

ANALISIS ISI PEMBERITAAN TEWASNYA OSAMA BIN LADEN PADA SURAT KABAR KOMPAS DAN MEDIA INDONESIA

Fikri Sihabudin

Fakultas Ilmu Komunikasi Prof. DR. Moestopo (Beragama) Jakarta
juniweb1@yahoo.com

Abstract

Every media has agenda that setting in the media content. Kompas and Media Indonesia are the major newspaper in Indonesia, on Mei 2011 both media published several news about Osama Bin Laden Death. This reseach focusing how Osama Bin Laden Death news at Kompas and Media Indonesia on Mei 2011. Content analysis is the method to analysis content news in newspaper. Research method is kuantitative with content analysis :news frekuensi,pages, article colum, paragraf, informant, cover both side.

Keyword : Newspaper, Agenda setting, content analysis,

Pendahuluan

Pembentukan realitas sosial oleh media, juga menunjuk pentingnya media, bukan saja mengenai peranan atau fungsi-fungsi dalam penyampaian pesan. Akan tetapi lebih dari itu. Juga telah melibatkan sejumlah konsekuensi-konsekuensi berupa efek dikalangan khalayak media. Untuk itu maka penelitian ini bertitik tolak pada bagaimana penyajian berita-berita yang menonjol di media massa, khususnya surat kabar dapat dianggap sebagai berita-berita yang juga penting oleh khalayak, dengan penelitian ini dapat diketahui efek media dalam pembentukan persepsi mereka mengenai sesuatu hal yang dianggap penting dan menonjol sebagai sesuatu peristiwa/kejadian di lingkungan sekitarnya.

Pemberitaan di media massa dapat mempengaruhi opini publik atau anggapan publik terhadap berita tersebut. Begitu pun pemberitaan mengenai tewasnya Osama Bin Laden yang sedang gencar diberitakan di berbagai media massa (cetak maupun elektronik). Kejelasan mengenai tewasnya Osama Bin Laden belum disampaikan dengan jelas, sehingga hal ini menimbulkan berbagai pertanyaan atas kematian Osama.

Pemilihan surat kabar Kompas dan Media Indonesia di dalam penelitian ini dikarenakan kedua media tersebut merupakan surat kabar nasional yang telah dikenal secara baik oleh masyarakat luas, dimana surat kabar Kompas dan Media Indonesia masing-masing memiliki kebijakan dan ideologi yang berbeda. Oleh karena itu, pemberitaan di surat kabar Kompas dan Media Indone-

sia dapat memberikan pengaruhnya terhadap para pembacanya. Hal ini menarik untuk diteliti, dengan asumsi diatas peneliti menetapkan untuk mengadakan penelitian mengenai pemberitaan di surat kabar Kompas dan Media Indonesia (dengan menggunakan studi pendekatan content analysis).

Berangkat dari beberapa penjelasan-penjelasan di atas, maka penelitian ini tertarik untuk lebih jauh mengetahui bagaimana pemberitaan tentang tewasnya Osama Bin Laden dikalangan khalayak pengguna media. Penulis menggunakan metode analisis ini dalam penelitian media massa, karena content analysis paling sesuai untuk mengetahui bagaimana sebuah media massa menggambarkan isi media massa. Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana isi pemberitaan tewasnya Osama bin Laden pada surat kabar Kompas dan Media Indonesia.

Tinjauan Literatur Dan Kerangka Teori Surat Kabar Sebagai Media Massa

Surat kabar merupakan wujud dari media massa yang memiliki fungsi menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tidak hanya itu, surat kabar juga memiliki gambaran umum mengenai banyak hal, selain itu juga surat kabar mampu mengembangkan suatu isu yang ada menjadi berkembang sehingga membentuk opini publik.

Dari segi periode terbit ada surat kabar harian dan ada surat kabar mingguan. Surat kabar harian adalah

surat kabar yang terbit setiap hari baik dalam bentuk edisi pagi maupun edisi sore, sementara surat kabar mingguan adalah surat kabar yang terbit paling sedikit satu kali dalam seminggu.

Saluran yang digunakan komunikator dan komunikan dalam komunikasi massa adalah media cetak dan media elektronik. Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk dari komunikasi. Dimana fungsi komunikasi massa pada dasarnya sama dengan fungsi komunikasi, salah satunya yaitu memberikan informasi. Yang artinya media massa adalah penyebar informasi bagi pendengar, pembaca, atau pemirsa.

Menurut Onong, surat kabar merupakan lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat, dengan ciri-ciri: terbit secara periodeik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual, mengani apa saja dan dari mana saja seluruh dunia, yang mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembaca.

Salah satu media yang sering digunakan dalam membentuk persepsi realitas sebagaimana disebutkan di atas adalah surat kabar. Surat kabar telah lama dipergunakan untuk penyebaran informasi. Sejalan dengan berjalannya waktu, surat kabar tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi saja, tetapi banyak fungsi yang dapat diberikan oleh surat kabar. Suwardi menjelaskan bahwa fungsi-fungsi dari surat kabar adalah sebagai berikut :a) Fungsi menyiarkan informasi, berbagai informasi dengan cepat dan akurat dapat disampaikan oleh surat kabar. Pembaca menjadi pembeli ataupun berlangganan surat kabar karena ingin mengetahui informasi apa yang terjadi di berbagai tempat di dunia.b) Fungsi mendidik, surat kabar secara tidak langsung memberikan fungsi pendidikan pada pembacanya. Ini bisa dilihat dari materi isi seperti artikel, feature dan juga tajuk. Materi isi tersebut disamping memberikan informasi juga menambah perbendaharaan pengetahuan pembacanya walaupun bobot pemahaman tiap pembaca berbeda-beda.c) Fungsi mempengaruhi, berita pada surat kabar secara tidak langsung mempengaruhi para pembacanya, sedangkan tajuk rencana dan artikel dapat memberikan pengaruh langsung kepada pembacanya. Pengaruh ini pada mulanya timbul dari persepsi pembaca terhadap suatu masalah yang kemudian membentuk opini pada pembacanya.

Media massa cetak periodik maupun elektronik memiliki sifat yang diisyaratkan atau diwajibkan sebagaimana layaknya sebuah media massa periodik, yaitu publisitas, universalitas, perioditas, kontinuitas dan aktualitas yang artinya sebagai berikut: 1) Publisitas berarti dapat disebarluaskan kepada khalayak.2) Universalitas berarti isi pesannya bersifat umum atau uni-

versal, yang berarti dapat dibaca, didengar atau dilihat oleh siapa saja. 3) Perioditas berarti disajikan kepada khalayak secara periodik atau tetap. Disajikan disini seperti disajikan maupun disiarkan. 4) Kontinuitas berarti berita yang disajikan berkesinambungan sampai fakta dan pendapat yang mengancung nilai berita itu tidak lagi dinilai penting atau menarik oleh sebagian besar khalayak. 5) Aktualitas berarti isi pesan mengutamakan nilai kebaruan”.

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa saluran atau media merupakan salah satu unsur penting dalam proses komunikasi. Saluran komunikasi sendiri dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu saluran personal dan saluran massa atau media massa yang kerap disebut dengan komunikasi massa.

Kerangka Teori

Teori Agenda Setting ditemukan oleh Mc Comb dan Donald. Shaw sekitar 1968. Teori ini berasumsi bahwa ”media mempunyai kemampuan mentransfer isu untuk mempengaruhi agenda publik”.

”Di dalam agenda setting disebutkan bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal lainnya melalui media massa tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan kepada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Media massa terlihat menentukan mana topik penting. Asumsi agenda setting memiliki kelebihan karena mudah dipahami dan relatif mudah diuji. Dasar pemikirannya adalah diantara berbagai topik yang mendapat lebih banyak perhatian dari media akan lebih akrab bagi pembacanya dan akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu dan akan terjadi sebaliknya bagi topik yang kurang mendapat perhatian media. Perkiraan ini dapat diuji engan membandingkan hasil dari analisis isi media secara kuantitatif.”

Dalam teori agenda setting, apa yang disebut sebagai agenda media menjelaskan bahwa media massa memiliki kegiatan menyusun, memunculkan isu, dan menempatkan isu tersebut dengan tujuan untuk mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh khalayak.

Hal ini menjelaskan bahwa pembaca memperoleh kebanyakan informasi melalui media massa makan agenda media berkaitan dengan agenda masyarakat yang akan diketahui dengan menanyakan kepada anggota masyarakat tentang apa yang dipikirkan dan apa yang dibicarakan orang lain atau apa yang dianggap sebagai masalah yang tengah menarik perhatian masyarakat.

Fungsi dari agenda setting dari media massa

adalah kemampuan media massa untuk memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu, karena isu-isu itu dipandang penting oleh khalayak (publik).

Agenda setting meliputi tiga agenda, yaitu: agenda media, agenda khalayak, dan agenda kebijaksanaan. Masing-masing agenda tersebut mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut: 1) Untuk agenda media, dimensi-dimensinya: a) Visibility (Visibilitas), jumlah dan tingkat menonjolnya berita. b) Audience Salience (tingkat menonjol bagi khalayak), relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak. c) Valens (valensi), menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa. 2) Untuk agenda khalayak, dimensi-dimensinya: a) Familiarity (keakraban) derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu. b) Personal Salience (penonjolan pribadi), relevansi kepentingan dengan ciri pribadi. c) Favorability (Kesenangan) pertimbangan senang atau tidak senang akan topik tertentu. 3) Untuk agenda kebijaksanaan, dimensi-dimensinya: a) Support (dukungan), kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu. b) Likelihood of Action (kemungkinan tertentu), kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan. Freedom of Action (kebebasan bertindak), nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

Menurut Ball Rokeach dan Malvin De Fleur yang dikutip oleh Dan Nimmo, mengemukakan bahwa tanggapan orang terhadap komunikasi meliputi tiga hal, yaitu:

“Pertama, semakin bergantung orang pada media untuk memperoleh informasi semakin besar kemungkinan mereka untuk merubah kepercayaan, nilai dan penghargaan mereka terhadap hasil informasi yang dikomunikasikan, Kedua, semakin esensial informasi yang disampaikan oleh media massa kepada khalayak, semakin besar ketergantungan orang pada media itu dan oleh karena itu semakin besar kemungkinan orang merubah pandangan mereka sebagai hasil memperhatikan media tersebut. Ketiga, semakin berkembang media komunikasi suatu masyarakat, semakin bergantung orang pada media dengan meningkatnya konflik dalam perubahan sosial.”

Hal ini menjelaskan bahwa agenda setting menunjukkan hubungan diantara beberapa surat kabar tertentu dan pembacanya dalam isu-isu yang dianggap oleh media dan publik. Baik media ataupun publik bisa saja menimbulkan kesepakatan tentang jenjang isu-isu publik. Dari pengertian teori diatas, dalam penelitian ini menggunakan teori agenda setting. Teori agenda setting berangkat dari asumsi dasar bahwa setiap media massa punya agenda dan ditawarkan kepada khalayak sebagai

sesuatu yang penting. Semakin besar sesuatu di blowup dalam berita maka semakin besar atau penting wacana yang coba di tawarkan.

Kerangka Konsep

Dja'far H. Assegaff mendefinisikan, bahwa: "berita dalam arti jurnalistik adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena ia luar biasa, entah karena peningnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan. Selanjutnya berita menurut J,B Wahyudi seperti yang dikutip Totok Djuroto adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai yang penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa periodik. Peristiwa atau pendapat tidak akan menjadi berita bila tidak dipublikasikan melalui media massa periodik.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa berita adalah laporan mengenai fakta atau ide yang dipilih dan kemudian disiarkan sehingga dapat menarik perhatian pembaca, baik dari segi human interest, berita itu penting atau tidaknya dan sebagainya. Ada 2 (dua) kategori dalam nilai berita menurut Hikmay dan Purnama Kusumaningrat yaitu: 1) Nilai Berita menurut pandangan lama Wacana tentang nilai berita, atau kriteria dalam menyeleksi berita, yang dimulai dilingkungan para pakar komunikasi tahun 1960-an sebenarnya memiliki tradisi yang panjang. Yang menentukan apakah suatu berita bernilai untuk dilaporkan bukan terletak pada unsur dampak dan peristiwanya namun berita dipilih antara yang benar dan yang palsu. Karena pada saat itu banyak berita palsu yang banyak beredar 2) Nilai berita menurut pandangan baru inilah kriteria berita atau unsur-unsur nilai berita yang sekarang dipakai dalam memilih berita. Unsur-unsur tersebut adalah: a) Aktualitas (Timeliness), Suatu kejadian yang menyangkut suatu peristiwa yang baru saja terjadi. b) Kedekatan (Proximity), Suatu kejadian yang berada dekat dengan pembaca. Kedekatan tersebut bisa secara emosional dan geografis. b) Kebermaknaan, Kejadian yang dapat mempengaruhi kehidupan orang banyak atau pembaca c) Besaran (Magnitude), Kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak d) Human Interest, Suatu kejadian yang memberi sentuhan rasa kepada para pembaca mengungkapkan peristiwa orang terkenal, figur publik, atau masyarakat biasa dalam peristiwa luar biasa.

Pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. editorial adalah fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum. Dapat disebutkan bahwa dalam suatu kerangka teoritis atau konseptual dari suatu masalah yang diteliti akan menghubungkan konsep yang satu dengan konsep yang lain untuk menggambarkan apa yang hendak diteliti.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dan bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Mohammad Nasir mengatakan bahwa tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta. Menggunakan metode analisis isi (content analysis) dan bersifat deskriptif dengan teknik analisa kuantitatif yang dapat dilakukan melalui penyajian persentase dari hasil analisis. "Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi (kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditiru/ replicable konteksnya)".

Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah pemberitaan pada surat kabar Kompas dan Media Indonesia.

Teknik Pengumpulan Data

Kedua surat kabar yang dipilih dalam penelitian ini, meliputi edisi penerbitan bulan Mei 2011. Dengan demikian data yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut: 1) Data Primer, Berita tewasnya Osama Bin Laden di surat kabar tersebut edisi Mei 2011.2) Data Sekunder, Merupakan data primer yang diolah lebih lanjut dan telah disajikan oleh pihak lain yakni data yang didapat dan dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber perpustakaan dan contoh-contoh peneliti yang terdahulu.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan content analysis dipakai untuk meneliti agenda media guna dapat menggambarkan isi nyata komunikasi secara obyektif, sistematis dan kuantitatif. Analisis isi didefinisikan bersifat sistematis dan objektif maka peneliti harus memperhatikan reabilitas atau ketepatan alat ukur menjadi lebih penting artinya apabila proses pengklasifikasian atau koding isi komunikasi dilakukan secara sistematis dan objektif.

Kategorisasi

Sampai saat ini belum ada satu tolak ukur yang baku untuk menentukan kategorisasi yang akan digunakan dalam analisa media. Tetapi walaupun demikian, penyusunan kategorisasi merupakan hal yang penting, karena dari kategorisasi akan menghasilkan data yang diinginkan. Kategorisasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah :1. Kategorisasi Berdasarkan Akurasi Pemberitaan , Maksudnya adalah apakah ada pencampuran berita antara opini dan fakta yang dilakukan oleh wartawan. Untuk itu penulis mencoba mengukur dan melihatnya dari : a) Fakta dan opini, apakah ada pencampuran antara dua hal tersebut dari wartawan terhadap pemberitaan Tewasnya Osama bin Laden. Pada saat di sebuah berita terdapat kata-kata seperti, andai-kata, diperkirakan, dan lain-lain dapat dikatakan berita ini menjadi tidak akurat. Karena adanya pencampuran antara fakta dan opini. Bisa dipastikan berita yang dihasilkan menjadi tidak akurat. b) kedua adalah, antara opini dan fakta tidak terjadi percampuran. Jadi dapat dikatakan bahwa berita yang dihasilkan wartawan mengenai Tewasnya Osama bin Laden yakni akurat. 2) Kategorisasi Berdasarkan Keseimbangan Berita, kategorisasi berdasarkan keseimbangan berita disini maksudnya adalah apakah media massa dalam membuat suatu berita melihat dari dua sudut pandang yang berbeda atau hanya satu sudut pandang saja.a) Media bisa dikatakan berpihak apabila hanya melihat permasalahan Tewasnya Osama bin Laden dari satu sudut pandang saja. Bisa dipastikan media tersebut berat sebelah dan berita menjadi tidak seimbang karena hanya dilihat dari satu sudut pandang saja.b) Media dikatakan tidak berpihak apabila membuat suatu berita melihat dari dua sisi yang bersebrangan. Sehingga media tersebut tidak dikatakan berat sebelah. 3) Kategorisasi Berdasarkan Judul Pemberitaan, judul adalah inti keseluruhan dari pemberitaan yang disuguhkan. Dengan membaca judul, sedikit banyak sudah bisa memprediksi isi dari pemberitaan dan judul juga mampu membongkar isi dari pemberitaan.a) Judul dikatakan berpihak bila ditulis tanpa aroma negatif. Maksudnya adalah tidak menggelitik pembaca. b) Judul dikatakan tidak berpihak bila ditulis dengan kata perumpamaan dan menyindir.

Hasil Analisis Data

Berikut ini disajikan tabel dan grafik berdasarkan jumlah berita yang muncul, frekuensi pemunculan berita, jumlah kolom dan jumlah paragraf sumber berita berdasarkan narasumber yang telah dibuat, untuk men-

getahui penyajian isi berita tewasnya Osama bin Laden dan juga untuk mengetahui perbandingan pemberitaan antara surat kabar Kompas dan Media Indonesia.

Jumlah Berita

Kemunculan berita-berita mengenai tewasnya Osama bin Laden menunjukkan seberapa besar surat kabar menyoroti kasus tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa teori agenda setting yaitu sesuatu yang dianggap media penting akan dianggap penting juga oleh masyarakat. Tabel berikut menunjukkan seberapa besar perbandingan tiap edisi pada surat kabar Kompas dan Media Indonesia dalam memunculkan berita tewasnya Osama bin Laden.

Adapun penulis juga menganalisa perbandingan pemunculan berita pada kedua surat kabar tersebut yang terlihat pada grafik 1. Dari grafik tersebut dapat terlihat persentase pemunculan berita tiap terbitan pada kedua surat kabar tersebut. Jumlah berita dari dua surat kabar selama 5 kali terbit berjumlah 47 berita yaitu surat kabar Kompas yang terdiri dari 35 berita dan surat kabar Media Indonesia 12 berita.

Dapat disimpulkan bahwa surat kabar yang paling banyak memberitakan tentang pemberitaan tewasnya Osama bin Laden adalah surat kabar Kompas terbitan 3 Mei 2011 yang memiliki persentase 21,27% sedangkan pada hari yang bersamaan surat kabar Media Indonesia persentasenya hanya 12,77%. Demikian juga dengan terbitan berikutnya surat kabar Kompas masih mendo-

minasi pemberitaan perihal Osama bin Laden dibandingkan dengan surat kabar Media Indonesia.

Frekuensi Pemunculan Berita Berdasarkan Penempatan Halaman Berita

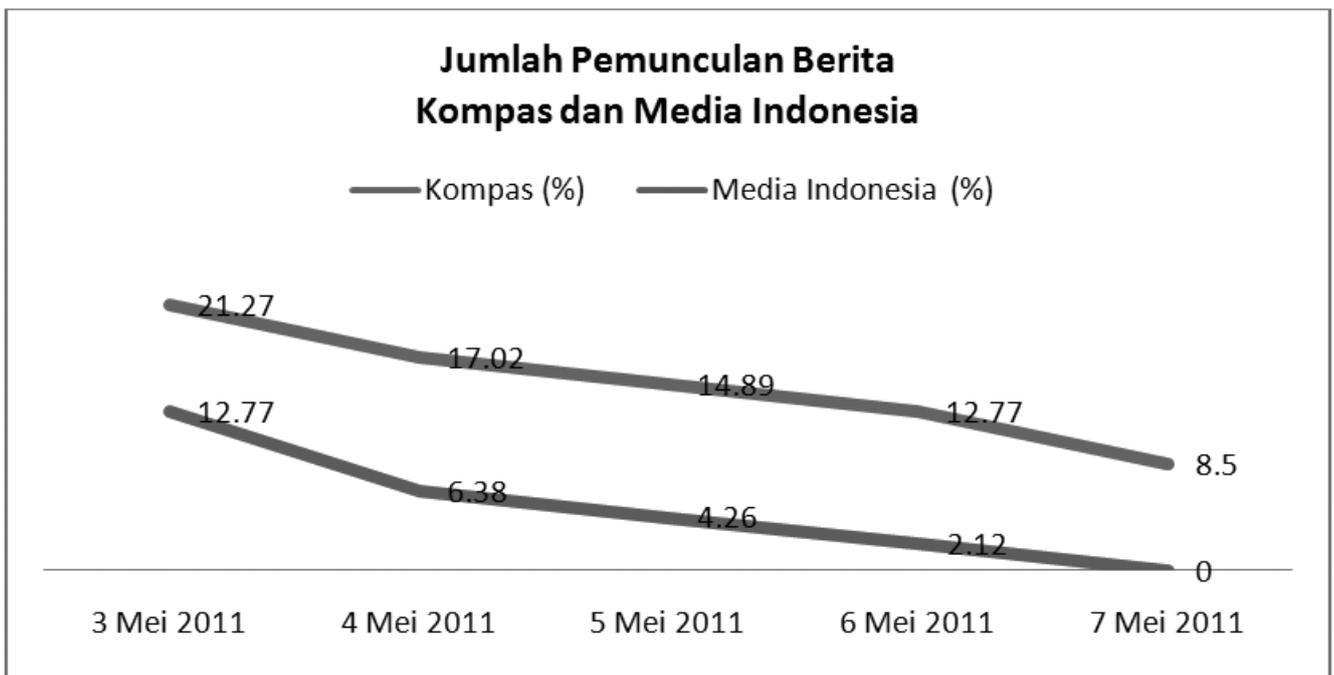
Dalam Penelitian ini penulis mengukur dan melihat dari :

Kategorisasi berdasarkan Akurasi Pemberitaan

Fakta, berita bisa dikategorikan sebagai fakta bila berita yang dihasilkan oleh wartawan akurat. Berikut salah satu contoh berita dengan judul “Osama bin Laden Tewas Tertembak”. Isi berita ini dapat dikategorikan sebagai berita yang akurat yaitu berita dimana Presiden Obama memberikan pidato resmi dengan mengumumkan kematian pemimpin kelompok Al Qaeda, Osama bin Laden dalam sebuah operasi militer rahasia pasukan khusus AS di kota Abbottabad. Disini jelas terlihat adanya fakta yang sangat akurat.

Opini, berita dikategorikan sebagai opini bila terdapat kata – kata seperti, andaikata dan lain – lain karena adanya pencampuran antara fakta dan opini. Berikut salah satu contoh berita yang tidak akurat. Dikutip dari salah satu berita di surat kabar Kompas “Setelah Tiadanya Osama bin Laden Akankah Berarti Berakhirnya Terorisme?” jelas terlihat adanya pencampuran antara fakta dengan tewasnya Osama bin Laden dan opini akankah berarti berakhirnya terorisme?, sehingga berita yang dihasilkan menjadi tidak akurat.

Grafik 1



Kategorisasi berdasarkan keseimbangan berita

Berpihak, media dapat dikatakan berpihak apabila melihat suatu permasalahan hanya dari satu sudut pandang saja karena bisa dipastikan media tersebut menjadi berat sebelah. Berikut salah satu contoh berita dengan judul “Pengamanan Minimum Hindari Deteksi Musuh”. Isi berita tersebut memberitakan dimana pasukan khusus AS diketahui tidak mendapat perlawanan yang berarti dari Osama serta para pengawalnya. Disini jelas bahwasanya mereka menceritakan kembali pengalamannya kepada wartawan, sehingga media tersebut dapat dikatakan berat sebelah dan berita menjadi tidak seimbang karena hanya dilihat dari satu sudut pandang saja.

Tidak berpihak, media dikatakan tidak berpihak apabila memuat berita dengan mewawancarai dari dua sisi yang bersebrangan. Dapat dikatakan berita tersebut tidak berat sebelah. Berikut salah satu contoh berita dengan judul “Cara Penguburan Bin Laden”. Adapun isi beritanya didapat dari sudut pandang yang berbeda-beda. Dengan adanya beberapa narasumber dari beberapa ulama di dunia dengan pemerintah AS yang menyebabkan perbedaan sudut pandang mengenai tata cara penguburan Osama bin Laden di laut. Sehingga dapat dikatakan media tidak berpihak karena melihat dari dua sisi yang berseberangan.

Kategorisasi berdasarkan judul berita

Mendukung, judul berita bisa dikatakan mendukung bila surat kabar Kompas atau Media Indonesia memberikan dukungan terhadap pemberitaan tewasnya Osama bin Laden. Berikut salah satu contoh berita dengan judul “CIA Lama Intai Osama”, memberitakan pengintaian Intelijen AS terhadap pemimpin Al Qaeda, Osama bin Laden telah berlangsung lama dan sangat rahasia. Disini jelas judul berita dan isi berita saling mendukung. Dengan kata lain pembaca berita dapat memprediksi isi dari pemberitaan. Tidak mendukung, dalam penelitian ini yang dimaksud sikap media dilihat dari judul berita dalam pemberitaan mengenai tewasnya Osama bin Laden dalam penulisan judul berita yang disajikan surat kabar Kompas dan Media Indonesia memberikan nilai negatif atau tidak mendukung terhadap pemberitaan tewasnya Osama bin Laden.

Pembahasan

Jumlah berita yang muncul pada surat kabar Kompas dan Media Indonesia

Hasil analisa berdasarkan kategori jumlah berita surat kabar Kompas yang muncul menunjukkan bahwa pada terbitan 3 Mei 2011 lebih banyak memuat berita

tewasnya Osama bin Laden adalah : Berdasarkan jumlah kolom, Jumlah keseluruhan kolom yang digunakan oleh kedua surat kabar Kompas dan Media Indonesia di dalam memberikan berita-berita tewasnya Osama bin Laden adalah sebanyak 120 kolom dari 35 berita dan sebanyak 39 kolom dari 12 berita. Perhitungan jumlah kolom surat kabar Kompas dan Media Indonesia adalah menjumlahkan jumlah kolom berita pada tiap terbitan terhitung mulai tanggal 3 Mei 2011 hingga 7 Mei 2011. Berdasarkan jumlah paragraph, Jumlah keseluruhan paragraf yang digunakan oleh surat kabar Kompas dalam memberitakan tewasnya Osama bin Laden adalah sebanyak 382 paragraf dari total keseluruhan 35 berita. Sedangkan jumlah keseluruhan paragraf yang digunakan oleh surat kabar Media Indonesia dalam memberitakan tewasnya Osama bin Laden adalah sebanyak 158 paragraf dari total keseluruhan 12 berita.

Perhitungan jumlah paragraf surat kabar Kompas dan Media Indonesia adalah menjumlahkan jumlah paragraf pada berita tiap terbitan terhitung mulai tanggal 3 Mei 2011 hingga 7 Mei 2011. Berdasarkan narasumber Kategori narasumber adalah orang yang dimintai keterangannya oleh wartawan untuk menuli suatu berita atau orang yang dijadikan rujukan dalam pemberitaan tewasnya Osama bin Laden yang termuat dalam surat kabar Kompas dan Media Indonesia. Nara sumber menjadi buruan media dalam mengangkat sebuah peristiwa. Hal ini terkait dengan dunia jurnalisisme itu sendiri sebagai dunia pelaporan yang sangat dituntut tanggung jawabnya berkenaan dengan tingkat akurasi fakta yang disajikan. Dengan perkataan lain wartawan harus melandasi tulisannya tidak hanya berdasarkan fakta tapi harus pula memverifikasi fakta tersebut dari nara sumber yang secara langsung terkait dengan suatu peristiwa ataupun yang kompeten terhadap suatu persoalan. Jumlah narasumber yang digunakan oleh surat kabar Kompas dan Media Indonesia untuk memberitakan tewasnya Osama bin Laden adalah Kompas 78 narasumber dan Media Indonesia 31 narasumber. Jumlah ini merupakan analisis yang dilakukan penulis pada setiap berita yang disajikan dikedua surat kabar tersebut.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemberitaan tewasnya Osama bin Laden pada surat kabar yaitu Kompas dan Media Indonesia periode Mei 2011 dapat disimpulkan : 1) Bahwa surat kabar Kompas jumlah pemunculan berita tentang tewasnya Osama bin Laden lebih banyak dari surat kabar Media Indonesia 2) Peletakan berita tentang tewasnya Osama bin Laden

lebih banyak didapat pada halaman pertama (headline) pada surat kabar Media Indonesia di banding pada surat kabar Kompas.

Berdasarkan kesimpulan dan hasil analisis tersebut tentang pemberitaan tewasnya Osama bin Laden pada surat kabar Kompas dan Media Indonesia periode Mei 2011 penulis menyarankan sebagai berikut : 1) Agar pemimpin redaksi surat kabar Kompas dan Media Indonesia dapat memberikan informasi yang berisi dan variatif dimasyarakat luas sehingga dapat menciptakan peran yang positif di tengah masyarakat. 2) Harus bisa bersifat independence atau berdiri sendiri tanpa memihak salah satu instansi tertentu. Sehingga surat kabar tersebut bisa mendapatkan kepercayaan dari si pembaca berita. 3) Dapat bertanggung jawab atas berita yang dimuat serta berimbang dengan berpedoman penuh pada kode etik jurnalistik dan undang – undang No.40/1999 tentang Pers.

DAFTAR PUSTAKA

- Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta, 2008
- Suwardi,H., Peranan Pers dalam Politik di Indonesia, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993
- JB wahjudi, Komunikasi Jurnalistik, Pengetahuan Praktis Kewartawanan, Surat Kabar Majalah radio & TV, Penerbit Alumni, Bandung, 1991
- Kriyantono, Rachmat. Teknik Praktis Riset Komunikasi, Kencana, Jakarta, 2006
- Tommy Suprpto, Pengantar Teori Komunikasi, Media Pressindo, Yogyakarta, 2006
- Onong Uchjana Efendi, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Citra Aditya Bakti, Bandung 2000
- Dan Nimm, Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media, Remaja Rosdakarya, Bandung 1999
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo, Analisis Isi Strategi Membongkar Isi Perut Media, FIKOM UPDM (B), Jakarta, 2006
- Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, Teori dan Praktik Jurnalistik, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007
- . AS Haris Sumandiria M.Si, Jurnalistik Indonesia, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2005
- Moh. Nasir, Metode Penelitian Sosial, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004
- Kripendorff, Klauss, Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1993

HUBUNGAN MEDIA WEBSITE PT. GARUDA INDONESIA DENGAN MINAT CALON PENUMPANG ROUTE JAKARTA-AMSTERDAM

Indra Maulana

Fakultas Ilmu Komunikasi Prof. DR. Moestopo (Beragama) Jakarta
multi20034@yahoo.com

Abstract

Garuda Indonesia is the flag carrier airline Indonesia. Reopening route Jakarta-Amsterdam is the international news route Garuda Indonesia with airbus A 333-200. Promotion for that new route using many media include website. Website Garuda Indonesia is interactive media that give the user or browser can find the information anytime and anywhere. Website is fast, no space limitations, allows you to accodate the receiver-driven nature of information-economy communication, and opens the opportunity to engage in one-to-one communication and marketing. This research focusing the correlation between website Garuda Indonesia with buying interest.

Keyword : Website, correlation, interactive media, fast, information

Pendahuluan

Media website merupakan perwujudan dari sekumpulan media yang membawakan pesan berisikan berbagai informasi untuk disampaikan kepada publik. Penggunaan media website relatif efisien dan menghemat biaya. Disamping itu pula media website dapat menembus ruang dan waktu, dalam arti yaitu informasi mudah untuk disebarkan, disimpan, dan juga untuk ditemubelikan, sehingga humas ditantang untuk lebih kreatif dalam menyuguhkan informasi agar menarik perhatian para pengunjung website.

PT. Garuda Indonesia adalah sebuah perusahaan penerbangan Nasional Indonesia, Garuda Indonesia salah satu pelopor airlines pertama di Negara ini. Semakin pesatnya perkembangan persaingan industri penerbangan seperti destinasi internasional maupun domestik, dan pariwisata yang terletak di dalamnya maka dari itu PT. Garuda Indonesia melalui public relations menggunakan berbagai media diantaranya, media website, iklan televisi, billboard, dan lain-lain dalam membuat suatu rancangan untuk menarik minat calon penumpang yang menggunakan jasa penerbangan ini dalam melakukan perjalanan internasional mereka dari Jakarta – Amsterdam, dengan menggunakan pesawat terbaru mereka yang berjenis Airbus A330-200. Airbus A330-200 adalah pesawat berbadan lebar dengan dua mesin yang mampu membawa 253 penumpang dalam 2 kelas pada penerbangan PT. Garuda Indonesia, kabin twin-aisle untuk rute jarak jauh hingga 6.750 mil laut (12.500 km). Pesawat ini juga menyediakan ruangan

dibawah dek penumpang yang berfungsi sebagai ruang kargo yang dapat memuat sampai 27 LD3 kontainer kargo standar industri. A330-200 dirancang untuk dioperasikan oleh dua orang pilot dan awak kabin. Memiliki kecepatan jelajah Mach 0,82 dan kecepatan operasi maksimum Mach 0,86. Airbus A330 meluncurkan program 200 pada November 1995 setelah penerbangan pertama pada 13 Agustus 1997, dua pesawat terbang berpartisipasi dalam tes penerbangan dan program sertifikasi airworthiness yang mereka akumulasikan selama 670 jam dalam 1034 penerbangan dan A330-200 yang dikirim untuk pertama kalinya pada bulan April 1998.

Tujuan utama website Garuda Indonesia adalah untuk memberikan informasi dan servis terbaiknya dalam melayani kebutuhan penumpang atau publik dalam melakukan perjalanan mereka. Website tersebut sebagai salah satu bentuk layanan dari visi Garuda Indonesia untuk menjadi perusahaan penerbangan yang handal dengan menawarkan layanan yang berkualitas kepada masyarakat dunia menggunakan keramahan, serta misi sebagai perusahaan penerbangan pembawa bendera bangsa (flag carrier) Indonesia yang mempromosikan Indonesia kepada dunia guna menunjang pembangunan ekonomi nasional dengan memberikan pelayanan yang profesional.

Sebuah website memiliki banyak keuntungan bagi berbagai macam golongan pemakai, serta menawarkan berbagai macam manfaat 1) “Sebuah website dapat menginformasikan jati diri seseorang ataupun bisnis seseorang atau lembaga.2) Website sebagai identitas

perusahaan, seperti ‘kartu nama dan brosur elektronik’ interaktif yang dapat dengan mudah di perbaharui isi maupun tampilannya.3) Dengan memiliki website juga dapat mendongkrak image dan prestise dari seseorang dan bisnisnya.4) Dengan website anda dapat menginformasikan produk atau layanan bisnis ke penjuru dunia tanpa batas ruang dan waktu. 5) Website dapat meningkatkan Brand-Awareness sebuah perusahaan.6) Website sebagai media informasi dan promosi atas produk-produk atau jasa yang ada.7) Komunikasi bisnisnya dapat dengan mudah dilakukan, dengan fasilitas internet semua informasi langsung tersaji didepan komputer.8) Website sebagai media komunikasi dan pertukaran data dan masih banyak manfaat-manfaat lainnya.”

Dari kegunaan website yang telah dijabarkan diatas maka peneliti ingin mengetahui hubungan media website Garuda dalam meningkatkan minat penumpang dalam melakukan perjalanan internasional mereka dari Jakarta – Amsterdam. Dari latar belakang diatas maka peneliti mengangkat judul “ Hubungan Media Website PT. Garuda Indonesia Dengan Membangun Minat Calon Penumpang Pengguna Jasa Transpotasi Pada Penerbangan Internasional Rute Jakarta – Amsterdam ?

Kajian Pustaka, Kerangka Teori Dan Teori Komunikasi Massa

Menurut Bittner yang dikutip Djalaluddin Rakhmat, menjelaskan bahwa ”komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people)”.

Jadi komunikasi massa merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan dengan menggunakan sarana media massa yang didalamnya menyangkut upaya pengemasan pesan-pesan yang akan disampaikan oleh masyarakat luas secara kontinuitas.

Berdasarkan pendapat Joseph A. Devito mengenai komunikasi massa, maka komunikasi dapat dicirikan sebagai berikut:a) ”Komunikasi massa berlangsung satu arah (one way communication). Berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikator.b) Komunikator pada komunikasi massa melembaga.c) Pesan pada komunikasi massa bersifat umum.d) Media komunikasi massa menimbulkan keserempakkan.e)

Komunikasikan komunikasi massa bersifat heterogen”. (Effendy, 1993:22)

Dilihat dari pendapat Joseph A. Devito mengenai ciri-ciri komunikasi massa adalah komunikasi massa berangsur satu arah berarti hanya terjadi melalui media kepada komunikan dan tidak terdapat arus balik pada saat terjadinya komunikasi. Komunikator pada komunikasi massa disebut melembaga maksudnya proses penyebarluasan pesannya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan kebijaksanaan perusahaan. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum karena pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Hal inilah yang membedakan media massa dengan nir massa, yakni pesan yang disebarkan hanya ditukar kepada sekelompok orang tertentu misalnya, majalah organisasi, surat kabar kampus, film dokumenter dan televisi siaran sekitar. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakkan, hal ini disebabkan pesan yang disampaikan melalui media diterima oleh khlayak luas secara bersamaan. Hal ini juga membedakan media massa dengan media nir massa karena media nir massa tidak memiliki ciri keserempakkan yang dimiliki oleh media massa. Komunikasikan komunikasi massa bersifat heterogen maksudnya keberadaan komunikan tersebar secara terpencar, tidak saling mengenal, dan masing-masing berbeda dalam berbagai hal dan latar belakang.

Website

Website merupakan tempat penyimpanan data dan informasi dengan berdasarkan topik tertentu. Website biasanya berisi informasi yang bervariasi yang membuat gambar, teks ataupun artikel mengenai sesuatu hal yang dapat dijadikan sumber informasi bagi penggunanya yang terdapat dalam internet. Pemanfaatan jaringan internet (misalnya website) berarti menambah variasi media informasi public dan variasi media berarti memungkinkan variasi kemasan pesan. Ini berarti pola penyebaran informasi yang membutuhkan kecepatan sumber.

Menurut LaQuey, yang membedakan internet yang di dalamnya terdapat website dengan media komunikasi tradisional yang lainnya adalah “Tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Tak ada medium yang member setiap penggunanya berkemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang”. (Soemirat,dkk, 2007:190)

Website lebih fleksibel disbanding media lain. Website dapat diakses dengan mudah melalui computer yang berada di hadapan kita dimana dan kapan saja