

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertengahan tahun 2008 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menjadi bahan pemberitaan media massa baik lokal maupun nasional karena UMY disinyalir menemukan sumber energi alternatif hidrofuel bernama Banyugeni. Pemberitaan bombastis berubah menjadi mimpi buruk setelah Joko Suprpto selaku “penemu”-nya ditangkap kepolisian karena telah melakukan penipuan akademik terhadap pimpinan dan civitas akademika UMY (<http://nasional.kompas.com/read/2008/07/25/19133323/Joko.Suprpto.Ditahan.Polda.DIY>, diakses 24 Juli 2013, jam 9.40 PM). Hukuman pidana bagi Joko selama 3,5 tahun telah dijatuhkan, namun integritas citra Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai institusi pendidikan dengan slogan -saat itu- “*leading and enlightening university*”¹ nampaknya divonis lebih buruk daripada hukuman untuk Joko Suprpto.

Sepanjang tahun 2008, UMY menjadi bulan-bulanan media massa. Proses pemberitaan yang akurat dan kritis semakin menguliti citra positif UMY selama ini. Media massa baik cetak, elektronik bahkan portal berita onlinepun menggunakan pilihan dan padanan kata yang memojokan posisi UMY. Seperti yang dikutip dari portal berita detiknews berikut ini “Pembongkaran alat itu terkait dengan penelitian bahan bakar berbasis air yang disebut Banyugeni.... Namun, oleh tim Pusat Studi Energi (PSE) UGM, trafo tersebut disebut sebagai **Pembangkit Listrik Tenaga Jin (PLTJ)**” (<http://m.detik.com/news/read/2008/06/12/174748/955314/10/terkait-banyugeni-peneliti-umy-dan-ugm-bongkar-trafo-ajaib>, diakses 29 Juli 2013, 10.18AM).

¹ Tahun 2004 – tahun 2008 UMY memiliki slogan sebagai *leading and enlightening university*. Pasca kasus Banyugeni, Rektor UMY Dr. Khoiruddin Bashori, M.Si digantikan oleh Dasron Hamid, M.Sc dan logo serta slogan UMY pun berganti menjadi Unggul dan Islami. Tahun 2012 ketika UMY merayakan

Sebagai seorang pewarta berita memiliki proses produksi dan reduksi data hasil wawancara dari narasumber. Dalam kutipan di atas, Detiknews sebagai salah satu portal berita online terbesar di Indonesia menggunakan pernyataan dari salah satu tim PSE UGM yang menyatakan bahwa trafo Banyugeni yang merupakan proyek unggulan UMY saat itu. Penggunaan kata “Tenaga Jin” pada artikel tersebut tentu secara implisit sudah memberikan citra buruk bagi UMY. Apalagi jika diingat kembali selain sebagai institusi pendidikan, UMY merupakan institusi agamis sehingga amat kotradiksi jika *positioning* yang dilakukan detiknews menempelkan kata **tenaga jin** pada institusi pendidikan agamis seperti UMY.

Pada sebuah media cetak nasional lainnya, Kompas, terdapat sebuah karikatur Jawa dengan menggunakan Banyugeni sebagai ide cerita. Dalam karikatur tersebut terlihat bahwa seorang tokohnya akan mengambil air yang kemudian dijadikan bahan bakar. Augustin Sibarani sebagai tokoh karikatur nasional, mengungkapkan bahwa jika sebuah media massa terutama koran menggunakan karikatur dalam sebuah rubriknya, ini akan mengindikasikan bahwa media massa tersebut tengah menyampaikan opini politiknya mengenai sebuah peristiwa. Sehingga apabila Kompas sebagai Surat Kabar Harian (SKH) nasional menampilkan karikatur mengenai tokoh Jawa yang mengambil air untuk dijadikan bahan bakar dan ternyata ditertawakan oleh rekan-rekannya, ini bisa menggambarkan bahwa tindakan UMY sebagai lembaga pendidikan yang mengambil keputusan untuk membiayai proyek Banyugeni adalah tindakan bodoh dan konyol sehingga patut untuk ditertawakan.

Pada Juni 2008, Khoiruddin Bashori, Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) memilih mengundurkan diri. Sikap ini diambil sebagai perwujudan pertanggungjawaban Khoiruddin dalam proyek Banyugeni yang merugikan UMY. Surat pengunduran diri Khoiruddin dikirim ke PP Muhammadiyah tanggal 17 Juni 2008. Surat dikirim ke PP Muhammadiyah sebab mekanisme pengangkatan dan pemberhentian rektor di Perguruan Tinggi Muhammadiyah atas keputusan PP Muhammadiyah. Keputusan akhirnya, diizinkan mundur atau tidak, sepenuhnya di tangan PP Muhammadiyah. Kemudian pada Senin 23 Juni diadakan sidang pleno untuk memilih rektor baru UMY di

kantor PP Muhammadiyah, Jl Menteng Jakarta,. Rapat tersebut dipimpin Ketua Umum PP Muhammadiyah Din Syamsuddin, dan dihadiri sejumlah pengurus PP Muhammadiyah seperti Yahya Muhaimin, Malik Fadjar, serta Haedar Nashir. Pengurus Majelis Pendidikan Tinggi PP Muhammadiyah, Prof Dr Zamroni, Sabtu 28 Juni 2008, memimpin upacara serah terima jabatan Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dari Dr Khoiruddin Bashori kepada penggantinya Ir Dasron Hamid MSi.

Dalam sebuah wawancara Dasron Hamid sebagai rektor terpilih menyampaikan bahwa masa baktinya akan berakhir pada Muktamar Muhammadiyah 2010 sehingga sejak dia dilantik hingga nanti Muktamar Muhammadiyah 2010, rancangan perbaikan citra UMY akan dilakukan. Peluang untuk memperbaiki citra UMY terwujud ketika UMY menjad tuan rumah pelaksanaan Muktamar Seabad Muhammadiyah pada tahun 2010. Pada moment ini puluhan ribu muktamirin Muhammadiyah dari seluruh penjuru Indonesia bersama ratusan pewarta berita datang ke UMY selama 6 hari. Maka moment ini dimanfaatkan bagi UMY memberikan yang terbaik agar para muktamirin dan pewarta berita tersebut bisa melaporkan keindahan, keramahan dan kesuksesan UMY sehingga secara linier akan memulihkan citra UMY.

Ketika krisis terjadi pada perusahaan -dalam hal ini UMY- maka praktisi harus bisa memperkirakan tipe krsis sebagai pertimbangan format dan duras skenario penanganannya (Cutlip, 200: 326) penanganan krisis terbaik dilakukan dengan cepat dan akurat untuk menghindari krisis lanjutan. namun jika waktu tidak memungkinkan untuk pelaksanaan riset identifikasi masalah maka praktisi bisa langsung melakukan *action* dengan skala prioritas.

Dalam hal ini, Cutlip menjelaskan alur informasi bagi wartawan tetap terbuka, namun praktisi PR harus membuat daftar pertanyaan, jawaban dan resolusi untuk setiap skenario dan hal penting ialah fokus pada dua hal - *what to do & what to say* - menjadi pedoman praktisi saat berhadapan dengan khalayak terutama media massa.

Kovach & Rosenstiel menyebutkan bahwa media massa berada dalam posisi memantau kesuksesan dan menyambung lidah orang tertindas. Meski Max King

redaktur *Philadelphia Inquirer* mengatakan “kita tergerus oleh yekanan bisnis dan perhitungan untuk rugi” (Kovach & Rosentiel, 2006:3). Media massa baik media cetak, media audio visual maupun media baru, idealnya memiliki prinsip untuk memberikan loyalitas utama kepada masyarakat dengan memberikan informasi kebenaran. Namun yang terjadi saat ini, berita adalah hiburan dan hiburan adalah berita karena inilah yang menjadi *selling point* di pasaran.

Kedaulatan Rakyat sebagai Surat Kabar Harian (SKH) terbesar di DIY dan Jateng menarik untuk menjadi bahan penelitian mengenai proses pemberitaan yang tersaji setiap harinya. Pemilihan surat kabar ini memperlihatkan apakah dengan strategi yang disusun oleh Dasron Hamid untuk menyukseskan penyelenggaraan Muktamar Muhammadiyah 2010 benar-benar mengubah citra atau tidak memiliki pengaruh atau bahkan malah memperburuk citra UMY. Karena pada periode 2010 merupakan moment yang tepat untuk bisa dilakukan studi evaluatif mengenai citra UMY dimata publik yang terwakili melalui pemberitaan UMY di Surat Kabar Harian *Kedaulatan Rakyat*.

Dengan menganalisis berita mengenai UMY sepanjang tahun 2010 pasca pelaksanaan Mukatamar Muhammadiyah, maka akan didapatkan data akurat dan valid mengenai objektivitas pemberitaan kegiatan akademis UMY setelah krisis Banyugeni di tahun 2008 dan usaha perbaikan citra UMY saat Muktamar Muhammadiyah 2010. Penting juga untuk mengetahui kecenderungan gaya pemberitaan SKH *Kedaulatan Rakyat* ketika memberitakan kegiatan akademis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada periode tersebut.

Hasil penelitian ini juga pada akhirnya akan mendapatkan gambaran objektif apakah SKH *Kedaulatan Rakyat* menjalankan salah satu fungsinya sebagai kontrol sosial dengan memiliki objektivitas pemberitaan mengenai kegiatan-kegiatan akademis yang diselenggarakan UMY.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka penelitian ini akan meneliti mengenai bagaimana objektivitas media dalam pemberitaan kegiatan akademis UMY di SKH *Kedaulatan Rakyat* sepanjang tahun 2010?

1.3 Batasan Penelitian

Untuk lebih menjaga fokus sistematika penulisan, analisis dan penelitian bagi peneliti maka peneliti akan membatasi penelitian ini, yakni:

1. Topik yang dibahas dalam penelitian ini ialah objektivitas media *Kedaulatan Rakyat* ketika memberitakan kegiatan akademis UMY sejak Januari - Desember 2010.
2. Jenis berita yang diteliti dalam penelitian ini adalah berita yang berisi mengenai kegiatan akademis yang dilakukan oleh UMY di SKH *Kedaulatan Rakyat*. Publikasi yang bersifat tulisan opini atau artikel analisis tidak menjadi objek penelitian ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mengetahui objektivitas media dalam pemberitaan aktifitas kegiatan akademis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta di SKH *Kedaulatan Rakyat* sepanjang tahun 2010.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian yang disusun maka diharapkan memberikan manfaat dan sumbangan ilmu bagi kemajuan Ilmu Komunikasi secara global, maka dalam penelitian ini akan memiliki beberapa manfaat penelitian.

1. Manfaat Teoritis

- a. Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berkaitan dengan objektivitas media dalam pemberitaan, maka diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan kajian dalam penelitian serupa sehingga bisa memperkaya kajian dan penelitian selanjutnya.
- b. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan kontribusi ilmu mengenai kajian - kajian berkaitan dengan analisis media khususnya yang menggunakan metode analisis isi, terutama yang berkaitan dengan penelitian mengenai objektivitas media di surat kabar dan media cetak.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini bisa digunakan untuk mengetahui kecenderungan pola pemberitaan kegiatan akademis UMY sepanjang tahun 2010, sehingga bisa dijadikan acuan bagi pimpinan UMY ataupun biro terkait untuk menyusun langkah strategis demi kemaslahatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta selanjutnya, khususnya rencana strategis mengenai publikasi di media cetak.
- b. Data - data yang terdapat dalam penelitian ini juga bisa digunakan sebagai bahan rujukan ataupun referensi bagi mahasiswa, dosen ataupun peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

1.6 Hipotesa

Penelitian ini memiliki hipotesa bahwa SKH *Kedaulatan Rakyat* memiliki objektivitas saat melaporkan ataupun memberitakan kegiatan akademis yang dilakukan oleh UMY sepanjang tahun 2010.

1.7 Kerangka Teori

1.7.1 Citra Perusahaan

Peran utama *Public Relations Officer (PRO)* lebih pada membangun citra perusahaan dan mempertahankan citra positif perusahaan kepada setiap *stakeholder* perusahaan. Menurut Jefkins jika PRO salah memberikan informasi maka bisa jadi citra yang dibangun juga akan salah

Philip Henslowe dalam bukunya *Public Relations: A Practical Guide To The Basic* juga mengenalkan 4 tipe citra/ *image* (Henslowe, 2003:6), yakni:

1. *The Mirror Image* (Citra Bayangan)

What we think we look like. Often an illusion due to wishful thinking. for example, your image that you see in the mirror can look quite different to a photograph of yourself

Yakni citra yang kita bayangkan yang terkadang merupakan sebuah

... .. Misalkan bayang kita

yang terdapat dalam cermin bisa saja berbeda dari citra yang sesungguhnya.

2. *The Current Image* (Citra Kini)

What people outside think about an organization or a person. Often this image is distorted; usually due to misunderstanding, lack of knowledge about the individual or the organization, or even to hostility. However the CSR policy of an organization can help to turn that current image to its advantage. Similarly, in equivalent term, the current image of an individual can likewise be altered.

(merupakan gambaran dari orang luar mengenai sebuah organisasi atau seseorang. Seringkali citra ini terdistorsi, biasanya karena kesalahpahaman, kurangnya pengetahuan tentang individu atau organisasi, atau bahkan permusuhan. Namun kebijakan CSR organisasi dapat membantu untuk mengubah citra saat ini untuk keuntungan perusahaan. Demikian pula, dalam jangka setara, citra individu/ organisasi dapat juga diubah.

3. *The Corporate Image* (Citra Perusahaan)

The image of organization. This is very important in terms of public relations and also as part of the CSR of that organization. Made of the many facts, such as its history, reputation, stability, financial success, etc, the corporate image, of how organization presents itself to the outside world, is a vital part of its CSR.

(Citra organisasi sangat penting dalam Public Relations, sama halnya dengan CSR dari organisasi tersebut. Dari sekian banyak fakta, seperti sejarah, reputasi, stabilitas, kesuksesan finansial, dll, citra perusahaan, dibentuk dengan cara bagaimana organisasi menampilkan dirinya kepada dunia luar dan CSR merupakan bagian terpenting guna membangun citra perusahaan..

4. *The Multiple Image* (Citra Majemuk)

Sometimes organization have different divisions with each having its own; quite separate corporate identity or image. This can be confusing to

the people, but can be overcome by using symbols, badges, or other means to provide an identifiable "group" image.

(Kadang-kadang organisasi memiliki divisi yang berbeda dengan masing-masing memiliki citra sendiri - sendiri, sehingga identitas perusahaan cukup terpisah dan beragam. Hal ini dapat membingungkan bagi orang-orang, tetapi dapat diatasi dengan menggunakan simbol-simbol, lencana, atau cara lain untuk memberikan diidentifikasi citra "kelompok" tadi “

Dari pemahaman mengenai citra (*image*) memunculkan elemen - elemen penting dari tugas seorang PR. yakni citra apa yang ingin dibentuk, citra apa yang sudah melekat pada publik, citra apa yang ingin dipertahankan, citra apa yang ingin ditambahkan, diubah atau bahkan dihapus. Sesuai dengan pernyataan Frank Jefkins bahwa *public relations is a system of communication to create a good will* (PR merupakan salah satu sistem komunikasi untuk menyampaikan niatan baik), salah satu niat baik tersebut direpresentasikan melalui citra yang tertanam di benak *stakeholder* perusahaan.

1.7.2 Berita

Definisi berita dalam berbagai buku memiliki perbedaan definitif karena sarjana maupun pakar jurnalistik belum bisa merumuskan formulasi yang mampu mendeskripsikan berita dengan kesatuan yang umum.

Berikut ini merupakan definisi berita menurut beberapa pakar jurnalistik:

1. Willard C Blayer

Berita adalah sesuatu termasa (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat di surat kabar. Karena itu, berita dapat menarik atau memiliki makna bagi pembaca surat kabar.

2. William S Maulsby

Berita adalah suatu penuturan benar, tidak memihak dari fakta yang memiliki arti penting, dan kejadian baru terjadi sehingga dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

3. Erick C Hepwood

Berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.

Bahkan Masduki membedakan antara jurnalistik di media cetak dibanding media lainnya, misalkan dengan media radio. Jika dalam media cetak pengertian berita adalah peristiwa yang diulangi maka dalam media radio berita adalah peristiwa yang dikomunikasikan kepada pendengarnya bersamaan dengan peristiwanya. Jika dalam media cetak proses mengulangi dilakukan dengan tuntunan kaidah jurnalistik, maka beda dengan berita di radio yang dilakukan secara spontan sehingga menuntut pemapar berita di radio untuk memiliki analisis tajam serta memaparkan kepada pendengar secara menarik dan interaktif (Masduki, 2006; 9)

Menurut Mc Luhan, media massa – termasuk surat kabar - merupakan perpanjangan alat indera kita karena melalui media massa kita mengetahui informasi mengenai benda, orang, kegiatan, tempat yang tidak kita alami secara langsung. Untuk khalayak informasi tersebut bisa digunakan untuk membentuk, mempertahankan dan mendefinisikan citra. Idealnya apa yang disampaikan produser media (wartawan, redaktur, editor berita) merupakan gambaran real di lapangan. Akan tetapi, jika dibahas mengenai fungsi berita, Lippman menyatakan ada perbedaan fungsi berita dan fungsi kebenaran (Sudibyo, 2009: 224). Melalui gagasan *scientific – professional*, Lippman menegaskan bahwa urusan pers bukanlah masalah kebenaran, melainkan masalah objektivitas. Jika fungsi kebenaran seharusnya menjelaskan fakta-fakta tersembunyi dan relasi yang terdapat di dalamnya, maka fungsi media hanya pemberi sinyal-sinyal peristiwa. Sehingga berita bukanlah cermin eksistensi sosial, melainkan laporan aspek tertentu dari eksistensi sosial sehingga eksistensi tersebut diketahui publik. Walaupun laporan tersebut bukanlah laporan menyeluruh dari eksistensi sosial sebenar-benarnya seperti yang terjadi di lapangan.

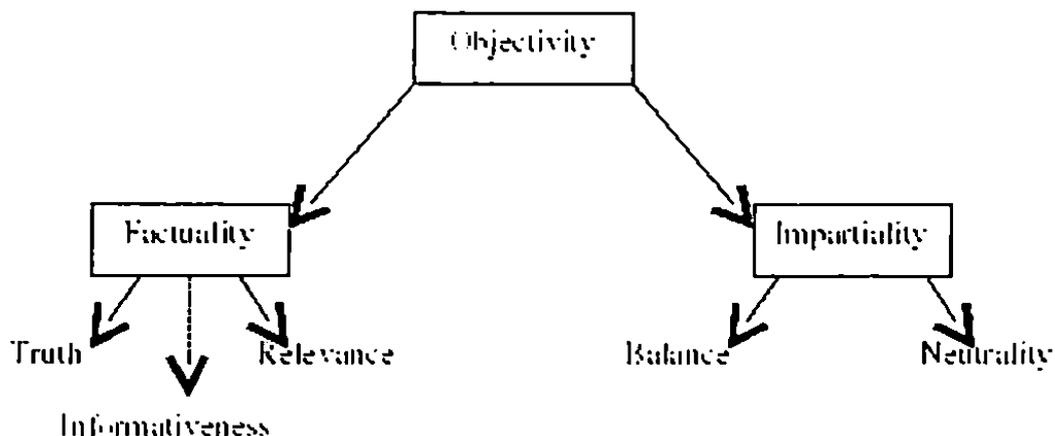
Jakub Oetama sebagai tokoh nasional dan pendiri surat kabar terbesar di Indonesia, *Kompas*, pernah menyampaikan bahwa pembuatan berita adalah pekerjaan kolektif, sehingga karena berita dikerjakan bersama-sama tidak diketahui siapa yang paling berpengaruh dan siapa yang paling berkontribusi dalam pembuatan berita (Oetama, 2004: 338)

Tahap awal dalam proses memproduksi berita ialah bagaimana redaktur dan wartawan bisa mempersepsikan sebuah kejadian/peristiwa yang akan diliput karena batas akhir dari sebuah pemberitaan adalah proses kompleks dengan melakukan penyotiran (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema kedalam kategori-kategori tertentu (Eriyanto, 2002 ;102)

1.7.3 Objektivitas

Walter Lippman menjelaskan dalam proses produksi pemberitaan maka yang dilakukan oleh media massa ialah menjalankan fungsi berita bukan fungsi kebenaran. Sehingga permasalahan yang diurus bukanlah urusan kebenaran, melainkan urusan objektivitas pemberitaan. Hal ini dikarenakan fakta-fakta kebenaran yang terjadi akan dilaporkan aspek-aspek kebenaran tertentu karena itulah fakta yang tersaji dalam berita di media massa merupakan fakta sosial yang telah direkonstruksi dan eksistensi fakta sosial itu diketahui publik luas.

Untuk memudahkan peneliti-peneliti yang tertarik mengenai objektivitas pemberitaan media, maka para teoritis sebelumnya sudah merancang sebuah bagan objektivitas pemberitaan sehingga mempermudah proses analisis, salah satunya ialah skema kerangka objektivitas yang dibuat oleh Westersthahl:



Gambar 1 Komponen Kriteria Objektivitas Westersthahl

Berdasarkan skema yang dibuat oleh Westersthahl maka bisa dijadikan acuan bagi peneliti untuk mengetahui “perilaku alami” produsen pemberitaan dalam proses produksi pemberitaan. Konsep yang terlibat ialah dalam skema di

atas bahwa objektivitas terdiri dari *factuality* dan *impartiality* (Siahaan, 2001: 64 – 65).

Factuality merupakan dimensi kognitif ataupun kualitas informasi pemberitaan yang terdiri dari unsur *truth*, *relevance* dan *informativeness*. Maksud dari *truth* ialah tingkat kebenaran dan realibilitas fakta sosial ditentukan oleh *factualness* (pemisahan yang jelas antara fakta dan opini) dan *accuracy* (ketepatan informasi berdasarkan jumlah, waktu, tempat, nama, dsb). Maksud dari *relevance* ialah memenuhi syarat *news value* seperti *proximity*, *timeline*, *significance*, *prominence* dan *magnitude*. Sedangkan *informativeness* bisa diketahui dengan disesuaikan berdasarkan kebutuhan informasi publik terhadap sebuah peristiwa maupun fakta sosial yang terjadi dalam pemberitaan.

Impartiality – merupakan dimensi evaluatif pemberitaan yang dihubungkan dengan sikap netral pewarta terhadap objek yang diberitakan sehingga bisa bersifat personal dan subjektif yang terdiri dari unsur *neutrality* dan *balance*. *Neutrality* terkait dengan proses produksi pemberitaan dengan tidak mencampurkan antara opini wartawan dan fakta lapangan ketika saat melaporkan peristiwa. Sedangkan *balance* ialah proses seleksi informasi melalui *equal – access* yakni memberikan akses, kesempatan dan perhatian yang seimbang antar objek yang diberitakan, serta melakukan *even handed evaluation* yakni pemilihan penilaian negatif dan positif yang berimbang bagi tiap pihak yang diberitakan.

Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Hotma Siahaan, dijelaskan indikator yang bisa digunakan untuk mengukur objektivitas pemberitaan dari skema Westerthal, yakni sebagai berikut:

1. *Factuality*

1.1. *Truth*, terdiri dari:

1.1.1. *Factualness* (sifat fakta bahan baku berita)

- a) Fakta sosiologis: bahan baku berita berupa peristiwa kejadian nyata dan faktual.
- b) Fakta psikologis: bahan baku berita berupa interpretasi

1.1.2. *Accuracy* (kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan)

- a) *Check* dan *recheck*: mengkonfirmasi atau menguji kebenaran dan ketepatan fakta pada subjek, objek dan saksi berita yang diberitakan sebelum berita tersebut dipublish melalui media massa.

1.2. *Relevance*, terdiri dari

1.2.1. *Significance* (kepentingan)

Kejadian yang bisa memberi pengaruh bagi orang banyak atau kejadian yang memiliki akibat terhadap kehidupan khalayaknya.

1.2.2. *Timelines* (waktu)

Kejadian yang berkaitan dengan hal – hal baru yang terjadi atau baru dikemukakan

1.2.3. *Magnitude* (besaran)

Kejadian yang menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau akibat dari kejadian yang bisa dijumlahkan hingga menarik bagi pembaca

1.2.4. *Proximity* (kedekatan)

Kejadian yang dekat bagi pembaca, bisa bersifat geografis (kedaerahan) maupun emosional.

1.2.5. *Prominance* (keterkenalan)

Menyangkut hal – hal yang terkenal atau dikenal seperti orang maupun tempat.

2. *Impartiality*

2.1. *Neutrality*, terukur dari:

2.1.1. Percampuran fakta dengan opini dari wartawan masuk ke dalam berita yang disajikan.

2.1.2. Kesesuaian berita dengan isi atau tubuh berita.

2.1.3. Dramatisasi penyajian fakta tidak secara proporsional sehingga menimbulkan kesan berlebihan (menimbulkan kesan *ngeri*, jengkel, senang, simpati, dsb)

2.2. *Balance*, terukur dari:

2.2.1. *Cover Both Side*, penyajian dua atau lebih gagasan atau tokoh atau pihak – pihak yang berlawanan secara bersamaan dan proporsional.

2.2.2. *Even Handed Evaluation*, menyajikan evaluasi dua sisi (aspek negatif dan positif) terhadap fakta maupun pihak – pihak yang menjadi berita secara bersamaan dan proporsional.

1.8 Definisi Konseptual

Definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan objektivitas pemberitaan. Mc Quail menyebutkan bahwa objektivitas pemberitaan bukanlah hal yang mutlak dibutuhkan maupun dicapai. Namun objektivitas ini menjadi sebuah standar jurnalistik untuk memberikan disiplin pemberitaan bagi profesi wartawan.

Dalam penelitian mengenai objektivitas pemberitaan kegiatan akademis yang diselenggarakan UMY di koran SKH *Kedaulatan Rakyat*, maka operasionalisasi yang dilakukan yakni:

1. *Factuality* (dimensi kognitif)

1.1. *Truth*, terdiri dari:

1.1.1. *Factualness* (sifat fakta bahan baku berita)

a) Fakta sosiologis: bahan baku berita berupa peristiwa kejadian nyata dan faktual.

b) Fakta psikologis: bahan baku berita berupa interpretasi subjektif (pernyataan atau opini) terhadap fakta kejadian atau gagasan

1.1.2. *Accuracy* (kecermatan atau ketepatan fakta yang diberitakan)

a) Kesesuaian data yang diberikan seperti peristiwa, pelaku, tempat, waktu dan bagaimana peristiwa/proses itu terjadi atau

-yang lebih dikenal dengan istilah 5 W + 1 H (*who, when, where, what, why and how*)

1.2. Relevance, terdiri dari

1.2.1. *Significance* (kepentingan)

Kejadian yang bisa memberi pengaruh bagi orang banyak atau kejadian yang memiliki akibat terhadap kehidupan khalayaknya.

1.2.2. *Timelines* (waktu)

Kejadian yang berkaitan dengan hal – hal baru yang terjadi atau baru dikemukakan

1.2.3. *Magnitude* (besaran)

Kejadian yang menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau akibat dari kejadian yang bisa dijumlahkan hingga menarik bagi pembaca

1.2.4. *Proximity* (kedekatan)

Kejadian yang dekat bagi pembaca, bisa bersifat geografis (kedaerahan) maupun emosional.

1.2.5. *Prominance* (keterkenalan)

Menyangkut hal – hal yang terkenal atau dikenal seperti orang maupun tempat.

2. Impartiality

2.1. *Neutrality*, terdiri dari:

4.1.1. *Neutrality-non evaluatif*

- a) Ada percampuran opini wartawan dan fakta lapangan
- b) Tidak ada percampuran opini wartawan dan fakta lapangan

4.1.2. *Neutrality-non sensational*

- a) Judul dengan isi berita sesuai
- b) Judul dengan isi berita tidak sesuai
- c) Adanya dramatisasi
- d) Tidak ada dramatisasi

4.2. *Balance*, terukur dari:

4.2.1. *Cover Both Side*

- a) Seimbang, bisa diberitakan maka sumber berita memiliki porsi pemberitaan yang sama.
- b) Tidak Seimbang, jika salah satu objek, subyek ataupun sumber berita tidak diberikan porsi yang sama.

4.2.2. *Even Handed Evaluation*

- a) Penilaian atau komentar negatif dari wartawan terhadap pihak yang diberitakan
- b) Penilaian positif dari wartawan terhadap pihak yang diberitakan.

1.9 Definisi Operasional

1. *Factuality*

1.1. *Truth*, terdiri dari:

1.1.1. *Factualness* (sifat fakta bahan baku berita)

- a) Fakta sosiologis: bahan baku berita berupa peristiwa kejadian nyata dan faktual (hasil kompilasi data wartawan di lapangan). Misalkan wawancara langsung dengan panitia pelaksana acara seminar yang dilakukan UMY atau berupa kutipan hasil seminar yang disampaikan *keynote speaker*.
- b) Fakta psikologis: bahan baku berita berupa interpretasi subjektif (pernyataan atau opini) terhadap fakta kejadian atau gagasan. Misalkan berita tentang pelaksanaan kegiatan akademis tidak dilakukan oleh panitia langsung (misalkan pendapat dari pakar pendidikan, tokoh nasional, kompetitor UMY, dsb)
- c) Fakta Kombinasi: yakni penggabungan fakta sosiologis dan fakta psikologis dalam satu artikel pemberitaan

1.1.2. *Accuracy* adalah keakuratan terhadap berita kegiatan akademis UMY bisa dilihat dari keberadaan informasi 5 W + 1 H (*what, why, when, who, where, dan how*) yakni ketersediaan informasi peristiwa, alasan, waktu, pelaku, tempat kejadian dan bagaimana proses kejadian tersebut berlangsung, keenam indikator tersebut bisa diukur dengan kategori:

- 1) Berita akurat sesuai dengan peristiwa, alasan, waktu, pelaku, tempat kejadian dan bagaimana proses kejadian tersebut berlangsung
- 2) Berita akurat sesuai dengan peristiwa, pelaku, waktu dan tempat kejadian.
- 3) Berita akurat sesuai dengan pelaku, waktu, dan tempat kejadian.
- 4) Berita akurat sesuai dengan pelaku, waktu dan tempat kejadian.
- 5) Berita akurat sesuai dengan pelaku dan tempat kejadian.

1.2. Relevance, terdiri dari

1.2.1. *Significance* (kepentingan)

Kejadian kegiatan akademis yang dilakukan UMY memberikan pengaruh pada kehidupan orang banyak atau kejadian tersebut memiliki pengaruh luas bagi khalayaknya. Misalkan adanya kegiatan atau kebijakan akademis UMY yang berpengaruh bagi khalayak.

1.2.2. *Timelines* (waktu)

Kejadian yang kegiatan akademis UMY yang baru terjadi atau baru dikemukakan. Misalkan berita UMY diberitakan dengan jeda satu hari atau dua hari atau bahkan lebih.

1.2.3. *Magnitude* (besaran)

Kejadian yang menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau akibat dari kejadian yang bisa

peserta yang hadir dalam kegiatan akademis UMY atau berapa kampus yang terlibat dalam kerjasama penyelenggaraan kegiatan akademis UMY.

1.2.4. *Proximity* (kedekatan)

Kejadian yang dekat bagi pembaca, bisa bersifat geografis (kedaerahan) maupun emosional. Misalkan kegiatan akademis yang diselenggarakan UMY merupakan daerah asal pembaca dan mereka merasa memiliki keterikatan dengan penyelenggaraan acara kegiatan tersebut.

1.2.5. *Prominance* (keterkenalan)

Menyangkut hal – hal yang terkenal atau dikenal seperti orang maupun tempat. Misalkan, kehadiran tokoh nasional maupun *public figure* yang ikut menghadiri atau menjadi peserta dalam kegiatan akademis UMY.

3. **Impartiality**

3.1. *Neutrality*, terdiri dari:

6.1.1. *Neutrality-non evaluatif*

- c) Saat penyajian berita ada percampuran opini wartawan dan fakta lapangan
- d) Saat penyajian berita tidak ada percampuran opini wartawan dan fakta lapangan

6.1.2. *Neutrality-non sensational*

- e) Judul dengan isi berita sesuai
- f) Judul dengan isi berita tidak sesuai
- g) Adanya dramatisasi yaitu pemberitaan dibuat secara berlebihan – lebih – sehingga menimbulkan kesan – kesan tertentu. Misalkan, seminar internasional yang diadakan FISIPOL disambut dengan **gegap gempita kegembiraan**, sesungguhnya sambutannya biasa saja.

6.2. *Balance*, terukur dari:

6.2.1. . . . *Cover Both Side*

- a) Seimbang, bisa diberitakan maka subjek, objek dan narasumber memiliki porsi pemberitaan yang sama.
- b) Tidak Seimbang, jika salah satu objek, subyek ataupun sumber berita tidak diberikan porsi yang sama.

6.2.2. *Even Handed Evaluation*

- a) Berita mengenai kegiatan akademis UMY memuat penilaian positif dan negatif secara berimbang
- b) Berita mengenai kegiatan akademis UMY hanya memuat penilaian positif
- c) Berita mengenai kegiatan akademis UMY hanya memuat penilaian negatif

1.10 Metodologi Penelitian

1.10.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan / melukiskan keadaan subyek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Menggunakan metode penelitian analisis isi. Analisis ini lebih mengutamakan adanya angka-angka sebagai bukti kevalidan informasi yang diberikan. Proses pengamatan hingga proses penyimpulan harus teliti dan bersambung karena hasil yang didapat pada satu pengamatan akan sangat berpengaruh pada pengamatan berikutnya.

Menurut Neuman, analisis isi adalah tehnik untuk memeriksa informasi atau isi dalam tulisan atau materi simbol seperti gambar, gambar hidup, lirik lagu, dan lain-lain.

“In content analysis, a researchers first identifies a body of material to analyze (e.g., books, newspapers, films, etc.) and then creates a system for recording specific aspect of it. The system might include counting how often certain word or themes occur and present it as tables or graphs (Dalam analisis isi, pertama peneliti mengidentifikasi bagian dari materi untuk dianalisis (misalnya buku, koran, film, dll) dan kemudian membuat sistem untuk merekam segi yang terspesifik. Sistem ini memungkinkan peneliti untuk menghitung seberapa sering kata atau tema itu muncul dan menampilkan hasil penelitiannya kedalam bentuk tabel atau grafik).

Sehingga nantinya dalam penelitian ini, peneliti akan menyerahkan hasil penelitian ke dalam bentuk tabel dengan mengkategorisasikan objek pengamatan berdasarkan kesamaan unit analisis.

1.10.2 Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan sejak Februari 2013 hingga Juli 2013.

b. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Yogyakarta tepatnya di laboratorium peneliti.

1.10.3 Populasi dan Sample

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. (Bungin, Burhan. 2011:109). Dalam penelitian ini populasi penelitian ialah semua publikasi kegiatan UMY yang muncul di SKH *Kedaulatan Rakyat* sepanjang tahun 2010 terhitung sejak Januari 2010 – Desember 2010 setelah dilakukan penghitungan populasi terdapat 221 publikasi UMY di

Tidak semua penelitian menggunakan sampel sebagai objek penelitian. Penelitian kuantitatif yang dilakukan terhadap objek dengan skala kecil, biasanya penggunaan sampel tidak dilakukan.

Sampel (contoh) adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling. (Usman, Husaini 2008:43). Menurut Irawan (1999) Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasinya. Penelitian pada sampel hanya merupakan pendekatan pada populasinya. Ini berarti selalu ada resiko kesalahan dalam menarik kesimpulan untuk keseluruhan populasi. Oleh karena itu, setiap penelitian dengan menggunakan sampel akan selalu berusaha untuk memperkecil resiko kesalahan tersebut.

Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 judul berita dengan tehnik sampling *simple random sampling* karena populasi dianggap populasi homogen yang hanya mengandung satu ciri saja. Tehnik sampling yang dilakukan ialah peneliti menuliskan semua judul berita dalam kertas – kertas kecil kemudian melakukan lotre pengambilan judul berita sesuai dengan kebutuhan yakni 100 judul berita.

1.10.4 Unit Analisis

Unit analisis adalah upaya menetapkan gambaran sosok pesan yang akan diteliti. Kemudian pada unit analisis ini dilakukan kategorisasi yang sifatnya akan dihitung sehingga kuantifikasi atas pesan akan dilakukan.

Unit analisa dalam penelitian ini berupa berita yang akan dihitung dengan berdasarkan indikator – indkator yang sudah tercantum dalam Definisi

Operasional (hal 15)

Table 1 Unit Analisis dan Kategorisasi

Unit Analisis	Kategorisasi
Objektifitas	Faktualitas
	Akurasi
	Relevansi
	Neutrality-Non Evaluate
	Neutrality-Non Sensational
	Even Handed Evaluation

1.10.5 Tehnik Pengambilan Data

1. Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan lembaran kode. Tehnik pengkodean ini bertujuan untuk merekapitulasi koding dari kategorisasi dalam berita yang diamati.

2. Pemilahan Data

Tehnik ini digunakan untuk memilah data sesuai dengan unit analisis yang telah ditentukan.

3. Reliabilitas

Tujuan tes reliabilitas ini untuk menguji tingkat konsistensi pengukuran dan objektifitas penelitian. Untuk menguji keobjektifitasannya maka penelitian ini akan dilakukan oleh dua pihak yaitu peneliti dan orang lain yaitu Novy Diana Fauzie (Ka.Ur Humas UMY tahun 2011-2012) .

Data yang diperoleh akan dihitung dengan menggunakan rumus:

$$CR = \frac{M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR = *Coefficient Reliability* (koefisien reliabilitas)

M = Jumlah pernyataan yang disetujui dua orang pengkode

N1 + N2 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh kedua pengkode

Dalam penelitian ini N1 (Pengkode 1) adalah Frizki Yulianti Nurnisya

dan N2 (Pengkode 2) adalah Novy Diana Fauzie

4. Validitas

Menurut Neuman kata validitas berarti kebenaran atau kenyataan dalam penelitian, akan tetapi dalam penelitian kuantitatif akan terkonsentrasi pada kebenaran dalam penghitungan yang telah dilakukan. Validitas akan membahas persoalan apakah instrument penilaian telah mengukur dengan benar. Validitas data berkaitan dengan prosedur analisis data karena interpretasi dilakukan dengan fleksibel agar kapasitas dan manfaat dalam analisis data dapat berjalan dengan baik.

5. Generalisasi

Kesimpulan yang akan diambil berdasarkan frekuensi dan presentasi atas kemunculan data-data yang diteliti. Dalam penelitian ini mengacu pada frekuensi yang tersering atau terabsolut. Dengan demikian frekuensi tertinggi menjadi pertimbangan utama untuk menarik kesimpulan.