

OBJEKTIVITAS SURAT KABAR REGIONAL PADA PEMBERITAAN CAGUB DAN CAWAGUB PILKADA LAMPUNG 2014

Oleh

Wulan Suciska^{*)}, Andi Windah^{*)}, Toni Wijaya^{*)}

**) Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung*

ABSTRACT

This study examines the objectivity of daily newspapers (SKH) on the news about Governor and Vice Governor Candidate in Lampung Province General Elections on 2014. Newspaper as a form of mass media used to interpret and reassemble the complex facts of reality into a meaningful story which can be understood by audiences. One of the main events that have been constructed in advance is a political event. Political coverage has dimensions of public opinion formation (public opinion) because it could affect the political achievement of political actors. The formation of public opinion in Lampung Provincial General Election also takes place during the campaign before the vote (1-7 November 2014). The news was reported by Lampung Post Daily Newspaper, Tribun Lampung Daily Newspaper and Radar Lampung Daily Newspaper. This study uses a quantitative approach with content analysis method (content analysis). As a result, the Tribune Lampung Daily Newspaper has higher values in reporting the news' factuality and impartiality principles. This difference is attributed to the editorial policy of the media and also the object influencing factor such as the object's strategic position and financial strength.

Keywords: Objectivity, daily newspapers, election, content analysis

PENDAHULUAN

Media massa dalam kegiatannya menyampaikan informasi dan melaporkan peristiwa yang terjadi, pada dasarnya tidak semata menyajikan fakta dengan apa adanya. Ada tiga tingkatan bagaimana media massa membentuk realitas sebelum disajikan kepada khalayak (Eriyanto, 2004). Pertama, media membingkai peristiwa dalam bingkai tertentu. Kedua, media memberikan simbol-simbol tertentu pada peristiwa dan aktor yang terlibat dalam berita. Ketiga, media juga menentukan apakah peristiwa ditempatkan sebagai hal yang penting atau tidak, ditulis secara panjang atau pendek, ditempatkan di halaman pertama atau tidak, ditulis secara bersambung atau tidak. Semua pilihan tersebut adalah kemungkinan yang dapat diambil oleh media.

Salah satu peristiwa yang telah dikonstruksikan terlebih dahulu sebelum disajikan ke khalayak adalah peristiwa politik. Peristiwa politik menjadi menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan, menurut Hamad (2004) disebabkan dua faktor, pertama, saat ini media berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*), yakni media massa. Kedua,

peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa politik itu bersifat rutin belaka. Liputan politik memiliki dimensi pembentukan opini publik (*public opinion*). Dalam komunikasi politik, aspek pembentukan opini ini memang menjadi tujuan utama, karena hal ini akan mempengaruhi pencapaian-pencapaian politik para aktor politik (Hamad, 2004).

Kesadaran pentingnya peran media dalam pembentukan opini publik tampak pula pada pemilihan kepala daerah (Pilkada) di Provinsi Lampung tahun 2014. Ada beberapa hal yang menarik dari pelaksanaan Pilkada Provinsi Lampung ini. Pertama, waktu penyelenggaraannya yang sempat tidak menentu dan baru ditetapkan pada akhir Februari 2014 bahwa diselenggarakan berbarengan dengan pemungutan suara pemilihan umum legislatif tanggal 9 April 2014. Kedua, waktu yang sangat sempit, termasuk singkatnya masa kampanye, memastikan para peserta harus berkerja ekstra berusaha menarik pemilih sebanyak-banyaknya.

Pilkada Lampung 2014 diikuti oleh empat pasangan calon gubernur (cagub) dan calon wakil gubernur (cawagub), yakni pasangan Berlian Tihang-Mukhlis Basri (BerlianMu), Ridho Ficardo-Bachtiar Basri (Ridho Berbakti), Herman HN-Zainuddin Hasan (Manzada), dan Alzier Dianis Tabranie-Lukman Hakim (Aman). Keempat pasangan ini berlomba-lomba menarik perhatian pemilih melalui media massa terutama surat kabar regional, baik dalam bentuk berita maupun iklan. Terutama pada masa kampanye menjelang pemungutan suara.

Di Provinsi Lampung, terdapat tiga surat kabar harian (SKH) regional yang paling besar yakni *SKH Lampung Post*, *SKH Radar Lampung*, dan *SKH Tribun Lampung*. Ketiganya memiliki kebijakan redaksional yang berbeda satu sama lain, yang menyebabkan terjadinya perbedaan menyangkut isi berita. Berbagai perbedaan yang menyangkut tentang penulisan berita inilah akan memperlihatkan perbedaan kualitas informasi dan keberpihakan media dari setiap surat kabar. Menurut McQuail (1992), salah satu konsep yang paling yang paling dekat untuk melihat kualitas informasi adalah dari segi obyektivitas.

Berkaitan dengan obyektivitas media dalam penyajian berita tersebut, penting mengetahui bagaimana sebenarnya kondisi obyektivitas media massa dalam penyajian berita cagub dan cawagub pada Pilkada Lampung 2014, sehingga dapat memberikan gambaran kepada khalayak pembaca bagaimana sebuah surat kabar mengemas realitas dalam sebuah berita. Sekaligus menjadikan khalayak pembaca menjadi pembaca yang kritis dalam membaca berita dan menilai keberpihakan media. Kajian ini dilakukan untuk mengetahui obyektivitas surat kabar harian regional pada pemberitaan tentang Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Pilkada Lampung 2014.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan tentang Surat Kabar

Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup: publisitas, periodisitas, universalitas, aktualitas, dan terdokumentasikan (Ardianto, Komala, & Karlina, 2007). Berdasarkan jenis dan wilayah sirkulasi, segmentasi dan pangsa pasarnya, surat kabar dapat diklasifikasikan dalam lima kelompok, yakni: 1) Surat kabar komunitas (*community newspaper*), memiliki jangkauan wilayah sirkulasi yang sangat terbatas; 2) Surat kabar lokal (*local newspaper*), hanya beredar di sebuah kota dan sekitarnya; 3) Surat

kabar regional (*regional newspaper*), berkedudukan di ibu kota provinsi; 4) Surat kabar nasional (*national newspaper*), lebih banyak berkedudukan di ibu kota negara, dan; 5) Surat kabar internasional (*international newspaper*), hadir di sejumlah negara dengan menggunakan teknologi sistem cetak jarak jauh dengan pola pengembangan zona atau wilayah (Sumadiria, 2006).

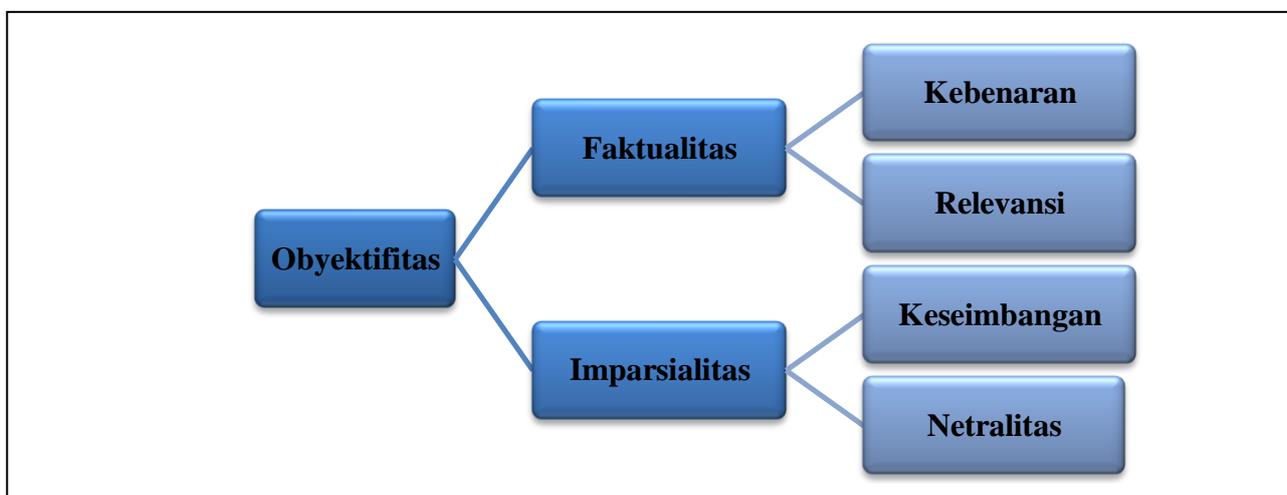
Tinjauan tentang Berita

Berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena menarik minat bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut (Sumadiria, 2006). Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori: berita berat (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilih menjadi berita diduga dan berita tak diduga. Rivers (1994) pernah melakukan pembagian berita dalam beberapa jenis, yakni: *straight news report*, *depth news report*, *comprehensive news*, *interpretative report*, *feature story*, *depth reporting*, *investigative reporting*, dan *editorial writing* (Sumadiria, 2006, p. 69-70).

Sumadiria (2006) mengungkapkan ada beberapa kriteria umum yang kerap digunakan para jurnalis dalam menentukan nilai berita, yakni: keluarbiasaaan, kebaruan, akibat, aktual, kedekatan, informasi, konflik, orang penting, ketertarikan manusiawi, kejutan, dan seks. Berita ditulis dengan menggunakan rumus 5W1H (*what, who, when, where, why, dan how*), agar berita itu lengkap, akurat, sekaligus memenuhi standar jurnalistik (Sumadiria, 2006). Berita baru dikatakan layak menjadi berita jika telah memenuhi beberapa unsur layak berita seperti: akurat, lengkap, adil dan berimbang, objektif, ringkas, jelas, dan hangat (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006).

Tinjauan tentang Obyektivitas Media

Obyektivitas pada umumnya berkaitan dengan berita dan informasi, sedang keanekaragaman berkaitan dengan segenap bentuk keluaran (*output*) media. Model yang paling mendekati obyektivitas yang ideal adalah model yang dibuat oleh Westersthäl, yang mengadopsi peraturan penyiaran di Swedia. Adapun garis besar model Westerthäl (McQuail, 1991, p. 128) yang dimaksud adalah sebagai berikut:



Sumber: McQuail (1991, p. 128)

Pada skema tersebut, kefaktualan dikaitkan dengan bentuk penyajian laporan tentang peristiwa yang dapat dicek kebenarannya pada sumber dan disajikan tanpa komentar (McQuail, 1991). Faktualitas (*factuality*) diartikan sebagai kualitas informasi yang dikandung oleh suatu berita, sedangkan kriteria kualitas informasi adalah potensial bagi *audiens* untuk belajar tentang realitas. Faktualitas memiliki dua aspek utama yaitu *truth* (kebenaran) dan *relevance*. McQuail (1991) membagi kebenaran menjadi tiga subaspek yaitu keutuhan laporan, ketepatan yang ditopang oleh pertimbangan independen, dan tidak adanya keinginan untuk menyalaharahkan atau menekan. Aspek *relevance* berkaitan dengan standar kualitas proses seleksi berita. Imparsialitas dihubungkan dengan sikap netral wartawan, suatu sikap yang menjauhkan setiap penilaian pribadi (personal) dan subjektif demi pencapaian sasaran yang diinginkan. Untuk itu, penelitian ini menggunakan unit analisis yang telah diolah oleh McQuail (1991) dalam menelusuri tingkat obyektivitas pemberitaan surat kabar akan diteliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Deskripsi yang akan ditemukan adalah gambaran mengenai keberpihakan media cetak dalam pemberitaan tentang calon gubernur dan wakil gubernur pada Pilkada 2014. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Dalam hal ini, McQuail (Kriyantono, 2006, p. 229-230) mengungkapkan bahwa tujuan dilakukan analisis terhadap isi pesan komunikasi adalah: a) Mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media; b) Membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial; c) Isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat; d) Mengetahui fungsi dan efek media; e) Mengevaluasi media performance, dan; f) Mengetahui apakah ada bias media dalam. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pemberitaan terkait calon gubernur dan wakil gubernur Lampung pada Pilkada Lampung 2014 yang dimuat di *SKH Lampung Post*, *SKH Radar Lampung* dan *SKH Tribun Lampung* selama 1 minggu menjelang pemilihan (1-7 April 2014). Sampel berita yang terkait dengan objek penelitian berjumlah 60 berita dengan rincian: *SKH Radar Lampung* sebanyak 19 berita, *SKH Lampung Post* sebanyak 23 berita, dan *SKH Tribun Lampung* 18 berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Isi SKH Radar Lampung

Secara rinci, hasil analisis isi *SKH Radar Lampung* dapat diamati pada Tabel 1. Pada konteks ini, terdapat tiga kategori utama yang akan dibahas yaitu akurasi pemberitaan, ketidakberpihakan pemberitaan, dan validitas keabsahan data. Dari empat sub kategori akurasi pemberitaan, hanya dua sub kategori yang memiliki nilai positif yakni dari kesesuaian judul dan pencantuman waktu kejadian (>80%). Sedangkan kelengkapan informasi, sebagian berita tidak didukung dengan data pendukung dan masih ditemukannya pencampuran fakta dan opini dalam pemberitaan (<40%). Pada kategori *fairness* dapat disimpulkan ada keberpihakan pada pemberitaan *SKH Radar Lampung*. Dari 3 sub kategori yang ditinjau, berita Ridho Berbakti mendapat perhatian lebih besar bagi *SKH Radar*

Lampung karena seluruh beritanya disajikan dalam berita yang panjang (100%) dan dianggap sangat penting (76,9%). Meskipun dalam penggunaan sumber berita masih tidak seimbang (76,9%). Obyektivitas media dilihat dari kategori validitas keabsahan berita, pada sub kategori atribusi, seluruh berita mencantumkan identitas sumber berita secara jelas namun sebagian besar (>69,2%) wawancara dilakukan bukan pada pelaku langsung atau salah satu pasangan Cagub dan Cawagub.

Tabel 1. Analisis Isi SKH Radar Lampung

Kategori		Kandidat Cagub dan Cawagub (%)			
		Berlianmu	Ridho Berbakti	Manzada	Aman
A. Akurasi Pemberitaan					
Kesesuaian Judul dan Isi	Sesuai	90	84,6	85,7	85,7
	Tidak sesuai	10	15,4	14,3	14,3
Pencantuman Waktu	Mencantumkan	80	84,6	85,7	85,7
	Tidak mencantumkan	20	15,4	14,3	14,3
Data Pendukung	Ada data pendukung	40	30,8	14,3	14,3
	Tidak ada data pendukung	60	69,2	85,7	85,7
Faktualitas berita	Pencampuran fakta & opini	20	38,5	14,3	14,3
	Tidak ada pencampuran	80	61,5	85,7	85,7
B. Fairness/ Ketidakberpihakan Berita					
Penggunaan Sumber berita	Seimbang	60	23,1	71,4	71,4
	Tidak Seimbang	40	76,9	28,6	28,6
Jenis Kepentingan Berita	Banner Headlines	60	76,9	57,1	57,1
	Spread Headlines	10	7,7	0	14,3
	Secondary Headlines	10	7,7	28,6	14,3
	Subordinated Headlines	20	7,7	14,3	14,3
Panjang Berita	Kurang dari 5 alenia	20	0	14,3	14,3
	5 alenia atau lebih	80	100	85,7	85,7
C. Validitas Keabsahan Data					
Atribusi	Sumber berita jelas	100	92,3	100	100
	Sumber berita tidak jelas	0	7,7	0	0
Kompetensi Sumber	Wartawan	0	7,7	0	0
	Pelaku langsung	30	23,1	14,3	28,6
	Bukan pelaku langsung	70	69,2	85,7	71,4

Sumber: Data Primer, 2014.

Analisis Isi SKH Lampung Post

Analisis isi *SKH Lampung Post*, secara rinci dapat diamati pada Tabel 2. Dari empat sub kategori akurasi pemberitaan, satu kategori yakni kesesuaian judul dan isi berita mencapai 100% sesuai. Pemberitaan pasangan Manzada menunjukkan lebih dari setengah beritanya tidak mencantumkan keterangan waktu kejadian (55,6%), dan 62,5% beritanya tidak disertai data pendukung. Pasangan Ridho Berbakti dan Manzada juga dimanjakan dengan penyajian data yang sebagian besar disertai foto dan pendukung lainnya. Pada sub kategori faktualitas berita, pemberitaan Ridho Berbakti yang paling banyak terdapat

pencampuran fakta dan opini pada pemberitaannya. Dari kategori *fairness* ini, dapat disimpulkan bahwa *SKH Lampung Post* telah melakukan keberpihakan pada pemberitaannya.

Tabel 2. Analisis Isi SKH Lampung Post

Kategori		Kandidat Cagub dan Cawagub (%)			
		Berlianmu	Ridho Berbakti	Manzada	Aman
A. Akurasi Pemberitaan					
Kesesuaian Judul dan Isi	Sesuai	100	100	100	100
	Tidak sesuai	0	0	0	0
Pencantuman Waktu	Mencantumkan	87,5	91,7	44,4	100
	Tidak mencantumkan	12,5	8,3	55,6	0
Data Pendukung	Ada data pendukung	37,5	58,3	66,7	20
	Tidak ada data pendukung	62,5	41,7	33,3	80
Faktualitas berita	Pencampuran fakta & opini	25	41,7	22,2	40
	Tidak ada pencampuran	75	58,3	77,8	60
B. Fairness/ Ketidakberpihakan Berita					
Penggunaan Sumber berita	Seimbang	37,5	41,7	11,1	60
	Tidak Seimbang	62,5	58,3	88,9	40
Jenis Kepentingan Berita	Banner Headlines	12,5	58,3	33,3	0
	Spread Headlines	25	16,7	33,3	40
	Secondary Headlines	37,5	25	33,3	60
	Subordinated Headlines	25	0	0	0
Panjang Berita	Kurang dari 5 alenia	25	8,3	0	0
	5 alenia atau lebih	75	91,7	100	100
C. Validitas Keabsahan Data					
Atribusi	Sumber berita jelas	100	100	88,9	100
	Sumber berita tidak jelas	0	0	11,1	0
Kompetensi Sumber	Wartawan	12,5	16,7	22,2	20
	Pelaku langsung	12,5	41,7	44,4	20
	Bukan pelaku langsung	75	41,7	33,3	60

Sumber: Data Primer, 2014.

Dari 3 sub kategori yang ditinjau, berita Manzada dan Ridho Berbakti mendapat perhatian lebih besar bagi *SKH Lampung Post*. Selain karena jumlahnya cukup banyak, beritanya juga disajikan dalam tulisan-tulisan panjang(100%) dan ditempatkan dalam banner headlines dan dianggap sangat penting (76,9%). Meskipun dalam penggunaan sumber berita masih tidak seimbang (76,9%). Obyektivitas *SKH Lampung Post* dilihat dari kategori validitas keabsahan berita, pada sub kategori atribusi, hampir seluruh berita mencantumkan identitas sumber berita secara jelas. Namun, dari segi kompetensi berita, pasangan Ridho Berbakti dan Manzada mendapat keuntungan dengan lebih banyak diwawancara sebagai sumber berita dibandingkan pasangan Berlianmu dan Aman.

Analisis Isi SKH *Tribun Lampung*

Pada Tabel 3 berikut ini disajikan hasil analisis isi *SKH Tribun Lampung*. Dari empat sub kategori akurasi pemberitaan *SKH Tribun Lampung*, tiga sub kategori sudah memiliki nilai positif yakni dari kesesuaian judul (100%), pencantuman waktu kejadian (>75%) dan faktualitas berita (100%). Sedangkan kategori kelengkapan informasi, lebih dari 50% berita masih belum disertai data pendukung, hanya mengandalkan hasil observasi dan wawancara saja.

Tabel 2. Analisis Isi SKH *Tribun Lampung*

Kategori		Kandidat Cagub dan Cawagub (%)			
		Berlianmu	Ridho Berbakti	Manzada	Aman
A. Akurasi Pemberitaan					
Kesesuaian Judul dan Isi	Sesuai	100	100	100	100
	Tidak sesuai	0	0	0	0
Pencantuman Waktu	Mencantumkan	85,7	75	88,9	83,3
	Tidak mencantumkan	14,2	25	11,1	16,7
Data Pendukung	Ada data pendukung	42,9	50	44,4	50
	Tidak ada data pendukung	57,1	50	55,6	50
Faktualitas berita	Pencampuran fakta & opini	0	0	0	0
	Tidak ada pencampuran	100	100	100	100
B. Fairness/ Ketidakberpihakan Berita					
Penggunaan Sumber berita	Seimbang	71,4	75	44,4	66,7
	Tidak Seimbang	28,6	25	55,6	33,3
Jenis Kepentingan Berita	Banner Headlines	42,9	62,5	33,3	66,7
	Spread Headlines	14,2	0	33,3	0
	Secondary Headlines	42,9	25	22,2	33,3
	Subordinated Headlines	0	12,5	11,1	0
Panjang Berita	Kurang dari 5 alenia	0	12,5	0	16,7
	5 alenia atau lebih	100	87,5	100	83,3
C. Validitas Keabsahan Data					
Atribusi	Sumber berita jelas	100	100	100	100
	Sumber berita tidak jelas	0	0	0	0
Kompetensi Sumber	Wartawan	14,2	12,5	22,2	16,7
	Pelaku langsung	28,6	50	22,2	50
	Bukan pelaku langsung	57,2	37,5	55,6	33,3

Sumber: Data Primer, 2014.

Pada kategori *fairness* dapat disimpulkan tidak ada keberpihakan pada pemberitaan *SKH Tribun Lampung*. Pemberitaan Cagub dan Cawagub Lampung mendapat porsi yang cukup seimbang bagi keempat pasangan. Tidak ditemukan perbedaan perlakuan yang cukup mencolok antara satu pasangan dengan pasangan lainnya. Obyektivitas *SKH Tribun Lampung* dilihat dari kategori validitas keabsahan berita, pada sub kategori atribusi, seluruh berita (100%) mencantumkan identitas sumber berita secara jelas. Secara kompetensi sumber berita sudah cukup baik karena bukan berasal dari observasi wartawan saja.

Pembahasan

Obyektivitas secara sempit menurut Michael Bugeja adalah melihat dunia seperti apa adanya, bagaimana yang anda harapkan seperti apa adanya, bukan bagaimana yang anda harapkan semestinya (*objectivity is seeing the world as it is, not how you wish it were*). Definisi obyektivitas dalam pengertian sempit ini menempatkan media hanya melaporkan apa yang penting untuk dikatakan dan dilakukan dan kurang menghiraukan tentang sebab-musabab. Akibatnya, halaman surat kabar sebagian besar masih diisi dengan berita obyektif yang dimensi tunggal (*one dimensional*), di mana wartawannya bertindak sebagai ban-berjalan yang tidak kritis, dengan memberikan bobot yang sama pada semua yang terlibat dalam peristiwa (Ishwara, 2005).

Meski dianggap kaku, definisi ini masih digunakan dalam menilai obyektivitas media dalam pemberitaannya. Tujuannya, untuk melihat sejauh mana sebuah media bersikap jujur adil dalam pemberitannya karena sebuah berita tidak mungkin objektif dan tidak mungkin bebas dari kepentingan-kepentingan tertentu. Tidak semua peristiwa yang terjadi bisa tersaji di halaman surat kabar karena tidak semua peristiwa layak dijadikan berita. Begitu pula tidak semua fakta-fakta sosial bisa tersaji secara utuh dalam sebuah berita. Terdapat proses seleksi dalam penentuannya.

Terkait pemberitaan tentang Cagub dan Cawagub Lampung 2014, ditinjau dari jumlah berita setiap pasangan di ketiga SKH, terlihat bahwa pasangan nomor urut 2 yakni Ridho Berbakti mendapat porsi pemberitaan yang lebih banyak dibandingkan ketiga pasangan lainnya dengan total berita 33 berita. Diikuti pasangan Berlianmu dan pasangan Manzada masing-masing 25 berita, sedangkan pasangan Aman hanya 18 berita. Proporsi pada *SKH Radar Lampung* dan *SKH Lampung Post* terkait pasangan Ridho berbakti terdapat selisih yang cukup jauh dengan pasangan lainnya. Hanya di *SKH Tribun Lampung* yang perbedaannya tipis dan cukup berimbang dalam meliput setiap pasangan Cagub dan Cawagub Lampung. Hal ini memberikan keuntungan tersendiri bagi pasangan nomor 2, semakin banyak diliput oleh media diharapkan akan semakin bisa mempengaruhi opini publik.

Perbedaan jumlah ini menunjukkan adanya perbedaan kebijakan redaksional antara ketiga surat kabar dalam memilih dan menyajikan berita. Setidaknya ada lima tingkatan menurut Shoemaker & Reese (1996) terkait kebijakan redaksional ini, yaitu: 1) Faktor individual, diantaranya latar belakang personal dan pengalaman nilai-nilai yang dianut, keyakinan dan latar belakang pendidikan; 2) Level rutinitas media (*media routine*), berkaitan dengan mekanisme dan proses penentuan berita yang sudah menjadi prosedur standar pengelolaan media; 3) Level organisasi, berkaitan dengan struktur organisasi yang mempengaruhi pemberitaan; 4) Level ekstra media, ada beberapa faktor eksternal yang bisa mempengaruhi isi media, seperti sumber berita, sumber penghasilan media; 5) Faktor ideologi, diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya.

Kebijakan media terkait berita mana yang akan disajikan, diyakini berpengaruh pada obyektivitas isi pemberitaannya. Westersthäl membagi obyektivitas ke dalam dua faktor, yakni faktualitas dan imparsialitas. Faktualitas terdiri dari dua faktor penunjang yakni kebenaran dan relevansi. Pada penelitian ini faktualitas dilihat dari akurasi pemberitaan dan validitas keabsahan data. Sedangkan imparsialitas yang terdiri dari keseimbangan dan netralitas dilihat dari komponen *fairness* atau ketidakberpihakan media.

Berdasarkan beberapa kategori obyektivitas yang dikaji dapat disimpulkan bahwa dari ketiga surat kabar, penilaian obyektivitas yang paling baik adalah *SKH Tribun*

Lampung, dimana surat kabar ini tidak menonjolkan salah satu pasangan Cagub dan Cawagub Lampung 2014. Dari sisi faktualitas dan imparialitasnya, *SKH Tribun Lampung* terlihat lebih berhati-hati dalam akurasi pemberitaan, penggunaan sumber berita, sampai pemilihan berita. Sehingga tidak terlihat perbedaan perlakuan yang mencolok antara satu pasangan dengan pasangan Cagub dan Cawagub Lampung lainnya.

Berbeda dengan *SKH Radar Lampung* dan *SKH Lampung Post*. Pada kedua media ini, obyektivitas pemberitaannya bisa dinilai lebih rendah. Terdapat keberpihakan pemberitaan pada salah satu atau dua pasangan Cagub dan Cawagub Lampung. Diawali dengan jumlah liputan pasangan Ridho Berbakti yang lebih banyak daripada pasangan lain. Demikian pula pada penempatan foto pendukung, penyajian berita dalam jenis *banner headline*. Kurangnya kehati-hatian kedua surat kabar ini juga terlihat dari masih besarnya pencampuran fakta dan opini dan ketidakseimbangan dalam penggunaan sumber berita. Namun, dari segi akurasi penyajian seperti kesesuaian judul dan isi, pencantuman waktu peliputan, dan sumber berita yang jelas, *SKH Radar Lampung* dan *SKH Lampung Post* juga sudah sangat baik.

Perbedaan obyektivitas pemberitaan pada ketiga surat kabar ini, selain dikarenakan adanya lima faktor kebijakan redaksional seperti yang diungkapkan Shoemaker & Reese (1996), ada faktor lain yang juga mempengaruhi yakni kondisi objek pemberitaan. Kondisi pertama adalah adanya calon yang masih menduduki jabatan strategis. Pada Pilkada Lampung 2014, setidaknya ada lima calon yang memiliki jabatan strategis, yakni Sekretaris Daerah Provinsi Lampung (Berlian Thihang) sebagai calon gubernur, Bupati Lampung Barat (Mukhlis Basri) sebagai calon wakil gubernur, Bupati Tulang Bawang Barat (Bahtiar Basri) sebagai calon wakil gubernur, Walikota Bandar Lampung (Herman HN) sebagai calon gubernur dan Walikota Metro (Lukman Hakim) sebagai calon wakil gubernur. Selain Berlian Thihang yang harus mengundurkan diri dari PNS, keempat kepala daerah lainnya tidak harus mengundurkan diri, melainkan cuti saja. Akibatnya, ada beberapa calon yang memanfaatkan jabatannya untuk mempromosikan dirinya dalam pemberitaan. Sehingga pemberitaannya tidak hanya seputar kampanye dan agenda pilkada lainnya. Seperti liputan khusus 4 halaman mengenai keberhasilan Herman HN dalam membangun Kota Bandar Lampung di *SKH Lampung Post* pada tanggal 5 April 2014.

Kondisi lainnya yang juga berpengaruh adalah kekuatan finansial setiap pasangan calon atau dengan kata lain jumlah dana kampanye yang dimiliki setiap pasangan Cagub dan Cawagub Lampung 2014. Dana kampanye yang besar memungkinkan pasangan calon dan partai pengusungnya melakukan kampanye di media secara maksimal. Kampanye media yang berupa iklan, secara tidak langsung mempunyai korelasi dengan arah pemberitaan. Bahkan seringkali surat kabar membuat konsep tidak jelas apakah yang mereka sajikan itu adalah berita atau pariwisata. Surat kabar yang paling banyak melakukannya adalah *SKH Lampung Post* khususnya pada pemberitaan pasangan Ridho Berbakti. Misalnya pada judul “Muhammad Ridho Ficardo Silaturahmi Keluarga Kerajaan Adat Paksi Pak Skala Brak” (1/4/2014) atau “Ridho Berbakti Gelar Kampanye Terbuka Terakhir” (3/4/2014) satu halaman penuh. Kedua tulisan ini disajikan dalam bentuk berita dan tidak ada kode ADV di akhir tulisan sebagai penciri advertorial (iklan berita), padahal isinya sangat mempromosikan pasangan Ridho Berbakti lengkap dengan foto pendukung yang sangat banyak.

Dana yang besar juga memungkinkan mereka melakukan banyak kegiatan sosialisasi yang sengaja diliput oleh media. Semakin sering pasangan tersebut tampil di publik, maka

semakin banyak pula isu yang bisa diberitakan dalam upaya pembentukan citra dan opini publik. Namun akibatnya, obyektivitas pemberitaan yang seringkali dikorbankan.

KESIMPULAN

Penilaian obyektivitas yang paling baik dari ketiga surat kabar adalah *SKH Tribun Lampung*, dimana surat kabar ini tidak menonjolkan salahsatu pasangan Cagub dan Cawagub Lampung 2014. Dari sisi faktualitas dan imparialitasnya, *SKH Tribun Lampung* terlihat lebih berhati-hati dalam akurasi pemberitaan, penggunaan sumber berita, sampai pemilihan berita. Obyektivitas pemberitaan *SKH Radar Lampung* dan *SKH Lampung Post* bisa dinilai rendah karena terdapat keberpihakan pemberitaan. Terlihat dari jumlah liputan, foto pendukung, penyajian berita dalam jenis *banner headline* pasangan Ridho Berbakti yang lebih banyak daripada pasangan lain. Kedua surat kabar ini juga masih ditemukan pencampuran fakta dan opini dan ketidakseimbangan dalam penggunaan sumber berita. Perbedaan obyektivitas pemberitaan pada ketiga surat kabar ini, selain dikarenakan adanya lima faktor kebijakan redaksional, juga dipengaruhi kondisi objek pemberitaan seperti adanya calon yang masih menduduki jabatan strategis dan kekuatan dana kampanye.

SARAN

Bagi pengelola surat kabar, ada baiknya untuk lebih memperhatikan obyektivitas pemberitannya. Berusaha untuk lebih seimbang dalam menjalankan tiga pilar pers, idealisme, profesionalisme dan komersialisme. Bukan lebih mengutamakan komersialisme saja dan mengorbankan profesionalismenya. Bagi peneliti lain, penelitian ini masih banyak sekali kekurangannya. Terutama dari jumlah sampel dan kategori-kategori yang digunakan. Sehingga penelitian ini bisa lebih dikembangkan dengan memperbanyak jumlah sampel dan kategori obyektivitas lainnya. Penelitian ini juga bisa lebih diperdalam dengan menggunakan metode lainnya seperti analisis framing ataupun analisis wacana untuk melihat konstruksi berita.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., dan Karlinah, S.. 2007. *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Meda.
- Eriyanto. 2004. *Analisis framing: konstruksi, ideologi, dan politik media*. Yogyakarta: LkiS.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi realitas politik dalam media massa*. Jakarta: Granit.
- Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan-catatan jurnalisme dasar*. Jakarta: Buku Kompas.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Kusumaningrat, H., dan Kusumaningrat, P. 2006. *Jurnalistik teori dan praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 1991. *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis. 1992. *Media performances: mass communication and the public interest*. London: Sage Publication.
- Shoemaker, P.J. dan Reese, S.D. 1996. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. New York: Longman.
- Sumadiria, Haris AS. 2006. *Jurnalistik Indonesia (menulis berita dan feature)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.