalam penggunaan sumber dan nilai-nilai berita, mengandalkan pengalaman pribadi dan memilih berita berdasarkan nilai-nilai soft news. Selain itu pada penelitian ini menunjukkan para partisipan jauh dari pemahaman objektivitas dan keberagaman.

2.3.2 Antara Kepenulisan Jurnalis dan Agensi Pengguna: Menjelajahi Konsep Objektivitas dalam Jurnalisme VR

Kajian ini membahas terkait Objektivitas dalam VR Jurnalistik (*Jurnalisme Virtual Reality*), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa beragamnya pemahaman objektivitas di kalangan pembuat konten VR dan semakin meningkatnya penerimaan VR sebagai pengalaman subjektif. Tampilan 360 derajat mengurangi kemampuan membingkai konten. Jalur cerita yang berbeda dalam penceritaan VR interaktif dapat menambah perspektif pada cerita.

Namun, pengguna VR tetap memiliki kemampuan untuk secara aktif menjelajahi lingkungan virtual, memutuskan apa yang akan dialami dan apa yang diabaikan. VR menemukan subjektivitas yang disebabkan oleh pengguna selain subjektivitas yang disebabkan oleh jurnalis yang sudah ada, di mana jurnalis memilih penempatan kamera dan memberikan pengalaman yang dipandu. Subyektivitas tidak bisa dihindari dalam VR dan dampaknya semakin besar, hal ini menunjukkan kehati-hatian ekstra dari pembuat konten VR untuk melindungi pengguna dan menegaskan perlunya gagasan objektivitas pragmatis.

2.3.3 Apakah Era Jurnalisme Imparsial Sudah Berakhir? Prinsip Netralitas dan (Ke)tidakpercayaan Audiens terhadap Berita Arus Utama

Studi ini membahas tentang hubungan antara kepercayaan audiens terhadap media berita dan cita-cita netralitas dalam jurnalisme. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketidakpercayaan audiens terhadap media mencerminkan kesulitan yang dihadapi jurnalisme arus utama dalam memberikan suara yang setara kepada semua kelompok dan pandangan politik pada saat kontestasi ideologis semakin meningkat.

2.3.4 Studi Pragmatis tentang Ketidakberpihakan dan Kenetralan di Beberapa Saluran Berita

Penelitian ini fokus menyelidiki imparsialitas dan netralitas dalam wacana penyiaran pada media BBC News dan Al-Jazeera English. Studi ini bertumpu pada asumsi bahwa saluran berita harus tidak memihak, dan harus netral. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa bahasa berita dipenuhi dengan ekspresi evaluasi dan penilaian. Para jurnalis cenderung 'bermain-main' dengan kata-kata dan menggunakan ungkapan-ungkapan yang secara eksplisit atau implisit memicu khalayak, membuat penilaian terhadap orang, dan menunjukkan apresiasi terhadap sesuatu. Oleh karena itu, saluran berita sama sekali tidak netral.

2.3.5 "Adil dan Berimbang" : Apa yang Dimaksud dengan Pemirsa Berita di Empat Negara yang Mengatakan Mereka Lebih Suka Berita yang Tidak Memihak

Studi ini mengkaji objektivitas dari aspek keadilan dan keseimbangan berdasarkan pendapat khalayak dari empat negara (Brasil, India, Inggris, dan Amerika Serikat). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gagasan berita yang tidak memihak dianut secara luas secara abstrak, mulai dari pengertian pemberitaan yang "adil". Fakta-fakta hingga pandangan yang lebih beragam tentang bagaimana mencapai ketidakberpihakan, tidak ada pemahaman bersama tentang ketidakberpihakan dalam praktiknya.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas dapat disimpulkan bahwa objektivitas pemberitaan media telah banyak diteliti dengan objek penelitian yang berbeda-beda. Penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya dalam menganalisis Objektivitas Pemberitaan pada Media Online. Letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dimana penulis menganalisis objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online detik.com dan kompas.com, dengan rumusan masalah bagaimana objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com, bagaimana objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Kompas.com, dan bagaimana perbandingan objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com dan Kompas.com. Untuk melihat objektivitas jurnalistik pemberitaan kedua media online tersebut akan menggunakan teori objektivitas yang terdiri dari sembilan indikator yaitu akurasi, keadilan, netralitas, datasemen, keseimbangan, ketidakberpihakan, kejujuran, faktualitas dan kerangka konteks.

2.4 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah suatu model yang menjelaskan secara konseptual bagaimana konsep berkaitan dengan berbagai elemen yang akan diidentifikasi sebagai isu penting. Kerangka pemikiran lainnya akan secara teoritis menjelaskan keterkaitan antara komponen yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, bagan kerangka pikir menjelaskan arah penelitian untuk menjawab rumusan masalah terkait bagaimana objektivitas pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com dan Kompas.com, bagaimana perbandingan tren pemberitaan tiga capres pilpres 2024 pada media online Detik.com dan Kompas.com dan bagaimana perbandingan tren frekuensi kata yang paling sering dibicarakan di Detik.com dan Kompas.com. Panduan pemikiran ini dibentuk berdasarkan penerapan teori-teori dalam penelitian yang telah dilakukan, sehingga timbul struktur pemikiran agar penelitian dapat dilaksanakan secara sistematis dan memperoleh hasil yang optimal.

Berdasarkan uraian kerangka pikir di atas, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

2.5 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan sebuah definisi yang hanya berupa konsep serta pemaknaannya sendiri yang sangat abstrak, walaupun masih dapat dipahami (Suardi, 2021).

1. Objektivitas Jurnalistik merupakan pelaporan fakta yang dilakukan oleh jurnalis secara seimbang, tidak memasukkan pendapat sendiri dalam berita, tidak berpihak pada salah satu narasumber yang diberitakan, dan tidak menulis berita untuk memenuhi keuntungan pihak-pihak tertentu. Selain itu dalam pemberitaan jurnalis memenuhi unsur-unsur berita, nilai-nilai berita dan memberikan hak jawab untuk narasumber yang diberitakan.
2. Akurasi adalah memberikan informasi atau fakta yang tepat dan benar. Fakta yang baik berupa angka, nama, pernyataan, dan lain-lain, yang disajikan secara benar dan tepat.
3. Keadilan yaitu memastikan perlakuan yang adil terhadap semua pihak yang bertikai dalam suatu permasalahan. Reporter memastikan variable-variable seperti pilihan kata, penggunaan fakta, tren pertanyaan, pilihan dan penggunaan sumber didasarkan pada kriteria yang sama untuk semua pihak.
4. Netralitas yang dimaksudkan yakni menyajikan fakta-fakta dan isu-isu tanpa memasukkan pendapat atau hiasan sedemikian rupa sehingga menguntungkan atau merugikan pihak tertentu dapat mempengaruhi hubungan atau penafsiran fakta-fakta yang dinyatakan.
5. Detasemen ditujukan untuk menghindari pelaporan meyoratkan secara langsung, tidak langsung, atau dengan menyimpulkan hal-hal yang tidak intrinsik terhadap fakta-fakta yang ada.
6. Keseimbangan, memberikan perhatian yang sama dan seimbang terhadap isu-isu dalam berita dan pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini pilihan-pilihan yang dibuat dalam proses pengumpulan informasi hingga pelaporan, didekat dari semua sisi.
7. Ketidakberpihakan yakni menyajikan fakta-fakta dalam cerita dengan cara yang adil bagi semua pihak yang bertikai. Tidak mengambil sikap dengan perkataan, tindakan atau isyarat yang mendukung atau memberi keuntungan pada salah satu pihak.
8. Kejujuran maksudnya berkomitmen dengan sungguh-sungguh untuk menyatakan fakta yang diketahui.
9. Faktualitas adalah fakta yang disajikan apa adanya, tanpa dipernis.
10. Kerangka konteks ialah kunci yang membenarkan relevansi fakta. Hal ini bersifat spesifik isu tertentu dan mendefinisikan kerangka gambaran serta batasan mengenai hal-hal yang penting, relevan dan dapat dibenarkan.

2.6 Definisi Operasional

Definisi operasional menurut (Suardi, 2021) memiliki arti dan secara objektif yang bisa diterima bila parameternya tidak nampak. Serta merupakan definisi tentang elemen berdasarkan karakteristik dari elemen yang menjadi fokus penelitiannya. Hal ini dilakukan agar menghindari kesalahpahaman dalam memakai judul penelitian. Berikut syarat untuk mengetahui Objektivitas Jurnalistik pada Pemberitaan Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) 2024 Media Online Detik.com dan Kompas.com

Tabel 2. 1 Definisi Operasional.

Teori	Indikator	Parameter
Objektivitas	a. Akurasi	Akurasi yaitu memberikan informasi atau fakta yang tepat dan benar. Fakta-fakta yang baik berupa angka, nama, pernyataan, dan lain-lain, yang disajikan secara benar dan tepat.
	b. Keadilan	Keadilan yaitu memastikan perlakuan yang adil terhadap semua pihak yang bertikai dalam suatu permasalahan. Reporter memastikan variable-variable seperti pilihan kata, penggunaan fakta, tren pertanyaan, pilihan dan penggunaan sumber didasarkan pada kriteria yang sama untuk semua pihak.
	c. Netralitas	Netralitas yang dimaksudkan yakni menyajikan fakta-fakta dan isu-isu tanpa memasukkan pendapat atau hiasan sedemikian rupa sehingga menguntungkan atau merugikan pihak tertentu dapat mempengaruhi hubungan atau penafsiran fakta-fakta yang dinyatakan.
	d. Detasemen	Detasemen ditujukan untuk menghindari pelaporan menyiratkan secara langsung, tidak langsung, atau dengan menyimpulkan hal-hal yang tidak intrinsik terhadap fakta-fakta yang ada.
	e. Keseimbangan	Keseimbangan, memberikan perhatian yang sama dan seimbang terhadap isu-isu dalam berita dan pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini pilihan-pilihan yang dibuat dalam proses pengumpulan informasi hingga pelaporan, didekat dari semua sisi.
	f. Ketidakberpihakan	Ketidakberpihakan yakni menyajikan fakta-fakta dalam cerita dengan cara yang adil bagi semua pihak yang bertikai. Tidak mengambil sikap dengan perkataan, tindakan atau isyarat yang mendukung atau memberi keuntungan pada salah satu pihak.
	g. Kejujuran	Kejujuran maksudnya berkomitmen dengan sungguh-sungguh untuk menyatakan fakta yang diketahui.
	h. Faktualitas	Faktualitas adalah fakta yang disajikan apa adanya, tanpa dipernis.
	i. Kerangka Konteks	Kerangka konteks ialah kunci yang membenarkan relevansi fakta. Dalam hal ini melihat sudut pandang berita, judul dan isi berita memiliki kesesuaian, unsur 5W+1H, Cover Both Side (keseimbangan narasumber), kelengkapan dan kesesuaian isi berita dengan foto dan video pemberitaan.

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H₀ : Tidak ada perbedaan pemberitaan dalam hal objektivitas detik.com dan kompas.com