

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Wartawan dalam menulis sebuah berita harus memiliki kecepatan dalam ketepatan (akurasi), selain itu wartawan dituntut agar bersikap objektif dalam menulis berita. Dengan sikap objektifnya, membuat berita yang ia buat akan bersikap objektif juga, dalam arti berita yang ditulis oleh wartawan tersebut sebanding dengan kenyataan tidak memihak dan bebas dari kecurigaan. Subjektif adalah lawan kata dari objektif, yang memiliki arti bahwa adanya sebuah prasangka pribadi didalamnya. Sehingga tidak menutup kemungkinan karya jurnalistik memiliki sifat persuasif, yaitu dalam membuat sebuah berita terdapat sikap subjektif di dalamnya, dan sikap objektivitasnya berkurang (Kusumaningrat 2012:54).

Seiring berkembangnya zaman, di Indonesia mulai banyak terlihat para pemilik media massa yang bergabung menjadi aktivis politik. Afiliasi tersebut bisa terlihat dari keterlibatan para pemilik media dalam sebuah partai politik atau menjadi anggota tim sukses salah satu calon. Hal ini membuat partai politik dan media massa tidak dapat dipisahkan lagi. Media massa merupakan wadah yang sangat penting bagi para aktor politik untuk menjalankan segala aktivitas politiknya (Cangara, 2014:96). Oleh karena itu, dengan adanya afiliasi antara pemilik media dengan partai politik dapat mempengaruhi objektivitas pemberitaan yang dihasilkan. Dari sini, peneliti tertarik untuk meneliti tingkat objektivitas pemberitaan Pilpres 2019 di Indonesia.

Pemilihan Presiden di Indonesia dilaksanakan setiap lima tahun sekali. Dan tahun 2019 merupakan tahun politik, di mana pada tahun ini media lebih gencar memberitakan pemberitaan berkaitan dengan kegiatan

kampanye pasangan calon presiden dan wakil presiden. Hal ini membuat pemberitaan mengenai pasangan calon presiden dan wakil presiden menjadi menarik untuk diteliti. Selain itu, pilpres 2019 dinilai sebagai tanding ulang antara Joko Widodo sebagai calon presiden nomor urut 01 dengan Prabowo Subianto sebagai calon presiden nomor urut 02.

Joko Widodo atau Jokowi merupakan calon presiden dalam Pilpres 2019 yang diusung sembilan partai politik. Sembilan partai politik tersebut, yakni Golongan Karya (Golkar), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), NasDem, Partai Kebangkitan Nasional (PKB), Hati Nurani Rakyat (Hanura), Partai Persatuan Indonesia (Perindo), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI), dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Dalam Pilpres 2019 kali ini, laki-laki kelahiran Surakarta, Jawa Tengah, 21 Juni 1961 itu didampingi Ma'ruf Amin yang tengah duduk sebagai Ketua Majelis Ulama Indonesia ke-7.

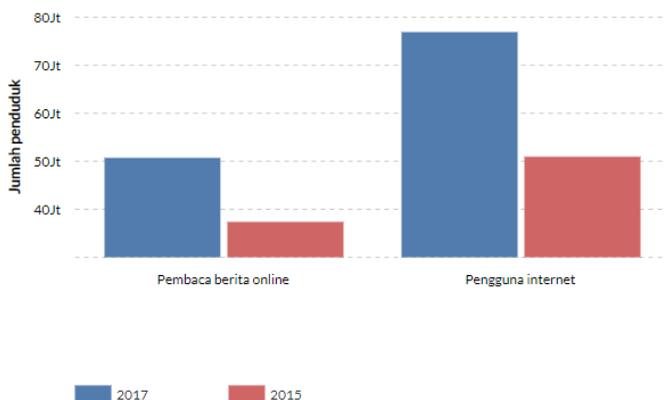
Joko Widodo dalam pilpres kali ini didampingi oleh Ma'ruf Amin yang resmi ditetapkan sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut satu oleh Komisi Pemilihan Umum RI pada 20 September 2018. Sedangkan pasangan calon presiden dan wakil presiden dengan nomer urut dua adalah Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno. Prabowo dan Sandi dalam Pilpres 2019 kali ini, ditetapkan sebagai lawan dari Jokowi dan Ma'aruf. Pasangan calon ini diusung oleh partai Demokrat, Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Amanat Nasioanl (PAN), dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan salah satu bentuk media massa yaitu media *online* untuk mengetahui tingkat keobjektivitasan pemberitaan kampanye terbuka Presiden dan juga Wakil Presiden Indonesia tahun 2019 dengan fokus penelitian pada media *online* okezone.com, viva.co.id, mediaindonesia.com dan republika.co.id. Di mana media *online*

di era saat ini telah menjadi kebutuhan masyarakat. Apalagi masyarakat Indonesia tidak bisa lepas dari teknologi dan juga perangkat telepon pintar mereka dalam keseharian. Menurut Staf Ahli Menkominfo Henri Subiakto, seperti yang dimuat oleh kominfo.go.id bahwa banyaknya orang yang mengakses berita dari media online dikarenakan kecepatan yang dimiliki media online tidak dimiliki oleh media cetak ataupun televisi.

Jumlah penduduk yang menggunakan internet untuk membaca berita online

2015-2017



Sumber : SUSENAS BPS, 2017

lokadata
Oleh Beritagar.id

Bagan I. 1 Jumlah penduduk yang menggunakan internet untuk membaca media *online*

Sumber : beritagar.id

Jumlah pembaca berita di media *online* mengalami banyak peningkatan. Pada tahun 2015 di Indonesia jumlah pembaca berita di media *online* berjumlah 37,4 juta penduduk dan di tahun 2017 berjumlah 50,7 juta. Hal ini membuat penelitian tertarik untuk meneliti media *online*. Media *online* yang digunakan peneliti yaitu okezone.com, viva.co.id, mediaindonesia.com dan republika.co.id. Alasan peneliti memilih empat

media *online* tersebut karena pemilik media dari empat media *online* tersebut telah bergabung menjadi aktivis politik.

Pertama yaitu Multinasional Corporation (MNC) yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo sebagai Ketua Umum Partai Perindo, dan pernah bergabung dengan Partai Nasdem dan Partai Hanura. Perusahaan ini memiliki beberapa jenis media, baik itu cetak, radio, televisi dan media online seperti yang dilansir oleh maxmanroe.com. Untuk media online yang dimilikinya yaitu Okezone.com.

Kedua yaitu Bakrie & Brother Group yang dimiliki oleh Aburizal Bakrie yang pernah menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Golongan Karya (Golkar). Perusahaan ini juga memiliki beberapa media yaitu, televisi dan media online seperti yang dilansir oleh viva.co.id. Media online yang dimiliki oleh Bakrie yaitu Viva.co.id.

Ketiga yaitu Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh sebagai Ketua Umum Partai Nasional Demokrat (Nasdem) dan mantan Ketua Dewan Penasehat Partai Golkar. Perusahaan ini memiliki beberapa media yaitu, cetak, televisi dan online seperti yang dilansir oleh merdeka.com. Media online yang dimiliki yaitu Mediaindonesia.com.

Dan yang keempat yaitu Mahaka Group yang dimiliki oleh Erick Thohir sebagai pendiri dan Komisaris Utama. Selain itu, Erick Thohir juga menjabat sebagai ketua tim pemenang Jokowi-Ma'aruf Amin mulai tanggal 7 September 2018 setelah berhasil mensukseskan Asian Games. "Ketua Tim Kampanye Nasional Bapak Erick Thohir. Beliau adalah pengusaha sukses, memiliki media, klub sepakbola, klub basket, dan memiliki lain-lainnya" ucap Jokowi seperti yang dilansir oleh Tirto.id 7 September 2018. Perusahaan ini memiliki beberapa media antara lain, televisi, radio, majalah dan media online seperti yang dimuat di tegas.co. Untuk media online yang dimiliki Erick Thohir yaitu Republika.co.id.

Dari keempat media *online* di atas menurut peneliti lebih pada pasangan calon 01 jika dilihat dari partai pengusung dan juga tim pemenangnya. Namun hal ini bisa memungkinkan bahwa media *online* di atas berpihak pada pasangan calon 02 bahwa netral. Oleh karena itu, hal ini menarik untuk dijadikan sebuah penelitian oleh peneliti.

Menurut dugaan peneliti jika dilihat dari salah satu pemberitaan yang dimuat oleh okezone.com pada tanggal 5 April 2019 yang berjudul “Jokowi Ajak Ribuan Pendukungnya di Cirebon Perangi Hoaks dan Fitnah”



TERKINI PILPRES PILEG QUICKCOUNT FOTO VIDEO INDEKS

HOME // NEWS // PILPRES

Jokowi Ajak Ribuan Pendukungnya di Cirebon Perangi Hoaks dan Fitnah

Fathnur Rohman, Jurnalis · Jum'at 05 April 2019 13:54 WIB



go.dbs.com/kta digibank by DBS

**WEDDING RING
DALAM 60 DETIK**

**digibank KTA
dalam 60 detik
hingga Rp80juta**

digibank Liberates Me

Milih Tempat
Tinggal Si Dia Tipe
Yang Mana?

Rumah.com

Cari tahu di sini

CIREBON - Menjelang hari pencoblosan pada 17 April 2019, capres nomor urut 01, Joko Widodo (Jokowi) mengajak para pendukungnya untuk memerangi segala bentuk fitnah dan hoaks. Ajakan itu dilontarkannya saat berkampanye terbuka di Desa Gebang Mekar, Kecamatan Gebang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, Jumat (5/4/2019).

"Sebentar lagi 17 April. Jangan sampai hoaks, fitnah, dan berita bohong memengaruhi kita. Kita harus berani meluruskannya. Harus dilawan," kata Jokowi.

Saat berpidato, Jokowi kembali memperkenalkan tiga kartu 'sakti' yang menjadi program unggulannya. Tiga kartu sakti tersebut adalah Kartu Sembako Murah, Kartu Prakerja dan Kartu Indonesia Pintar untuk jenjang perkuliahan.



Saat berpidato, Jokowi kembali memperkenalkan tiga kartu 'sakti' yang menjadi program unggulannya. Tiga kartu sakti tersebut adalah Kartu Sembako Murah, Kartu Prakerja dan Kartu Indonesia Pintar untuk jenjang perkuliahan.



Mantan Gubernur DKI Jakarta itu berujar bahwa pemerintah akan menyiapkan anggaran demi merealisasikan tiga kartu tersebut. Namun kata Jokowi, kartu-kartu tersebut baru akan berjalan pada tahun depan, mengingat saat ini, ketiga 'sakti' masih menjadi program paslon 01.

"Perlu saya sampaikan, kita anggarkan tahun ini, kita laksanakan tahun depan. Soalnya ini program capres," ujarnya.

(put)

Gambar I.1 Berita berjudul "Jokowi Ajak Ribuan Pendukungnya di Cirebon Perangi Hoaks dan Fitnah"

Sumber : okezone.com

Bahwa berita diatas terdapat pencampuran opini dari wartawannya jika dilihat pada judul berita karena muncul kata ribuan, selain itu juga terkesan memunculkan unsur dramatisasi. Sedangkan untuk kata yang digunakan adalah kata-kata konkret dan mudah dimengerti serta dipahami. Namun dalam pemberitaan di atas tidak mengandung *cover both sides*, sebab narasumber yang digunakan dalam berita ini hanya satu yaitu Joko Widodo. Oleh karena itu, peneliti menduga bahwa okezone.com lebih berpihak pada pasangan calon presiden nomor urut 01, selain dari isi beritanya, pemilik media *online* okezone.com tergabung pada partai Perindo dimana partai tersebut merupakan partai pengusung dari pasangan calon presiden nomor urut 01.

Media *online* yang kedua yaitu viva.co.id, jika dilihat dari pemberitaan yang dimuat pada tanggal 7 April 2019 yang berjudul "Kampanye Akbar di GBK, Prabowo: Terbesar Sepanjang Sejarah Politik RI"



VIVA – Calon presiden 02, Prabowo Subianto memulai pidato politiknya dalam kampanye akbar di Gelora Bung Karno, Jakarta, Minggu, 7 April 2019, dengan menyapa sejumlah elite politik dan para ulama yang hadir di GBK.

Sebelum memulai pidato, Prabowo sempat bertanya kepada para seken partai koalisi terkait dengan antusiasme rakyat di kampanye akbar Prabowo-Sandi di GBK pagi ini. Menurut pandangan para seken partai, Prabowo mengklaim kampanye ini merupakan yang terbesar sepanjang sejarah politik di Indonesia.

"Ini adalah rapat akbar politik terbesar dalam sejarah politik di Indonesia, Saya tadi keliling, saya kira puluhan ribu atau ratusan ribu massa yang tidak bisa masuk karena tempatnya terbatas. Luar biasa kehadiran kalian disini semuanya," kata Prabowo Subianto dalam orasi politiknya.

Prabowo bangga dengan loyalitas para pendukungnya yang sudah hadir di GBK ini sejak Sabtu malam sudah berkumpul di sekitar GBK dan Salat Subuh berjamaah. Baginya, kehadiran rakyat di GBK ini merupakan menyatakan sikapnya pada Pemilu 17 April 2019 mendatang.

"Kami lihat, merasakan dan menangkap getaran hati rakyat Indonesia," ujar Prabowo.

Prabowo bersyukur masih diberi Allah kesempatan membela rakyat bersama dengan para tokoh untuk mewujudkan keadilan, melawan ketidakadilan dan melawan pemimpin yang menipu rakyatnya sendiri.

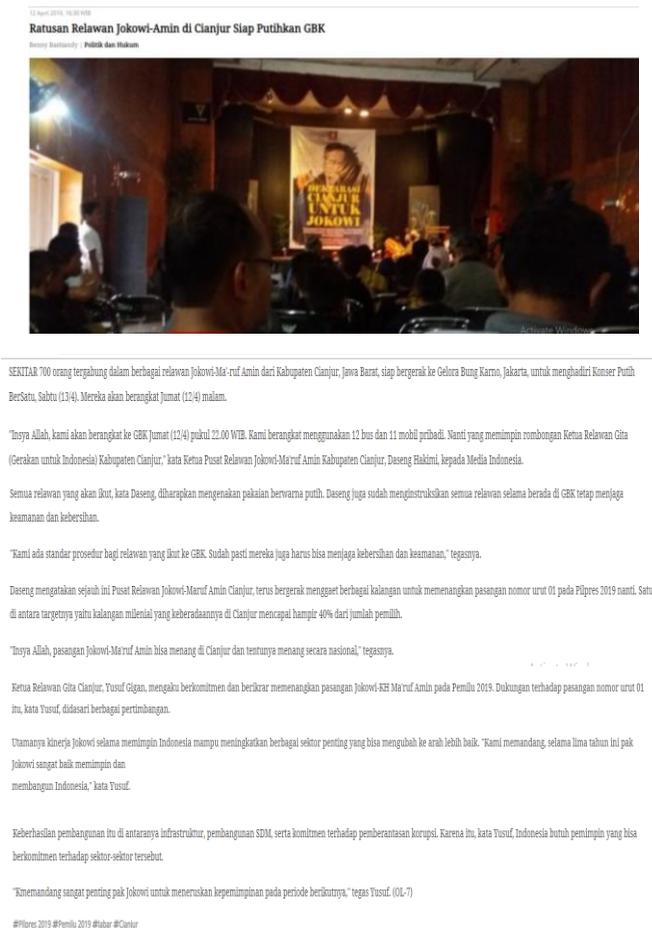
"Berapa panitia yang hadir? Satu juta lebih. Dikasih uang enggak ke sini? Bagaimana satu juta orang dikasih uang. Bahkan tadi di mobil saya yang dikasih uang, saya bersyukur terima kasih ke Allah, Tuhan yang Maha Besar," imbuhnya

Gambar I. 2 Berita berjudul "Kampanye Akbar di GBK, Prabowo: Terbesar Sepanjang Sejarah Politik RI"
Sumber : viva.co.id

Bahwa pemberitaan di atas menggunakan judul yang sensasioanl sebab adaya kata-kata terbesar sepanjang sejarah politik RI. Sehingga berita tersebut memunculkan kesan dramatisasi. Kata-kata yang digunakan dalam berita di atas jelas dan mudah di mengerti. Selain itu dalam pemberitaan di atas tidak mengandung *cover both sides*, sebab narasumber yang digunakan dalam berita ini hanya satu yaitu Prabowo Subianto. Dari sini peneliti menduga bahwa viva.co.id lebih pada pihak pasangan calon presiden nomer urut 02. Meskipun pemilik viva.co.id merupakan Ketua Dewan Pembina Partai Golongan Karya (Golkar) yang merupakan partai pengusung pasangan calon presiden nomer urut 01, menurut Ahmad Riza Ketua Dewan

Pimpinan Pusat Partai Gerindra meyakini bahwa hati Bakrie lebih ke Prabowo karena menurutnya Bakrie memiliki kedekatan khusus dengan Prabowo seperti yang telah dilansir oleh merdeka.com pada 9 Oktober 2018.

Media *online* selanjutnya yaitu mediaindonesia.com, salah satu pemberitaan yang dimuat yaitu pada tanggal 12 April 2019 yang berjudul “Ratusan Relawan Jokowi-Amin di Cianjur Siap Putihkan GBK”



Gambar 1. 3 Berita berjudul “Ratusan Relawan Jokowi-Amin di Cianjur Siap Putihkan GBK”

Sumber : mediaindonesia.com

Pemberitaan di atas menggunakan judul yang terkesan dramatisasi karena memunculkan kata ratusan. Selain itu mengandung fakta psikologis karena mengandung interpretasi subjektif berupa pernyataan atau opini terhadap suatu gagasan/kejadian. Namun dalam berita ini terdapat kesesuaian judul dengan isi berita. Serta mengandung *cover both sides*, sebab narasumber yang digunakan dalam berita ini lebih dari satu narasumber yaitu Ketua Pusat Relawan Jokowi-Ma'ruf Amin Kabupaten Cianjur, Daseng Hakimi dan Ketua Relawan Gita Cianjur, Yusuf Gigan. Dari sini peneliti menduga bahwa *mediaindonesia.com* lebih pada pihak pasangan calon presiden nomer urut 01, selain karena beritanya, *mediaindonesia.com* dimiliki oleh Surya Paloh yang merupakan Ketua Umum Partai Nasional Demokrat (Nasdem) dan mantan Ketua Dewan Penasehat Partai Golkar. Kedua partai tersebut merupakan partai pengusung pasangan calon presiden nomer urut 01.

Sedangkan media *online yang* terakhir yaitu *republika.co.id*, salah satu pemberitaan yang dimuat pada tanggal 25 Maret 2019 yang berjudul “Jokowi : Negara Jangan Dipimpin oleh Orang yang Coba-Coba”.

Jokowi: Negara Jangan Dipimpin oleh Orang yang Coba-Coba

Senin 25 Mar 2019 21:45 WIB

Rep: Wilida Fitzriyani/ Red: Andri Saubani



REPUBLIKA.CO.ID, MALANG -- Calon Presiden (Capres) Joko Widodo (Jokowi) mengingatkan untuk menjadi pemimpin negara tidak boleh coba-coba. Pasalnya, hal ini berkaitan dengan kemaslahatan 269 juta penduduk Indonesia.

Seperi diketahui, Indonesia itu sebuah negara besar dengan jumlah penduduk sebanyak 269 juta orang. Kemudian juga terbagi dalam 514 kabupaten/kota yang tersebar di 34 provinsi se-Indonesia.



Cara unik untuk menghasilkan 62 million IDR 2 hari

"Jangan sampai yang besar ini dinahkodai oleh orang yang belum berpengalaman. Jangan *nyoba-nyoba*, karena ini menyangkut 269 juta penduduk Indonesia. *Masak* kita mau dicoba-coba?" kata Jokowi saat mengisi kampanye di GOR Ken Arok, Kota Malang, Senin malam (25/3).

Dari pengalaman pribadi, Jokowi menerangkan, pernah menjabat sebagai wali kota sebanyak dua kali. Ditambah lagi, sempat dipercaya sebagai Gubernur DKI Jakarta. Lalu menjabat sebagai Presiden RI ketujuh selama 4,5 tahun.

Sebelum terjun ke dunia pemerintahan, Jokowi menceritakan, dirinya bergelut dalam dunia usaha. Kemudian memasuki dunia pemerintahan dengan diangkatnya sebagai Wali Kota Solo selama dua periode.

"Masuk ke pemerintahan, saya belajar dua tahun padahal dalam satu kota. Ini 514 kota/kabupaten, *kok* coba-coba? Ini tidak mudah, saya dulu sebagai walikota belajar dua kali, apalagi negara dengan 514 kabupaten/kota," jelas Jokowi.

Di sisi lain, Jokowi mengaku sangat menghargai segala perbedaan termasuk di Kota Malang yang dikenal sebagai miniaturnya Indonesia. Berbagai macam suku, agama dan daerah berkumpul di kota tersebut.

Meski berbeda, kata Jokowi, Kota Malang nyatanya selalu hidup rukun hingga kini. Hal ini terlihat jelas di mana bangunan Masjid Jami dan Gereja Immanuel Malang dapat berdiri secara berdampingan. Tidak ada pertengkaran apalagi perselisihan umat yang berbeda di lokasi bersejarah tersebut.

"Ini perlu dicontoh kota lain," tegasnya.

Gambar I. 4 Berita berjudul "Jokowi : Negara Jangan Dipimpin oleh Orang yang Coba-Coba".

Sumber : mediaindonesia.com

Pemberitaan di atas menggunakan judul yang sesuai dengan isi dari beritanya. Selain itu mengandung fakta sosiologis karena mengandung fakta kejadiannya/faktual/peristiwanya. Isi dari berita di atas dijelaskan secara jelas mengenai data-data jumlah penduduk di Indonesia bahkan jumlah provinsi dan kabupaten/kota yang di ada di Indonesia. Namun dalam berita ini tidak mengandung *cover both sides*, sebab narasumber yang digunakan dalam berita ini hanya satu narasumber yaitu Jokowi, dan berita di atas memunculkan kesan jika Jokowi yang paling terbaik dibandingkan

lawannya. Dari sini peneliti menduga bahwa republika.co.id lebih pada pihak pasangan calon presiden nomer urut 01, selain karena beritanya, republika.co.id dimiliki oleh Erick Thohir sebagai pendiri dan Komisaris Utama. Selain itu, Erick Thohir juga menjabat sebagai ketua tim pemenang Jokowi-Ma'aruf Amin.

Masa kampanye Pilpres 2019 menurut anggota Komisi Pemilihan Umum (KPU) Jakarta Utara Arif Budiarto yang dimuat oleh pemiliupdate.com pada tanggal 26 September 2018 berlangsung mulai tanggal 23 September 2018 hingga 13 April 2019. Pada tanggal 23 September 2018 sampai dengan 23 Maret 2019 merupakan tanggal dilaksanakannya kampanye tertutup, sedangkan mulai tanggal 24 Maret 2019 sampai dengan 13 April 2019 merupakan tanggal dilaksanakannya kampanye terbuka atau biasa disebut dengan kampanye akbar.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih pemberitaan kampanye terbuka capres dan cawapres dalam pilpres 2019 yang dilaksanakan mulai tanggal 24 Maret 2019 sampai dengan 13 April 2019. Alasan peneliti memilih pemberitaan kampanye terbuka atau kampanye akbar Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2019 karena sangat berpengaruh untuk mendongkrak elektabilitas paslon presiden dan wakil presiden menurut Direktur Eksekutif Kelompok Diskusi dan Kajian Opini Publik Indonesia Hendri Satrio yang dimuat beritasatu.com pada tanggal 27 Maret 2019. Hal ini terjadi karena menurut Hendri masyarakat pemilih dapat melihat langsung kandidatnya dan mendengarkan visi misinya, karena rakyat paling suka apabila didatangi, ditemui langsung oleh kandidat. Kampanye terbuka dinilai paling efektif karena jika diurutkan, kampanye yang paling berpengaruh adalah kampanye akbar atau kampanye terbuka, setelah itu baru kampanye berupa blusukan, door to door, debat, iklan dan yang terakhir adalah media sosial.

Dengan adanya afiliasi antara partai politik dengan media *online* di sini, membuat keraguan dalam hal keobjektivas pemberitaan yang disajikan oleh beberapa media *online* di atas. Selain itu dapat mempengaruhi isi pada media tersebut. Hal ini di ungkapkan oleh Arsam (2014) dalam jurnalnya bahwa menurut Jakoeb Sumardjono, kepemilikan berasal dari kata dasar milik, milik berarti “kepunyaan” atau “hak”, begitu kata kamus bahasa. Bertolak dari sini, memiliki dapat punya arti kebebasan si pemilik untuk menguasai, memanfaatkan, memakai apa yang dimilikinya dan berpeluang untuk mempengaruhi isi media tersebut. Sehingga pemilik media bebas dan memiliki hak untuk memanfaatkan medianya baik untuk kepentingan pribadinya bahkan kelompok atau partai politiknya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti Objektivitas Pemberitaan Kampanye Terbuka Capres dan Cawapres dalam Pilpres Indonesia 2019 di Media Online Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id.

Juditha (2013) dalam jurnalnya mengatakan, kualitas dari sebuah berita tidak terpisah dari persoalan mengenai objektivitas berita, sehingga hal tersebut sangat dibutuhkan dalam pembuatan berita. Suatu hal dapat dibidang objektif apabila ada faktanya yang dikatakan seseorang yang melihat secara langsung atau fakta yang diperoleh melalui media massa. Selain itu, Agus.S., dan Zuhri., S, (2015) dalam jurnalnya juga mengatakan, bahwa berita dapat dikatakan objektif apabila berita tersebut menyajikan sebuah fakta, serta tidak berpihak dan juga tidak mengaitkan opini dari jurnalis.

Untuk meneliti fenomena di atas yang meneliti tentang tingkat objektivitas pemberitaan kampanye terbuka capres dan cawapres dalam pilpres 2019, peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi sendiri terdiri dari dua, yaitu analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Analisis isi kuantitatif adalah analisis isi yang lebih

memfokuskan pada isi komunikasi yang sifatnya tersurat/*manifest*/nyata (tampak). Sedangkan analisis isi kualitatif lebih menjelaskan pada hal-hal yang tersirat (*latent*), contohnya ideologi apa yang ada di balik suatu berita (Kriyantono, 2016:61). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif, karena peneliti ingin melihat secara tersurat gambaran dari karakteristik sebuah pesan yang tampak pada pemberitaan di media *online* Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id.

Menurut Nur, Morse, dan Senduk (2015) dalam jurnalnya analisis isi merupakan sebuah metode yang sering kali digunakan untuk menganalisis sebuah isi suatu media baik itu media cetak ataupun media elektronik. Penelitian yang menggunakan analisis isi, adalah penelitian yang mempelajari isi media misalnya televisi, surat kabar, film dan radio (Eriyanto, 2013: 11). Banyak bidang studi dalam penelitiannya yang menggunakan metode analisis isi selain bidang ilmu komunikasi, salah satunya adalah bidang studi politik. Hal ini karena banyak terdapat penelitian yang membahas mengenai bidang ilmu politik dan metode yang digunakan adalah metode analisis isi (Eriyanto, 2013:13).

Penelitian sejenis juga pernah diteliti oleh Marchelina (2018) mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, dengan judul penelitian Objektivitas Pemberitaan Tentang Sosok Ahok dan Habieb Rizieq di Surat Kabar Kompas. Penelitian ini membahas mengenai pemberitaan sosok Ahok yang diduga menjadi tersangka dalam kasus penistaan agama, serta Habieb Rizieq yang diduga melakukan *chat* mesum. Setelah penelitian ini dilakukan, hasilnya adalah Kompas tidak objektif, karena pemberitaan dalam koran ini lebih mengarah pada Ahok. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti saat ini yaitu dari sisi media *online* dan juga pemberitaan kampanye terbuka capres dan cawapres dalam pilpres 2019.

I.2. Rumusan Masalah

“Bagaimana Tingkat Objektivitas pemberitaan kampanye terbuka Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2019 di media *online* Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id. ?”

I.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Tingkat Objektivitas pemberitaan kampanye terbuka Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2019 di media *online* Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id.

I.4. Batasan Masalah

Batasan objek dalam penelitian ini yaitu tingkat objektivitas pemberitaan kampanye terbuka di media *online*. Dan batasan subjek penelitiannya yaitu semua jenis berita yang berhubungan dengan kampanye terbuka Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2019 di media *online*. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil edisi berita pada tanggal 24 Maret 2019 sampai 13 April 2019, karena pada tanggal tersebutlah kampanye terbuka dilaksanakan. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan oleh peneliti dan metode yang digunakan adalah metode analisis isi, hal ini karena peneliti ingin mengetahui gambaran karakteristik pesan yang tampak pada pemberitaan di media *online*. Sedangkan untuk pendekatan analisis isi yang digunakan peneliti yaitu analisis isi deskriptif, karena ingin menggambarkan suatu pesan atau teks secara terperinci (Eriyanto, 2013: 47).

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan sebuah pengetahuan mengenai metode penelitian analisis isi kuantitatif dengan cara menerapkan konsep yaitu objektivitas pemberitaan.
- b. Dapat memberikan pengetahuan mengenai objektivitas pemberitaan kampanye terbuka Pilpres Indonesia 2019.

- c. Menjadi sebuah referensi bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang memiliki rasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis teks media khususnya menggunakan analisis isi kuantitatif.

I.5.2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan bagi kebijakan redaksional dan juga bagi institusi media massa khususnya Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id dalam menulis maupun melaporkan sebuah peristiwa atau berita kepada khalayak.
- b. Masyarakat maupun media massa lainnya menjadi tahu mengenai objektivitas dari media *online* Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id.