

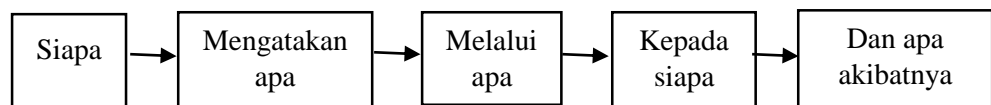
BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi menjadi aspek penting dalam interaksi antara masyarakat dengan masyarakat lapisan lain. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang (Hafied, 2015:25). Model dasar komunikasi yang di buat Aristoteles telah memengaruhi Harold D lasswell, yang merupakan model komunikasi yang terkenal dengan formula Lasswell (1948).



Gambar 2.1 Bagan Komunikasi Laswell

Sumber: Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua, Jakarta:
Rajawali Pers, 2015, hal 46

Dari bagan diatas, dapat disimpulkan bahwa Laswell menjelaskan komunikasi adalah dengan istilah siapa mengatakan apa dengan melalui apa kepada siapa dan apa akibatnya. Dari bagan yang diuraikan diatas dapat kita ketahui bahwa komunikasi memiliki unsur penting didalamnya, yakni:

a. **Komunikator**

Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan.

b. Komunikasikan

Komunikasikan adalah orang yang menerima pesan atau yang menjadi lawan bicara.

c. Pesan

Pesan merupakan informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikasikan. Bisa dikatakan sebagai inti dari sebuah komunikasi.

d. Media / *channel*

Media merupakan perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dalam melakukan komunikasi.

e. Umpan balik

Umpan balik atau efek merupakan tanggapan yang diberikan oleh komunikasikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Selain unsur komunikasi, komunikasi dapat dikelompokkan ke dalam beberapa tingkatan yakni komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris yaitu, *mass communication*, disingkat dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Komunikasi massa merupakan sebuah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas. Dimana khalayak tersebut bersifat heterogen, tersebar, dan anonim. Pesan yang disampaikan diterima oleh khalayak secara serentak (Ardianto, 2004:31).

Pengertian komunikasi massa merujuk kepada pendapat Tan dan Wright merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2004:3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Menurut Mulyana (2005:75) komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat.

2.1.2.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Menurut Nurudin (2011: 19-31) Komunikasi massa memiliki beberapa ciri yang membedakannya dengan jenis komunikasi lain. Disamping komunikator yang melibatkan lembaga, ciri-ciri komunikasi massa seperti berikut:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Menurut Alexis. S Tan (1981) komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak ke

sejumlah khalayak yang banyak dan terpisah. Dalam hal ini biasanya adalah media massa. Dengan demikian, komunikator dalam komunikasi massa setidaknya-tidaknya mempunyai ciri sebagai berikut: a) kumpulan individu, b) dalam berkomunikasi individu-individu itu terbatas perannya dengan system dalam media massa, c) pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat, d) apa yang dikemukakan oleh komunikator biasanya untuk mencapai keuntungan atau mendapatkan laba secara ekonomis.

2. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Herbert Blumer pernah memberikan ciri tentang karakteristik *audience* sebagai berikut: a) *audience* dalam komunikasi massa sangatlah heterogen, mereka berasal dari berbagai kelompok dalam masyarakat. b) berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain dan tidak berinteraksi satu sama lain. c) mereka tidak mempunyai pemimpin atau organisasi formal.

3. Pesannya bersifat umum

Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan kepada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.

4. Komunikasinya berlangsung satu arah

Meski seiring perkembangan kecanggihan teknologi masa sekarang, hingga memungkinkan *audience* untuk berpartisipasi melalui pesawat telepon, komunikasi yang terjadi memang komunikasi dua arah. Namun, komunikasi dua arah tersebut hanya terjadi antara orang yang menelepon dengan stasiun televisi dan tidak terjadi pada semua *audience* yang heterogen dan banyak.

5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Dalam komunikasi massa ada kesempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Keserempakan ini sangat terasa jika kita mengamati media komunikasi massa seperti internet. Karena pesan akan lebih cepat disiarkan.

6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis

Peralatan teknis dalam komunikasi massa yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik.

7. Komunikasi massa dikontrol *gatekeeper*

Gatekeeper sering juga disebut penapis informasi, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. Fungsinya adalah sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Effendi (2003: 29) Fungsi dari komunikasi massa secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Penafsiran (*Interpretation*), fungsi penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada konsumen, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita atau tayangan yang disajikan, sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
2. Penyebaran nilai-nilai (*Transmission of Values*), dengan cara media massa itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa itu memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan oleh mereka.
3. Hiburan (*Entertainment*), berfungsi sebagai penghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran konsumen.
4. Fungsi Informasi, media massa berfungsi sebagai penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa.
5. Fungsi Pendidikan, salah satu cara media massa dalam memberikan pendidikan adalah dengan melalui pengajaran etika, nilai, serta aturan-aturan yang berlaku bagi pembaca atau pemirsa.
6. Fungsi Mempengaruhi, secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel dan sebagainya.
7. Fungsi Proses Pengembangan Mental. Media massa erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia.

8. Fungsi Adaptasi Lingkungan, yakni penyesuaian diri terhadap lingkungan konsumen dapat beradaptasi dengan lingkungannya dengan dibantu oleh media massa, dengan begitu seseorang dapat lebih mengenal lingkungannya.
9. Fungsi Memanipulasi Lingkungan, berusaha untuk mempengaruhi. Komunikasi yang digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan.
10. Fungsi Meyakinkan (*To Persuade*), yaitu mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang. Mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu.

2.1.3 Media Massa

Media massa adalah alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak, mulai dari budaya, sosial, serta politik. Media membentuk opini publik untuk membawanya pada perubahan yang signifikan (Ardianto, 2012 : 58).

Media massa sendiri juga terbagi atas beberapa jenis, ada dua paradigma yang menyebutkan tentang jenis media massa. Pertama, paradigma lama yang menyebutkan jenis media massa yaitu film, surat kabar, kaset atau CD, televisi, radio, buku dan majalah. Kedua, paradigma baru menyebutkan jenis media massa yaitu surat kabar, televisi, radio, internet, majalah, dan tabloid (Nurudin, 2007:13).

Berdasarkan jenis media massa tersebut berdasarkan paradig baru, media massa di kelompok kan menjadi tiga yaitu media cetak, media elektronik, dan media digital.

1. Media cetak terdiri dari surat kabar, majalah dan tabloid.
2. Media elektronik terdiri dari televisi dan radio.
3. Media digital yaitu internet.

2.1.4 Televisi

Secara etimologis, televisi menurut David (Usman, 2002: 1) kata televisi adalah perpaduan dari kata Yunani dan Latin "Tele" berarti "pada suatu jarak" dan ini juga dipakai untuk menyatakan bentuk komunikasi jarak jauh lainnya seperti telegram dan telepon. Visi berasal dari kata latin "video" yang artinya "saya lihat". Televisi adalah pemancar dan penerimaan gambar dari objek yang sedang bergerak dengan bantuan gelombang radio. Televisi adalah hasil teknologi tinggi yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tingkah laku individu (Baksin 2006:16).

2.1.4.1 Program Televisi

Kata program berasal dari bahasa inggris, "*programme*" atau "program" yang artinya acara atau rencana. Program diartikan sebagai segala hal yang ditampilkan distasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan audiensnya (Morissan, 2008:199). Program siaran televisi dapat diproduksi melalui dua hal. Pertama, *in-house production* dimana produksi dari program tersebut dilakukan oleh

stasiun televisi itu sendiri. Kedua, dengan menayangkan program yang diproduksi oleh sebuah *production house*. Disini, televisi akan membeli program yang ditawarkan oleh *production house* tersebut atau meminta *production house* untuk membuat program sesuai yang diinginkan oleh televisi.

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan segala bentuk program yang sangat beragam, dan semua program yang disajikan agar menarik perhatian audiens nya serta disesuaikan dengan minat audiens televisi tersebut. Oleh sebab itu sebuah stasiun televisi harus benar-benar memperhatikan segala bentuk program yang ditayangkan, mempunyai tugas untuk merencanakan segala program dengan matang, karena nantinya akan berdampak luas bagi para audiens yang dituju.

2.1.4.2 Jenis program televisi

Dari berbagai macam program yang disajikan stasiun penyiaran televisi (Morissan,2009:207) jenis program dibagi 2:

1. Program Informasi: segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahukan dan menambah pengetahuan khalayak *audiens*.

Program berita dibagi 2 yaitu:

1. *Hard News*: Segala informasi yang bersifat penting dan harus disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan. Jenis-jenis dari *hard news* yaitu :
 - a. *Straight News*: Suatu berita singkat yang hanya menyajikan informasi terpenting saja terhadap suatu peristiwa.

- b. *Feature*: Berita yang ditampilkan adalah berita-berita ringan namun menarik, yang didalamnya terdapat unsur *human interest*.
 - c. *Infotainment*: Berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan *public figure* atau orang-orang yang terpandang di masyarakat.
2. *Soft News*: Berita penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun bersifat tidak harus ditayangkan.
- a. *Current Affair*: Program yang menyajikan info terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat lengkap dan lebih mendalam.
 - b. *Magazine*: Program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam. Magazine menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.
 - c. Dokumenter: program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.
 - d. *Talk Show*: pada program ini akan menampilkan beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu dan menarik yang dipandu oleh seorang pembawa acara.
2. Program Hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audiens* dalam bentuk musik, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, serta permainan (*game*).

1. Drama, adalah pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik serta emosi. Beberapa jenis dari drama yaitu :
 - a. Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri-sendiri tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan.
 - b. Film: televisi menjadi media paling akhir yang dapat menayangkan film sebagai salah satu programnya, karena pada awalnya tujuan dibuat film untuk ditayangkan dalam layar lebar. Kemudian film itu sendiri didistribusikan menjadi VCD atau DVD setelah itu film baru dapat ditayangkan di televisi.
2. Permainan atau *game show*, adalah suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu atau kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu/hadiah.
3. Musik, program ini merupakan pertunjukan yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang dalam bernyanyi pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio. Program musik di televisi saat ini sangat digemari oleh audiens, karena itu menjadi suatu

kebutuhan utama dari audiens dalam bentuk hiburan. Stasiun televisi pun berlomba-lomba dalam menayangkan program musik tersebut, tidak dilihat dari seni suaranya saja, tapi bagaimana program tersebut dari segi pengemasannya dibuat lebih menarik.

2.1.5 Berita

Menurut J.B. Wahyudi, berita adalah uraian tentang peristiwa atau fakta dan pendapat, yang mengandung nilai berita, dan yang sudah disajikan melalui media massa (Wahyudi, 1992:6). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa maksud dari berita merupakan fakta-fakta aktual dari peristiwa yang memiliki nilai penting bagi sejumlah besar orang yang disajikan melalui media massa. Itu berarti tidak setiap peristiwa dapat dijadikan berita, sebab untuk menjadi sebuah berita, terdapat patokan tersendiri pada suatu kejadian. Seperti memuat unsur berita, nilai berita, hingga kelengkapan berita berupa 5W+1H (*What, When, Where, Who, Why, dan How*).

Fungsi berita adalah memberikan informasi kepada khalayak luas. Kriteria umum berita menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, darky N. Moeb dan Don Ranty dalam "New Reporting and Editing" (1980:6-17) menunjukkan 11 kriteria umum nilai berita yang harus diperhatikan dengan seksama oleh para reporter dan editor media massa. yaitu : Keluarbiasaan (*unsualness*), Kebaruan (*newsness*), Akibat (*Impact*), Aktual (*timeliness*), Kedekatan (*proximity*), Informasi (*information*), Konflik (*conflict*), Orang penting (*prominence*), Ketertarikan manusiawi (*human interenst*), Kejutan

(*surprising*), Seks (*sex*) (Sudirman, 2005: 52). Berita adalah sebuah informasi fakta atau opini kepada masyarakat yang didalamnya ada salah satu atau lebih dari unsur nilai berita.

2.1.5.1 Nilai Berita

Menurut Sumadira (2005:81-90) kriteria umum nilai berita dibagi menjadi 11 yaitu:

a. Keluarbiasaan

Berita adalah suatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa, berita adalah suatu peristiwa luarbiasa (*news in unusual*). Untuk menunjukkan berita bukanlah suatu peristiwa biasa, Lord Northcliffe pujangga dan editor di Inggris abad 18, menyatakan: apabila orang di gigit anjing maka itu bukan lah berita, tetapi sebaliknya apabila orang menggigit anjing, maka itulah berita (*if a dog bites a man it is not news, but if a man bites dog, it is news*).

b. Kebaruan (*impact*)

Berita adalah semua apa yang terbaru. Berita adalah apa saja yang disebut hasil karya terbaru, seperti sepeda motor baru, gubernur baru, gedung baru, walikota baru, presiden semua hal yang baru, apa pun namanya, pasti memiliki nilai berita.

c. Akibat (*impact*)

Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat.

d. Aktual

Aktual adalah suatu kejadian yang benar-benar terjadi dan sedang hangat-hangatnya menjadi pembicaraan khayalak.

e. Kedekatan (*Proximity*)

Berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatana geografis menunjukkan pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita. Sedangkan kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat ketertarikan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.

f. Informasi (*information*)

Berita adalah informasi. Menurut willbur schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian. Tidak setiap informasi mangandung dan memiliki nilai berita. Setiap informasi mangandung dan memiliki nilai berita, menurut pandangan jurnalistik tidak layak untuk di muat, disiarkan, atau di tayangkan media massa. Hanya informasi yang memiliki nilai berita atau memberi banyak manfaat kepada publik yang patut mendapat perhatian media.

g. Konflik (*conflict*)

Berita adalah layak berita. Konflik fisik artinya perang atau perkelahian adalah layak berita karena biasanya ada kerugian dan korban. Kekerasan itu sendiri membangkitkan emosi dari yang menyaksikan dan mungkin ada kepentingan langsung.

h. Orang Penting (*prominence*)

Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pensohor, selebriti, *figure public*. Orang-orang penting dan terkemuka dimana pun selalu membuat berita. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita. Teori jurnalistik menegaskan, nama menciptakan berita (*name makes news*).

i. Kejutan (*surprising*)

Kejutan adalah suatu yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan, tidak di rencanakan, diluar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya.

j. Keterkaitan manusia (*human Interest*)

Banyak cerita disurat kabar yang bila dilihat sepintas tidak seperti berita karena tidak memenuhi unsur-unsur konflik, konsekuensi, progress dan bencana, keganjilan atau nilai berita khusus lainnya.

k. Seks (*sex*)

Pada kenyataannya unsur ini menjadi salah satu unsur kelayakan sebuah berita. Bahkan, seiring dengan perubahan zaman, seks memiliki nilai berita yang tinggi, terlebih lagi jika melibatkan orang-orang terkenal.

2.1.5.2 Jenis Berita

Menurut Romly (2003:40) Adapun jenis berita secara umum dibagi menjadi lima yaitu:

1. Berita langsung (*straight news*) adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas, dan apa adanya. Ditulis dengan gaya memaparkan peristiwa dalam keadaan apa adanya, tanpa ditambah dengan penjelasan, apalagi interpretasi. Berita langsung dibagi menjadi dua jenis: berita keras atau hangat (*hard news*) dan berita lembut atau ringan (*soft news*).
2. Berita opini (*opinion news*) yaitu berita mengenai pendapat, pernyataan, atau gagasan seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu peristiwa.
3. Berita interpretatif (*interpretatif news*) adalah berita yang dikembangkan dengan komentar atau penilaian wartawan atau nara sumber yang kompeten atas berita yang muncul sebelumnya sehingga merupakan gabungan antara fakta dan interpretasi. Berawal dari informasi yang dirasakan kurang jelas atau tidak lengkap arti dan maksudnya.
4. Berita mendalam (*depth news*) adalah berita yang merupakan pengembangan dari berita yang sudah muncul, dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Bermula dari sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali (*follow up system*). Pendalaman dilakukan

dengan mencari informasi tambahan dari narasumber atau berita terkait.

5. Berita penyelidikan (*investigative news*) adalah berita yang diperoleh dan dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Disebut pula penggalian karena wartawan menggali informasi dari berbagai pihak, bahkan melakukan penyelidikan langsung ke lapangan, bermula dari data mentah atau berita singkat. Umumnya berita investigasi disajikan dalam format tulisan feature

2.1.6 Media Baru

Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur, Carey dalam (McQuail, 2011:43).

Media baru disebut juga *new media digital*. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3). Ciri-ciri utama internet sebagai media adalah :

- a. Teknologi berbasis komputer

- b. Karakteristiknya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel
- c. Potensi interaktif
- d. Fungsi publik dan privat
- e. Peraturan yang tidak ketat
- f. Kesalingterhubungan
- g. Ada dimana-mana/tidak tergantung lokasi
- h. Dapat diakses individu sebagai komunikator

Istilah utama dalam wacana tentang media baru ini adalah digital, *interaktif*, *hypertextual*, *virtual*, jaringan dan simulasi. Beberapa contoh, seperti internet, *website*, komputer, multimedia, permainan komputer, CD-Roms, dan DVD. Media baru bukalah televisi, film, majalah, buku yang berbasis kertas. Sudah jelaskan bahwa *new media* adalah media yang berbasis teknologi komputer, kemajuan teknologinya baik dari segi *hardwere* dan *softwere*.

2.1.7 Analisis isi

Analisis isi adalah suatu tehnik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu tehnik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemerosesan dalam data ilmiah dengan tujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, dan menyajikan fakta (Subrayogo, 2001: 71). Analisis isi pada awalnya berkembang dalam bidang surat kabar yang bersifat kuantitatif. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori tehnik symbol

coding, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi (Subrayogo, 2001: 6).

Analisis isi merupakan suatu teknik penelitian untuk menguraikan isi komunikasi yang jelas secara objektif, sistematis, dan kuantitatif (Berelson dalam Ibrahim, 2009: 97). Selain itu, analisis isi merupakan teknik penelitian yang ditujukan untuk membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik tertentu pada pesan-pesan secara sistematis dan objektif (Holsti dalam Ibrahim, 2009: 97). Analisis isi tidak hanya dapat dipakai untuk melihat gambaran atau karakteristik dari suatu pesan. Analisis isi juga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Yang menjadi fokus analisis isi disini tidak deskripsi dari pesan, tetapi menjawab pertanyaan mengapa pesan (isi) muncul dalam bentuk tertentu (Eriyanto, 2011:41-42).

2.1.8 Prinsip Dasar Jurnalistik

Bill Kovach dan Tom Rosensial menyebutkan sembilan prinsip atau elemen jurnalisme yakni (kovach dan rosenstil, 2003:67):

- a. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
- b. Loyalitas pertama jurnalisme kepada warga
- c. Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi.
- d. Para praktisinya harus menjaga independensi dari sumber berita.
- e. Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan.
- f. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga.

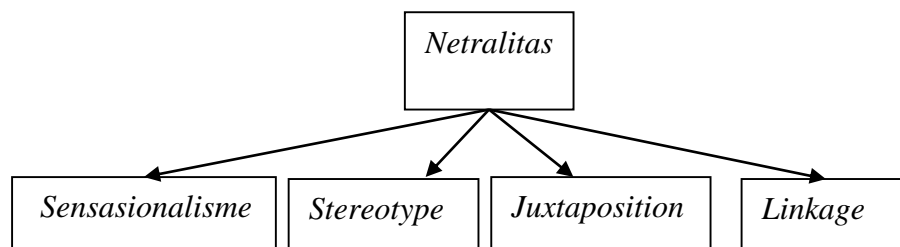
- g. Jurnalisme harus berupaya membuat hal penting, menarik dan relevan.
- h. Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional.
- i. Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti hati nurani mereka.

Kovach mengingatkan bahwa tujuan paling penting bagi jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Untuk independensi media sangatlah penting. Independen dari otoritas politik, otoritas sosial atau bisnis, dan tidak ada bias personal.

2.1.9 Netralitas

Netralitas lebih diorientasikan pada fakta. Yang pertama, adalah kelengkapan fakta. Berita yang netral adalah berita yang mengungkapkan peristiwa dengan fakta-fakta yang lengkap, tidak ada penambahan atau pengurangan. Yang kedua, adalah akurasi fakta. Berita harus bisa menggambarkan peristiwa dengan bahasa yang jelas (Panuju, 2005:16).

Netralitas dapat diamati dari empat elemen yakni *sensasionalisme*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*.



Gambar 2.2 : Aspek Netralitas Mc Quail (Mc quail, 1992:196)

Netralitas dapat diukur berdasarkan empat hal yaitu *sensasionalism*, *stereotype*, *junxtaposition*, *linkage*. *sensasionalisme* diartikan sebagai suka menimbulkan sensasi. Tujuan adalah untuk menarik perhatian orang lain. *Stetereotype* berarti pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok bangsa tertentu dalam menyajikan sebuah berita. Atribut bisa memiliki asosiasi yang negative ataupun positif, tetapi tidak pernah bersifat netral atau berdasarkan pada kenyataan yang sebenarnya. *Junxtaposition* dapat diartikan sebagai menyandingkan dua hal yang berbeda untuk menimbulkan efek kontras yang akhirnya menambah kesan dramatis pada berita yang disajikan. Dengan begitu *junxtaposition* dapat mengubah atau menggeser pemaknaan dua fakta yang sebenarnya berbeda, menjadi berhubungan secara kontras. *Linkages* berarti menyandingkan dua fakta yang berlainan dengan maksud untuk memberikan efek asosiatif. *Linkages* biasanya digunakan untuk menghubungkan dua fakta yang berbeda sehingga dianggap atau diasosiasikan memiliki sebab akibat (Rahayu, 2006:77). Jika suatu berita didalam nya terdapat empat elemen diatas, berita tersebut dinyatakan berita tidak netral. Dan jika ditemukan salah satu dari unsur elemen, maka berita tersebut memiliki penilaian berita yang tidak netral. Selain itu, netralitas media di Indonesia sudah ditetapkan oleh pemerintah seperti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran dan Kode etik jurnalistik.

**2.1.9.1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002
Tentang Penyiaran**

BAB IV

PELAKSANAAN SIARAN

Bagian Pertama

Isi Siaran

Pasal 35

Isi siaran harus sesuai dengan asas, tujuan, fungsi, dan arah siaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2, Pasal 3, Pasal 4, dan Pasal 5.

Pasal 36

- (1) Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.
- (2) Isi siaran dari jasa penyiaran televisi, yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Swasta dan Lembaga Penyiaran Publik, wajib memuat sekurang-kurangnya 60% (enam puluh perseratus) mata acara yang berasal dari dalam negeri.
- (3) Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja, dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran.

- (4) Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu.
- (5) Isi siaran dilarang :
- a. bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong;
 - b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalah-gunaan narkotika dan obat terlarang; atau
 - c. mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan.
- (6) Isi siaran dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia, atau merusak hubungan internasional.

2.1.9.2 Kode Etik Jurnalistik

Pasal 1

Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Penafsiran:

- 2.2 Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
- 2.3 Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.
- 2.4 Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara.
- 2.5 Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

Pasal 2

Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

Penafsiran: Cara-cara yang profesional adalah:

1. Menunjukkan identitas diri kepada narasumber;
2. Menghormati hak privasi;
3. Tidak menyuap;
4. Menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya;
5. Rekayasa pengambilan dan pemuatan atau penyiaran gambar, foto, suara dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang;
6. Menghormati pengalaman traumatik narasumber dalam penyajian gambar, foto, suara;
7. Tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri;
8. Penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik.

Pasal 3

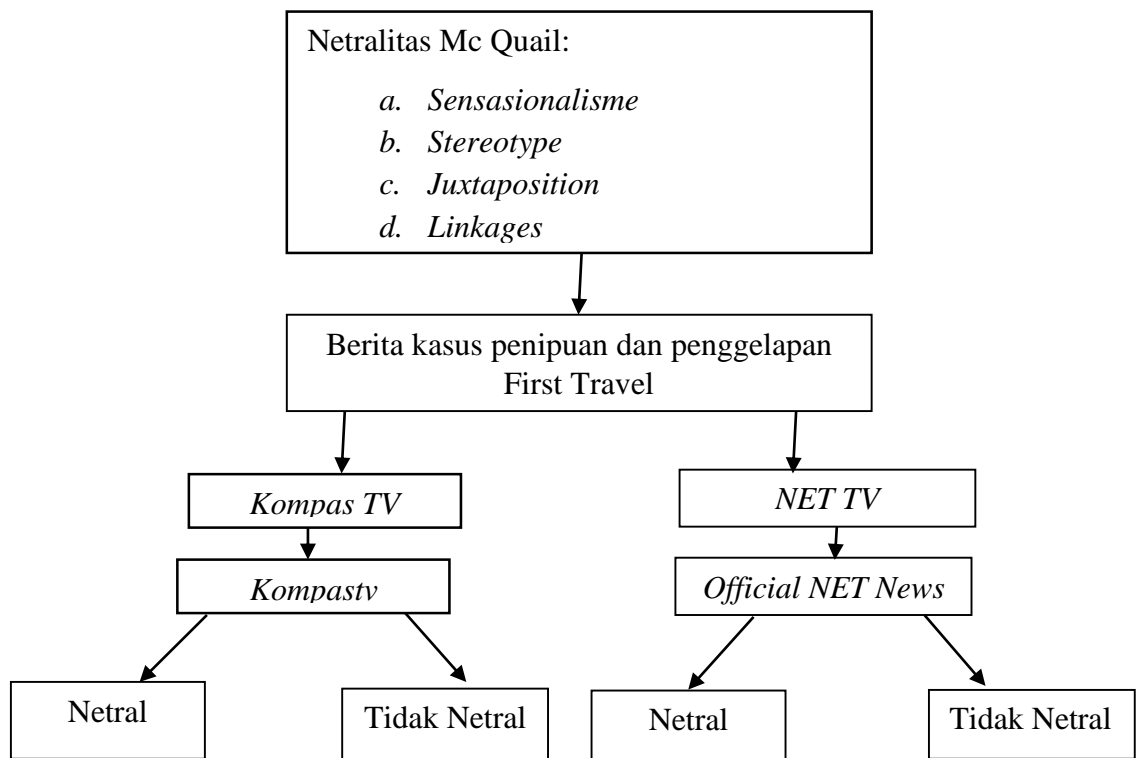
Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Penafsiran:

1. Menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi itu.

2. Berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.
3. Opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan. Hal ini berbeda dengan opini interpretatif, yaitu pendapat yang berupa interpretasi wartawan atas fakta.
4. Asas praduga tak bersalah adalah prinsip tidak menghakimi seseorang.

2.2 Kerangka Berpikir



Gambar 2.3 Bagan Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka berfikir di atas, Penelitian ini bermula dari adanya kasus penipuan dan penggelapan agen umrah First Travel. Untuk mengetahui netralitas diperlukan teori Mc Quail seperti *Sensasionalisme*, *Stereotype*, *Juxtaposition*, dan *Linkages*. Kasus ini ditangkap oleh media massa sebagai

salah satu peristiwa yang cukup penting untuk diberitakan. Hingga berbagai media di Indonesia pun menyoroti kasus tersebut. Media nasional yang tidak luput menyorotinya adalah *Kompas TV* dan *NET TV*, kedua media tersebut mengunggah berita tentang First Travel *channel* resmi di *Youtube* yakni *Kompastv* dan *Official Net News*.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *netralitas* media sebelumnya sudah pernah dilakukan, namun dengan tema yang berbeda dengan penelitian *netralitas Kompas TV* dan *NET TV* dalam pemberitaan kasus first travel. Adapun penelitian terdahulu diantaranya adalah :

1. Fika Soraya Dyananto (2013) meneliti “Netralitas Media Dalam Pemberitaan Tentang Kebijakan Pemerintah (Studi Analisis Isi Tentang Netralitas Media dalam Pemberitaan tentang Kebijakan Pemerintah Terkait Isu Kenaikan Bahan Bakar Minyak pada Surat Kabar Harian Kompas dan Suara Merdeka Edisi 1 M)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan tentang netralitas media antara surat kabar harian Kompas dan Suara Merdeka dalam menyajikan berita tentang kebijakan pemerintah terkait isu kenaikan bahan bakar minyak pada surat kabar harian Kompas dan Suara Merdeka edisi 1 Maret- 31 Maret 2012. Hasil dari penelitian ini adalah adanya perbedaan kecenderungan bisa dilihat dari pemilihan penempatan halaman, arah pemberitaan dan sumber berita. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pada kategori penempatan berita X2 nilai kritis ($20,01 > 12,592$), sehingga terdapat perbedaan yang signifikan.

2. Gala Fauzi Pratama (2016) meneliti “Netralitas Media Terhadap Penetapan Undang-Undang Pilkada 2014 (Studi Analisis Isi tentang Netralitas Dalam Pemberitaan Penetapan Undang-Undang Pemilihan Kepala Daerah 2014 pada Surat Kabar Harian Kompas dan Suara Merdeka Periode 27 September- 23 Oktober 2014)”. Tujuan dari Penelitian ini (1) untuk mengetahui netralitas media surat kabar harian Kompas dan Suara Merdeka dalam menyajikan berita tentang penetapan UU PILKADA 2014 melalui kategori *sensasionalism, stereotype, junxtaposition, linkage*, netral. (2) untuk melihat bagaimana netralitas media massa terhadap pemberitaan penetapan UU Pilkada 2014. (3) Untuk melihat apakah media (Kompas dan Suara Merdeka) netral atau tidak maka digunakan aspek netralitas oleh McQuail yaitu berdasarkan kategori *sensasionalism, stereotype, juntaposition, dan linkage* untuk mengukurnya. Hasil dari penelitian ini dengan Chi Square dan Reliabilitas menunjukkan Harian Kompas dan Suara Merdeka belum sepenuhnya netral. meskipun dari hasil penelitian yang telah dilakukan hanya beberapa berita yang memasukkan kategori netralitas McQuail (*sensasionalism, stereotype, juntaposition, dan linkage*) namun tetap menjadikan berita tersebut menjadi tidak netral.
3. Supartinah (2014) meneliti “Netralitas Media Massa Terhadap Pasangan Calon Gubernur Jawa Tengah 2013 (Analisis Isi Berita Pasangan Calon Gubernur Jawa Tengah di Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas)”. Tujuan dari Penelitian ini adalah (1) ingin melihat bagaimana netralitas media massa terhadap pasangan calon Gubernur Jawa Tengah 2013. (2) untuk melihat apakah media (Solopos, Suara Merdeka, dan Radar

Banyumas) netral atau tidak maka digunakan aspek netralitas oleh McQuail yaitu berdasarkan kategori *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage* untuk mengukurnya. Hasil penelitian dengan Chi Square dan Reliabilitas menunjukkan Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas belum sepenuhnya netral. meskipun dari hasil penelitian yang telah dilakukan hanya beberapa berita yang memasukkan kategori netralitas McQuail (*sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*) namun tetap menjadikan berita tersebut menjadi tidak netral.

Kesimpulan, persamaan (1) ketiga penelitian diatas membahas tentang netralitas media massa. (2) penelitian dari Gala Fauzi Pratama dan Supartinah menganalisis netralitas menggunakan teori Mc Quail yaitu *sensationalism*, *stereotype*, *juxtaposition*, dan *linkage*. Perbedaannya ketiga penelitian di atas untuk memperoleh data menggunakan media cetak yakni Koran (Harian Solopos, Suara Merdeka, dan Radar Banyumas) sedangkan penelitian yang dilakukan penulis data diperoleh dari channel resmi masing-masing media televisi (*Kompas TV dan Official Net News*).