

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Media Massa

Media massa adalah suatu jenis komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melewati media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Susanto, 1980:2).

Media memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan perkembangan suatu negara dapat terjadi dengan adanya media. Secara garis besar ada dua jenis media massa yaitu cetak (surat kabar, koran, majalah) dan elektronik (televisi dan radio). Melalui media cetak dan elektronik inilah semua informasi dapat tersebar luas di dalam kehidupan masyarakat, mulai dari informasi tentang pemerintahan, ekonomi dan kehidupan sosial.

Media massa tidak dapat dianggap remeh dalam kehidupan bermasyarakat. Kehadiran media massa dapat membawa dampak yang besar di kehidupan ini. Fungsi utama dari media massa ialah menyampaikan informasi kepada masyarakat dan setiap informasi yang disampaikan harus bersifat akurat, faktual, menarik, benar, lengkap-utuh, berimbang, relevan, dan bermanfaat. Sehingga apapun informasi yang disebarluaskan media massa hendaknya dalam kerangka mendidik (Sumandira,2005:32).

2.1.1. Media Massa Baru (*New Media*)

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara *public* (Mondry, 2008: 13).

Media baru tidak akan bisasepenuhnya menggantikan posisi media lama, sebab media baru menciptakan khalayakbaru dan menciptakan suatu pola komunikasi baru untuk menyampaikan dan memperoleh informasi. Internet merupakan bentuk dari media baru, setelah media cetak dan media elektronik. Internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas *storage* dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer (Kurnia, 2005: 05).

2.2. Jurnalisme

2.2.1. Pengertian Journalistik

Journalistik atau *journalism* secara harfiah (etimologis, asal usul kata), artinya kewartawanan atau hal-hwal pemberitaan. Kata dasarnya “jurnal” (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau “*jour*” dalam bahasa Prancis yang berarti “hari” (*day*) atau “catatan harian” (*diary*). Dalam bahasa Belanda *journalistiek* artinya penyiaran catatan harian, sedangkan dalam bahasa Latin yakni *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari (Kusumaningrat, 2006:15). Aktifitas journalistik sering dikaitkan dengan aktifitas seseorang yang bekerja di suatu perusahaan media yaitu wartawan dan reporter yang bertugas menghimpun berita baru setiap harinya.

2.2.2. Pengertian Jurnalisme Online

Pavlik J, menyebut jurnalisme *online* sebagai “contextualized journalism”, atau jurnalisme kontekstual, karena mengintegrasikan tiga fitur komunikasi yang unik: kemampuan-kemampuan multimedia berdasarkan platform digital, kualitas-kualitas interaktif komunikasi-komunikasi *online*, dan fitur-fitur yang ditatanya (customizable features), (Kurnia, 2005: 137). Jurnalistik *online*, berbeda dengan jurnalistik cetak dan elektronik. Perbedaan yang jelas terlihat terletak pada penulisan. Isinyapun tergolong ringkas dan padat, karena sifatnya yang cepat dibutuhkan pembaca.

2.3. Berita

“*News is immediate, the important, the things that have impact on our lives*”. Pernyataan di atas menyatakan bahwa, berita adalah sesuatu yang baru, penting yang dapat memberikan dampak dalam hidup manusia. Adapun (Harahap, 2007:04) mendefinisikan, bahwa berita adalah laporan tentang fakta peristiwa atau pendapat yang aktual, menarik, berguna dan dipublikasikan melalui media massa periodik : surat kabar, majalah, radio, dan TV (Freda Morris dalam buku Harahap, 2007:3-5).

Berita itu tiada lain adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian banyak orang (Suhandang, 2004:103). Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan berita merupakan laporan suatu kejadian atau peristiwa yang aktual atau baru dan memiliki sisi menarik, penting dan dipublikasikan ke khalayak umum melalui media tertentu.

Berita yang diliput oleh seorang wartawan haruslah berita yang mengandung nilai berita. Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna, atau yang biasa diterapkan, untuk menentukan layak berita (*news value*) yaitu misalnya yang mengandung konflik, bencana dan kemajuan, dampak, kemasyuran, segar dan kedekatan, keganjilan, *human interest*, seks, dan aneka nilai lainya (Ishwara,2011:77)

Berita yang baik memiliki nilai-nilai berita, diantaranya yaitu Aktualitas, Kedekatan, Dampak dan Human Interest (Kusumaningrat 2005:61-64). Nilai yang terkandung dalam berita yang ditayangkan disuatu media massa menentukan kualitas dan kepuasan yang diberikan oleh pembaca, pendengar dan penonton berita tersebut.

2.4. Akurasi Berita

Salah satu bagian dari objektivitas berita adalah akurasi. Akurasi adalah tepat, benar dan tidak terdapat kesalahan. Akurasi sangat berpengaruh pada penilaian media maupun jurnalis yang menulis berita tersebut. Akurasi dalam sebuah pemberitaan dapat diartikan ketepatan dalam menulis sebuah berita yang nantinya akan dibaca banyak orang. Akurasi sangat diperlukan dalam sebuah penulisan berita agar berita yang diterima oleh masyarakat nantinya tidak menimbulkan penafsiran yang beragam.

Berbagai unsur berita yang terkait dengan nilai berita akan terlihat dalam berita, selain itu unsur-unsur lain yang tidak terlihat dalam sebuah berita tetapi dapat dirasakan antara lain adalah akurasi/kecermatan (Mondry,2008:14).

Akurat berarti, kita harus mendapatkan informasi pasti, yang tidak bisa dibantah. Wartawan harus sadar, bahwa membantah, mengira, dan ceroboh dapat membawa bencana. Meminjam kata-kata dalam ilmu hukum *crime doesn't pay*, maka dalam jurnalisme ada *guessing doesn't pay*. Pentingnya akurasi ini tidak dapat diperdebatkan, sebab berita yang tidak akurat dapat mengakibatkan tuntutan hukum (Ishwara, 2008:12).

Unsur-unsur berita yang harus di penuhi oleh seorang wartawan dalam menulis sebuah berita agar mendapatkan keakuratan pemberitaan ialah 5W + 1H . Dalam menulis berita, seorang wartawan mengacu kepada nilai-nilai berita untuk kemudian dipadukan dengan unsur-unsur berita sebagai “rumus umum” penulisan berita, agar tercipta sebuah berita yang lengkap. Unsur-unsur berita yang dikenal dengan 5W+1H kependekan dari (Romli,2003:10) :

What (apa yang diberitakan);

Where (dimana lokasi pemberitaanya);

When (kapan beritatersebut terjadi);

Who (siapa yang terlibat dalam pemberitaan tersebut);

Why (Kenapa halitu terjadi); dan

How (bagaimana berita itu terjadi)

2.5. Objektivitas Berita

Konsep objektivitas memiliki arti penting bagi dunia pers umumnya dan kegiatan jurnalistik khususnya. Dapat dikatakan, keberadaan konsep ini seiring dengan lahirnya teori tanggung jawab sosial. Objektivitas merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban pers kepada masyarakat untuk menyiarkan berita yang tidak berpihak (Sudarsono, 2011 : 43).

Dalam menulis sebuah berita, seorang wartawan harus memiliki sikap objektif. Dengan sikap objektifnya, maka wartawan akan menulis berita yang objektif pula, yakni sesuai dengan kenyataan, tidak berat sebelah dan bebas dari prasangka.

Konsep objektivitas memiliki arti penting bagi dunia pers umumnya dan kegiatan jurnalistik khususnya. Dapat dikatakan, keberadaan konsep ini seiring dengan lahirnya teori tanggung jawab sosial. Seorang jurnalis semaksimal mungkin perlu mengedepankan objektivitas dalam melakukan pemberitaan. Karena, objektivitas dalam pemberitaan sangatlah penting bagi sebuah media massa untuk mendapatkan kepercayaan dari khalayak. Artinya, sesulit apapun seorang jurnalis membuat jarak dengan narasumbernya, namun hal itu perlu menjadi pertimbangan dalam menjalankan profesinya.

2.6. Faktor Pengaruh Media

Penentuan isi pada media massa dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam media massa tersebut. Faktor yang berpengaruh dalam isi media tersebut yaitu faktor internal dan faktor eksternal (McQuail, 2000:244).

Faktor internal terdiri dari tiga hal yaitu (1) Manajemen, (2) Profesional media (Sumber daya manusia), (3) Pendukung teknik/tehnologi.

Sementara faktor eksternal berupa tekanan ekonomi dan tekanan sosial politik. Tekanan ekonomi berupa: (1)Kompetitor/pesaing, (2)Agen berita/informasi, (3)Pengiklan/sponsor, (4)Pemiliik, (5)Serikat pekerja. Sedangkan tekanan sosial politik, seperti (1) Kontrol di bidang politik/hukum, (2) Kelompok penekan, (3) Institusi sosial lain.

Faktor yang mempengaruhi dalam isi/konten media yang sebagaimana disebutkan McQuail berkaitan dengan faktor yang lainnya, tidak akan didapatkan kualitas berita yang baik jika dari sumber daya manusia seperti wartawannya kurang memadai baik dari segi pengetahuan, keterampilan maupun tingkat kesejahteraan. Faktor lain yang saling berkaitan yaitu jika dalam menejerial SDM tidak didukung sarana dan prasarana yang memadai maka pemilihan kualitas wartawannya juga tidak akan didapatkan.

Kondisi internal dalam media juga dapat dilihat dari penilaian Dewan Pers Indonesia. Dewan pers menyatakan jika kualitas berita yang ditayangkan ditentukan dari kualitas wartawannya. Ada empat kualitas yang mungkin perlu dimiliki seorang wartawan, yang harus dimiliki oleh para calon wartawan, yaitu *pengalaman, rasa ingin tahu, daya khayal dan pengetahuan* (Kusumaningrat,2005:78).

Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi isi media menurut McQuail, jika dalam hal ini dapat dilihat dari konten. Konten media mencerminkan tingkat ketergantungan media terhadap kepentingan pengiklan dan bisnis (McQuail,2000:245-246). Kondisi seperti ini ditentukan dari keputusan pemilik modal atau pengiklan.

Kontent dalam media mencerminkan kepentingan dari mereka yang membiayai. Kondisi inilah yang membuat fungsi dari sebuah media menjadi berubah. Dengan adanya kekuasaan yang dipegang oleh pengiklan ataupun pemilik modal, media akan beralih fungsi menjadi media komersil.

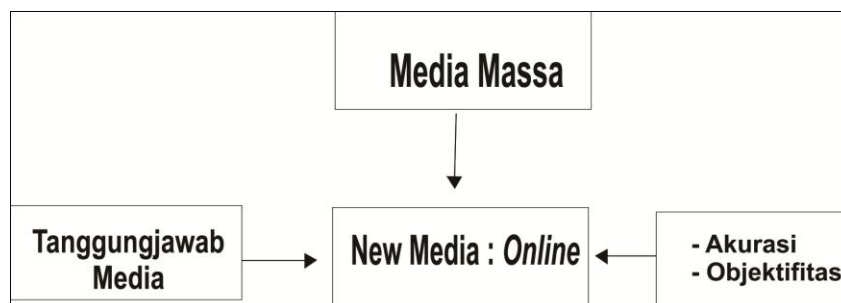
Kewajiban media massa memiliki tanggung jawab sosial sosial yang mengatur bagaimana pers seharusnya berperilaku dan bertindak. Berikut proposisi utama tanggung jawab pers (Suprpto, 2006: 11-12) :

- Media bertanggung jawab terhadap masyarakat dan kepemilikan media adalah kepercayaan dari publik.
- Media berita harus jujur, akurat, berimbang, objektif, dan relevan.
- Media harus bebas mengatur diri sendiri.
- Media harus mengikuti kode etik yang disetujui dan perilaku profesional.
- Di dalam situasi tertentu, pemerintah mungkin perlu campur tangan untuk mengamankan kepentingan publik.

Sebagaimana yang diungkapkan McQuail di atas, bahwa isi media sangat dipengaruhi oleh kondisi eksternal maupun internal media sebagai organisasi. Sepertihalnya dalam pengaruh pasar media. Banyaknya kemunculan media *online* yang dijadikan sebagai sumber berita oleh masyarakat memunculkan persaingan yang sengit diantara perusahaan-perusahaan media. Selain menyingkirkan pelaku pasar yang tidak memiliki modal yang besar, kepentingan jumlah modal ini nanti yang juga akan mempengaruhi sebuah kontent media agar tidak bertentangan dengan mengangkat berita yang berkaitan dengan pemodal/pengiklan.

2.7. Kerangka Berpikir

Media massa *online* yang kini berkembang dengan pesat diawali dari media konvensional seperti koran, majalah, televisi, dan radio. Media *online* yang berbasis internet kini lebih diminati karena memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan media konvensional, salah satunya adalah kecepatan. Dalam penelitian ini, penulis lebih fokus melihat sisi-sisi akurasi dari sebuah berita *online* yang mengusung aktualitas dibanding akurasi.



Gb 2.1. Kerangka Berpikir

2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis adalah penelitian oleh Christiany Juditha (2013) mahasiswa Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar dengan judul *Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akurasi berita dalam kasus tertangkap tangannya ketua Mahkamah Konstitusi (MK), Akil Mochtar, awal Oktober 2013 oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang ditayangkan oleh media *online detik.com* secara berkala dengan beberapa kriteria akurasi berita yang tercantum pada landasan teori dengan menggunakan metode penelitian analisis isi berita. Hasil penelitian yang telah dibahas menyimpulkan bahwa *detikNews* sebagai media jurnalisme *online* tetap memegang teguh

akurasi pemberitaannya. Ini terlihat dari hasil kuantitatif lima kategorisasi akurasi berita yang dikaji yaitu cek dan ricek, kesalahan penulisan pada data, sumber berita yang relevan, akurasi judul dengan isi, serta akurasi antara foto dengan isi, kesemuanya bernilai di atas lima puluh persen.

Penelitian terdahulu yang kedua yaitu oleh Putri Andika Rahayu mahasiswa Universitas Sahid Surakarta Jurusan Ilmu Komunikasi (2005) dengan judul penelitian **Objektivitas Pemberitaan Kampanya Capres dan Cawapres oleh Surat kabar Kompas dan Republika Periode 2 – 4 Juli 3009**. Penelitian ini meneliti tentang objektivitas pemberitaan Pemilu pada tahun 2009 melalui koran/surat kabar, dengan metode penelitian yaitu analisis isi. Hasil dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa objektivitas pemberitaan berita kampanye pda Surat Kabar *Republika* dan *Kompas* edisi 2 – 4 Juli 2009 sudah termasuk berita yang objektif pada suatu berita.

Kedua penelitian di atas memiliki garis besar kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu tentang penelitian dalam bidang jurnalistik. Namun perbedaan yang terletak dari kedua penelitian diatas dengan penulis yaitu kajian ini lebih mendalam dengan menggali fakta-fakta yang berpengaruh terhadap *content* pada media massa.