

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma.¹ Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangat penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu dikarenakan media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang meelihat tidak hanya orang-perorang tapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat

Fungsi media massa jika mengacu pada Undang-Undang Pers adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Sebagai saluran informasi, media seharusnya berada pada posisi netral dan pemberitaannya tidak memihak pada kelompok tertentu. Media harus benar-benar menjadi saluran informasi bagi masyarakat supaya dapat memonitor peristiwa-peristiwa yang terjadi setiap hari.

Namun, fenomena yang terjadi pada saat ini menunjukkan hal yang sebaliknya, dimana sebagian besar pemilik media *mainstream*, baik cetak ataupun elektronik, merupakan tokoh politik. Sehingga media dalam pemberitaan sangat kental dengan nuansa politis untuk menaikkan citra figur tertentu atau menjatuhkan figur tertentu. Hal ini tentu sangat bertentangan dengan semangat “kebebasan pers” yang pada awalnya adalah untuk melawan otoritarianisme rezim yang berkuasa, dimana sebelumnya kebebasan pers dibungkam oleh para penguasa.

¹ McQuail, Denis. Teori Komunikasi Massa. (Jakarta: Erlangga. 1987) Hlm 1

Media massa mempunyai peran yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia. Tak bisa dipungkiri bahwa hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik secara pribadi maupun umum, selalu berhubungan dengan aktifitas komunikasi massa. Hasrat interaksi antar individu atau masyarakat yang tinggi tersebut menemukan salurannya yang paling efektif dan terandalkan dalam berbagai bentuk media massa, guna saling berkomunikasi dan bertukar informasi.

Dalam perkembangannya, media massa memang sangat berpengaruh di wilayah kehidupan sosial, budaya, ekonomi, hingga politik. Dari aspek sosial-budaya, media adalah institusi sosial yang membentuk definisi dan citra realitas serta dianggap sebagai ekspresi sosial yang berlaku umum; secara ekonomis, media adalah institusi bisnis yang membantu masyarakat untuk memperoleh keuntungan dari berbagai usaha yang dilakoni; sedang dari aspek politik, media memberi ruang atau arena pertarungan diskursif bagi kepentingan berbagai kelompok sosial-politik yang ada dalam masyarakat demokratis.

Oleh karena begitu vitalnya peran media massa dalam berbagai aspek kehidupan publik, maka memicu banyak pihak dari golongan politik tertentu yang mencoba memanfaatkan media massa sebagai alat untuk mencapai tujuannya dan secara hegemonik kerap memaksakannya kepada publik. Diantara mereka bahkan mampu menguasai media secara keseluruhan, yakni menjadi pemilik perusahaan media massa.

Sebagai contoh yang paling kasat mata, misalnya ANTV dan TvOne adalah oleh Aburizal Bakrie, sedangkan Surya Paloh sebagai ketua umum partai Nasdem merupakan pemilik dari Metro TV dan harian cetak Media Indonesia Group, kemudian MNC Media Group yang meliputi MNC TV, RCTI, Global TV, dan harian cetak Sindo berada di bawah kepemilikan Hary Tanoesoedibjo yang juga menjadi ketua umum Partai Perindo. Ketiga sosok pemilik media massa ini bukanlah pengusaha biasa, namun juga praktisi politik. Maka, disadari ataupun tidak, ini berdampak pada kecenderungan media tersebut mengarahkan gagasan politik dan pencitraan tokoh masing-masing ke dalam setiap

pemberitaannya, terlebih ketiga tokoh tersebut merupakan pemilik partai pendukung Joko Widodo yang juga merupakan petahana dalam pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019.

Pada dasarnya, secara ideal, pemberitaan media massa haruslah sesuai dengan azas dan prinsip jurnalistik yang berlaku secara universal, yakni menjunjung tinggi azas objektivitas, akurat, adil, berimbang, dan menegaskan posisi netralitasnya. Selain itu, wajib hukumnya setiap pelaku jurnalistik dalam pemberitaannya untuk menaati kode etik. Privatisasi atau kepemilikan pribadi maupun kelompok atas perusahaan media massa sebenarnya bukanlah masalah, sepanjang pemberitaan yang disebarkan kepada masyarakat luas senantiasa tunduk pada azas serta prinsip ideal tersebut.

Menjadi masalah kemudian, apabila terjadi penyimpangan terhadap fungsi media sebagai sarana komunikasi massa yang mengutamakan kepentingan publik, terutama jika hal ini dilakukan oleh sang pemilik modal itu sendiri. Sebagai pemilik dari suatu perusahaan media, tentunya mereka memiliki kuasa lebih untuk mengintervensi kebijakan redaksi. Sayangnya, beberapa pihak yang disebut di atas maupun pihak lain yang mengindikasikan fenomena serupa justru beralih memanfaatkan situasi ini untuk memuluskan proyek politik pribadi maupun golongannya saja, sehingga objektivitas pemberitaan sebagai syarat bagi informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat demokratis telah dikesampingkan.

Saat ini, fenomena pemanfaatan media massa sebagai alat politik bagi pertarungan kepentingan elit tertentu telah menjadi gejala umum yang terus menjalar tidak hanya di ranah nasional tetapi juga di daerah. Berbagai ajang pencitraan yang berlebihan, tendensi sikap yang diskriminatif terhadap golongan atau tokoh tertentu, serta berbagai upaya pemelintiran *substansi* pemberitaan pun kerap dengan mudah kita jumpai.

Kondisi seperti ini merupakan paradoks dilematis yang telah menciderai kehidupan masyarakat demokratis, dimana setiap orang memiliki hak untuk memperoleh informasi publik yang objektif. Sementara media massa sebagai

sarana pemenuhan informasi paling *mainstream* justru mulai ditunggangi oleh elit politik tertentu yang berkepentingan mengarahkan pilihan politik masyarakat kepada apa yang dia munculkan sebagai pilihan tunggal.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul "Persepsi Masyarakat Yogyakarta Terhadap Objektivitas Pemberitaan MetroTv dan TvOne Mengenai Isu Politik Menjelang Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019". Peneliti memilih judul tersebut karena MetroTV merupakan stasiun televisi yang dimiliki oleh Surya Paloh, yang juga merupakan ketua umum dari partai Nasdem dan berada di barisan koalisi yang mengusung pasangan petahana Joko Widodo - Ma'ruf Amin. Sedangkan TvOne merupakan televisi yang dimiliki oleh Abu Rizal Bakri yang mana pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2014 merupakan pendukung dari Prabowo-Hatta.

MetroTV adalah sebuah stasiun televisi swasta berita yang berkedudukan di Indonesia. MetroTV didirikan oleh PT Media Televisi Indonesia, resmi mengudara sejak 25 November 2000 di Jakarta. MetroTV dimiliki Media Group pimpinan Surya Paloh yang juga memiliki harian Media Indonesia dan Lampung Post.

PT Media Televisi Indonesia memperoleh izin penyiaran atas nama "MetroTV" pada tanggal 25 Oktober 1999. Pada tanggal 25 November 2000, pertama kali MetroTV mengudara dalam bentuk siaran ujicoba di 7 kota. Pada awalnya, hanya bersiaran 12 jam sehari, namun sejak tanggal 1 April 2001, MetroTV mulai mengudara selama 24 jam, menjadikan MetroTV sebagai stasiun TV pertama di Indonesia yang duluan bersiaran 24 jam. Hanya mengandalkan 280 orang stasiun ini beroperasi pada awalnya. Tapi seiring perkembangan dan kebutuhan, MetroTV mempekerjakan lebih dari 900 orang, sebagian besar di ruang berita dan daerah produksi.²

² <https://www.mediaindonesia.web.id/metro-tv/> (Diakses 02 Februari 2019 pukul 20:26)

Sedangkan tvOne sebelumnya bernama Lativi. Lativi adalah sebuah stasiun televisi nasional di Indonesia. Berawal dari penggunaan nama Lativi, stasiun televisi ini didirikan pada tanggal 30 Juli 2002 oleh Abdul Latief dan dimiliki oleh ALatief Corporation. Sejak tahun 2006, sebagian sahamnya juga dimiliki oleh Grup Bakrie yang juga memiliki stasiun televisi ANTV. Pada hari Kamis, 14 Februari 2008 pukul 19:30 WIB, Lativi secara resmi berganti nama menjadi tvOne. Kepastian peresmian nama baru ini disampaikan Direktur utama dari tvOne, Erick Thohir, dalam jumpa pers Rabu, 13 Februari 2008. Perubahan nama ini adalah upaya strategi manajemen untuk memberikan sesuatu yang berbeda di industri pertelevisian Indonesia. Peresmian tvOne dilaksanakan di Plenary Hall, Gedung Jakarta Convention Center, dan ditayangkan secara langsung di tvOne mulai pukul 19:30 WIB. Peresmian tvOne juga dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia pada saat itu, Susilo Bambang Yudhoyono.³

Subyek dalam penelitian ini yaitu masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Condongcatur dipilih dengan pertimbangan bahwa masyarakat Condongcatur merupakan masyarakat yang aktif menonton televisi yang menyiarkan berita mengenai isu politik. Oleh karena itu, dengan pengetahuan yang mereka miliki tersebut, mereka mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana persepsi masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta terhadap objektivitas pemberitaan MetroTV dan tvOne mengenai isu politik menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019?”.

³ <https://www.mediaindonesia.web.id/tvone/> (Diakses 02 Februari 2019 pukul 21:20)

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta terhadap objektivitas pemberitaan MetroTV dan tvOne mengenai isu politik menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019. Tujuan dari penelitian ini secara khusus adalah:

1. Mengetahui persepsi masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta terhadap objektivitas pemberitaan MetroTV dan tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019.
2. Mengetahui perbedaan antara objektivitas pemberitaan MetroTV dengan tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019 menurut persepsi masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan dalam penelitian ini dapat menambah manfaat teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoretis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan media massa.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang persepsi masyarakat terhadap pemberitaan media mengenai isu politik.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk media televisi di Indonesia terutama mengenai pemberitaan isu politik.

E. Kerangka Teori

1. Teori Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁴ Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi.⁵ Selain itu, menurut Mulyana persepsi manusia dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik). Persepsi adalah obyek-obyek disekitar kita, kita tangkap melalui alat-alat indera dan diproyeksikan pada bagian tertentu di otak sehingga kita dapat mengamati obyek tersebut.⁶

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris.⁷ Persepsi berhubungan dengan sensasi dimana sensasi mengacu pada pendekteksian dini terhadap energi dari dunia fisik, kemudian studi terhadap sensasi umumnya berkaitan dengan struktur dan mekanisme sensorik; sedangkan persepsi melibatkan kognisi tinggi dalam penginterpretasian terhadap informasi sensorik. Kemudian kejadian-kejadian sensorik diproses sesuai pengetahuan kita tentang dunia, sesuai budaya, pengharapan bahkan disesuaikan dengan orang yang bersama kita saat itu. Hal-hal tersebut memberikan makna terhadap pengalaman sensorik.⁸

Dari beberapa pendapat ahli di atas tentang pengertian persepsi maka peneliti dapat menarik kesimpulan dimana persepsi merupakan proses penyampaian makna, stimuli, interpretasi, dan sensasi yang diterima oleh individu melalui alat indera dari berbagai objek, kemudian diproses dari pengetahuan atau pengalaman-pengalaman yang didapatkan sebelumnya.

⁴ Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya Offset, 2015), h. 50.

⁵ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, (Bandung: PT Rosda Karya Offset, 2015), h. 180.

⁶ Sarlito Wirawan Sarwono, Pengantar Umum Psikologi, (Jakarta: Bulan Bintang, 1975), h. 44.

⁷ Wenner J. Severin, Teori Komunikasi: Metode Dan Terapan di Dalam Media Massa, (Jakarta: Kencana, 2008), Edisi ke-5, h. 83.

⁸ Robert L. Solso, dkk, Psikologi Kognitif, (Jakarta: Erlangga, 2007), Edisi ke-8, h. 75-76.

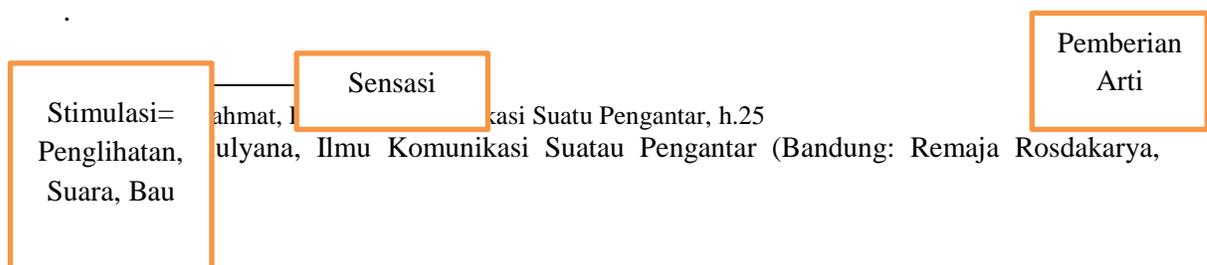
2. Proses Pembentukan Persepsi

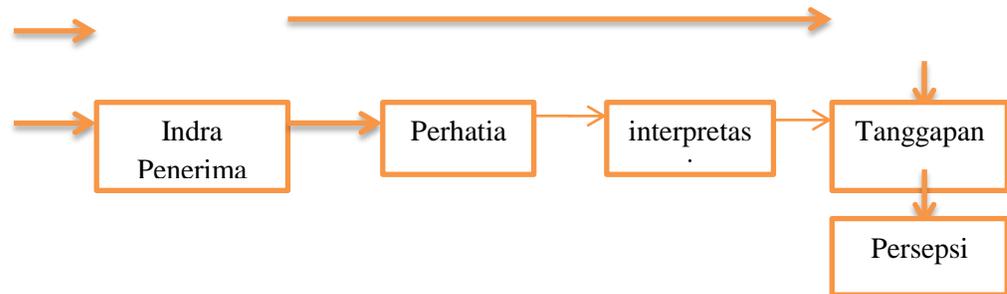
Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa persepsi diawali oleh proses penginderaan suatu stimulus, yang kemudian stimulus tersebut diteruskan ke otak agar terbentuk persepsi. Persepsi tidak begitu saja lahir, tetapi telah melalui beberapa proses. Persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, maka persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tanggapan, penilaian atau respon masyarakat terhadap objektivitas isi berita mengenai isu politik dari media massa menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019.

Persepsi terbentuk bila ada perhatian dari individu sesuai dengan kebutuhan individu. Kemampuan seseorang untuk mempersepsikan stimulus yang sama akan ditafsirkan berbeda-beda masing-masing individu. Proses penafsiran tergantung dari pengalaman masing-masing.⁹

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atau penafsiran atau informasi yang kita peroleh dari salah satu indera kita. Namun kita tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Akan tetapi kemampuan orang berbeda-beda dalam mengindra lingkungannya, karena juga berbeda secara genetik, berbeda pengalaman dan pembelajaran, atau karena sebagian alat inderanya kurang berfungsi karena usia tua atau kecelakaan.¹⁰

Berikut dibawah ini merupakan gambaran proses terbentuknya persepsi.





Gambar 1.1. Proses terbentuknya persepsi

Sumber: Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi Suatu Pengantar

Berdasarkan bagan di atas, dapat diketahui bahwa proses terbentuknya persepsi diawali dengan penginderaan terhadap stimulus yang kemudian menjadi perhatian. Setelah melewati proses perhatian dan atensi, akan diinterpretasikan oleh individu melalui pengalamannya yang kemudian akan terbentuk sebuah persepsi. Kenneth E.

Anderson dalam Rakhmat mendefinisikan perhatian sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran stimuli lainnya melemah. Kemudian perhatian atau atensi itu diinterpretasikan atau ditafsirkan dengan tanggapan yang berbeda-beda.¹¹

3. Aspek-Aspek Persepsi

Menurut Walgito, persepsi memiliki tiga aspek yaitu:¹²

a. Kognisi

Aspek ini menyangkut komponen pengetahuan, pandangan, pengharapan, cara berpikir atau mendapatkan pengetahuan, dan pengalaman masa lalu, serta segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pikiran individu pelaku persepsi.

b. Afeksi

¹¹ Lihat Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi Suatu Pengantar, h. 52.

¹² Bimo Walgito. Pengantar Psikologi Umum.(Yogyakarta: Andi Offset. 1991) hlm 50

Aspek ini menyangkut komponen perasaan dan keadaan emosi individu terhadap objek tertentu serta segala sesuatu yang menyangkut evaluasi baik buruk berdasarkan faktor emosional seseorang.

c. Konasi

Aspek ini menyangkut motivasi, sikap, perilaku atau aktivitas individu sesuai dengan persepsinya terhadap objek atau keadaan tertentu.

Sikap seseorang pada suatu objek sikap merupakan manifestasi dari ketiga komponen di atas yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap objek sikap. Ketiga komponen tersebut saling berinteraksi dan konsisten antara satu dengan yang lainnya.

4. Objektivitas Isi Pemberitaan Media

Menurut Sambrook objektivitas sebagai upaya untuk menghindari pertimbangan atau sangkaan pribadi (*subjective judgment*) dengan mempresentasikan fakta dan data. Objektivitas tidak dapat terlepas dari konsep ‘benar’ (*truth*) dan ‘realitas’ (*reality*).¹³ Menurut Wien jurnalis sama halnya dengan ilmuwan sosial yang menggunakan pendekatan positivis dalam memahami ‘objektivitas’. Menurut pendekatan positivis, pengetahuan hanya dapat diperoleh melalui indera (*sense*) manusia. Objektivitas dengan pendekatan positivis ditandai oleh dua bagian yaitu objektif dan subjektif. Subjektif yaitu terdapat campur tangan penilaian pribadi dalam pengetahuan atau kebenaran. Sedangkan objektif yaitu memaparkan fakta tanpa mengikutsertakan opini pribadi.¹⁴

Jadi, jurnalis yang objektif dalam pendekatan positivis adalah mereka yang menulis berita berdasarkan fakta atau hasil pengamatan suatu kejadian. Dalam hal ini, seorang jurnalis bertanggung jawab atas kebenaran dan ketidakbenaran dari data-data yang didapatnya di lapangan. Namun,

¹³ Sambrook, R. (2012) Delivering Trust: Impartiality and Objectivity In The Digital Age. Reuters Institute For The Study of Journalism.

¹⁴ Wien, C. (2005). Defining Objectivity Within Journalism. Nordicom Review. 26(2), 3-15.

permasalahan yang dihadapi oleh jurnalis ketika menempatkan fakta dalam konteks yang tidak mungkin lepas dari pemahaman pribadi. Mempertahankan objektivitas dapat dilakukan dengan cara patuh terhadap sebuah standar atau norma.¹⁵

5. Persepsi Masyarakat Terhadap Isi Pemberitaan Media

Media merupakan hal yang penting dan sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat terutama dalam memberikan informasi mengenai suatu peristiwa yang terjadi. Hal ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Marshall McLuhan bahwa media massa memiliki peranan penting sebagai penyampai informasi kepada khalayak. Media massa memiliki fungsi sebagai pemberi atau penyampai informasi, pengambil keputusan sosial, dan sebagai pendidik.

Berita merupakan salah satu acara dari media massa. Menurut Paul De Massenner berita adalah sebuah informasi penting dan menarik perhatian serta minat khalayak untuk didengar. Dalam berita terdapat karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita, nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan, untuk menentukan layak berita.¹⁶ Peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita adalah kesegaran peristiwa, kedekatan kejadian dari pembaca, penonjolan kejadian atau keutamaan pelaku berita, sifat penting dari suatu kejadian, konflik, keterkaitan/pengaruh, keabsahan, keanehan, dan seks.¹⁷

Namun, setiap masyarakat memiliki persepsi yang berbeda dalam menilai isi pemberitaan dari sebuah media. Persepsi dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis, termasuk asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman masa lalu (yang sering terjadi pada tingkat bawah

¹⁵ Westerstahl, J. (1983). "Objective news reporting". *Communication Research*, 10(3), 5.

¹⁶ Luwi Ishwara, *Jurnalisme Dasar*, (Jakarta:PT.Kompas Nusantara, 2011).h.76-77.

¹⁷ Hafied Canggara dkk, *Dasar-dasar Jurnalistik*, (Makassar: Alauddin Press, 2016).h.33.

sadar), harapan-harapan budaya, motivasi (kebutuhan), suasana hati (mood).¹⁸ Kemudian, dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang masuk ke panca indera namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif deskriptif. Metode analisis kuantitatif deskriptif yaitu metode yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal yang diolah dengan metode statistika. Peneliti akan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data. Kuesioner adalah bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan serta data yang didapatkan dari kuesioner merupakan data yang dapat dikategorikan sebagai data faktual.¹⁹

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Condongcatut, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan selama 7 hari dimulai pada 10 April 2019 s/d 16 April 2019. Penulis melakukan penelitian pada kurun waktu tersebut dengan alasan bahwa pada saat itu mendekati hari Pemilihan Umum, yang mana pemilihan Presiden dan Wakil Presiden akan dilaksanakan pada 17 April 2019, sehingga akan banyak pemberitaan mengenai isu-isu politik.

a. Deskripsi Umum Desa Condongcatut

Desa Condongcatut merupakan salah satu dari 3 Desa di wilayah Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. 3 Desa tersebut adalah Caturtunggal, Maguwoharjo dan Condongcatut. Secara Administratif Desa

¹⁸ Werner J. Severin, *Teori Komunikasi: Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana. 2008) Edisi ke-8. H.85.

¹⁹ Azwar, S. *Metode penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2009), hlm 5.

Condongcatur terbagi menjadi 18 Dusun. Topografi Desa Condongcatur yaitu dataran rendah dengan suhu udara rata-rata 26o C s/d 32o C.

Wilayah Desa Condongcatur secara geografis sangat strategis, dilalui jalan arteri (Ring Road Utara) yang sekaligus merupakan prasarana transportasi dan perhubungan untuk mendukung peningkatan perekonomian di Desa Condongcatur pada khususnya dan Kabupaten Sleman pada umumnya.

b. Batas Wilayah

- 1) Sebelah Utara : Minomartani (Ngaglik)
- 2) Sebelah Selatan : Caturtunggal (Depok)
- 3) Sebelah Barat : Sinduadi (Mlati)
- 4) Sebelah Timur : Maguwoharjo (Depok)²⁰

3. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek

Subyek dalam penelitian ini yaitu masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Pemilihan subyek dalam penelitian ini secara sengaja dengan pertimbangan bahwa masyarakat Condongcatur Kecamatan Depok Sleman Yogyakarta merupakan masyarakat yang aktif menonton televisi yang menyiarkan berita mengenai isu politik, selain daripada itu masyarakat Condongcatur juga merupakan masyarakat yang selalu mengikuti perkembangan isu politik di Indonesia, hal ini peneliti ketahui dari pengalaman peneliti selama menetap di Desa Condongcatur. Oleh karena itu, dengan pengetahuan yang mereka miliki tersebut, mereka mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

²⁰https://id.m.wikipedia.org/wiki/Condongcatur,_Depok,_Sleman (Diakses:05 Februari 2019 pukul 19:20)

b. Objek

Objek dalam penelitian ini yaitu pemberitaan mengenai isu politik menjelang pilpres 2019 di Metro Tv dan tvOne.

4. Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

Data diperoleh dari responden secara langsung. Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Data diperoleh dari pemberitaan Metro Tv dan Tv One, selain itu peneliti menggunakan data tambahan seperti buku, jurnal dan data internet lainnya yang dapat mendukung penelitian ini.

5. Populasi, Sampel Responden dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²¹ Populasi berdasarkan data penduduk Condongcatur diambil dari situs Kemendagri yang telah di update tanggal 31 Januari 2019 berjumlah 49.018 orang.²²

b. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²³ Metode pengambilan sampel yang digunakan

²¹ Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA. 2013), hlm 389.

²² http://prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id/gjpenduduk_detil/, (diakses 30 Maret 2019 pukul 20:17)

²³ Sugiyono. *Metode Penelitian*. (Bandung: CV Alfa Beta. 2001). Hlm 56.

dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.²⁴

Purposive sampling didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.²⁵

Rumus ukuran sampel menurut Siregar ditentukan berdasarkan pendapat Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah elemen atau anggota sampel

N = Jumlah elemen atau anggota populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan) dalam penelitian ini yaitu 0,05%.

Populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 49.018 orang. Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{49.018}{1 + (49.018 \times (0,05^2))}$$

$$n = \frac{49.018}{1 + (49.018 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{49.018}{1 + (122.545)}$$

$$n = \frac{49.018}{123,545}$$

n = 396,762 dibulatkan 397 orang responden

²⁴ Ibid., 61.

²⁵ Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: PT Rineka Cipta. 2004). Hlm 128.

G. Definisi Konsep Operasional

1. Persepsi

Persepsi yang dimaksud yaitu persepsi masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta terhadap objektivitas pemberitaan MetroTv dan tvOne. Adapun aspek-aspek persepsi menurut Walgito yaitu:²⁶

a. Kognisi

Rancangan evaluasi pada aspek kognisi mencakup pandangan, pengharapan, cara berpikir atau mendapatkan pengetahuan, dan pengalaman masa lalu, serta segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pikiran subjek mengenai isu politik menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yang di beritakan oleh Metro Tv dan Tv One.

b. Afeksi

Rancangan evaluasi pada aspek afeksi mencakup perasaan dan keadaan emosi mengenai baik dan buruknya penilaian terhadap objektivitas pemberitaan Metro TV dan TV One.

c. Konasi

Rancangan evaluasi pada aspek konasi mencakup motivasi, sikap, perilaku atau aktivitas subjek mengenai persepsinya terhadap objektivitas pemberitaan Metro TV dan tvOne.

2. Objektivitas Pemberitaan

Menurut Westerstahl yang dikutip oleh Denis McQuail, ada dua kriteria objektivitas yaitu:²⁷

a. Fakta (*Factuality*)

²⁶ Bimo Walgito. Pengantar Psikologi Umum.(Yogyakarta: Andi Offset. 1991) hlm 50.

²⁷ McQuail, Dennis. Mcquail Mass Communication Theory.(London: Sage Publication. 2010) Hlm 774.

Sifat faktual (faktualitas) mengacu pada bentuk laporan berupa peristiwa atau pernyataan yang dapat diperiksa kebenarannya kepada narasumber berita dan tidak memasukkan komentar ke dalam laporan berita, atau setidaknya audien dapat membedakan dengan jelas antara fakta dan komentar. Sifat faktual juga melibatkan kriteria kebenaran lainnya yaitu kelengkapan penjelasan terhadap fakta yang disampaikan yang terdiri dari *what, where, when, who, why dan how (5W1H)*, akurasi berita, dan tidak berupaya untuk membelokkan atau menekan informasi lain yang berhubungan. Faktualitas mengacu pada teks yang terdiri dari sejumlah unit informasi yang dapat dibedakan satu sama lainnya yang diperlukan untuk memahami suatu peristiwa yang bernilai berita.

b. Tidak berpihak (*Impartiality*)

Media harus memiliki sikap tidak memihak dengan cara antara lain menjaga jarak dan bersikap netral dengan objek pemberitaan, hal ini berarti faktor subjektivitas dan personal tidak terlibat dalam proses pemberitaan. *Imparsialitas* penting dalam pemberitaan yang mengandung konflik atau pertikaian. Media tidak boleh berpihak pada salah satu individu atau kelompok yang tengah bertikai atau menunjukkan bias pada salah satu pihak yang terlibat konflik.

Standar umum yang digunakan untuk menilai imparsialitas media terletak pada keseimbangan (*balance*) dalam pilihan narasumber dan penggunaan keterangan dari narasumber, juga pada penyampaian berbagai pandangan yang berbeda dan adanya objektivitas ketika menyampaikan berita melalui pemisahan fakta dari opini, serta menghindari penilaian atau penggunaan kata-kata atau gambar emosional yang akan mengarahkan penonton untuk memberikan penilaian atau penafsiran tertentu.

H. Definisi Operasional

Definisi operasional fariabel penelitian merubakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1. Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Persepsi	Walgito mengungkapkan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang <i>intergreted</i> dalam diri individu tersebut. ²⁸	Adapun aspek-aspek persepsi menurut Walgito yaitu: ²⁹ <i>a. Kognisi</i> <i>b. Afeksi</i> <i>c. Konasi</i>	<i>Likert</i>
2	Objektivitas	Objektivitas adalah tindakan atau sikap tertentu yang berkaitan dengan mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan informasi termasuk keharusan media untuk menulis dalam konteks	Konsep objektivitas pemberitaan terdiri atas dua dimensi yaitu <i>factuality</i> dan <i>impartiality</i> . <i>Factuality</i> merupakan dimensi yang menyangkut kualitas informasi pemberitaan, sedangkan <i>Impartiality</i>	<i>Likert</i>

²⁸ Sunaryo. Psikologi untuk keperawatan. (Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2002) Hlm. 93.

²⁹ Bimo Walgito. Pengantar Psikologi Umum. (Yogyakarta: Andi Offset. 1991) hlm 50.

		peristiwa secara keseluruhan dan tidak terpotong oleh kecenderungan subjektif. ³⁰	merupakan dimensi yang dikaitkan dengan sikap netral wartawan terhadap objek pemberitaan. Adapun penjabarannya sebagai berikut: 1. <i>Factuality</i> a. Dimensi <i>truth</i> b. Dimensi <i>relevance</i> 2. <i>Impartiality</i> a. Dimensi <i>Neutrality</i> b. Dimensi <i>Balance</i>	
--	--	--	--	--

I. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.³¹ Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.³²

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *product moment* dengan cara mengkolerasikan masing-masing skor item dengan skor total, dengan rumus sebagai berikut:

³⁰ Hikmat Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik* (Bandung: Rosda Karya, 2006), 54.

³¹ Rusman. *Pembelajaran Tematik Terpadu :Teori, Praktik dan Penilaian.*(Jakarta: Rajawali Pres. 2015) Hlm 55.

³² Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis.* (PT. Gramedia: Jakarta. 2007) Hlm 137.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}} \cdot \sqrt{\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
- $\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X
- $\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y
- $(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian di kuadratkan
- $(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian di kuadratkan

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya, hal ini berarti menunjukkan sejauhmana alat pengukur dikatakan konsisten.³³ Alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.³⁴

Selain itu, reliabilitas merupakan salah satu ciri utama instrumen pengukuran yang baik.³⁵ Teknik reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliable

³³ Noor, Juliansyah. Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011) Hlm 130.

³⁴ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Bandung: Alfabeta, CV. 2017) Hlm 121.

³⁵ Azwar, Saiffudin. Metode Penelitian, Cetakan Ke-enam, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003) Hlm 176.

dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6..³⁶ Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha
 k = Jumlah item pertanyaan
 $\sum b^2 \sigma$ = Jumlah varian butir
 $t^2 \sigma$ = Varians total.

J. Metode Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara pengumpulan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.³⁷ Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang di wawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya.³⁸ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara singkat kepada beberapa masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta mengenai pengetahuan mereka terhadap pemilihan presiden dan wakil presiden 2019.

2. Kuesioner/Angket

³⁶ Siregar, Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2013) Hlm 32.

³⁷ Noor, Juliansyah. Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011) Hlm 138.

³⁸ Ibid., Hlm 138.

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.³⁹. Metode yang digunakan penulis adalah kuesioner ygbersifat tertutup, yang mana alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁴⁰ Untuk mengetahui persepsi masyarakat Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta Terhadap Objektivitas Pemberitaan Metro Tv dan Tv One Mengenai Isu Politik Menjelang Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019, peneliti memberi 4 pilihan jawaban dari setiap pernyataan yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Adapun Skor pada aitem tersebut yaitu STS=1, TS=2, S=3, SS=4.

K. Metode Analisis Data

Dalam teknik analisis data peneliti menggunakan analisis kuantitatif seperti dengan permasalahan yang diangkat dan telah disinggung dalam sub bab sebelumnya. Analisis kuantitatif sering juga disebut analisis statistik, cara menggunakan analisis kuantitatif ini adalah uji beda *t-test*. Sebelum dilakukan uji beda *t-test* terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas data dan uji keseragaman variansi.

1. Uji Prasyarat Analisis

- a. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi normal. Uji normalitas data yang digunakan adalah

³⁹ Ibid., Hlm 139.

⁴⁰ Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: Alfabeta. 2013). Hlm 132.

ujiKolmogorov-Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal jika tingkat signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih dari α 0,05.⁴¹

- b. Uji keseragaman variansi (*homogeneity of variance test*) dilakukan untuk menguji kesamaan ukuran sebaran (variansi) antara kategori hasil penelitian, yaitu antara persepsi masyarakat terhadap objektivitas pemberitaan MetroTV dengan tvOne. Uji keseragaman variansi yang digunakan adalah uji Levene. Data dikatakan memiliki variansi yang seragam jika tingkat signifikansi F hitung pada uji Levene lebih dari α 0,05. Sebaliknya jika tingkat signifikansi F hitung pada uji Levene kurang dari α 0,05 maka data dikatakan memiliki variansi yang tidak seragam.⁴²

2. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa menurut persepsi masyarakat pemberitaan MetroTV atau tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019 adalah objektif. Uji hipotesis 1 dilakukan dengan menggunakan uji t satu sampel (*One Sample t Test*) untuk membandingkan antara rata-rata empirik dengan rata-rata idealnya. Hipotesis 1 diterima jika tingkat signifikansi t hitung kurang dari $\alpha = 0,05$.⁴³ Artinya rata-rata empirik lebih tinggi daripada rata-rata ideal, dengan kata lain responden mempersepsikan pemberitaan MetroTV atau tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019 adalah objektif.

b. Uji Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa terdapat perbedaan persepsi masyarakat antara objektivitas pemberitaan MetroTV dengan tvOne mengenai isu

⁴¹ Trihendradi. *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik: Menggunakan SPSS 19*. (Yogyakarta: ANDI, 2011), hal. 76.

⁴² Ibid, 84.

⁴³ Sujarweni, V.W. *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Global Media Informasi, 2007) hal. 95.

politik menjelang Pilpres 2019. Uji hipotesis 2 dilakukan dengan menggunakan uji t sampel independen (*Independent Samples t Test*). Hipotesis 2 diterima jika tingkat signifikansi t hitung kurang dari $\alpha = 0,05$, yang artinya terdapat persepsi masyarakat antara objektivitas pemberitaan MetroTV dengan tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019. Sebaliknya jika tingkat signifikansi t hitung lebih dari $\alpha = 0,05$ maka Hipotesis 2 ditolak.⁴⁴

L. Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. a. Ho : Menurut persepsi masyarakat pemberitaan MetroTV mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019 adalah objektif.
Ha : Menurut persepsi masyarakat pemberitaan MetroTV mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019 adalah tidak objektif.
- b. Ho : Menurut persepsi masyarakat pemberitaan tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019 adalah objektif.
Ha : Menurut persepsi masyarakat pemberitaan tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019 adalah tidak objektif.
2. Ho : Tidak terdapat perbedaan signifikan persepsi masyarakat antara objektivitas pemberitaan MetroTV dengan tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019.
Ha : Terdapat perbedaan signifikan persepsi masyarakat antara objektivitas pemberitaan MetroTV dengan tvOne mengenai isu politik menjelang Pilpres 2019.

L. Penelitian Terdahulu

⁴⁴ Ibid, 89.

1. Penelitian mengenai objektivitas media juga pernah dilakukan sebelumnya oleh Bram Wasni Putra 2015 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian tersebut berjudul Keberpihakan Media Masa dalam Penyajian Berita dengan menggunakan metode analisis isi Berita Perseteruan Gubernur Vs DPRD DKI Jakarta di Surat Kabar Harian Kompas Periode 1 – 31 Maret 2015. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Berita di surat kabar harian Kompas cenderung memihak Gubernur DKI Jakarta (Ahok) dalam kasus Anggaran Siluman selama periode 1 – 31 maret 2015. Dengan demikian, hipotesis Ho (Berita di surat kabar harian Kompas cenderung memihak DPRD DKI) ditolak dan H1 (Berita di surat kabar harian Kompas cenderung memihak Gubernur DKI) diterima. Keberpihakan Surat Kabar Kompas (memihak Gubernur DKI) tersebut terwujud dalam tujuh unit yang terdapat dalam berita, antara lain : ‘Topik Berita’, ‘Sumber Berita’, ‘Penempatan Berita’, ‘Asal Berita’, ‘Penggambaran Ahok’, ‘Penggambaran DPRD’, dan ‘Penggambaran Dana Siluman APBD DKI Jakarta’. Keseluruhan unit analisis tersebut mempunyai angka reliabilitas yang memadai dengan nilai paling rendah berada pada angka 0,7647 dan nilai paling tinggi mencapai angka 0,9411. Penelitian ini menggunakan.⁴⁵

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian ini tentang keberpihakan media dengan menggunakan metode analisis isi berita, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu tentang objektivitas media dengan menggunakan metode analisis kuantitatif persepsi masyarakat. Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai objektivitas media.

2. Penelitian yang dilakukan oleh oleh Shelly Novea Sary 2016 dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri

⁴⁵ Putra. “Keberpihakan Media Masa dalam Penyajian Berita”. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta. 2015.

Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian tersebut berjudul Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Hukuman Mati Terpidana Narkotika Tahap I dan II Pada Program Metro News di Metro TV. Salah satu kesimpulan dalam penelitian ini yaitu Metro TV telah menyajikan pemberitaan yang objektif mengenai hukuman mati terpidana narkotika pada tahap I dan II berdasarkan kategorisasi objektivitas oleh Westerstahl. Hasil dari 9 indikator yang diteliti, menunjukkan bahwa hanya satu indikator yang tidak memenuhi syarat objektivitas yaitu indikator keseimbangan berita atau *equal access*, indikator ini merupakan salah satu indikator untuk mengukur keseimbangan suatu pemberitaan, apakah pemberian kesempatan dan perhatian yang sama terhadap para pelaku penting dalam berita (*cover bothside*) sudah dilakukan atau belum.⁴⁶

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian ini mengamati objektivitas media menggunakan metode analisis isi berita, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode analisis kuantitatif persepsi masyarakat. Objek dalam penelitian ini adalah Objektivitas Pemberitaan Hukuman Mati Terpidana Narkotika Tahap I dan II Pada Program Metro News di Metro TV, sedangkan objek dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu persepsi masyarakat Condongcatur. Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai objektivitas media.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rika Ni'Matussholikhah 2017 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penelitian ini berjudul Keberimbangan Berita dalam Media Siber dengan metode analisis isi berita konflik Pilkada Lampung Periode Desember 2015 di Saibumi. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

⁴⁶ Sary. "Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Hukuman Mati Terpidana Narkotika Tahap I dan II Pada Program Metro News di Metro TV". Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. 2016.

- a. Berita-berita di Saibumi.com sebagian besar telah cukup berimbang, namun masih terdapat beberapa berita yang belum berimbang.
- b. Pengamatan terhadap empat kelompok berita sesuai topik yang diangkat menunjukkan, terdapat tiga kelompok berita yang memiliki tingkat keberimbangan tinggi. Tiga kelompok berita tersebut antara lain Kasus Gugatan Broniz Terhadap Hasil Pilkada Bandar Lampung(8 berita), Konflik Hak Suara Narapidan(7 berita) dan Konflik Pilkada Pesisir Barat (3 berita).
- c. Sementara, satu kelompok berita dengan tingkat keberimbangan rendah yaitu terkait Kasus Kerusakan Pilkada Lampung Tengah (3 berita).
- d. Pengamatan terhadap kelompok-kelompok berita menunjukkan, terdapat kategori keberimbangan yang sering dimunculkan dan sering tidak dimunculkan pada berita-berita di Saibumi.com. Kategori keberimbangan yang sering dimunculkan antara lain jumlah pengutipan narasumber, kompetensi narasumber, keragaman latar belakang narasumber, sisi peliputan yang ditampilkan dan evaluasi yang disajikan dalam berita. Adapun kategori keberimbangan yang sering tidak dimunculkan antara lain porsi pemberitaan yang diberikan untuk masing-masing pihak dan porsi evaluasi yang diberikan untuk masing-masing pihak.⁴⁷

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian ini mengamati keberimbangan berita dengan menggunakan metode analisis isi berita, sedangkan penelitian yang akan dilakukan tentang objektivitas media dengan menggunakan metode analisis kuantitatif persepsi masyarakat. Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menyangkut berita politik.

⁴⁷ Ni'Matussholikhah. "Keberimbangan Berita dalam Media Siber dengan metode analisis isi berita konflik Pilkada Lampung Periode Desember 2015 di Saibumi". Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung. 2017.