

**KOMPARASI KEBENARAN, RELEVANSI, KESEIMBANGAN DAN NETRALITAS  
DALAM PEMBERITAAN**

**(Studi Konten Analisis Terkait Pemberitaan Pemilu Presiden 2014  
di Harian Kompas dan Koran Sindo)**

***THE COMPARASION OF TRUTH, RELEVANCE, BALANCE AND NETRALITY  
IN NEWS REPORTING***

***(Content Analysis On Presidential Election News-Reporting 2014  
In Kompas And Koran Sindo Daily)***

**Emmy Poentarie**

Peneliti Komunikasi dan Media pada Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika  
Yogyakarta. Jln Imogiri Barat Km 5. Telp/Faks. 0274-375253 Yogyakarta  
(Naskah diterima melalui email Mei 2015, direvisi sesuai masukan Tim redaksi Juni 2015,  
diperiksa mitra bestari Juni 2015, direvisi sesuai masukan mitra bestari Juni 2015,  
disetujui terbit Juni 2015)

**ABSTRACT**

*Background of this research is an expectation toward mass media in order to work professionally, independently, and objectively in presidential election news reporting 2014. This article focuses on the issue of truth, relevance, balance, and netrality in news reporting regarding presidential election 2014 in Kompas and Koran Sindo daily. By content analysis, the result shows that: First truth category, Kompas has higher-level factuality than Koran Sindo. Second, relevance category, Kompas in reporting presidential election 2014 tends to keep factuality by minimalizing sensational contents. Meanwhile, this research found that Koran Sindo reported a number of sensational and dramatized news. Third, balance category, Kompas and Koran Sindo have same performance regarding presidential election 2014. They tend to abandon balance of news sources till. They emphasize one-side-cover report rather than cover-both-side one. Fourth, neutrality category, Kompas dailytends to be objective, proportional in presidential election campaign news report 2014. It gives balanced frequency for Prabowo-Hatta and Jokowi-JK. Contrarily, Koran Sindo is not objective. Frequency of the presiden/vice-president is not proporsional. Koran Sindo emphasizesPrabowo-Hatta more rather that Jokowi-JK do.*

**Keywords : Comparison; Truth, Relevance, Balance; Netrality; News.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tuntutan agar media massa berkinerja secara profesional, independen dan obyektif dalam pemberitaan kampanye Pemilu Presiden 2014. Permasalahan difokuskan pada persoalan kebenaran, relevansi, keseimbangan dan netralitas dalam pemberitaan terkait masalah Pemilu Pilpres 2014 pada Harian Kompas dan Koran Sindo. Dengan metode analisis isi, hasilnya menunjukkan : *Pertama* kategori kebenaran, Kompas memiliki faktualitas yang cenderung tinggi dibandingkan dengan Koran Sindo. *Kedua*, kategori relevansi, Kompas dalam menyajikan berita kampanye Pemilu Presiden 2014 cenderung menjaga faktualitas dengan meminimalisasi hal-hal yang mengandung sensasionalisme. Sedangkan Koran Sindo masih ditemui sejumlah berita yang tergolong sensasionalisme yang mengandung unsur dramatisasi. *Ketiga*, kategori keseimbangan, Harian Kompas dan Koran Sindo memiliki kinerja yang sama terkait dengan pemberitaan Kampanye Pemilu Presiden 2014 yakni cenderung menggunakan nara sumber tidak berimbang sehingga lebih menonjolkan penggunaan teknik liputan satu sisi (*one side cover*) dari pada banyak sisi (*cover both side*). *Keempat*, kategori netralitas, Koran Kompas cenderung obyektif, proporsional dalam pemberitaan terkait dengan pelaksanaan kampanye Pemilu Presiden 2014, memberi porsi frekuensi kemunculan yang berimbang baik pasangan calon presiden Prabowo-Hatta maupun Jokowi-JK. Sedangkan Koran Sindo tidak obyektif, kemunculan berita terkait dengan pasangan calon presiden/wakil presiden tidak proporsional cenderung berat sebelah. Koran Sindo lebih menonjolkan Prabowo-Hatta daripada Jokowi-JK.

**Kata-kata kunci : Komparasi; Kebenaran, Relevansi, Keseimbangan; Netralitas; Berita.**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang dan Permasalahan

Pemilihan Umum (Pemilu) Presiden 9 Juli 2014 diikuti 2 (dua) pasangan calon presiden/wakil presiden yakni Prabowo Subianto - Hatta Rajasa dan Joko Widodo - Jusuf Kalla atau yang sering disebut Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK. Pemilu merupakan salah satu bentuk pendidikan politik yang bersifat langsung, terbuka dan massal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai demokrasi. Instrumen yang dipakai salah satunya adalah materi kampanye dari peserta Pemilu. Peran itu terutama dilakukan partai politik maupun individu peserta pemilihan umum.

Peristiwa penting yang bersentuhan langsung dengan publik khususnya yang berkaitan dengan pesta demokrasi yang disebut sebagai Pemilu senantiasa menarik perhatian masyarakat. Hal inipun tidak terlepas dari perhatian media. Berita terkait dengan pelaksanaan kampanye Pemilu Presiden 2014 merupakan informasi menarik bagi khalayak untuk mengetahui kualitas dan kapabilitas serta visi dan misi para kandidat. Peran media di sini tentu tidak terlepas dari fungsi *surveillance*-nya yang diperlukan khalayak, serta memberikan fasilitasi pembentukan opini publik yang muaranya pada pendidikan politik bagi masyarakat.

Pemberitaan di surat kabar merupakan hasil proses kerja profesional yang terorganisasi, dengan menggunakan kaidah dan etika tertentu. Mengingat peran tersebut, maka surat kabar seharusnya mampu memberikan informasi yang benar dan berimbang. Dengan demikian media dituntut untuk menjadi independen dan objektif, sehingga masyarakat akan mendapatkan informasi secara proporsional. Ketua Dewan Pers, Bagir Manan, mengingatkan agar pers bersikap independen menghadapi Pemilu 2014. Pers harus memelihara dirinya agar tidak terkooptasi kepentingan politik tertentu.

Dalam jurnalisme dan kegiatan jurnalistik, prinsip independensi dan netralitas harus ditegaskan. Independen artinya merdeka dalam menjalankan ideologi jurnalisme. Netral diartikan berimbang, akurat, tidak memihak kecuali pada kepentingan publik. Peran media massa harus tetap netral, jangan sampai dipengaruhi atau bahkan dikooptasi kepentingan politik atau kepentingan ekonomi semata. Hal ini perlu ditegaskan, sebab diketahui banyak politisi yang berasal dari pemilik media. Di samping itu media massa harus tetap proporsional dalam menyajikan berita dan sadar fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, kontrol dan perekat sosial dalam membangun budaya demokrasi yang berkualitas (Widodo, KR, 18/2/2014, hal 10).

Berdasarkan uraian di atas, dipandang perlu untuk melakukan penelitian ini dengan asumsi bahwa pemberitaan yang obyektif dalam artian memiliki bentuk yang faktual, akurat, jujur terhadap realitas dan dapat memisahkan antara fakta dengan opini, berimbang dan tidak memihak (McQuail, 2011, 224) itulah yang dibutuhkan khalayak. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini telaaahnya akan difokuskan pada persoalan kebenaran, relevansi, keseimbangan dan netralitas dalam pemberitaan terkait masalah Pemilu Pilpres 2014 pada Harian Kompas dan Koran Sindo. Dengan fokus tersebut permasalahannya menjadi bagaimana Kebenaran, Relevansi, Keseimbangan dan Netralitas dalam pemberitaan Pemilu Pilpres 2014 pada Surat kabar Harian Kompas dan Koran Sindo?

Penelitian bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai komparasi terkait soal Kebenaran, Relevansi, Keseimbangan dan Netralitas dalam pemberitaan Pemilu Pilpres 2014 dalam Harian Kompas dan Koran Sindo. Hasilnya diharapkan bermanfaat bagi: (1) Subdirektorat Media Cetak, Direktorat Pengelolaan Media Publik, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, khususnya pada Pasal 547 Peraturan Menteri Kominfo Nomor 17/ Per/M.Kominfo/10/2010 bagi pelaksanaan tugas penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, norma, standar, kriteria serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang media cetak; (2) Institusi media massa khususnya media cetak, dalam menempatkan berita mengenai kandidat presiden/wakil presiden terkait dengan isu-isu yang melingkupinya, pada proporsi yang benar dan seimbang dalam pemberitaannya. Dengan demikian dapat mendorong terwujudnya independensi media cetak dalam Pemilu.

## PEMBAHASAN

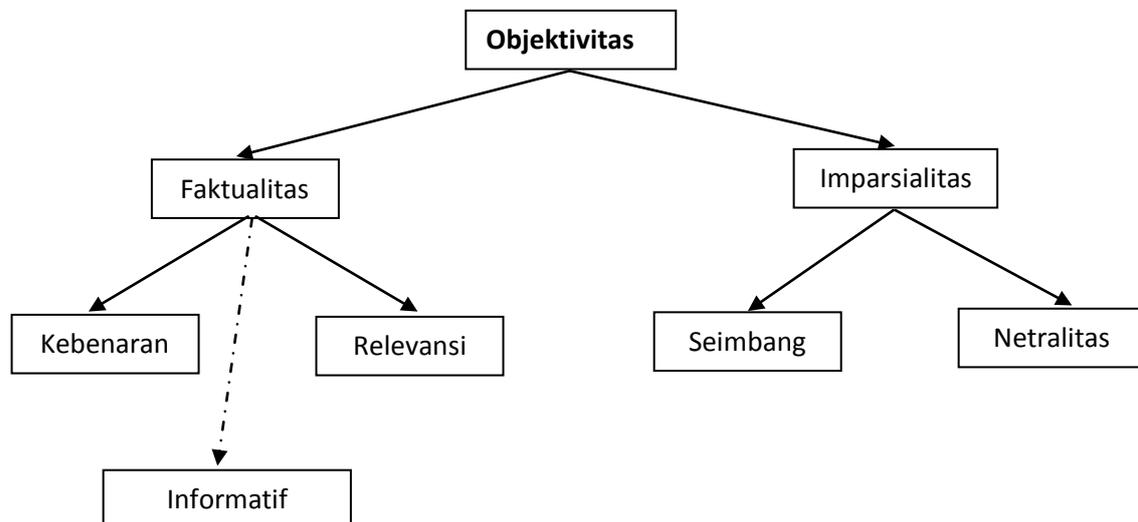
### Landasan Konseptual

McQuail (2011, 222) dalam bukunya yang berjudul *Teori Komunikasi Massa*, menyebutkan bahwa konsep paling inti dari teori media yang berkaitan dengan kualitas informasi adalah obyektivitas, terutama jika berhubungan dengan informasi berita. Obyektivitas adalah bentuk tertentu dari praktik media dan juga merupakan sikap tertentu dari tugas pengumpulan, pengolahan dan penyebaran informasi. Ciri utamanya adalah penerapan posisi keterlepasan dan netralitas terhadap obyek peliputan. Kedua, terdapat upaya untuk menghindari keterlibatan; tidak berpihak dalam perselisihan atau menunjukkan bias. Ketiga, obyektivitas membutuhkan keterikatan yang kuat terhadap akurasi dan jenis kebenaran media yang lain (seperti relevansi dan keutuhan).

Satu versi dari komponen obyektivitas dijelaskan oleh Westerstahl (dalam McQuail, 2011, 223) bahwa penyajian berita yang obyektif harus mencakup nilai-nilai dan fakta, di mana fakta itu sendiri memiliki implikasi evaluatif. Dimensi obyektivitas terdiri atas (1) faktualitas, dan (2) imparisialitas. Faktualitas terdiri atas: (a) kebenaran, (b) informatif, dan (c) relevansi. Sedang imparisialitas terdiri atas: (a) keseimbangan dan (b) netralitas. Agar lebih jelas dapat dilihat dalam gambar Komponen Kriteria Obyektivitas berikut ini:

Gambar 1

### Komponen Kriteria Obyektivitas



Sumber: Westerstahl (dalam McQuail, 2011, 224).

Dalam skema 'faktualitas' ini merujuk pertama pada bentuk peliputan yang berkaitan dengan peristiwa dan pernyataan yang dapat diperiksa terhadap sumber dan ditampilkan bebas dari komentar atau setidaknya dipisahkan dari komentar apapun. Faktualitas melibatkan beberapa 'kriteria kebenaran' yang lain; keutuhan laporan, akurasi, dan niat untuk tidak menyesatkan atau menyembunyikan hal yang relevan (kepercayaan yang baik). Aspek kedua dari faktualitas adalah 'relevansi'. Konsep ini berkaitan dengan proses seleksi, mensyaratkan pemilihan itu terjadi menurut prinsip yang jelas dan koheren dari apa yang penting bagi penerima yang dituju dan/ atau bagi masyarakat.

Menurut skema Westerstahl, imparisialitas merupakan 'sikap netral' dan harus diraih melalui kombinasi keseimbangan (penekanan waktu/tempat yang sama/proporsional) di antara penafsiran, sudut pandang, atau versi peristiwa yang saling berlawanan dan tidak memihak (netral) dalam penyajian. Skema dalam gambar di atas memberi elemen ekstra, yaitu 'informatif' yang penting bagi makna obyektivitas yang lebih utuh. Rujukannya adalah pada kualitas konten informasi yang mungkin meningkatkan kesempatan untuk mendapatkan informasi untuk khalayak: diperhatikan, dipahami, diingat dan sebagainya.

Kerangka konsep dalam penelitian ini mengadopsi pada konstruksi kategori dari Loina Lalolo (2004,113) yang telah dimodifikasi dan disesuaikan dengan penelitian ini. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pemikiran Denis McQuail, sebagai berikut:

**Tabel 1 Unit Analisis MC Quail**

Unit analisis			
faktualitas (Pemisahan fakta dan opini)		Imparsialitas	
Kebenaran, dengan kategori	b) Relevansi, dengan kategori	Keseimbangan narasumber dengan kategori:.	(b) Netralitas penyajian dengan kategori:
1. Pemisahan antara fakta dan opini, 2. Pencampuran antara fakta dan opini.	1. Informasi yang diberitakan tidak mengandung sensasi (non-sensasionalisme), 2. Informasi yang diberitakan mengandung sensasionalisme	1. narasumber berimbang, yakni lebih dari satu narasumber; dan 2. narasumber tidak berimbang yakni hanya ada satu narasumber.	1. Memuat unsur Prabowo-Hatta, 2. Memuat unsur Jokowi-JK.

Unit analisis faktualitas, pemisahan yang jelas antara fakta dan opini dalam berita, dibagi menjadi 2 (dua), yaitu: (a). Kebenaran, dengan kategori: 1. Pemisahan antara fakta dan opini, 2. Pencampuran antara fakta dan opini. (b) Relevansi, dengan kategori: 1. Informasi yang diberitakan tidak mengandung sensasi (non-sensasionalisme), 2. Informasi yang diberitakan mengandung sensasionalisme. Unit analisis lainnya adalah imparsialitas, yang merupakan sikap netral jurnalis, suatu sikap yang menjauhkan setiap penilaian subyektif untuk pencapaian sasaran yang diinginkan. Dibagi menjadi 2 (dua) yakni: (a) Keseimbangan narasumber dengan kategori: 1. narasumber berimbang, yakni lebih dari satu narasumber; dan 2. narasumber tidak berimbang yakni hanya ada satu narasumber. (b) Netralitas penyajian dengan kategori: (1) Memuat unsur Prabowo-Hatta, (2) Memuat unsur Jokowi-JK.

**Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian ini bersifat deskriptif, dan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Analisis isi merupakan sebuah metode yang masuk dalam penelitian kuantitatif. Secara umum, analisis isi hanya memperhatikan manifestasi atau isi permukaan dari kegiatan komunikasi karena hanya isi ini yang dianggap dapat dipelajari ‘secara obyektif’ (Perry 2002, 101). Analisis isi digunakan untuk meneliti atau menganalisis isi komunikasi secara sistematis, obyektif dan kuantitatif (Kriyantoro 2008, 60).

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah berita kampanye terbuka Pemilu Presiden 2014 yang dimuat pada Surat kabar Harian Kompas dalam rubrik ‘Indonesia Satu’ dan Koran Sindo dalam rubrik ‘Rakyat Memilih’. Terbit pada 5 Juni 2014 sampai dengan 6 Juli 2014 (Masa kampanye terbuka Pemilu Presiden mulai 4 Juni 2014 hingga 5 Juli 2014). Alasan pemilihan Surat kabar Harian Kompas dan Koran Sindo merujuk pada Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2006 ([www.menkominfo.go.id](http://www.menkominfo.go.id)) yakni batasan pengertian surat kabar nasional adalah surat kabar yang memenuhi kriteria: (1) Beroplak besar, (2) Memiliki peredaran luas secara nasional, (3) Tercantum dalam daftar surat kabar nasional.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh berita kampanye terbuka Pemilu Presiden 2014 mulai dari 5 Juni 2014 sampai dengan 6 Juli 2014. Sedangkan sampel uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah keseluruhan berita. Dalam penarikan sampel tidak terdapat ketentuan pasti mengenai jumlah besar kecilnya, yang terpenting adalah pengambilan sampel haruslah representatif atau mampu mewakili secara keseluruhan (Krisyantoro 2008, 151). Dalam kaitan penelitian ini digunakan *total sampling* yaitu meneliti seluruh populasi.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik dokumentasi, berupa kliping teks berita mengenai liputan kampanye terbuka Pemilu Presiden 2014 pada Surat kabar Harian Kompas dan Koran Sindo periode 4 Juni 2014 sampai dengan 5 Juli 2014. Data sekunder merupakan

data pendukung dalam sebuah penelitian (Kriyantoro 2008, 44). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui sejumlah literatur berupa buku, jurnal, tesis, surat kabar dan data *online* yang relevan dengan penelitian ini.

Pengkodean dilakukan dengan menggunakan lembar koding (*coding sheet*) yang telah memuat item-item indikator, variabel yang akan dikoding. Teknis pengkodean ini dilaksanakan oleh dua orang *coder* yang memiliki kemampuan analisis terhadap topik yang diteliti. Hasil pengkodean diuji tingkat reliabilitasnya dengan menggunakan rumus Holsti. (Holsti dalam Eriyanto 2011, 290).

Hasil uji reliabelitas terkait Unit Analisis MC Quail sebelumnya disajikan dalam tabel berikut

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Code	Kategori	Surat kabar			
		N1	N2	M	CR
1	Kebenaran	27	27	23	0,85
2	Relevansi	27	27	22	0,81
3	Keseimbangan	27	27	24	0,88
4	Netralitas	27	27	26	0,96

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa Hasil uji reliabilitas terhadap 27 sampel edisi pemberitaan yang diambil secara acak dari kedua surat kabar, menghasilkan koefisien antara 0,81-0,96. Angka koefisien tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini reliabel.

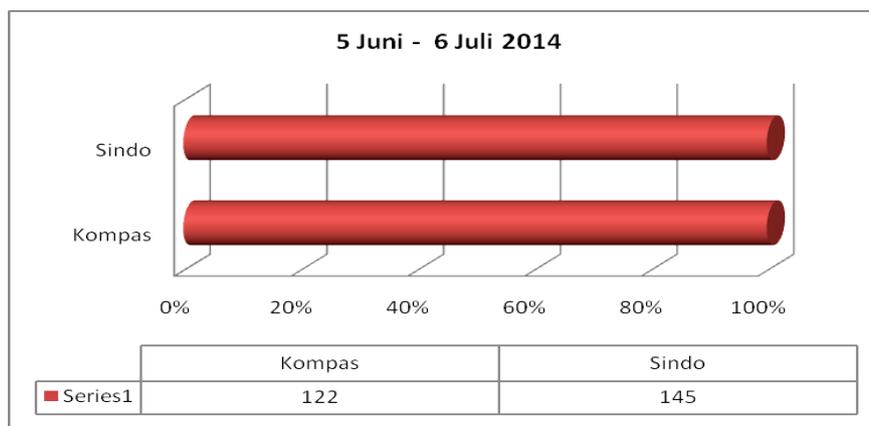
### Hasil Penelitian

#### 1. Berita Kampanye Pemilu Presiden 2014

Kovach dan Rosentiel (dalam Rianto dkk 2014, 149) telah menggariskan sembilan elemen yang harus menjadi '*guidance*' bagi seorang profesional jurnalis, yakni (1) kewajiban pertama jurnalis adalah pada kebenaran; (2) loyalitas pertama jurnalis kepada warga; (3) intisari jurnalisisme adalah disiplin dalam verifikasi; (4) para praktisi harus menjaga independensi terhadap sumber berita; (5) jurnalisisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan; (6) jurnalisisme harus menyediakan forum publik; (7) jurnalisisme harus berupaya membuat hal yang penting menarik dan relevan; (8) jurnalisisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional; (9) para praktisi harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Hasil pengumpulan berita terkait dengan kampanye Pemilu Presiden 2014 di Surat kabar Harian Kompas dan Koran Sindo dari tanggal 5 Juni 2014 sampai dengan 6 Juli 2014 sebanyak 267 berita. Dari total 267 berita kampanye terbuka Pemilu Presiden 2014, terdapat 122 berita di Kompas, dan 145 berita di Koran Sindo. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar berikut:

**Gambar 2. Berita Kampanye Pemilu Presiden 2014**



Sumber: data primer diolah

Walter Lippmann menyebutkan bahwa setiap organisasi media dan jurnalisnya memiliki budaya tertentu, dan akhirnya mempengaruhi *output* pesan yang mereka hasilkan (Rahayu 2006, 72). Menurut Lalolo (2004, 125) berita disajikan dengan gaya yang berbeda-beda, sesuai dengan karakteristik dari masing-masing media. Setiap media mempunyai aturan dan prinsip tersendiri dalam

menuliskan judul berita yang disesuaikan dengan karakteristik media bersangkutan. Kekhasan prinsip di dalam merumuskan judul berita itulah pada ketikanya akan membuat media bersangkutan dapat menarik perhatian khalayak atau sebaliknya. Terkait dengan pemberitaan kampanye terbuka Pemilu Presiden 2014, Koran Sindo cenderung memilih judul berita yang tergolong *eye-catching* dibandingkan dengan Kompas yang cenderung lebih lugas. Beberapa judul berita Koran Sindo yang mengandung unsur yang tergolong menyolok mata (*eye-catching*) misalnya, ‘Perusakan Spanduk Prabowo-Hatta Marak’ (Koran Sindo, 17-6-2014). ‘Massa Capres-Cawapres Bentrok’ (Koran Sindo, 25-6-2014). Agar pembaca segera tertarik untuk membaca isinya, maka Koran Sindo cenderung menggunakan judul yang mencolok mata (*eye-catching*). Judul dari berita tersebut berpotensi *provokatif* untuk mengundang khalayak penasaran, dapat membangkitkan minat dan perhatian khalayak menjadi tertarik untuk membaca berita tersebut lebih lanjut. Berita dengan judul *eye-catching* cenderung mempunyai daya tarik tinggi, menggoda, dan ada kalanya bernuansa provokatif. Judul berita semacam itu memang menarik untuk dibaca, dapat mengarahkan khalayak pada persepsi tertentu. Namun demikian tidak jarang hal ini akan menjadi kontra produktif ketika khalayak yang berpikiran sempit hanya membaca secara sekilas, tanpa membaca isi berita secara keseluruhan.

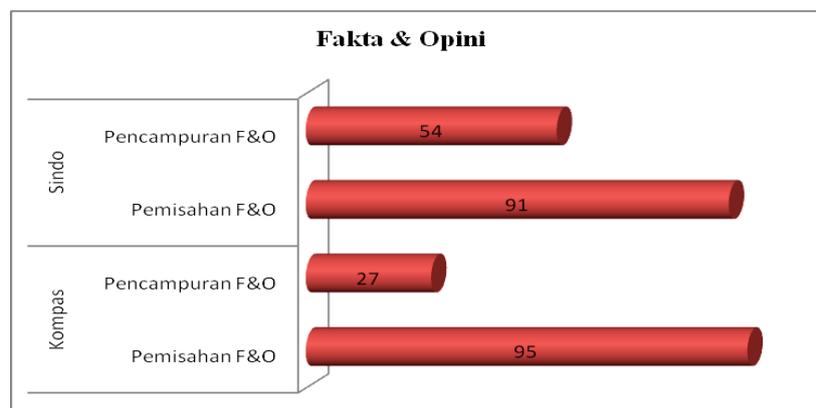
Lain halnya dengan harian Kompas, surat kabar ini cenderung lugas dalam menampilkan judul pemberitaannya terkait dengan kampanye Pemilu Presiden 2014, misalnya ‘Prabowo Bertemu Masyarakat’ (Kompas, 14-6-2014), ‘Jokowi Sapa Nelayan-Petani’ (Kompas, 14-6-2014). Judul tersebut memberi kesan sejuk, tidak memanaskan dan memprovokasi khalayak yang dapat menimbulkan situasi yang tidak kondusif ataupun meningkatkan rasa permusuhan. Kesannya menjaga kondusifitas, untuk tidak menimbulkan kesalahpahaman, atau keresahan, sehingga suasana terjaga tetap kondusif, dan hal ini tentu mencegah kemungkinan terjadinya konflik antar kedua kubu pendukung pasangan capres/cawapres. Menurut Abrar (2014, 136) jurnalisisme Kompas cenderung lebih suka mencari solusi ketimbang konflik. Ciri-ciri jurnalisisme seperti ini cocok dengan ciri-ciri orientasi jurnalisisme perdamaian, antara lain ditujukan pada solusi yang pada gilirannya diharapkan bisa mencegah konflik.

## 2. Faktualitas

### a. Kebenaran

Berikut ini dimensi faktualitas ditinjau dari sisi kebenaran. Dimensi faktualitas dapat dipahami sebagai derajat kefaktualan suatu berita atau bagaimana penulis membuktikan bahwa berita yang ditulisnya adalah fakta (Rahayu 2006, 40). Dalam penelitian ini kategorinya adalah: (a) Ada pemisahan antara fakta dan opini, (b) Ada pencampuran antara fakta dan opini. Untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh bagaimana pemisahan antara fakta dan opini dalam pemberitaan dapat dilihat dalam gambar berikut:

**Gambar 3 Faktualitas dari Sisi Kebenaran**



Sumber: data primer diolah

Menurut McQuail (2011, 224), ‘faktualitas’ merujuk pada bentuk peliputan yang berkaitan dengan peristiwa dan pernyataan yang dapat diperiksa terhadap sumber dan ditampilkan bebas dari komentar atau setidaknya dipisahkan dari komentar apapun. Manurung (2007, 271) menyebutkan bahwa di dalam fakta yang memiliki implikasi evaluatif, unsur utama adalah berkenaan dengan bentuk pelaporan kejadian dan pernyataan yang dapat diperiksa kebenarannya

(*truth*). Ini dilakukan terutama kepada sumber berita dan pelaporan yang menyampaikannya menyingkirkan pendapat wartawan, atau setidaknya dipisahkan dengan jelas dengan pendapat. Rivers (2008, 105) menyatakan bahwa fakta harus disajikan sebagai fakta, dan pendapat harus dikemukakan murni sebagai pendapat.

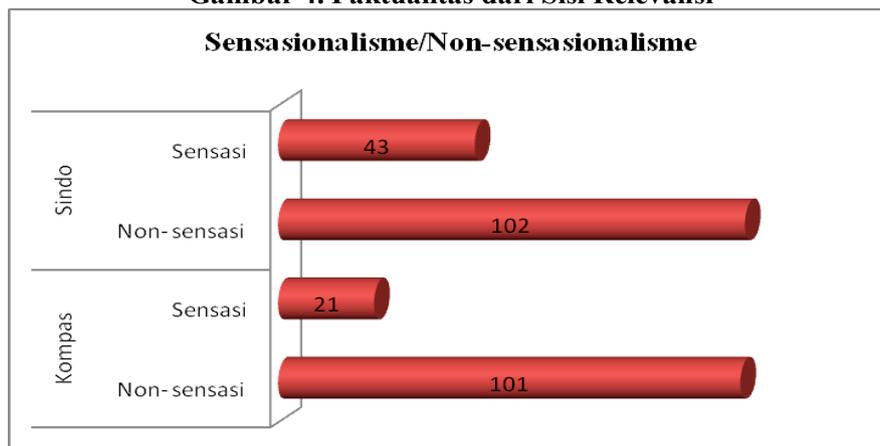
Gambaran data di atas menunjukkan bahwa terkait dengan pemberitaan kampanye terbuka Pemilu Presiden 2014, berita yang disajikan Surat kabar Harian Kompas yang tergolong ‘ada pemisahan yang jelas antara fakta dan opini’ sebanyak 77,86% dan berita yang disajikan ‘ada pencampuran fakta dan opini’ sebanyak 22,14%. Sementara dalam Koran Sindo ‘ada memisahkan yang jelas antara fakta dan opini’ sebanyak 67,58%, serta 32,42% ‘mencampurkan antara fakta dan opini’. Ini artinya bahwa kedua surat kabar tersebut dalam pemberitaannya terkait dengan kampanye Pemilu Presiden 2014 cenderung tidak bisa sepenuhnya ‘memisahkan antara fakta dan opini’. Eryanto (2007) menyebutkan bahwa menurut pandangan positivistik, berita merupakan cermin dan refleksi dari kenyataan, oleh karena itu berita haruslah sama dan sebangun dengan fakta yang hendak diliput. Dalam hal ini liputan fakta berarti tidak menambahkan pendapat atau sesuatu yang tidak terjadi ke dalam berita, tidak ada pandangan subyektif pembuat berita, sehingga terhindar dari penyesatan terhadap khalayak. Dalam implementasinya gambaran ideal tersebut tidak mudah dilakukan.

Berdasarkan gambaran data di atas menyiratkan bahwa salah satu kelemahan dari berita kampanye Pemilu Presiden 2015 yang dilansir oleh kedua surat kabar tersebut adalah masih tingginya item berita yang mencampurkan antara fakta dan opini. Di lihat secara keseluruhan, memang lebih banyak berita di kedua surat kabar yang tidak ada pencampuran fakta dan opini. Namun demikian jumlah berita yang mencampurkan fakta dan opini cukup signifikan. Ini artinya bahwa kefaktualan berita yang disajikan oleh surat kabar Kompas dan Koran Sindo antara berita dengan fakta atau antara teks dengan peristiwa yang terjadi belum maksimal. Rivers (2008, 330) menyatakan bahwa fakta dan pendapat terkadang memang sulit dibedakan, namun para jurnalis harus berusaha untuk memilahnya, bukan justru mencampur-adukannya. Jika dibandingkan antar kedua surat kabar tersebut, Kompas memiliki faktualitas yang cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan Koran Sindo.

**b. Relevansi**

Faktualitas juga diukur dari relevansi berita. Dalam penelitian ini kategori relevansi meliputi: (1) informasi yang diberitakan tidak mengandung sensasionalisme (non-sensasionalisme) dan (2) informasi yang diberitakan mengandung sensasionalisme. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:

**Gambar 4. Faktualitas dari Sisi Relevansi**



Sumber: data primer diolah

Gambar di atas menunjukkan bahwa sebanyak 82,78% berita kampanye Pemilu Presiden 2014 yang ditampilkan oleh Surat kabar Harian Kompas tidak mengandung unsur sensasionalisme (non-sensasional) dan sebanyak 17,22% berita kampanye yang ditampilkan mengandung unsur sensasionalisme. Yusuf (2010:1) menyebutkan bahwa salah satu teknik yang

sering dipraktikkan media untuk menarik dan mempertahankan minat pembacanya adalah menampilkan unsur sensasionalisme pada *headline*. Cara-cara media menampilkan sensasionalisme dalam laporan berita utama diyakini oleh pengelola media memberi pengaruh pada bagaimana khalayak tertarik atas informasi yang ditampilkan. Strategi penonjolan satu judul berita dibanding judul lainnya ini sangat lazim dalam dunia jurnalistik karena pada dasarnya isi media massa selalu direncanakan berlandaskan pertimbangan-pertimbangan hipotetik yang berupaya mendekatkan berbagai kepentingan. Kepentingan tersebut mencakup dua ranah, yaitu kepentingan pihak media maupun kepentingan pembaca.

Berdasarkan gambaran data di atas dapat dikatakan bahwa surat kabar Kompas baik dalam judul maupun isi beritanya terkait dengan pelaksanaan kampanye Pemilu Presiden 2014 sebagian besar tidak mengandung sensasionalisme. Kondisi ini menyiratkan bahwa pada dasarnya surat kabar tersebut terkait dengan kampanye Pemilu Presiden 2014, menyajikan berita apa adanya, yaitu memberi pesan langsung mengenai isi berita, tidak lentur dan tidak mengandung nuansa dramatisasi. Menurut Rahayu (2006, 53) dramatisasi dapat dipahami sebagai bentuk penyajian atau penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis bagi pembacanya. Berdasarkan data dan uraian di atas dapat dikatakan bahwa surat kabar Kompas dalam menyajikan berita kampanye Pemilu Presiden 2014 cenderung menjaga faktualitas dengan meminimalisasi hal-hal yang mengandung sensasionalisme. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Rahayu (2006, 24) yang menyebutkan bahwa sensasionalisme tidak dapat dibenarkan dalam ranah jurnalistik yang menekankan objektivitas pemberitaan.

Sementara dalam Koran Sindo terkait dengan kampanye Pemilu Presiden 2014, sebanyak 69,66% berita yang disajikan tidak mengandung unsur sensasionalisme (non sensasionalisme), sedangkan sebanyak 30,34% berita yang disajikan mengandung sensasionalisme. Data tersebut menunjukkan bahwa memang lebih banyak berita di Koran Sindo yang tidak sensasionalisme, namun demikian masih ditemui berita yang tergolong sensasionalisme yang mengandung unsur dramatisasi jumlahnya cukup signifikan. Rahayu (2006, 2) menyebutkan bahwa dalam upayanya meraih pembaca yang luas nampak kecenderungan pers menerapkan teknik penyajian judul berita yang sensasional, menggemparkan dan menakutkan. Teknik ini menghasilkan judul berita yang disebut *scare headline*. Judul berita terkadang hanya didasarkan pada opini wartawan sehingga bersifat evaluatif, subyektif, konklusif dan tidak faktual

Berita terkait dengan kampanye Pemilu Presiden 2014 di Koran Sindo yang menampilkan unsur sensasionalisme yang mengandung nuansa dramatisasi misalnya berita yang berjudul 'Kesetiaan Menjaga Hati dan Cinta Sejati'. Cuplikan berita di antaranya sebagai berikut: "...Setelah lama menjaga hati dan cinta sebagai ikatan kesetiaan, beredar kabar bahwa calon presiden Prabowo Subianto akan rujuk dengan mantan istrinya Siti Hediati Suharto....Sejak awal Prabowo meyakini bahwa pelabuhan hatinya hanya pada satu wanita...ini merupakan kabar baik dari ujung penantian panjang Prabowo yang setia menjaga hati dan cintanya untuk Titik" ( Sindo, 21-6-2014). Judul dan isi berita tersebut tampak mendramatisasi realitas, terkesan hiperbolik yakni cenderung melebih-lebihkan kenyataan dari yang sebenarnya.

Contoh lain dari judul yang tergolong sensasionalisme bernuansa dramatisasi adalah 'Prabowo Tumbal Para Jenderal'. Dalam *lead* tertulis: "...Prabowo Subianto merupakan tumbal para jenderal dalam kerusuhan Mei 1998, mantan Presiden KH Abdurrahman Wahid sampai menyebut Prabowo sebagai orang paling ikhlas untuk bangsa ini" (Sindo, 28-6-2014). Kata tumbal sering dikaitkan dengan khasanah mistik, yang dikonotasikan sebagai kurban persembahan untuk memperoleh sesuatu. Untuk itu timbul suatu pertanyaan, apakah benar bahwa Prabowo telah menjadi korban dari para jenderal untuk meraih sesuatu? Informasi tersebut apakah faktual? Judul berita yang bernuansa politis tersebut terkesan tendensius, cenderung bersifat subyektif dan konklusif. Ini berarti bahwa tidak selamanya akurasi mudah ditegakkan, ketika alasan politis ataupun ekonomis menjadi penghalang. Berita yang tergolong sensasionalisme dan mengandung unsur dramatisasi, cenderung tidak selalu membuahkan berita yang akurat.

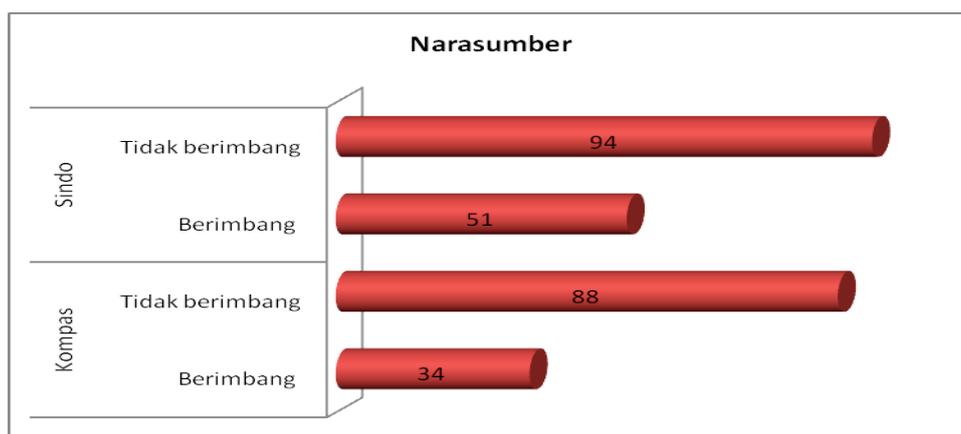
Membuat judul yang menarik memang diperlukan dalam suatu penulisan berita. Daya tarik merupakan salah satu elemen penting dalam membuat judul berita agar khalayak terdorong untuk membaca isi berita secara keseluruhan. Judul berita yang menarik dan menggugah sudah

sepatutnya dilakukan demi membuka pintu bagi khalayak untuk mengikuti isi beritanya. Namun demikian tentunya kurang tepat bila menulis judul berita yang penuh prasangka, sensasi dan cenderung tidak faktual. Seperti halnya berita dalam penulisan judul juga harus mengandung beberapa unsur: fakta, obyektif, jujur, benar terjadinya (aktual), teliti dan menarik (Barus, 2010:66).

### 3. Keseimbangan (Imparsialitas)

Dimensi selanjutnya adalah imparsialitas. Dimensi ini dibagi dalam 2 (dua) bagian yakni keseimbangan narasumber dan netralitas penyajian. Kategori narasumber dibedakan ke dalam 2 (dua) bagian yaitu: 1) narasumber berimbang, yakni lebih dari satu narasumber, dan 2) narasumber tidak berimbang yakni hanya ada satu narasumber.

**Gambar 5. Imparsialitas dari Sisi Keseimbangan Narasumber**



Sumber: data primer diolah

Gambar di atas menunjukkan bahwa dalam Surat kabar Harian Kompas, berita kampanye Pemilu Presiden 2014 yang memiliki keseimbangan nara sumber sebanyak 27,86%, sedang berita yang narasumbernya tidak berimbang sebanyak 72,14%. Sama halnya dengan Kompas, berita dalam Koran Sindo yang memiliki keseimbangan narasumber ada sebanyak 35,18%, sedang berita yang menggunakan narasumber tidak berimbang sejumlah 64,82%.

Data tersebut memberikan gambaran dari berita surat kabar mengenai kampanye Pemilu Presiden 2014 yakni sebagian besar berita diwarnai oleh liputan yang tidak berimbang. Kondisi ini dikarenakan berita kampanye Pemilu Presiden 2014 cenderung berasal dari liputan langsung wartawan di lapangan. Hal inipun menyiratkan bahwa salah satu kelemahan berita terkait dengan liputan kampanye Pemilu Presiden 2014 di surat kabar Kompas dan Koran Sindo adalah kurangnya kedalaman berita, surat kabar hanya menyajikan apa adanya informasi yang sebagian besar berisi liputan yang tidak didalami lebih lanjut.

Gambaran data di atas mengindikasikan bahwa kedua surat kabar tersebut, baik Surat kabar Harian Kompas maupun Koran Sindo terkait dengan pemberitaan kampanye Presiden 2014 cenderung menggunakan teknik liputan satu sisi (*one side cover*), sehingga hanya menggunakan satu narasumber saja. Ini artinya bahwa berita yang terkait dengan pelaksanaan kampanye Pemilu Presiden 2014 disajikan cenderung hanya disorot dalam satu sudut pandang atau kepentingan saja, sehingga kurang memberikan perspektif bagi khalayak, dengan demikian khalayak kurang mendapatkan gambaran yang menyeluruh dari peristiwa atau kejadian tersebut. Lain halnya dengan tehnik liputan banyak sisi (*cover both side*) yakni berita menyajikan narasumber yang seimbang (Eriyanto 2011, 290). Berita yang berimbang (*cover both side*) memerlukan narasumber lebih dari satu. Penyajian berita cenderung lebih menyeluruh karena menggunakan lebih dari satu narasumber dengan berbagai sudut pandang. Dengan demikian khalayak akan mendapatkan gambaran yang menyeluruh terkait dengan peristiwa pelaksanaan Kampanye Pemilu Presiden 2014.

Menurut Willing Barus (2010) sumber berita adalah siapa saja yang dinilai mempunyai posisi mengetahui atau berkompeten terhadap suatu fakta, peristiwa atau kejadian, gagasan, serta

data atau informasi yang bernilai tinggi. Jadi ukurannya adalah tidak semua pihak atau lembaga dapat dijadikan sumber berita terhadap suatu fakta, peristiwa atau gagasan tertentu jika yang bersangkutan memang tidak mengetahui apapun, atau tidak mau memberikan informasi yang diketahuinya. Tidak jauh berbeda, Rahayu (2006:47) menyebutkan bahwa pada berita, idealnya sumber berita adalah orang yang mengalami peristiwa yang bersangkutan (pelaku), saksi peristiwa atau ahli yang menguasai permasalahan yang berkaitan dengan peristiwa yang terjadi.

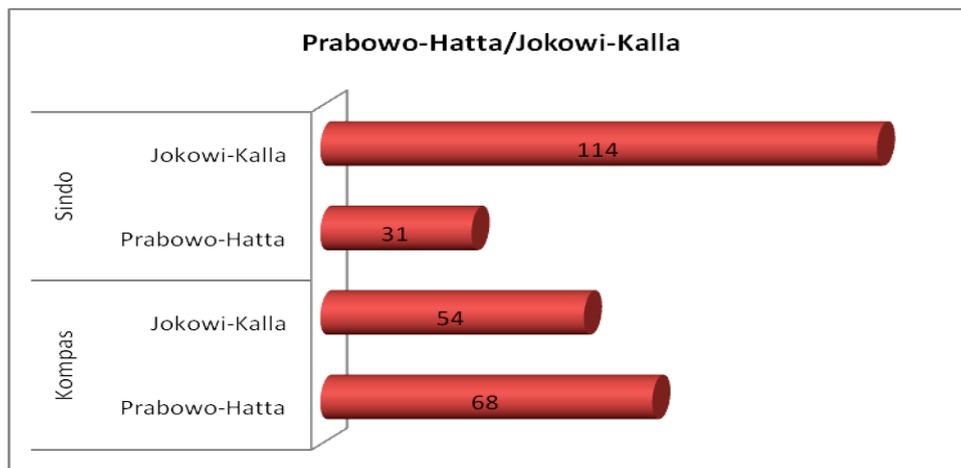
Dalam menentukan sumber berita Gans (dalam Manurung 2007, 268) menyampaikan enam kriteria yang digunakan untuk menentukan sumber berita: *Pertama*, kaitan dengan masa lalu (*past suitability*), yakni sumber yang pernah memberikan informasi berkenaan dengan masalah yang muncul. *Kedua*, produktivitas (*productivity*), yakni sumber yang dianggap mampu memberikan banyak informasi mengenai sesuatu masalah. *Ketiga*, dapat dijamin mutunya (*reliability*), yakni jika informasi yang diberikan oleh sumber dianggap tidak terlalu perlu diperiksa kembali kebenarannya. Keempat, dapat dipercaya (*trustworthiness*), yakni sumber yang dapat dipercaya kejujurannya, terutama ketika kebenaran suatu informasi sulit diperiksa lebih jauh. Kelima, kewenangan atau pengaruh yang dimiliki (*authoritativeness*), yakni sumber yang dipertimbangkan karena kedudukan resminya berkenaan dengan tanggung jawab dan kekuasaannya. Kemampuan yang mengungkapkan (*articulateness*), yakni sumber yang dinilai mampu mengutarakan dengan jelas pikiran dan pendapatnya.

Semua narasumber yang menjadi rujukan dalam pemberitaan oleh surat kabar Kompas dan Koran Sindo cenderung punya kompetensi yang berkaitan dengan informasi kampanye Pemilu Presiden 2014 yang diberitakan oleh kedua surat kabar tersebut. Pasangan calon presiden nomor urut 1 (satu) Prabowo-Hatta, serta pasangan nomor urut 2 (dua) Jokowi-JK adalah kandidat yang terlibat langsung ikut berkompetisi memperebutkan kursi RI 1 dan RI 2 dalam Pemilu Presiden 2014. Politisi/mitra koalisi merupakan parpol pengusung kandidat yang tergabung dalam tim sukses mempunyai tugas untuk memenangkan pasangan calon presiden/wakil presiden. KPU/Panwas merupakan institusi yang menangani langsung Pemilu Presiden 2014. Demikian pula pakar/akademisi seperti guru besar ilmu politik merupakan narasumber yang mempunyai perhatian dan kompetensi terkait dengan disiplin keilmuannya.

#### 4. Netralitas

Dimensi selanjutnya adalah netralitas. Untuk mengetahui frekuensi arah pemberitaan yang diungkapkan dari isi pemberitaan tentang kampanye Pemilu Presiden 2014, kategorinya meliputi: (a) Memuat unsur Prabowo-Hatta (b) Memuat unsur Jokowi-JK. Gambar 6 merupakan gambaran menyeluruh frekuensi arah pemberitaan yang sering diungkapkan dari isi pesan pemberitaan terkait dengan capres/ cawapres Pemilu Presiden 2014, sebagai berikut:

**Gambar 6. Imparsilitas dari Sisi Netralitas**



Sumber: data primer diolah.

Terkait dengan netralitas, Manurung (2007, 271) menyatakan bahwa di dalam nilai-nilai keadilan, terdapat pengandaian adanya sikap tidak berpihak wartawan (*neutral presentation*)

yang diwujudkan dengan cara melakukan perimbangan ataupun kesamaan porsi (*balance/non-partisanship*) terhadap kedua belah pihak yang bertentangan, baik dalam sudut pandang maupun varian kejadiannya. Gambaran data di atas menunjukkan kecenderungan Surat kabar Harian Kompas dan Koran Sindo dalam pemberitaannya terkait dengan kampanye Pemilu Presiden 2014. Dari total 122 berita yang dimuat di Surat kabar Harian Kompas, pasangan Prabowo-Hatta diberi porsi kemunculan yakni 55,73%, sedangkan Jokowi-JK sejumlah 44,27%. Data ini menunjukkan bahwa Surat kabar Harian Kompas dalam pemberitaan kampanye pasangan capres/cawapres Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK cenderung netral, proporsional karena memberi porsi kemunculan yang berimbang. Ketika menjalankan fungsi pendidikan kepada khalayak, Kompas memberikan gambaran sebenarnya tentang kampanye pasangan Prabowo-Hatta maupun Jokowi-JK.

Sementara Koran Sindo memberi porsi kemunculan berita terkait dengan kampanye pasangan Prabowo-Hatta sebanyak 78,62% dan pasangan capres/cawapres Jokowi-JK sebanyak 21,38%. Data ini menarik tetapi sekaligus memprihatinkan. Berita yang disajikan Koran Sindo pada masa kampanye Pemilu Presiden 2014 diwarnai oleh liputan yang berat sebelah. Disaat berlangsungnya kampanye Pemilu Presiden 2014, tentu saja khalayak mengharapkan berita yang berimbang, memberi porsi yang sama, tidak hanya menonjolkan salah satu kandidat saja. Dengan demikian akan memberi gambaran yang positif dan pencerahan terhadap khalayak dengan menyajikan berita yang berpihak pada independensi. Abrar (2014:66) menyatakan bahwa sebuah berita disebut bisa memberikan gambaran yang positif tentang dunia kepada khalayak, bila berita tersebut mampu mencerahkan pikiran khalayak, meningkatkan martabat khalayak, memperbesar semangat khalayak dan mendidik khalayak, untuk memperhatikan hati nurani mereka. Ini artinya ketika Koran Sindo memihak atau menjalin kedekatan dengan salah satu pasangan capres/cawapres, kepentingan publik cenderung dinomorduakan.

Gambaran data di atas menunjukkan bahwa Koran Sindo terkesan menjadi corong pasangan Prabowo-Hatta. Hal ini dapat dimengerti karena pemilik Koran Sindo yakni Harry Tanoesoedibyo meskipun tidak mempunyai afiliasi khusus terhadap partai politik yang mengusung calon presiden nomor urut satu, namun yang bersangkutan mengaku pendukung Prabowo-Hatta. Sebagaimana dilansir oleh kompas.com dalam pemberitaannya berjudul 'Hari Tanoe Ungkap Alasan Dukung Prabowo Hatta', sebagai berikut: "...Bos MNC Group Hary Tanoesoedibjo (HT) mengaku tidak mempunyai afiliasi khusus dengan calon presiden Prabowo Subianto. Namun, ada beberapa alasan sehingga pada akhirnya HT meyakinkan dirinya untuk mendukung calon presiden nomor urut satu itu..." (<http://kompas.com/read/2014/06/21/1045288/>)

Penonjolan porsi kemunculan berita pasangan calon presiden/wakil presiden nomor urut 1 (satu) mengindikasikan bahwa Koran Sindo berikhtiar untuk mengangkat popularitas Prabowo-Hatta, dan sekaligus dipergunakan untuk menenggelamkan pasangan Jokowi-JK dari liputan. Dengan demikian popularitas yang diberitakan, yakni pasangan Prabowo-Hatta akan meningkat, sedangkan popularitas pesaingnya yakni pasangan Jokowi-JK diharapkan akan mengalami penurunan. Dari kecenderungan tersebut mengisyaratkan bahwa pemilik media berupaya memanfaatkan media untuk melakukan berbagai strategi pragmatis dalam upaya mengekspresikan kepentingan pribadi atau kelompok dalam membangun citra politik pasangan Prabowo-Hatta menjelang Pemilihan Umum Presiden 2014. Dalam kaitan ini intervensi pemilik jelas menghancurkan independensi jurnalis dan pekerja media, atau paling tidak mengurangi independensi itu sedemikian rupa. Mengabaikan independensi dan netralitas jurnalis akan mengganggu kredibilitas. Penurunan kredibilitas akan membuat publik atau khalayak kehilangan kepercayaan (Puji dkk, 2014, 57).

## Diskusi

Permasalahan penelitian ini difokuskan pada persoalan bagaimana soal Kebenaran, Relevansi, Keseimbangan dan Netralitas dalam pemberitaan Pemilu Pilpres 2014 pada Surat kabar Kompas dan Koran Sindo. Fokus ini sendiri ditelaah berdasarkan kategori objektivitas yang terdiri dari dimensi faktual (*factual*) dan berimbang (*impartiality*).

Hasil penelitian menyangkut obyektifitas dua surat kabar terkait pemberitaan Pemilu Pilpres 2014 sebelumnya, kiranya itu menjadi indikasi kualifikasi pemberitaan Pemilu Pilpres 2014 dari dua

suratkabar sampel. Menurut teori normatif media, media memang seharusnya bersikap obyektif dalam pemberitaannya, termasuk tentunya menyangkut pemberitaan Pemilu Pilpres 2014.

Fakta empirikal sebelumnya ternyata mengindikasikan adanya kualifikasi yang berbeda di antara kedua surat kabar sampel tadi. Ini misalnya terkait dengan **kategori kebenaran**, kefaktualan berita yang disajikan oleh kedua surat kabar tersebut antara berita dengan fakta atau antara teks dengan peristiwa yang terjadi tampak memang belum maksimal. Namun Kompas memiliki faktualitas yang cenderung tinggi dibandingkan dengan Koran Sindo. Pada **kategori relevansi** juga tampak adanya perbedaan, kalau Kompas cenderung menjaga faktualitas dengan meminimalisasi hal-hal mengandung sensasionalisme, maka sebaliknya dengan Koran Sindo, di mana masih ditemui sejumlah berita yang tergolong sensasionalisme yang mengandung unsur dramatisasi. Kedua sampel surat kabar tampaknya cenderung dipersamakan dalam **kategori keseimbangan**, di mana keduanya cenderung menggunakan narasumber tidak berimbang sehingga lebih menonjolkan penggunaan teknik liputan satu sisi (*one side cover*) dari pada banyak sisi (*cover both side*). Suatu persamaan kinerja yang tentunya kurang mendukung bagi penegakan prinsip pemberitaan menurut teori normatif media. Dalam **kategori netralitas**, tampak Koran Kompas cenderung obyektif, proporsional dalam pemberitaan, memberi porsi frekuensi kemunculan yang berimbang bagi kedua calon. Sementara Koran Sindo tidak obyektif, lebih menonjolkan pasangan Prabowo-Hatta dibandingkan daripada okowi-JK.

Kemunculan kualifikasi yang berbeda pada dua surat kabar sampel terkait dengan masalah obyektivitas dan independensi dalam pemberitaan Pemilu Pilpres 2014, di satu sisi itu tentu mencerminkan kontribusi yang berbeda bagi penegakan prinsip pemberitaan menurut teori normatif media. Di sisi lain, itu juga mencerminkan bahwa dalam melaksanakan tugasnya menurut prinsip teori media normatif (*media performance theory*), pihak media ada yang bisa relatif independen dan ada pula yang sulit untuk bersikap independen. Media yang bisa bersikap independen, tentu media tersebut terbebas dari cengkeraman Mogul (*media proprietor*). Sebaliknya bagi media yang tidak bisa bersikap independen, ini tentu mencirikan bahwa media itu berada dalam cengkeraman Mogul. Bagi media yang dicengkeram Mogul maka isinya akan mengikuti selera sang Mogul. Sementara bagi media yang bebas dari cengkeraman sang Mogul, maka isi medianya pun akan bebas pula dari kepentingan sang Mogul.

## PENUTUP

Berdasarkan kategori obyektivitas yang terdiri dari dimensi faktual (*factual*) dan berimbang (*impartiality*) maka tingkat obyektivitas media Surat kabar Harian Kompas dan Koran Sindo dalam menyajikan berita kampanye Pemilu Presiden 2014, dapat disimpulkan sebagai berikut: *Pertama* kategori kebenaran, kefaktualan berita yang disajikan oleh kedua surat kabar tersebut antara berita dengan fakta atau antara teks dengan peristiwa yang terjadi belum maksimal. Namun jika dibandingkan antar kedua surat kabar tersebut, Kompas memiliki faktualitas yang cenderung tinggi dibandingkan dengan Koran Sindo. *Kedua*, kategori relevansi, Kompas dalam menyajikan berita kampanye Pemilu Presiden 2014 cenderung menjaga faktualitas dengan meminimalisasi hal-hal yang mengandung sensasionalisme. Sedangkan Koran Sindo masih ditemui sejumlah berita yang tergolong sensasionalisme yang mengandung unsur dramatisasi. *Ketiga*, kategori keseimbangan, Surat kabar Harian Kompas dan Koran Sindo memiliki kinerja yang sama terkait dengan pemberitaan Kampanye Pemilu Presiden 2014 yakni cenderung menggunakan narasumber tidak berimbang sehingga lebih menonjolkan penggunaan teknik liputan satu sisi (*one side cover*) dari pada banyak sisi (*cover both side*). *Keempat*, kategori netralitas, Koran Kompas cenderung obyektif, proporsional dalam pemberitaan terkait dengan pelaksanaan kampanye Pemilu Presiden 2014, memberi porsi frekuensi kemunculan yang berimbang baik pasangan calon presiden Prabowo-Hatta maupun Jokowi-JK. Sedangkan dalam Koran Sindo tidak obyektif, kemunculan berita terkait dengan pasangan calon presiden/wakil presiden tidak proporsional cenderung berat sebelah. Koran Sindo lebih menonjolkan kemunculan berita pasangan Prabowo-Hatta dibandingkan dengan pemberitaan pasangan Jokowi-JK.

Tidak mudah menjaga obyektivitas dan independensi media cetak dalam melaksanakan salah satu fungsinya yakni melakukan pendidikan politik kepada masyarakat melalui pemberitaan kampanye Pemilu Presiden 2014. Untuk itu perlu kiranya media tetap profesional, agar tidak terkooptasi kepentingan politik tertentu. Proporsional dalam menyajikan berita terkait dengan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, kontrol dan perekat sosial dalam membangun budaya demokrasi yang berkualitas.

## Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadhya, *Mengarungi Hubungan DPR dan Pemerintah dengan Jurnalisme*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014
- Barus, Sedia Willing, *Jurnalistik Petunjuk Menulis Berita*, Jakarta: Erlangga, 2010
- Dhanurseto, *Pemberitaan Media Cetak Dalam Kampanye Pemilu Presiden Tahun 2009*, Jurnal, repository.unib.ac-id/394/1/jurnal.dhanurseto.pdf, pp. 123-139, diakses 19 Februari 2014.
- Dedy Isnaini Berutu, *Analisis Foto Jurnalistik Mengenai Kerusakan di Mesuji Lampung pada Harian Kompas*, jurnal .usu.ac.id/index.php/flow/article/.../493/248, 2012, diakses 3 Maret 2014.
- Eriyanto, *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- \_\_\_\_\_, *Hary Tanoe Ungkap Alasan Dukung Prabowo- Hatta*, [http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/06/21/1045288/Hary Tanoe Ungkap Alasannya Dukung Prabowo-Hatta](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/06/21/1045288/Hary_Tanoe_Ungkap_Alasannya_Dukung_Prabowo-Hatta), diakses
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktisi Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008
- Manurung, dkk. *Komunikasi dan Kekuasaan*. Jakarta: Forum Studi Komunikasi FISIP Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*, Penerjemah Putri Iva Izzati, Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Perangin-angin , Loina Lalolo K, *Perempuan Dalam Berita Kampanye Pemilu 2004 di Media Cetak Nasional*, Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004.  
<repository.ui.ac.id/.../02e1761b3918f22eba3c9963c07346f2001fdde6.p>, diakses 2 Februari 2014.
- Rahayu, *Menyikap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*, Jakarta: Pusat Kajian Media & Budaya Populer Dewan Pers, 2006.
- Riyanto, Puji, dkk, *Kepemilikan dan Intervensi Siaran*, Yogyakarta: Diterbitkan atas kerjasama Yayasan Tifa dan PR2Media.
- Rivers, William L. et al, *Media Massa & Masyarakat Modern*, alih bahasa Harris Munandar & Dudy Priatna, Jakarta: Kencana, 2008
- Putra, I Gusti Ngurah, *Media, Komunikasi dan Politik Sebuah Kajian Kritis*, Yogyakarta: Fisipol UGM, 2008.
- Simarmata, Salvatore, *Media dan Politik*, Jakarta: Yayan Pustaka Obor Indonesia, 2014
- Yani Surachman, *Makna Cover Both Side Pemberitaan Media Massa di Tahun Politik* [http://www.academia.edu/7536577/Makna\\_Cover\\_Both\\_Side\\_Pemberitaan\\_Media\\_Massa\\_di\\_Tahun\\_Politik](http://www.academia.edu/7536577/Makna_Cover_Both_Side_Pemberitaan_Media_Massa_di_Tahun_Politik), diakses 6 Maret 2014
- Yusuf , Iwan Awalludin, *Memaknai Sensasionalisme Bahasa dalam Pemberitaan Media*, 13 April 2010, <http://bincangmedia.wordpress.com/tag/berita-sensasional/>, diakses 8 Maret 2014