

ANALISIS PEMBERITAAN TENTANG UNISSULA DI MEDIA CETAK (ANALISIS ISI PEMBERITAAN HARIAN SUARA MERDEKA DAN JAWA POS)

Oleh : Made Dwi Adnjani, Mubarak
made@unissula.ac.id, mubgabus@yahoo.co.id

Abstract

For an educational institution, the news media is an integral part of efforts to establish a pretentious image at the position of the institution in the public eye. Sultan Agung Islamic University (UNISSULA) as universities are concerned to get a positive image of the news media. The involvement of the press in the formation of the real image of an institution involves the contestation of interest from a variety of interests. In this context, the press examined the extent of professionalism in maintaining the independence and impartial coverage of one of the colleges.

Broadly speaking there are two forces that could affect the independence of the press so directly and not the attitude of the press will be impartial in reporting. The first comes from the internal strength of the press itself that journalists and news managers in the form of misuse of the press for its own pragmatic interests. Both come from the external power (capital, country, culture, communalism) who uses the press to their own interests. By looking at these conditions interesting to observe how the attitude of the media in reporting about UNISSULA? Suara Merdeka daily electoral reasons and because Jawa Pos as national media they read the millions of people and potentially affect public attitudes.

This type of research is analytical descriptive research that aims to describe and analyze a phenomenon. The method used in this research is method of quantitative content analysis. The results showed that the obtained results for Suara Merdeka CR value of 90% and 100% Jawa Pos. That amount exceeds the value requirement, is 80%. This condition indicates that the measuring instruments used reliable and meet the rule requirements. Agreement between the two koder show that the news about UNISSULA in both media is positive. News about Jawa Pos UNISSULA in media numbers are still lacking, even in February, September and October there was no news about UNISSULA in Jawa Pos. News of UNISSULA in both media are mostly news about the organization of activities and UNISSULA and be straight news. News that are analyzed and the results of in-depth reportage reporter has not been found.

Key words : analisis isi, pemberitaan, media cetak

Pendahuluan

Informasi yang tersaji dan dijual pers tidak bebas nilai, mempunyai maksud dan tujuan, baik terselubung maupun terang-terangan. Setiap informasi yang disajikan oleh media baik dalam bentuk tulisan, foto, gambar/kartun tidak disampaikan begitu saja. Untuk bisa tampil dalam media, setiap informasi harus melewati proses seleksi dan interpretasi dalam proses produksinya. Informasi yang tersaji merupakan upaya media untuk mendefinisikan realitas empiris yang berhasil mereka rekam. Hanya sebagian dari realitas empiris saja yang diwartakan dan perlu dikonsumsi oleh pembaca.

Hal ini disebabkan berbagai aturan teknis dan non teknis, pertimbangan bisnis, ideologi media, dan himbauan politis dari pihak-pihak yang berkepentingan terhadap media. Berbagai

pihak yang menaruh kepentingan terhadap pemberitaan pers berusaha untuk memasukkan kepentingannya dan menggunakan media sebagai alat untuk mencapai tujuan.

Bagi sebuah institusi pendidikan pemberitaan media merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari upaya pembentukan citra yang berpretensi pada posisi institusi tersebut di mata publik. Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) sebagai perguruan tinggi berkepentingan untuk mendapatkan citra positif dari pemberitaan media. Keterlibatan pers dalam pembentukan citra sebuah institusi sesungguhnya melibatkan kontestasi kepentingan dari beragam kepentingan.

Pada konteks inilah pers diuji sejauh mana profesionalitasnya dalam menjaga independensi pemberitaan dan tidak memihak terhadap salah satu peserta pemilu. Pada

pelaksanaan pemilu di masa orde baru pers seringkali kehilangan independensinya dalam pemberitaan sehingga cenderung banyak berpihak pada partai pemerintah. Hal ini bisa dimengerti karena pada masa itu pers dihadapkan pada kondisi yang dilematis. Di satu pihak pers diidealkan sebagai alat kontrol sosial dan saluran hati nurani rakyat, tetapi disisi lain pers adalah suatu lembaga industri yang berusaha untuk tetap hidup sehingga pers juga harus menjaga kelangsungan hidupnya dengan mematuhi aturan penguasa pada saat itu.

Pada masa reformasi ini dimana kebebasan pers mendapat perlindungan hukum yang lebih baik mestinya bayang-bayang ketakutan terhadap pembredelan yang dilakukan pihak penguasa tidak ada lagi. Pada saat ini sebenarnya independensi dan profesional pers diuji, apakah mereka bisa bersikap netral atau justru memihak dalam pemberitaan mereka. Periode kritis adalah alat yang paling tepat untuk mengukur kredibilitas dan integritas pers. Mereka harus memilih dan pilihan itulah yang menunjukkan kredibilitas mereka. Pernyataan tersebut diungkapkan ketika pers Indonesia sedang dalam kondisi tiarap. Sekarang ini tentunya menarik untuk dilihat apakah pernyataan tersebut masih relevan. Di saat kebebasan pers sedang tumbuh dan berkembang apakah pers sendiri bisa menunjukkan jati dirinya kepada masyarakat atau justru malah berpihak kepada salah satu pihak. Alasan pemilihan harian Suara Merdeka dan Jawa Pos karena sebagai media nasional mereka dibaca jutaan orang dan berpotensi mempengaruhi sikap masyarakat.

Perumusan Masalah

Secara garis besar ada dua kekuatan yang bisa mempengaruhi independensi pers sehingga secara langsung maupun tidak sikap pers akan memihak dalam pemberitaan. Kekuatan pertama berasal dari internal pers itu sendiri yakni wartawan, dan pengelola pers berupa penyalahgunaan pers untuk kepentingan pragmatis sendiri. Kedua berasal dari eksternal yaitu kekuasaan (modal, negara, budaya, komunalisme) yang menggunakan pers untuk kepentingan sendiri. Dengan melihat kondisi tersebut menarik untuk dicermati bagaimana sikap media tersebut dalam pemberitaan tentang UNISSULA?

Kerangka Teori Teori Agenda Setting

Model Agenda Setting pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell Mc Comb dan Donald L Shaw pada tahun 1973. Teori ini menyatakan bahwa media tidak selalu berhasil memberitahu apa yang dipikirkan audience, tetapi media berhasil memberitahu audience berfikir tentang apa. Media massa memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan audience akan mengikutinya. Asumsi teori ini adalah, media memiliki kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media menyampaikan kepada masyarakat hal yang penting dan tidak penting, dan media juga mengatur apa yang harus dilihat oleh masyarakat atau tokoh siapa yang harus didukung (Nurudin, 2003:184-185). Selain itu teori ini menyatakan jika para pemilih dapat diyakinkan bahwa suatu masalah adalah penting, maka mereka akan memilih calon atau partai yang telah diproyeksikan sebagai yang paling mampu mengatasi masalah itu.

Konsep Agenda Setting menyatakan masalah-masalah yang banyak diberi perhatian di dalam media akan dirasakan oleh khalayak sebagai masalah yang paling penting. Ide dasarnya adalah diantara sejumlah masalah atau topik yang disampaikan, yang banyak mendapat perhatian dari media akan semakin akrab dengan khalayak dan dirasakan penting dalam suatu jangka waktu tertentu, sementara yang mendapat sedikit perhatian dari media berangsur-angsur akan hilang dari perhatian khalayak. Menurut Malcolm dan Donald Show, audience tidak hanya memahami masalah-masalah umum dan hal lainnya dari media massa, mereka juga memahami betapa pentingnya suatu isu atau topik dari penekanan yang diberikan media massa terhadap topik itu. (Soehoet, 2001:54).

Menurut Alexis S. Tan, media massa mempunyai kognisi politik dengan dua cara yaitu: 1. Media secara efektif menginformasikan peristiwa politik kepada khalayak, 2. Media mempengaruhi persepsi khalayak mengenai pentingnya masalah politik

Menurut Manheim, Agenda Setting meliputi tiga agenda yaitu agenda media, agenda khalayak dan agenda kebijakan (Soehoet, 2001:54). Dimensi-dimensi Agenda Media: 1. Visibility (jumlah dan tingkat menonjolnya berita), 2. Audience Salience (tingkat

menonjolnya bagi khalayak, dan hubungan keterkaitan antara isi berita dengan kebutuhan khalayak), 3. Valensi (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa).

Dimensi-dimensi agenda khalayak:

1. Keakraban (derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu), 2. Penonjolan pribadi (relevansi kepentingan dengan ciri pribadi), 3. Kesenangan (pertimbangan senang atau tidaknya akan topik berita). Dimensi-dimensi agenda kebijaksanaan: 1. Dukungan (kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu), 2. Kemungkinan kegiatan (kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan, 3. Kebebasan bertindak (nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah)

Kegiatan organisasi media terkait dengan mekanisme proses dan penyajian berita membicarakan tentang kecenderungan memihak atau menyimpang bukan saja disebabkan oleh proses dan prosedur seleksi yang berpola, tetapi juga karena adanya mekanisme yang terjadi dalam organisasi. Salah satu kenyataan yang sering terjadi ialah adanya seleksi susulan setelah dilakukan seleksi awal terhadap berita. Seleksi awal biasanya dilakukan oleh wartawan ketika dia memilih berita apa yang akan dilaporkan dan ditulis, tokoh siapa yang akan diwawancarai dan bagaimana berita akan ditulis. Seleksi susulan bisa dilakukan oleh editor berita atau oleh pemilik modal berkaitan berita apa yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Kebanyakan media yang berorientasi pasar memiliki berbagai sumber dana yang berasal dari penanaman modal, pemasang iklan, konsumen, dan kadang pula dari subsidi masyarakat dimana penyandang dana tersebut terkadang bersifat independen dan terkadang memihak terhadap kepentingan tertentu (Mc Quail:2003:154). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sigelman menyatakan bahwa manakala terjadi konflik antara organisasi media dengan karyawannya, maka pada saat itu seringkali kecenderungan politik atau kepentingan ekonomi organisasi menghalangi kebebasan ekspresi individu (Mc Quail:2003:159). Berbagai penelitian tentang surat kabar juga menunjukkan secara tegas bahwa para pemimpin redaksi dan pemilik modal cenderung memaksakan berita yang akan dipilih dan cara penyajiannya. Tinjauan

Gans tentang kekuasaan pemimpin perusahaan terhadap para reporter menyatakan bahwa mereka membuat kebijakan yang mengarahkan secara teratur, mengawasi kepentingan komersial dan politik perusahaan, serta memilih, menyarankan dan memveto berita bila mereka menghendaki (Mc Quail:2003:160).

Berkaitan dengan isi media, Shoemaker dan Resse mengutarakan lima factor yang mempengaruhi isi media yaitu, individu pekerja, rutinitas media, organisasi media, ideology media dan kekuasaan di luar organisasi media (Nurudin:2003:239). Factor yang dominan adalah organisasi media dimana di dalamnya terdapat kepentingan pemilik modal. Kebijakan dari pemilik modal lebih berpengaruh daripada jurnalis. Seringkali pemilik modal menentukan isi suatu media, seperti memihak partai politik tertentu dan itu dianggap sebagai sikap media.

Konsep Gatekeeper

Istilah gatekeeper pertama kali diutarakan oleh Kurt Lewin pada tahun 1947. Dalam kaitannya dengan komunikasi massa gatekeeper adalah orang yang bertugas mempengaruhi atau memberi ijin tersebarnya suatu berita (Nurudin:2003:108-109). Bittner mengistilahkan gatekeeper sebagai individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam saluran komunikasi massa. Jika diperluas maknanya, yang disebut gatekeeper adalah orang yang berperan penting dalam media massa yaitu para reporter, editor berita dan pemilik modal (Nurudin:2003:109-110).

Berbagai penelitian awal tentang penjagaan gerbang yang dilakukan oleh White dan Gieber hanya membatasi jangkauan permasalahan sekitar kegiatan pemilihan berita yang berlangsung dalam kamar berita. Dalam kamar berita dilakukan seleksi berita dari sejumlah besar berita yang masuk ke media. Dalam tahap penyeleksian ini, dapat diketahui tentang kadar subyektifitas dalam proses penyeleksian yang dilakukan oleh media (Mc Quail:2003:162)

Semua saluran media massa mempunyai sejumlah gatekeeper. Mereka memainkan peranan dalam beberapa fungsi. Mereka dapat menghapus pesan atau memodifikasi dan menambah pesan yang akan disebar. Gatekeeper juga dapat menghentikan sebuah informasi dan tidak membuka "pintu gerbang" (gate) bagi keluarnya informasi lain. Secara

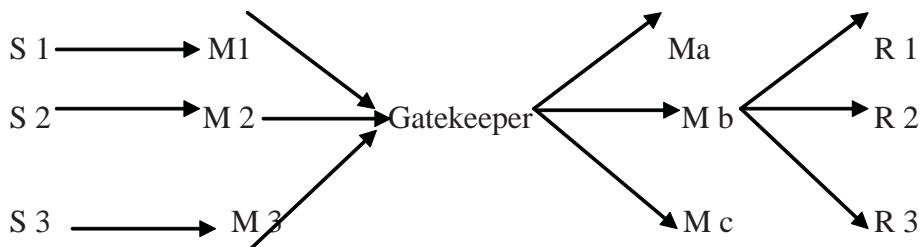
umum peran gatekeeper sering dihubungkan dengan berita khususnya surat kabar. Editor sering melakukan fungsi ini dengan menentukan apa yang layak disajikan kepada audience.

Sebelum seorang editor mendapatkan sebuah berita, sebenarnya seorang reporter telah terlebih dahulu melakukan fungsi gatekeeper ini ketika mencari dan menyeleksi fakta di lapangan. Saat reporter memilih fakta dengan menonjolkannya dalam tulisan, saat itulah ia melaksanakan fungsi gatekeeper. Hasil liputan yang diberikan kepada editor merupakan hasil tarik menarik kepentingan kebijakan media tempat ia bekerja dan persepsi reporter itu sendiri. Berita media sebagai hasil konstruksi realitas dipengaruhi oleh kecenderungan personal, konteks social dan budaya yang melingkupi gatekeepernya pada satu sisi dan dipengaruhi oleh system yang dijalankan media yang bersangkutan.

Selain reporter dan editor, kebijakan editorial juga bentuk dari pelaksanaan fungsi gatekeeper ini. Berbeda media akan berbeda pula nilai yang ditampilkan. Gatekeeper mempunyai efek potensial dalam komunikasi

massa jika media yang seharusnya milik masyarakat dikontrol oleh kekuatan minoritas pemilik modal. Disamping itu penyaringan informasi juga berpotensi menimbulkan efek. Efek ini bisa disebabkan oleh aktifitas dari gatekeeper itu sendiri, salah satunya adalah munculnya distorsi informasi. Distorsi informasi ada dua yaitu systemic distortion dan random distortion. Systemic distortion biasanya terjadi melalui pembiasan informasi yang disengaja. Sementara random distortion terjadi melalui kecerobohan atau ketidaktahuan dari gatekeeper. Contoh distorsi yang disengaja adalah pemutarbalikan fakta. Ini dibuat agar audience mengikuti konstruksi informasi yang diciptakan media massa. Sedangkan distorsi yang tidak disengaja terjadi karena kecerobohan atau ketidaktahuan, ini juga sangat terkait erat dengan human error. Kecorobohan bisa terjadi karena kekurangan informasi yang diperoleh atau tergesa dalam pennerbitan.

Untuk menggambarkan proses gatekeeping, De Vito menggambarannya sebagai berikut:



Bagan 1

Sumber: (Joseph A Devito,1997 dalam Nurudin:2003:119)

Dari gambar diatas pesan-pesan M1, M2 dan M3 diterima dari berbagai sumber berbeda (S1,S2,S3). Penyaring informasi kemudian secara selektif menyampaikan pesan (Ma, Mb, Mc) ke penerima yang berbeda (R1,R2,R3). Isi media baik dalam bentuk berita, foto, maupun tajuk rencana menunjukkan sikap dari media itu sendiri. Adanya perbedaan topik, metode, atau cara pemberitaan antara satu surat kabar dengan lainnya semakin mempertegas indikasi bahwa pihak medialah yang mempunyai wewenang dalam menentukan layak tidaknya suatu berita itu diturunkan. Hal ini relevan dengan model agenda setting yang menyatakan

bahwa media menentukan apa yang diberikan kepada khalayak dan menganggap hal itu layak untuk disimak khalayak. Sejalan dengan itu implementasi agenda setting dapat terlihat dari penonjolan berita yang merupakan penegasan sikap media.

Menurut. Assegaf, penonjolan berita dapat dilihat dari panjang pendek kolom, ukuran kolom, judul dan lead, dan penempatan (positioning) (Assegaf:1991:25-26). Berita yang dimuat media tidak selalu sesuai dengan agenda publik karena pengaruh sidang redaksi, pesan sponsor dan faktor eksternal yang mempengaruhinya.

Untuk mengamati dan menganalisa sikap media dapat dilihat dari: 1. Bagaimana masing-masing media menonjolkan agendanya seperti frekuensi berita, panjang pendek kolom, judul,

penempatan, ukuran kolom, 2. Penonjolan agenda media tersebut dipengaruhi aspek redaksi, ideologis, tekanan penguasa, pemilik media dan sponsor, 3. Perlu analisa semantik terhadap isi media

Menurut Ashadi setiap media adalah produk yang hadir dari formula keredaksionalan. Pimpinan suatu media dengan politik keredaksionalannya akan menggerakkan seluruh personil jurnalistik untuk mewujudkan formula tersebut, maka lahirlah Kompas, Tempo, Kartini dan lainnya yang dapat dikenal jati dirinya (Ashadi:1995:59).

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif analitik yang bertujuan menggambarkan dan menganalisa suatu fenomena. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis isi kuantitatif. Menurut Klaus Krippendorf, analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi dan sah data dengan memperhatikan konteksnya (Krippendorf,1993:15). Menurut Berelson analisis isi adalah teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif isi komunikasi yang manifest (Krippendorf 1993:17).

Hasil Penelitian

Dari keseluruhan jumlah berita di Harian Suara Merdeka yaitu 202, terdapat 182 berita yang disepakati oleh kedua coder. Terdapat perbedaan pandangan dalam menilai 20 berita yang bersifat pengumuman kegiatan. Coder 1 menilai berita tersebut bersifat objektif sedangkan coder 2 menilai berita tersebut positif dan memihak UNISSULA. Dari keseluruhan jumlah berita di Harian Jawa Pos yaitu 20, kedua coder sepakat memberikan penilaian bahwa berita-berita tersebut positif dan memihak UNISSULA. Berita di harian Jawa Pos bersifat positif dan menguntungkan UNISSULA.

Terdapat perbedaan pendapat antara coder 1 dan 2 dalam memberikan penilaian objektifitas berita di Suara Merdeka. Coder 1 menilai bahwa 90% berita di harian tersebut bernilai positif dan memihak UNISSULA. Coder 2 menilai bahwa 100% berita di Suara Merdeka bernilai positif. Terdapat perbedaan 10% penilaian dimana coder 1 menilai berita 10% bersifat netral.

Level kesepakatan dalam memberikan penilaian terhadap berita di Suara Merdeka menunjukkan bahwa kedua coder sepakat 90% berita di harian tersebut bernilai positif. Level kesepakatan untuk harian Jawa Pos mencapai 100% menunjukkan bahwa semua berita di Jawa Pos memihak UNISSULA dan memberikan penilaian positif.

Penutup

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh hasil nilai C.R untuk Suara Merdeka sebesar 90 % dan Jawa Pos 100%. Nilai tersebut melebihi batas nilai kesepakatan yang disyaratkan yaitu 80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan reliable dan memenuhi kaidah persyaratan. Kesepakatan antara dua coder menunjukkan bahwa berita-berita tentang UNISSULA di kedua media tersebut bernilai positif.
2. Berita tentang UNISSULA di media Jawa Pos jumlahnya masih kurang, bahkan di bulan Februari, September dan Oktober tidak ada berita tentang UNISSULA di Jawa Pos.
3. Berita-berita tentang UNISSULA di kedua media tersebut sebagian besar adalah berita tentang penyelenggaraan kegiatan dan UNISSULA dan bersifat straight news. Berita yang bersifat analisa dan hasil dari reportase mendalam wartawan belum ditemukan.

Saran

Memperbanyak intensitas pemberitaan UNISSULA di Harian Jawa Pos mengingat jangkauan media tersebut yang mencakup skala nasional. Hal ini akan memperluas dampak informasi tentang UNISSULA terhadap audiens yang dituju

Pentingnya peningkatan kualitas penulisan dan pemberitaan tentang UNISSULA sehingga berita yang muncul tidak sekedar bersifat berita seremonial. Oleh karena itu perlu diperbanyak kegiatan yang memiliki news value sehingga kualitas pemberitaan tentang UNISSULA akan meningkat.

Daftar Pustaka

Griffin, EM, 2003, "A First Look At Communication Theory, Fifth Edition", New

- York:McGraw Hill. dalam Gerbner dkk, 1978
- Kriyantono, Rachmat, 2006, Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Prenada
- Littlejohn, S. W. 2008. Theories of Human Communication 9th Edition”, Belmont CA:Wadsworth N/A
- Mc Kane, Anna, 2006, “News Writing”, London:Sage Publication.
- McQuaill, Deniss (2000) McQuail’s Mass Communication Theory (4th Edition), London:Sage Publications
- McQuaill, Deniss; (1987) Mass Communication Theory : An Introduction, London:.Sage Publications
- Newsom, Doug and Wollert, James A, 1985,”Media Writing, News for The Mass Media”, California:Wardsworth Publishing Company.
- Rakhmat, Jalaluddin; (2009) Psikologi Komunikasi, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Santana, Septiawan K, 2005, “Jurnalisme Kontemporer”, Jakarta:Yayasan Obor Indonesia
- Wimmer & Dominick, 2000, ”Mass Media Research:An Introduction”, California:Wardsworth