

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Penulis & Tahun	Afiliasi Universitas	Teori & Konsep	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran
1.	Judul : MENGUK UR OBJEKTI VITAS LIPUTAN MEDIA DENGAN RUMUS COEFFIC IENT OF IMBALAN CE (Studi Kasus Hasil Penelitian Metode Analisis Isi Kuantitatif Pemberita an Kampanye Pemilu 1999 di Harian Jawa Pos dan Republika	Universitas Merdeka Malang	Hubungan Pers dengan Aktivitas Politik dan Pemilu, Kajian tentang liputan pers dan Pemilu, Konsep Objektivit as Berita, Mengukur Objektivit as dengan Rumus <i>Coefficien t of Imbalance</i>	Analisis Isi Kuantitatif	Jawa Pos dinyatakan bias dalam memberitaka n Partai Golkar karena memberikan gambaran negatif (- 0,034), sedangkan pada Partai PDI-P memberikan gambaran positif (0,0046). Republika memberitaka n Golkar bernilai positif (0,226) dan PDI-P bernilai negatif (0,029). Republika	Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode berbeda agar alat ukur yang digunakan juga berbeda. Sehingga, sudut pandang dari hasil akhir pengukuran pada unit analisis atau informannya dilakukan dengan cara yang berbeda.

---

<p>Terhadap Partai Golkar dan PDI- P) Penulis : Rochmad Effendy Tahun : 2016</p>	<p>dan Jawa Pos tidak sering menggunakan kalimat yang subjektif <i>(inferences</i> dan <i>judgement)</i> dalam pemberitaann ya. Republika menggunakan <i>inferences</i> sebesar 2,2% dan <i>judgement</i> sebesar 1,6% dari total 653 kalimat. Sedangkan, Jawa Pos menggunakan <i>inferences</i> sebesar 2% dan <i>judgement</i> sebesar 0,1% dari total 1349 kalimat. Portal berita Republika dan Jawa Pos dinilai masih objektif dalam memberitaka n Partai Golkar dan</p>
--	--

---

					Partai PDI-P, karena dari kedua portal berita tersebut lebih banyak mengandalka n kalimat <i>report.</i>	
2.	OBJEKTIVITAS BERITA LINGKUNGAN HIDUP DI SURAT KABAR (Analisis Isi pada Berita Lingkungan dalam Pemberitaan Kasus Reklamasi Teluk Benoa Bali di Surat Kabar Bali Post Periode 27 Juni 2013 – 18 Agustus 2013) Penulis : Made	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Berita, Analisis Isi, Model Mengukur Objektivitas Rachma Ida	Analisis Isi Kuantitatif	Sebesar 51% kategorisasi faktualitas berita Bali Post dominan menggabungkan fakta dan opini, sebesar 91,8% sumber berita tidak berimbang karena portal berita Bali Post dominan memberitakan terkait pihak yang tidak setuju. Maka, pemberitaan dinyatakan tidak berimbang walau dari sumber berita sebesar 8,2% berita yang dinyatakan	Diharapkan penelitian ini mampu menjadi bahan acuan untuk penelitian yang akan datang. Seperti, dengan menggunakan objek dan media <i>online</i> yang berbeda dengan sudut pandang dan variabel yang berbeda.



---

as Berita	Ketidakterim
Tentang	banagan
Persebaya	ditunjukkan
1927 Yang	dalam
Dicoret	menulis
Dari	berita tentang
Unifikasi	legalitas
League	Persebaya
Bentukan	1927 karena
PSSI Di	belum <i>cover</i>
Media	<i>both side</i>
Jawa Pos	dalam
Edisi 1	pemilihan
Oktober -	narasumber
23	yang
November	ditampilkan
2013)	cenderung
Penulis :	tidak
Adi Setya	seimbang.
Khayyul	Lebih banyak
Mustaqim	menampilkan
Tahun :	pernyataan-
2014	pernyataan
	dari salah
	satu pihak
	saja tanpa ada
	konfirmasi
	dari pihak
	yang lainnya.
	Validitas
	keabsahan
	pemberitaan
	sudah
	memenuhi
	karena telah
	mencantumkan
	sumber-
	sumber berita

---

---

secara jelas,  
menggunakan  
narasumber  
yang  
berkompetens  
i dalam berita  
tentang  
legalitas  
Persebaya  
1927

---

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti mendapatkan acuan beberapa skripsi dan jurnal yang menyerupai penelitian ini. Peneliti mengambil tiga referensi dari penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang pertama milik Rochmad Effendy dengan judul “Mengukur Objektivitas Liputan Media Dengan Rumus *Coefficient of Imbalance* (Studi Kasus Hasil Penelitian Metode Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Kampanye Pemilu 1999 Di Harian Jawa Pos dan Republika Terhadap Partai Golkar dan PDI-P)” pada tahun 2016.

Dalam penelitian terdahulu membahas terkait pemberitaan Partai Golkar dan PDI-P dalam menjalani Kampanye Pemilu 1999 di harian Jawa Pos dan Republika. Adakala perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu, pada penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah pemberitaan Kampanye Pemilu 1999 Partai Golkar dan PDI-P di harian Jawa Pos dan Republika, sedangkan penelitian ini membahas pemberitaan mengenai konflik Blok Wabu dengan Luhut Binsar. Serta, penelitian tersebut menggunakan model mengukur objektivitas dari Dennis Mcquail, sedangkan penelitian ini menggunakan model objektivitas dari Rachma Ida.

Kemudian, terdapat penelitian terdahulu yang kedua milik Made Indira dan Mario Antonius pada tahun 2017 dengan judul “Objektivitas Berita Lingkungan Hidup di Surat Kabar (Analisis Isi pada Berita Lingkungan dalam Pemberitaan Kasus Reklamasi Teluk Benoa Bali di Surat Kabar Bali Post Periode 27 Juni 2013 – 18 Agustus 2013)”. Penelitian tersebut membahas terkait objektivitas

pemberitaan Surat Kabar Bali Post dalam menyajikan kasus reklamasi Teluk Bena Bali periode 27 Juni 2013 hingga 18 Agustus 2013.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada objek penelitiannya. Objek penelitian terdahulu adalah pemberitaan Surat Kabar Bali Post dalam memberitakan kasus reklamasi Teluk Bena Bali, sedangkan penelitian ini mengukur objektivitas pemberitaan Kompas.com dan Detik.com pada berita Konflik Blok Wabu. Serta, penelitian terdahulu menggunakan kuesioner sebagai alat ukur, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan alat ukur dari model objektivitas Rachma Ida.

Selanjutnya, penelitian terdahulu yang ketiga berjudul “Objektivitas Berita Tentang Legalitas Persebaya 1927 Di Media Jawa Pos (Studi Deskriptif Kuantitatif Analisis Isi Objektivitas Berita Tentang Persebaya 1927 Yang Dicoreset Dari Unifikasi League Bentukan PSSI Di Media Jawa Pos Edisi 1 Oktober - 23 November 2013)” milik Adi Setya Khayyul Mustaqim pada tahun 2014. Penelitian terdahulu membahas terkait pemberitaan legalitas Persebaya 1927 di media Jawa Pos. Terdapat perbedaan dengan penelitian ini, yaitu objek penelitian tersebut mengukur objektivitas pemberitaan di media *online* Jawa Pos terkait legalitas Persebaya 1927 dan penelitian ini mengukur objektivitas pemberitaan konflik Blok Wabu. Serta, penelitian ini menggunakan alat ukur rumus *Coefficient of Imbalance*, sedangkan penelitian tersebut menggunakan alat ukur dari model mengukur objektivitas Rachma Ida.

## **2.2 Teori dan Konsep**

### **2.2.1 Komunikasi Massa**

Menurut Bittner, *mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people* dalam arti lain, komunikasi massa sendiri merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Terdapat sebuah makna dari definisi ini bahwa komunikasi massa pada hakikatnya adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh organisasi media massa untuk khalayak luas. Littlejohn mengatakan bahwa proses

komunikasi yang demikian dengan konsep media *encoding* merupakan sebuah proses di mana organisasi media menyampaikan pesannya kepada khalayak (Imran, 2012).

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa dalam menyampikan pesan, baik cetak seperti surat kabar dan majalah, maupun elektronik seperti radio dan televisi yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, tujuannya untuk menyampaikan kepada khalayak luas. Menurut Denis McQuail dalam (Abdullah, 2020), komunikasi massa memiliki keberagaman teori yang dikemukakan oleh para ahli. Teori komunikasi massa dicetuskan sesuai dengan konteks media massa pada awal abad ke dua puluh untuk menarasikan fenomena sosial baru yang muncul pada era industrialisme dan demokrasi populer.

Komunikasi massa juga dapat didefinisikan sebagai sebuah proses komunikasi melalui media massa. Pada dasarnya, komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa. Komunikasi ini melibatkan komunikator yang berperan sebagai alat penyampaian pesan dan komunikan sebagai penerimanya. Kemudian, terdapat dua unsur yang dikembangkan lebih lanjut dengan melibatkan saluran (*channel*) dan umpan balik (*feedback*) (Nurudin, 2015). Komunikasi massa dapat dielaborasi melalui dua cara pandang. Pertama, bagaimana orang dapat memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media pada satu pihak. Kedua, bagaimana orang dapat mencari dan menggunakan pesan tersebut pada pihak lainnya. Inti faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa, dan pengkajian komunikasi massa dikarenakan banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak (Halik, 2013).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi melalui media massa dengan pengiriman pesan yang bersifat satu arah. Salah satunya adalah pemberitaan *online* yang merupakan bagian dari komunikasi massa dan dilakukan oleh media massa. Oleh karena itu, pemberitaan *online* mengenai konflik Blok Wabu kepada khalayak luas yang dilakukan oleh beberapa portal berita *online* merupakan komunikasi massa.



### 2.2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Melalui definisi komunikasi massa, terdapat pula karakteristik komunikasi massa (Halik, 2013). Sebagai berikut :

1. Komunikasi Terlembagakan

Karakteristik komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, artinya ada beberapa orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa tersebut, berapa macam peralatan yang digunakan, dan berapa biaya yang diperlukan, sifatnya relatif. Namun pada umumnya, komunikasi massa kompleks.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka merupakan komunikasi massa yang bertujuan untuk semua orang bukan hanya untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karena itu, pesan dari komunikasi massa bersifat umum dan berupa suatu fakta, peristiwa atau opini. Namun, tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi dapat dimuat dalam media massa karena isi pesan pada komunikasi massa yang akan dipublikasikan tentu harus memenuhi standarnya seperti, kriteria penting atau menarik, atau keduanya kepada khalayak atau komunikan.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Karena pada dasarnya, komunikasi membutuhkan komunikator yang mengenal komunikannya, seperti mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak mengenal komunikan atau disebut anonim, karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka atau tidak secara langsung. Selain bersifat anonim, komunikan dari komunikasi massa bersifat heterogen yang terdiri dari berbagai macam khalayak berbeda seperti perbedaan dari usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, pekerjaan, agama, dan tingkat ekonomi.

4. **Media Massa Menimbulkan Keserampakan**  
Dibandingkan dengan komunikasi lainnya, terdapat kelebihan dari komunikasi massa yaitu relatif banyak, luas, dan tidak terbatas jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai. Bahkan, komunikan atau khalayak tersebut pada waktu yang bersamaan secara serempak memperoleh pesan yang sama juga. Oleh karena itu, komunikasi massa pada sebuah media massa dikatakan menimbulkan keserampakan.
5. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**  
Salah satu prinsip komunikasi yakni komunikasi mempunyai dua dimensi yaitu dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan isi komunikasi, seperti apa yang dikatakan. Sedangkan, dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, seperti mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
6. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**  
Selain memiliki keunggulan, komunikasi massa juga mempunyai kelemahan. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator hanya aktif menyampaikan pesan dan komunikan pun aktif menerima pesan, tetapi di antara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi pada komunikasi antarpersonal. Oleh karena itu, komunikasi massa dikatakan bersifat satu arah.
7. **Stimulasi Alat Indra Terbatas**  
Selain komunikasi hanya satu arah, komunikasi massa mempunyai ciri kelemahan lainnya. Kelemahan tersebut adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antar personal yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Kedua pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Sedangkan pada komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massanya. Seperti, pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio, khalayak hanya mendengar. Sedangkan, pada TV dan film, hanya melihat dan

mendengarkan. Maka dari itu dikatakan bahwa alat indra pada komunikasi massa terbatas.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Terdapat komponen umpan balik atau *feedback* merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Karena, efektivitas komunikasi seringkali dilihat melalui *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Dalam proses suatu komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikator dari komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.

### 2.2.2 Media Massa Digital

Teknologi kini berkembang sangat pesat, komunikasi pun turut merasakan dampak positif dari berkembangnya teknologi. Dahulu, komunikasi hanya berlangsung secara tatap muka. Tetapi, karena teknologi yang telah berkembang, komunikasi kini dapat berlangsung walaupun terbentang jarak dan waktu. Akibatnya, media massa pun berevolusi menjadi media digital. Media massa digital merupakan salah satu yang perannya bersifat penting bagi khalayak, karena media massa memberikan informasi dan isu-isu strategis. Media massa digital juga berperan sebagai perantara atau penghubung bagi khalayak untuk menyampaikan aspirasi dari khalayak atas keresahan yang terjadi.

Karena hadirnya internet, hal-hal yang berbasis komunikasi telah berevolusi menjadi *online*, salah satunya media massa yang berevolusi menjadi media massa digital. Pada umumnya, media digital adalah media komunikasi yang memanfaatkan internet. Menurut Asep Samsul M. Romli dalam (Darminto, 2018) yang termasuk kategori media digital adalah portal, situs, media sosial, radio *online*, tv *online*, email, dan lain-lain. Media massa digital merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang diartikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (Darminto, 2018). Untuk penelitian ini sendiri pun menggunakan media massa digital yang akan dijadikan

sebagai objek untuk mengetahui dan mempublikasikan informasi terkait dengan pemberitaan konflik Blok Wabu.

### 2.2.3 Jurnalisme *Online*

Di era digital 4.0, teknologi informasi dapat memudahkan akses bagi khalayak dalam mendapatkan suatu informasi melalui berita. Tidak perlu menunggu lama, di mana saja dan kapan saja bisa mengakses berita dengan efektif dan efisien. Berita-berita yang ada di internet saat ini, menandai bahwa telah hadir jurnalisme *online*. Jurnalisme *online* adalah proses penyampaian informasi atau pesan menggunakan internet sebagai media, sehingga mempermudah jurnalis dalam melakukan tugasnya (Adzka, 2015). Dalam (Maulana, 2017), John V. Pavlik menyebut bahwa jurnalisme *online* sebagai *contextualized journalism* atau jurnalisme kontekstual karena terintegrasi dari tiga fitur komunikasi, seperti kemampuan multimedia berdasarkan platform digital, kualitas interaktif komunikasi *online*, dan fitur yang ditata atau *customizable features*. Sedangkan menurut (Romli, 2018) jurnalisme *online* merupakan proses peliputan dan penulisan, serta penyebaran informasi atau berita secara actual melalui media *online*.

Menurut (Bahri, 2019) semenjak kehadiran jurnalisme *online*, terdapat istilah-istilah yang digunakan untuk jurnalisme lainnya, seperti *internet journalism*, *website journalism*, *digital journalism*, *daring journalism* dan *headline journalism*. Bahkan, seiring berkembangnya waktu, kini terdapat *mobile journalism* yang masih berkaitan dengan jurnalisme *online*. *Mobile journalism* merupakan aktivitas jurnalistik bekerja menggunakan *smartphone*. Hadirnya *mobile journalism* telah mempercepat proses penulisan dan proses publikasi berita di media *online*, karena wartawan bisa membuat dan menulis berita kapan dan di mana saja, bahkan bisa saat peristiwa sedang berlangsung. Peran seorang jurnalisme *online* juga bisa untuk memperkuat atau mengembangkan jurnalisme warga atau *citizen journalism* dengan memanfaatkan blog atau media sosial yang ada.

Terdapat pula Kode Etik Jurnalisme *Online* menurut Nicholas Johnson dalam (Bahri, 2019) dan (Loisa, Susanto, & Junaidi, 2019), bahwa dilarang

menyerang kepentingan individu, seperti pembunuhan karakter atau merusak reputasi dan pencemaran nama baik,. Dilarang menyebarkan kebencian, seperti rasisme dalam hal ras, suku, bangsa, dan agama. Dilarang menyebarkan hal-hal yang tidak bermoral, seperti memandang rendah kaidah kepatutan terkait seksual yang menyinggung perasaan, perundungan, dan pelecehan seksual terhadap anak. Dilarang terdapat kecurangan dan tidak jujur, seperti memberikan promosi atau iklan palsu. Serta, dilarang untuk melanggar dan mengabaikan hak cipta (*copyright*) dan Hak Atas Karya Intelektual (HAKI, atau *Intellectual Property Right/IPR*).

### 2.2.3.1 Karakteristik Jurnalisme Online

Terdapat karakteristik dalam jurnalisme *online*, seperti yang dikemukakan oleh James C. Foust dalam (Bahri, 2019), sebagai berikut:

1. *Audience Control* (Kendali pembaca)

Jurnalisme *online* akan membuat khalayak atau pembaca merasa leluasa dalam memilih berita yang diinginkan untuk dibaca. Mereka bisa pindah dengan cepat dari satu berita ke berita lainnya, atau bahkan dari satu portal berita *online* ke portal berita *online* lainnya dalam keadaan yang efektif dan efisien.

2. *Nonlinearity*

Jurnalisme *online* akan membuat berita yang telah disampaikan dapat berdiri sendiri, sehingga khalayak atau pembaca tidak harus membaca secara berurutan. Mereka bisa mengakses dengan memulai untuk membaca berita terbaru, atau bahkan memulai dengan berita yang dipublikasikan sekitar satu atau dua tahun lalu.

3. *Storage and retrieval*

Jurnalisme *online* membuat berita yang sudah dipublikasikan akan tersimpan, terarsipkan, atau terdokumentasikan dan dapat diakses kembali dengan mudah oleh khalayak atau pembaca.

4. *Unlimited Space* (Ruang tanpa batas)

Jurnalisme *online* membuat portal berita yang relatif tanpa ada batasan jumlah berita yang dipublikasikan. Serta, relatif tanpa batasan dalam jumlah

huruf dan kata atau kalimat. Berbeda dengan media cetak, yang dibatasi kolom atau halamannya, dan juga radio atau televisi yang dibatasi oleh durasi atau waktu.

5. *Immediacy* (Kesegeraan, kecepatan)

Jurnalisme *online* menciptakan informasi yang dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada khalayak atau pembaca, karena internet merupakan media tercepat untuk menyebarkan informasi.

6. *Multimedia Capability* (Kemampuan multimedia)

Jurnalisme *online* membuat berita yang telah dipublikasikan tidak hanya berupa format teks saja, tetapi dilengkapi dengan grafis, audio, video, dan lain sebagainya.

7. *Interactivity* (Interaktivitas)

Jurnalisme *online* membuat peningkatan dalam partisipasi pembaca pada setiap berita. Dengan melalui fitur kolom komentar dan media sosial yang memungkinkan khalayak atau pembaca menyebarkan atau memanfaatkan fitur *share* berita di akun media sosial pribadinya.

#### 2.2.4 Berita

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Pesan dari sebuah berita merupakan peristiwa terkini dan aktual, berita juga berbentuk laporan atas kejadian yang terjadi. Dalam (Maha Rani, 2013), berita memiliki banyak pengertian. Seperti didefinisikan oleh para ahli yang bertitik tolak dari dunia surat kabar, Paul De Massenner yang menyatakan bahwa berita adalah informasi yang penting dan menarik bagi minat khalayak. Menurut Charnley dan James M. Neal, berita merupakan sebuah laporan mengenai suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. Serta, pengertian berita menurut Sumadiria yaitu laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet.

Dilansir dari situs BBC (Nailufar, 2020), berita yang baik dan benar adalah berita yang memiliki enam unsur. Unsur tersebut berdasarkan 5W + 1H yang terdiri dari *what* (apa), *who* (siapa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana). Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan tersebut, akan dijawab dijelaskan melalui sebuah berita. 5W + 1H bila dijabarkan yaitu apa untuk menjelaskan peristiwa yang menjadi inti berita, di mana untuk menjelaskan lokasi peristiwa terjadi, kapan untuk menjelaskan waktu peristiwa terjadi, siapa untuk menjelaskan pihak yang terlibat dalam peristiwa tersebut, mengapa untuk menjelaskan alasan peristiwa itu terjadi. Dan bagaimana untuk menjelaskan proses terjadinya peristiwa.

Dalam membuat berita, tentunya tidak sembarang yaitu harus mempunyai nilai berita (*news value*), tujuannya agar bisa dipublikasikan kepada khalaya luas (Kunandar, 2021). Berikut merupakan nilai-nilai berita :

1. ● *Magnitude* (Besaran Peristiwa)

Kata kunci dari kategori ini adalah 'besaran.', karena sesuatu yang 'besar' akan menarik minat khalayak tanpa mengenal jarak tempat antara lokasi peristiwa dengan lokasi si pembaca.

2. *Importance* (Nilai Penting)

Pada sebuah berita, tentunya harus memiliki nilai penting pada peristiwa yang akan diberitakan. Karena, jika berita tersebut tidak penting, khalayak tidak akan tertarik untuk membacanya dan melihatnya. Nilai penting pada berita berkaitan dengan adanya lingkup media. Seperti, Kompas adalah media dengan cakupan nasional. Dengan demikian, nilai pentingnya juga berskala nasional.

3. *Prominence* (Keterkenalan)

Dalam mempublikasikan berita, tentunya tokoh pada peristiwa yang ingin diberitakan harus dikenal oleh publik (khalayak medianya). Karena hal tersebut, akan mengundang minat publik akan berita tersebut.

4. *Impact and Consequence* (Dampak dan Konsekuensi)

Pada sebuah berita, terdapat akibat dari peristiwa yang diberitakan. Hal tersebut berkaitan dengan skala media seperti nasional, lokal, media olahraga, media musik, dan lain-lain.

5. *Timeliness* (Kesegaran atau Kebaruan)

Dalam sebuah peristiwa pada berita, akan berpacu dengan *timeliness* (kesegaran) dan aktual (terbaru). Tetapi, perlu diketahui bahwa *timeliness* dengan aktual memiliki karakteristik yang berbeda. Aktual terkait dengan soal waktu pemberitaan seperti baru terjadi tadi atau kemarin. Sedangkan, *timeliness* yaitu segar dan baru.

6. *Proximity* (Kedekatan)

Dalam peristiwa pada sebuah berita, harus mempunyai nilai kedekatan, bagi subjek maupun objek berita dengan publik karena dapat menarik pembaca berdasarkan lokasi berita dan publik. Terdapat dua nilai kedekatan yaitu, *Physical Proximity* (Kedekatan Fisik), seperti berita meletusnya Gunung Merapi, masyarakat di Sumatera kurang tertarik akan beritanya, tetapi masyarakat Jawa minat akan berita tersebut. Dan Kedua, *Psychological Proximity* (Kedekatan Psikologis), seperti Barack Obama menyukai dan makan makanan khas Indonesia, dan masyarakat Indonesia tertarik akan beritanya.

7. *Conflict & Controversy* (Konflik dan Kontroversi)

Berita yang mengandung konflik selalu menarik perhatian pembacanya, terlebih lagi apabila isi dari berita tersebut ditambahkan dengan nilai *proximity*, Begitupun dengan berita yang kontroversial, hal tersebut sangat mengundang minat masyarakat untuk membaca berita tersebut.

Dari penjelasan di atas terkait berita, dapat disimpulkan bahwa berita merupakan laporan suatu peristiwa, dan berita yang baik tentunya harus mengandung nilai berita, serta unsur berita di dalamnya. Pemberitaan konflik Blok Wabu mengandung beberapa nilai berita di dalamnya, yakni besaran peristiwa dan memiliki nilai penting. Konflik ini termasuk dalam peristiwa yang besar, keterkenalan, memiliki dampak dan konsekuensi, kesegaran atau kebaruan, serta konflik dan kontroversi disebabkan konflik Blok Wabu merupakan konflik yang mengandung kontroversi yang permasalahannya akan berpengaruh kepada Indonesia karena Blok Wabu merupakan sumber daya alam Indonesia yang harus dijaga ketat oleh Pemerintahan Indonesia. Konflik ini juga terbilang baru, karena



sampai sekarang pun masalah konflik Blok Wabu dengan Luhut Binsar belum tertuntaskan.

#### **2.2.4.1 Portal Berita *Online***

Di era digital 4.0, media *online* saat ini menjadi kebutuhan masyarakat. Utamanya, media *online* kini telah menggantikan posisi media massa yang dulu digunakan seperti surat kabar, majalah, dan lain-lain. Tidak hanya itu, media *online* juga menggantikan posisi media elektronik seperti TV dan radio. Karena hal tersebut, kini media *online* turut menggantikan berita-berita yang disajikan dalam bentuk koran, majalah, bahkan televisi. Walaupun media massa atau media cetak masih berkembang dan belum hilang, tetapi berdasarkan data dari Perusahaan Informasi dan Pengukuran Global Nielsen, mengatakan bahwa hasil survei jumlah pembaca media *online* kini mencapai hingga 6 juta orang, sedangkan pembaca media cetak hanya 4,5 juta orang (Supriyatna & Djailani, 2020).

Portal berita *online* merupakan situs atau web yang membahas terkait berbagai jenis berita dari mulai politik, ekonomi, sosial, budaya bahkan hiburan. Jenis berita tersebut dibalut dalam sifat *hard news* dan *soft news*. Portal berita *online* dikemas sedemikian rupa, agar para pembaca merasa tertarik akan membaca di portal berita tersebut. Oleh karena itu, pada beberapa portal berita *online* terdapat rubrik yang macam-macam guna memudahkan audiens untuk membaca berita. Menurut (Romli, 2018) dalam (Kencana, Situmeang, Meisyanti, Rahmawati, & Nugroho, 2022) hadirnya portal berita, juga memiliki kelemahan dan kelebihan tersendiri.

Kelebihannya yaitu, secara multimedia dapat mengandung berbagai informasi di dalamnya seperti terdapat bentuk teks, audio, video, foto secara serentak. Penyajian berita mudah dan cepat, karena ketika berita tersebut dipublikasikan, maka saat itu juga dapat diakses oleh pembacanya dan pembaruan informasi juga dilakukan dengan cepat. Kapasitas dalam halaman web cukup luas, karena dapat menampung naskah yang panjang. Fleksibilitas dalam proses editing naskah, karena dapat dilakukan kapan dan di mana saja, dan tidak terikat dengan jadwal terbit. Serta, jangkauan pemberitaan luas ke seluruh dunia. Interaktif karena

terdapat fitur kolom komentar, membuat audiens dapat memberi komentar terkait pemberitaan. Informasi yang diunggah dapat diarsipkan. Serta, fitur cari (*search*) dan *Hyperlinked*, dapat terhubung dengan sumber lain yang bersangkutan.

Sedangkan terdapat kelemahan pada portal berita *online*, seperti bergantung dengan perangkat komputer dan koneksi internet yang stabil. Mudah dimiliki dan dioperasikan oleh orang yang tidak memiliki keterampilan dalam menulis, sehingga hasil berita yang dipublikasikan mengutip dari situs berita lain atau plagiat. Akurasi pada isi berita diabaikan, karena lebih mengutamakan kecepatan. Pada umumnya, berita dalam portal media *online* cenderung tidak seakurat berita dalam media cetak, terutama dalam hal penulisan. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan kelemahan pada portal berita *online* di atas, penelitian ini dibuat guna mengukur objektivitas pemberitaan pada portal berita *online* tepatnya Kompas.com dan Detik.com terkait pemberitaan konflik Blok Wabu dengan Luhut Binsar.

### **2.2.5 Manajemen Media Massa**

Komunikasi mencakup dalam segala aspek, salah satu dari aspek tersebut adalah sarana atau media. Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, media sebagai wadah untuk pemberitaan yang pada awalnya hanya melalui surat kabar, televisi, dan radio, kini telah berevolusi menjadi melalui internet atau media *online*. Walaupun keberadaan surat kabar, televisi, radio, dan lain sebagainya masih ada dan masih digunakan oleh beberapa khalayak, tetapi keberadaan internet atau media *online* kini lebih diminati oleh khalayak. Dalam media massa, terdapat pula hubungannya dengan manajemen. Pada dasarnya, pengertian dari manajemen media massa tidak terlepas dari pengertian manajemen itu sendiri.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti dari manajemen adalah penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Selain itu, dalam (Nadin & Ikhtiono, 2019) manajemen yaitu suatu proses dari perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengendalian. Oleh karena itu, manajemen media massa dapat diartikan sebagai pengelolaan atau suatu proses dari perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan

pengendalian pada perusahaan media dalam mempublikasikan informasi atau berita kepada khalayak. Sedangkan dalam ilmu dan pelaksanaannya, manajemen media masa bertujuan guna mengetahui pangsa pasar, animo dan keinginan pembaca sehubungan dengan informasi dan berita yang menjual agar dapat disajikan kepada khalayak.

Kini, media *online* telah berkembang pesat dan menjadi kebutuhan khalayak untuk mengakses informasi dan berita. Karena melalui media *online*, memudahkan khalayak untuk mengakses informasi serta berita secara efektif dan efisien. Hal tersebut merupakan peran dari manajemen perusahaan media untuk bertahan dan bersaing dalam media pemberitaan dan informasi. Peran dari manajemen media massa sangat penting, tujuannya untuk memberi dampak positif dalam perkembangan media media saat ini. Sehingga, dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan media dalam mempublikasikan informasi dan berita yang positif dan mendidik bagi khalayak (Nadin & Ikhtiono, 2019).

Menurut Suwidi Tono dalam (Fadli, 2014) menyatakan bahwa pada manajemen media massa terdapat proses awal yang paling menentukan yakni *planning* atau perencanaan, seperti latar belakang media massa, posisi produk, konsep, dan lain sebagainya. Karena adanya *planning* atau perencanaan, manajemen media massa jadi lebih memiliki pengawasan lebih terhadap komunikasi yang ingin disampaikan kepada khalayak sebagaimana media massa menempatkan posisinya di benak khalayak. Dalam menjalankan kegiatan, manajemen berperan penting dalam media massa. Karena tanpa manajemen, pencapaian dalam suatu tujuan akan menjadi lebih rumit. Karena hal tersebut, terdapat tiga alasan utama bahwa manajemen berperan penting dan diperlukan menurut T. Hani Handoko dalam (Fadli, 2014), sebagai berikut :

1. Mencapai tujuan. Manajemen berperan untuk mencapai tujuan dalam suatu organisasi.
2. Menjaga keseimbangan. Manajemen berperan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan, sasaran, serta kegiatan yang saling bertentangan dari pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi.

3. Mencapai efektivitas dan efisiensi. Dalam proses kerja suatu organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda, salah satunya adalah dengan diukur menggunakan efektivitas dan efisiensi.

Mencapai tujuan, menjaga keseimbangan, dan mencapai efektivitas serta efisiensi merupakan tiga alasan utama bahwa manajemen penting dalam suatu organisasi seperti media massa. Karena dalam media massa, akan mempublikasikan informasi dan berita yang bermanfaat dan positif untuk dibaca. Maka dari itu, manajemen berperan untuk mengukur nilai informasi dan nilai berita yang akan dipublikasikan dalam media massa.

### **2.2.6 Mengukur Objektivitas Media Massa**

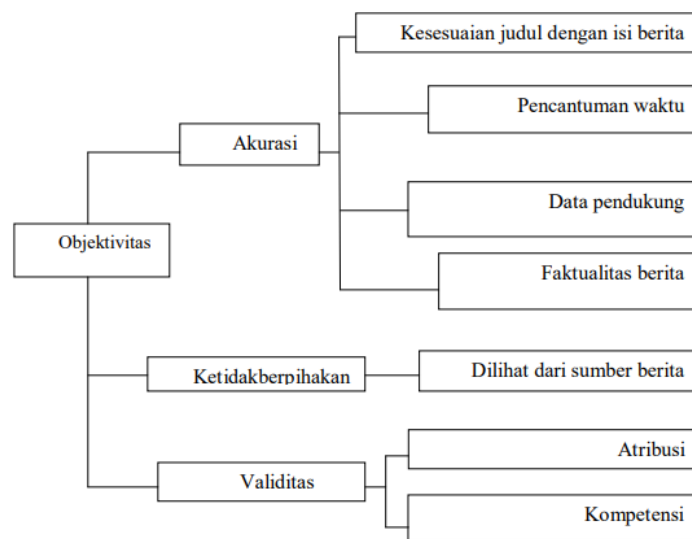
Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), objektivitas adalah sikap jujur, tidak dipengaruhi pendapat dan pertimbangan pribadi atau golongan dalam mengambil putusan atau tindakan. Dalam dunia jurnalistik, terdapat pula objektivitas berita. Menurut Siahaan dalam (Juditha, 2016), objektivitas merupakan suatu penyajian pada berita yang benar, tidak berpihak dan berimbang. Bagi seorang jurnalis dalam membuat pemberitaan, objektivitas menjadi standar untuk menjamin kebenaran dan kejujuran. Serta, kebenaran tidak hanya bisa dikatakan oleh satu pihak, kebenaran tersebut harus dikonfirmasi terlebih dahulu berdasarkan pihak lain.

Berita di media selalu dituntut untuk mengungkapkan kebenaran secara *fairness* yang menerapkan prinsip *cover both side*. Di mana, pers mengemukakan semua pihak yang terlibat dalam pemberitaan agar mempermudah pembaca menemukan kebenaran dari sudut pandang yang berbeda. Objektivitas merupakan nilai etika dan moral yang harus dijunjung tinggi oleh media dan jurnalis berdasarkan Kode Etik Jurnalistik yang dikeluarkan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dalam pasal 3, Kode Etik Jurnalistik saat membuat berita seperti yang ada dalam pasal 1 bahwa wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Serta, pada pasal 3 yang menegaskan bahwa wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta

dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah. Dalam penelitian ini, mengukur sebuah pemberitaan melalui mengukur objektivitas dari Rachmah Ida dengan mengoperasionalkan menggunakan ketiga dimensi objektivitas yang terdiri dari akurasi, ketidakberpihakan, serta validitas pemberitaan.

### 2.2.6.1 Model Mengukur Objektivitas Rachma Ida



Gambar 2.1 Kerangka Objektivitas Rachma dalam (Mustaqim, 2014)

Seperti kerangka di atas, pengukuran objektivitas berita dilihat dari akurasi, ketidakberpihakan, dan validitas. Berikut kategorisasi objektivitas menurut Rachma Ida dalam (Mustaqim, 2014) :

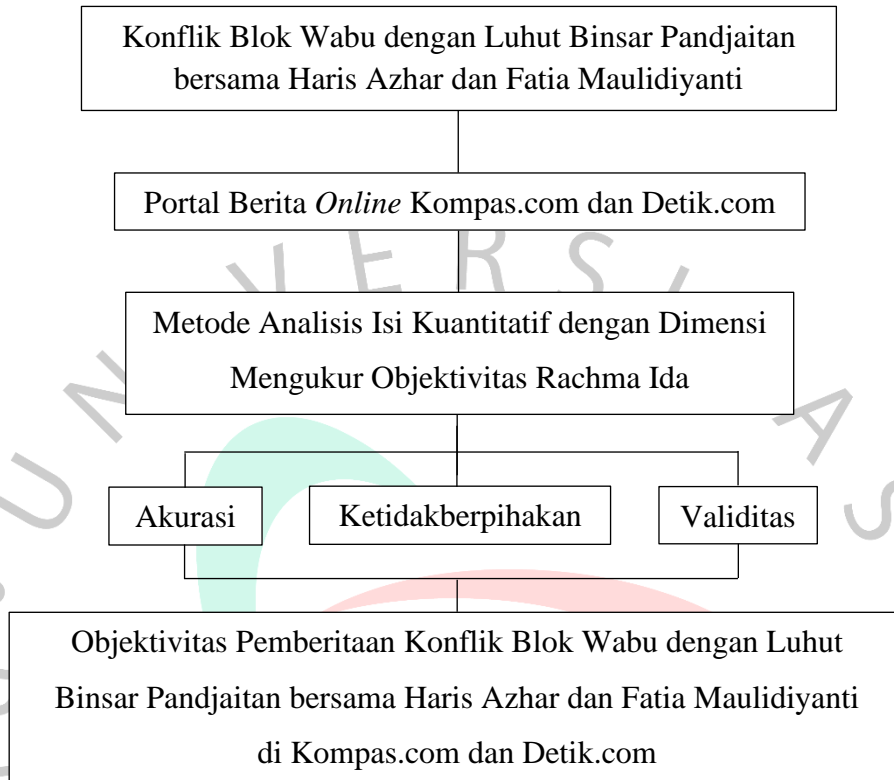
1. Akurasi pemberitaan merupakan kejujuran dalam pemberitaan yang mencakup kesesuaian judul berita dengan isi berita, dengan mengamati kesesuaian judul yang digunakan dengan isi berita. Pencantuman waktu dalam isi berita yang meliputi fakta suatu realitas atau hanya opini belaka. Penggunaan data pendukung dalam isi berita untuk kelengkapan informasi atas kejadian atau konflik yang ditampilkan, seperti grafis, tabel statistik, foto, dan lain sebagainya. Serta, faktualitas berita yang meliputi ada atau tidaknya pencampuran fakta dari isi berita dengan opini wartawan atau jurnalis. Seperti terdapat kata-kata yang mengandung opini, yakni

tampaknya, kemungkinan, diperkirakan, diduga, seakan-akan, sayangnya, dan lain sebagainya.

2. *Fairness* atau ketidakberpihakan dalam isi berita, yaitu keseimbangan penulisan berita dilihat dari sumber berita yang digunakan. Ketidakberpihakan ini berkaitan dengan *balancing coverage* dan *cover both side* yakni keseimbangan dalam pemberitaan dengan dengan melibatkan beberapa sudut pandang yang berbeda dan sumber-sumber berita yang dikutip atau diwawancarai oleh seorang jurnalis. Dimensi ini diperhatikan dengan cara melihat apakah sumber yang diwawancarai atau dimintai konfirmasi merupakan pihak yang berkaitan dengan kejadian dalam berita tersebut atau hanya perantara dari pihak yang terlibat.
3. Validitas keabsahan pemberitaan yang meliputi atribusi, yaitu mencantumkan sumber berita dalam pemberitaannya secara jelas, seperti identitas personal. Serta, upaya untuk melakukan *check and re-check* atau konfirmasi lebih lanjut kepada sumber berita. Kompetensi pihak yang dijadikan sumber berita turut diperhatikan. Seperti, apakah wartawan tersebut melihat sendiri kejadian atau mendapatkannya dari sumber berita yang terlibat, yakni saksi mata, korban, dan sumber berita yang diambil karena kedekatannya dengan media tersebut, atau bahkan karena terdapat jabatan dari narasumber dengan wartawan yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini membahas terkait mengukur objektivitas pemberitaan konflik Blok Wabu pada portal berita *online* Kompas.com dan Detik.com. Berdasarkan penjelasan terkait teori objektivitas dari Rachma Ida, teori tersebut berperan penting dengan penelitian ini, karena teori tersebut digunakan untuk mengukur objektivitas pemberitaan Kompas.com dan Detik.com dengan menggunakan ketiga dimensi dari teori objektivitas Rachma Ida di antaranya akurasi, ketidakberpihakan, dan validitas.

### 3.2 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir (Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Menurut (Sugiyono, 2018, p. 80) menyatakan bahwa kerangka berpikir adalah model konseptual yang menjelaskan terkait bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor yang telah ditetapkan sebagai hal penting. Dari kerangka berpikir di atas, terlihat bahwa penelitian ini ingin melihat seberapa besar tingkat objektivitas portal berita *online* Kompas.com dan Detik.com dalam memberitakan konflik Blok Wabu dengan Luhut Binsar Panjaitan.

Untuk mengukur seberapa besar tingkat objektivitas portal berita *online* Kompas.com dan Detik.com dalam memberitakan konflik Blok Wabu dengan Luhut Binsar Panjaitan menggunakan metode analisis isi yang diterapkan dengan mengukur objektivitas Rachma Ida dan dibagi menjadi tiga dimensi, di antaranya akurasi, ketidakberpihakan, dan validitas.

Hasil dari dimensi-dimensi tersebut akan diukur menggunakan alat ukur yakni Coding Sheet dari model objektivitas Rachma Ida sendiri. Sehingga, pada hasil akhirnya peneliti akan mengetahui tingkat objektivitas pemberitaan konflik

Blok Wabu dengan Luhut Binsar Panjaitan dalam portal berita *online* Kompas.com dan Detik.com.

