

PERAN MEDIA MASSA SEBAGAI PENDUKUNG CITRA ORGANISASI

Ihsanira Dhevina Enggarratri

Widyaiswara Madya Kementerian Sekretariat Negara
iradhevina@setneg.go.id

Abstract:

Each organization certainly have a strategic task to running the organization specially governmental and support the realization of good government. Tasks related to service delivery and prioritizing the public interest. Society and government organizations are elements that need each other, both have dependence. Without society, the organization will not be formed. The existence of an organization is determined by the extent to which society views or assesses the organization. Therefore, the position of government organization can not be separated from the interests of the community and the image of the organization in the eyes of the community is a matter to note. This study aims to describe the media's role in supporting the establishment of the organization's image by writing headlines and package information to the public in print and online media (online). The concept used as the basis for the study is the organization's identity (corporate identity) and the image of the organization (corporate image). The research method uses literature and text analysis framing, with a selection of news about government organizations in the daily Media Indonesia. The benefits of the results of this study also show the important role of the mass media as supporting the formation of image and the need for the organization to formulate strategic thinking in the formation of the organization's image.

Keywords: judicial institution, information, media, organizational image

Abstrak:

Setiap organisasi khususnya organisasi pemerintah tentu memiliki tugas strategis dalam membantu kelancaran roda pemerintahan dan mendukung terwujudnya *good government*. Tugas-tugas yang terkait dengan pemberian pelayanan dan mengutamakan kepentingan masyarakat. Masyarakat maupun organisasi pemerintah merupakan unsur-unsur yang saling memerlukan, keduanya memiliki ketergantungan. Tanpa adanya masyarakat, organisasi tidak akan terbentuk. Eksistensi suatu organisasipun ditentukan oleh sejauh mana masyarakat memandang atau menilai organisasi tersebut. Oleh karena itu, kedudukan organisasi pemerintah tidak terlepas dari kepentingan masyarakat dan citra organisasi dimata masyarakat merupakan hal yang perlu diperhatikan. Kajian ini bertujuan untuk menggambarkan mengenai peran media massa dalam mendukung terbentuknya citra organisasi melalui penulisan judul berita dan mengemas informasi kepada masyarakat di media cetak maupun media daring (*online*). Konsep yang digunakan sebagai dasar kajian adalah identitas organisasi (*corporate identity*) dan citra organisasi (*corporate image*). Metode penelitian menggunakan studi literatur dan analisis teks *framing*, dengan pilihan pemberitaan mengenai organisasi pemerintah pada harian Media Indonesia. Manfaat dari hasil kajian ini juga memperlihatkan adanya peran penting media massa sebagai pendukung pembentukan citra dan perlunya organisasi menyusun pemikiran strategis dalam pembentukan citra organisasi.

Kata kunci: lembaga yudikatif, informasi, media massa, citra organisasi

Dalam kehidupan bernegara, tata pemerintahan merupakan faktor utama dalam penyelenggaraan negara yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku demi melindungi kepentingan bangsa dan negara. Kekuasaan pemerintahan di seluruh negara

merdeka dan berdaulat tentu melaksanakan segala aktivitasnya dengan ditopang oleh unsur-unsur kelembagaan legislatif, eksekutif dan yudikatif. Lembaga legislatif, meliputi kekuasaan pemerintahan di bidang pembuatan undang-undang atau disebut dengan *rule making function* dan memiliki

peran sebagai pengawas jalannya pemerintahan. Legislatif ialah badan deliberatif pemerintah dengan kekuasaan membuat peraturan hukum. Lembaga legislatif, yaitu lembaga perwakilan rakyat atau DPR. Lembaga eksekutif, meliputi kekuasaan menjalankan pemerintah yang dilaksanakan oleh presiden dan para menteri. Sedangkan pemegang kekuasaan di bidang yudikatif yaitu Mahkamah Agung, Mahkamah Konstitusi, dan Komisi Yudisial yang berperan dalam mengawal dan memantau jalannya perundang-undangan atau penegakan hukum di Indonesia.

Konsep pemisahan kekuasaan (*The separation of powers*) diperkenalkan oleh filsuf asal Perancis, Montesquide dalam buku *The Spirit of the Laws* (1748) membagi kekuasaan negara menjadi 3 kekuasaan yaitu kekuasaan legislatif (kekuasaan untuk membuat UU), kekuasaan eksekutif (kekuasaan untuk menjalankan UU) dan kekuasaan yudikatif (kekuasaan untuk mengawasi dan mengadili). Adanya konsep *trias politica* ini, mencegah adanya kekuasaan yang terpusat di salah satu unsur kekuasaan. Dengan terpisahnya kekuasaan dalam kewenangan yang berbeda tersebut, diharapkan jalannya pemerintahan negara menjadi terarah, jelas, dan tidak timpang, serta memunculkan mekanisme penggunaan kekuasaan secara seimbang (saling memberi koreksi dan saling menyeimbangkan), atau dikenal dengan "*checks and balances*".

Masyarakat Indonesia memandang organisasi-organisasi pemerintah sebagai unsur penting dalam kehidupan bernegara. Organisasi-organisasi pemerintah memiliki peran sebagai penggerak roda pemerintahan serta sebagai pengayom masyarakat. Peranan lembaga yudikatif erat terkait dengan fungsi pengayoman dan memberikan perlindungan akan keadilan di masyarakat. Lembaga yudikatif juga bersifat independen (bebas dari intervensi pemerintah maupun pihak manapun) dan netral. Dengan demikian, badan yudikatif dapat menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik demi penegakan hukum dan keadilan. Pasal 10 *Declaration of Human Rights* mencantumkan kebebasan dan tidak memihaknya badan-badan pengadilan di semua negara adalah hal yang penting. Indonesia memiliki lima lembaga yudikatif yaitu:

Mahkamah Agung, Mahkamah Konstitusi dan Komisi Yudisial.

Mahkamah Agung adalah pengadilan kasasi yang bertugas membina keseragaman dalam penerapan hukum dan menjaga agar semua hukum dan Undang-undang di seluruh wilayah Negara ditetapkan secara tepat dan adil serta memiliki sifat yang netral dari intervensi pemerintah. Mahkamah Agung (MA) adalah pengadilan negara tertinggi sebagai badan peradilan kasasi (terakhir) bagi putusan-putusan yang berasal dari pengadilan-pengadilan lain meliputi peradilan umum, peradilan agama, peradilan militer, dan peradilan tata usaha negara. Dalam menjalankan tugasnya, MA memiliki 5 fungsi yaitu fungsi peradilan, fungsi pengawasan, fungsi pemberian nasehat, fungsi administrasi dan fungsi pengaturan. Penjelasan dari kelima fungsi tersebut adalah (a) Fungsi Peradilan yaitu kewenangan mengadili pada tingkat terakhir dan untuk membatalkan semua keputusan dari pengadilan dibawahnya yang dianggap mengandung kekeliruan dalam penerapan hukum; (b) Fungsi Pengawasan yaitu melakukan pengawasan tertinggi atas kegiatan pengadilan agar pengadilan dapat berjalan secara seksama dan semestinya; (c) Fungsi Pengaturan yaitu Mahkamah Agung dapat mengatur lebih lanjut hal-hal yang diperlukan bagi kelancaran penyelenggaraan peradilan apabila terdapat hal-hal yang belum cukup diatur dalam Undang-undang (Pasal 27 Undang-undang No.14 Tahun 1970, Pasal 79 Undang-undang No.14 Tahun 1985); (d) Fungsi Pemberian Nasehat, wajib memberi laporan atau pertimbangan hukum kepada lembaga-lembaga tinggi negara, atau Presiden dalam rangka pemberian/ penolakan grasi dan rehabilitasi; (e) Fungsi Administrasi yaitu menjalankan fungsi administrasi badan-badan peradilan lain (peradilan umum, militer dan peradilan tata usaha negara) serta mengatur tugas dan tanggung jawab, organisasi dan tata kerja kepaniteraan pengadilan. (Sumber: <https://www.mahkamahagung.go.id/id/tugas-pokok-dan-fungsi>).

MA sebagai salah satu lembaga Yudikatif memiliki fungsi penting dan strategis di bidang penegakan supremasi hukum di Indonesia, adanya saling memerlukan antara masyarakat dan MA

sangat jelas. Setiap organisasi, khususnya organisasi yudikatif tertinggi seperti MA akan lekat dengan pandangan masyarakat. Masyarakat memiliki pandangan tersendiri terhadap organisasi yang terkait dengan kepentingan masyarakat. Pandangan atau bagaimana kesan masyarakat terhadap suatu organisasi inilah yang dinamakan dengan citra organisasi. Organisasi yang dapat menyesuaikan dirinya dengan setiap perkembangan dalam dinamika kehidupan masyarakat dan bergerak sesuai dengan kepentingan dan harapan masyarakat tentu akan memiliki citra yang baik. Citra organisasi atau *corporate image* tidak lepas dari reputasi suatu organisasi yang nantinya berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap organisasi. Tidak hanya MA, setiap organisasi khususnya organisasi pemerintah pada era ini perlu memiliki dan menjaga citra positif, karena citra akan mempengaruhi eksistensi organisasi tersebut di masyarakat.

Pada era saat ini, dimana perkembangan teknologi informasi sudah demikian kuat, peran media massa sebagai penyebar informasi semakin memiliki kekuatan yang patut diperhitungkan. Berbagai penelitian menunjukkan informasi yang disampaikan media mengenai suatu organisasi yang mempengaruhi pandangan publik pembaca terhadap citra organisasi.

Ditengah masyarakat yang semakin mengandalkan informasi, citra suatu organisasi (*corporate image*) khususnya organisasi pemerintah senantiasa menjadi perhatian publik karena organisasi pemerintah seperti MA berperan dalam mendorong terbentuknya *good governance* yang memerlukan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

Kerangka Teoritis

Peran media massa sebagai penyebar informasi melalui sajian beritanya, tentu akan memberi pengaruh terhadap wawasan pemahaman dan penilaian publik terhadap organisasi yang diberitakan, yang pada akhirnya media turut berperan dalam membentuk citra organisasi di mata masyarakat – dalam hal ini citra MA. Media massa memiliki kemampuan dalam mengembangkan berbagai topik kepada masyarakat, hal ini seperti yang dinyatakan oleh Walter Lippmann (1992), seorang *columnist*,

bahwa media merupakan perantara antara dunia luar dan gambaran di benak kita – “*a mediator between the world outside and the pictures in our heads*” (Morissan; 2014) dengan demikian, media memiliki peran kuat dalam membentuk pandangan publik terhadap hal-hal diluar dirinya. Media massa, khususnya surat kabar memiliki kekhasan sendiri yaitu terbit berkala dan seiring dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, *feature*, pendapat, fiksi, dan bentuk karangan lain (Ensiklopedi Nasional Indonesia:1991).

Media kerap mengangkat realitas yang berkembang dan menjadi perhatian di masyarakat sekaligus berperan dalam memilih informasi-informasi yang patut diketahui oleh masyarakat terkait dengan isu tersebut. Dari perspektif politik, media massa juga berperan dalam proses demokratis karena memberikan ruang bagi penyebaran informasi mengenai pemerintahan dan lembaga negara. Hal ini juga menggambarkan adanya peran media dalam membangun kesadaran bagi masyarakat dan menempatkan dinamika pemerintahan sebagai wacana yang perlu diketahui secara luas.

Teori *agenda setting* dari Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972) menyebutkan bahwa terdapat hubungan kuat antara penyajian berita oleh media dengan hal-hal yang dinilai penting bagi masyarakat; artinya selain sebagai penyebar informasi, media berperan dalam menentukan hal apa yang perlu diketahui oleh *audiencesnya*. Media tidak menentukan *what to think* namun memberi pengaruh pada *what to think about*. Karen Siune dan Ole Borre (1975) dalam penelitiannya menemukan adanya tiga faktor pengaruh dalam agenda setting yaitu: representasi, persistensi dan persuasi. Representasi, yaitu mengukur seberapa besar media dapat menggambarkan apa yang dinilai penting oleh masyarakat (agenda publik). Dalam hal ini, kepentingan publik mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh media. Persistensi, yaitu mempertahankan kesamaan agenda antara apa yang menjadi isu media dan apa yang menjadi isu publik; dan yang terakhir adalah pengaruh persuasi, yang terjadi saat agenda media mempengaruhi agenda publik. Dalam hal ini, informasi yang disa-

jikan oleh media (agenda media) menjadi bagian dari wacana, perhatian atau pemikiran masyarakat (agenda publik). Teori ini menunjukkan adanya hubungan saling mempengaruhi antara media dan publik; keduanya memiliki peran yang perlu diperhatikan dan dengan kata lain hubungan keduanya menunjukkan adanya saling ketergantungan.

Chaffee dan Wilson (1977) menyatakan bahwa tugas para jurnalis atau editor surat kabar adalah melakukan identifikasi terhadap isu yang ada dan menyampaikannya kepada pembaca. "Berita dari media akan efektif bila isi media memenuhi harapan pembaca dan memberikan pengaruh yang akan dirasakan oleh publiknya yang akan memunculkan persepsi yang beragam terhadap isu-isu yang ada, sehingga publik berpendapat bahwa isu-isu tersebut memang penting dan mengambil berbagai kesimpulan". Dalam penyampaian berita, surat kabarpun mengemasnya dengan baik agar menarik perhatian dan membangkitkan keingintahuan pembaca. Hal ini sejalan dengan definisi berita menurut Williard B. Bleyer sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca, dan berita yang terbaik ialah berita yang paling menarik perhatian bagi jumlah pembaca yang paling besar (Suhandang, 2004, p. 103).

Pengaruh media memungkinkan adanya perubahan pada masyarakat baik di tingkat kesadaran akan suatu obyek berita hingga membentuk persepsi publik. Persepsi publik terhadap organisasi senantiasa ada dan tak terhindarkan serta dapat berubah tergantung dari kinerja atau *performance* organisasi yang disebarluaskan oleh media. Kecenderungan yang terbentuk pada persepsi publik dapat

bersifat positif, netral bahkan negatif. "Persepsi disebut sebagai inti dari komunikasi karena jika persepsi seseorang tidak akurat, tidak mungkin dapat berkomunikasi dengan efektif. Persepsi yang menentukan seseorang untuk memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain" (Mulyana:2004). Sebagai inti dari komunikasi maka, persepsi dapat berupa tanggapan, pendapat, pandangan atau penilaian bahkan reaksi seseorang terhadap obyek berita.

Hal ini tergambar dalam konsep Lippmann (1922) yang dikenal sebagai *triangular relationship*, yaitu hubungan segitiga antara (1) situasi tindakan (ditafsirkan orang sebagai seluruh fenomena yang mungkin ada, seperti orang, tempat, kegiatan); (2) persepsi terhadap tindakan; dan (3) respon berdasarkan persepsi. Media berperan dalam membentuk hubungan pertama dan kedua sedangkan hubungan ketiga terlihat setelah respon memberi dampak pada situasi tindakan. Walter Lippmann juga menyatakan bahwa media massa membantu dalam membentuk "gambaran terpercaya" mengenai dunia diluar jangkauan dan pengalaman kita (*a "trustworthy picture" of the world that is beyond our reach and direct experience.*) (Cutlip, et.al: 2011). Media massa menyediakan ruang bagi publik untuk mengetahui hal-hal diluar dirinya serta hal-hal yang bukan merupakan pengalamannya sendiri.

Media Indonesia sebagai surat kabar nasional, dalam penyajiannya mengenai organisasi pemerintah memberikan perhatian terhadap Mahkamah Agung baik dalam versi cetak dan daring (dalam jaringan/ *online*). Pemberitaan yang disajikan um-



Sumber: "Hubungan Segitiga" Walter Lippmann (Cutlip, et.al: 2011)

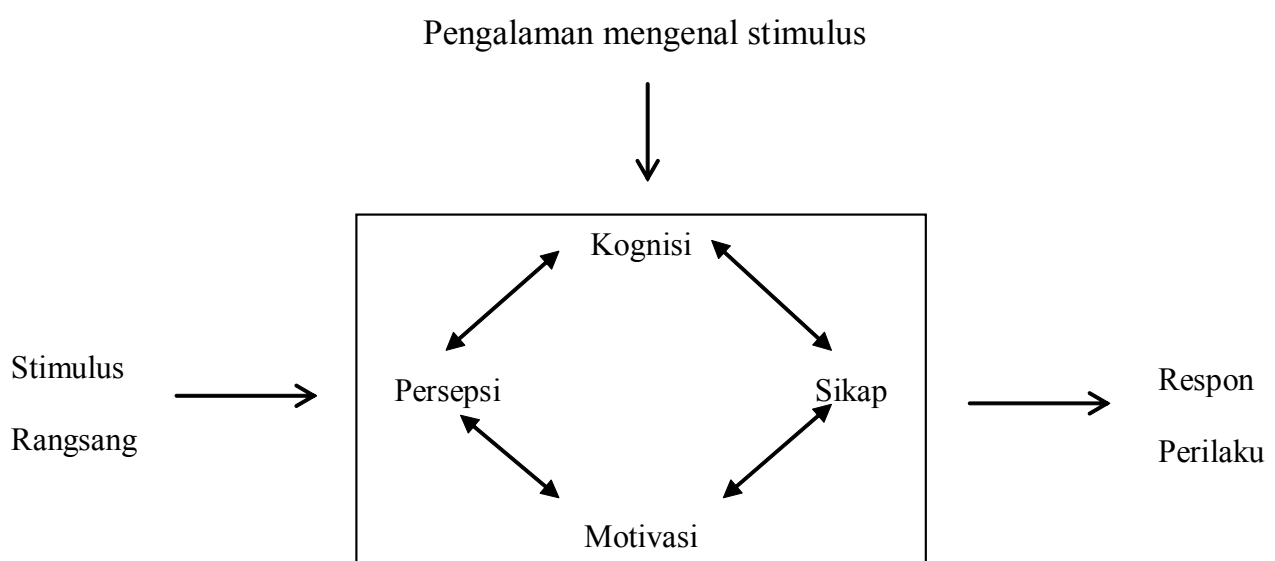
umnya terkait tugas dan fungsi serta peran MA seperti pengawasan pelaksanaan UU, persoalan calon hakim, kasus korupsi, KPU, reformasi hukum serta mekanisme penanganan perkara. Gambaran mengenai Mahkamah Agung berupa informasi yang disampaikan oleh media memungkinkan terbentuknya persepsi publik. Persepsi publik yang terbentuk mengenai suatu organisasi tentu memberi pengaruh terhadap citra organisasi di mata publik – jika publik memberikan respon atau tanggapan, tentu akan berdasarkan pada persepsi yang dimilikinya.

Citra organisasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan citra sebagai gambaran yang dimiliki oleh orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa, atau kalimat. Sedangkan dalam *business dictionary* disebutkan sebagai gambaran dalam benak seseorang yang muncul seketika disaat nama organisasi disebutkan. Ada kesan psikologis yang berubah-ubah sesuai dengan keadaan organisasi, liputan media, kinerja, pernyataan (yang disampaikan) dsb. “*Mental picture that springs up at the mention of a firm’s name. It is a composite psychological impression that continually changes with the firm’s circumstances, media coverage, performance, pronouncements, etc*”.

Citra itu sendiri bersifat abstrak (*intangible*) namun, dampaknya terasa dan dapat diketahui, seperti dari ada tidaknya penerimaan atau tanggapan positif dari publik (khalayak sasaran) terhadap organisasi. Beragam penelitian mengenai citra organisasi (*corporate image*) telah membuktikan bahwa citra dapat berubah, walaupun perubahan citra relatif lambat. Dengan kata lain suatu citra akan bertahan pada kurun waktu tertentu (Sutisna, 2001: 330). Organisasi pemerintah tidak hanya perlu membentuk namun juga mempertahankan citra baiknya di tengah masyarakat karena segala perubahan atau dinamika yang terjadi baik di lingkup internal maupun eksternal organisasi dapat mempengaruhi citra organisasi; dari citra yang baik menjadi netral atau bahkan berubah menjadi negatif atau sebaliknya.

MA merasa bahwa citra perlu dibentuk atas dasar kejujuran dan kebenaran agar citra yang dipersepsikan oleh publik adalah benar dan baik, ada konsistensi antara citra dengan realitas; konsistensi antara kinerja organisasi dengan citra yang ditampilkan dan dikomunikasikan oleh media. Informasi yang dikomunikasikan oleh media, merupakan proses pembentukan citra yang akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku individu terhadap organisasi.

Model Pembentukan Citra



Sumber: (Soemirat dan Ardianto, 2010:115)

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons melalui tahapan-tahapan persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Makna dari keempat komponen tersebut yaitu persepsi merupakan hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan individu atau pemberian makna terhadap rangsang atau stimulus yang diterima; kognisi sebagai pengetahuan individu yang diperoleh dari pemahaman terhadap stimulus, diantaranya berupa informasi-informasi yang mempengaruhi pengetahuan (kognisi) individu; motivasi yaitu dorongan dalam pribadi seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan dan yang terakhir adalah tahapan yang mempengaruhi sikap yaitu kecenderungan untuk berperilaku, bertindak, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai.

Pada model ini, proses penyampaian informasi mengenai MA oleh Media Indonesia merupakan stimulus yang diterima oleh individu pembaca, selanjutnya pembaca membentuk persepsi yang merupakan hasil dari proses pemaknaan terhadap teks-teks informasi yang diterima dan pada akhirnya membentuk pengetahuan kognisi mengenai obyek berita yaitu MA. Kognisi kemudian mendorong terbentuknya sikap dan respon berupa gambaran atau citra terhadap Mahkamah Agung.

Citra perlu dibentuk atas dasar kejujuran dan kebenaran agar citra yang dipersepsikan oleh publik adalah benar dan baik, ada konsistensi antara citra dengan realitas; konsistensi antara kinerja organisasi dengan citra yang ditampilkan dan dikomunikasikan oleh media. Informasi yang dikomunikasikan oleh media, merupakan proses pembentukan citra yang akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku individu terhadap organisasi.

Pengelolaan citra organisasi terkait segala kegiatan untuk membentuk, memelihara dan merancang suatu citra yang diinginkan oleh organisasi itu sendiri. Citra organisasi merupakan hal yang tak dapat diabaikan karena organisasi yang tidak mengelola citra dengan baik akan meningkatkan peluang kegagalan. Sebagaimana

diungkapkan, "*Organization that do not engage in successful image management increase the chances for failure*" (Seeger, Sellnow & Ulmer, 1998). Citra organisasi memerlukan pengelolaan yang baik yaitu dengan menggabungkan identitas organisasi dengan reputasi organisasi. Keduanya merupakan keunikan atau sifat khusus yang dimilikinya dan membedakannya dengan organisasi lain. Bagi MA, posisi strategis sebagai organisasi yudikatif merupakan identitas atau *corporate identity* yang terkait erat dengan citra atau *corporate image*.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif yang dilakukan pada kajian teks dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi dengan pengumpulan teks pada judul dan isi berita. Penyebaran informasi melalui media mengandalkan kemasan isi berita disertai dengan judul yang menarik. Judul berita merupakan daya tarik tersendiri bagi pembaca karena bagi sebagian pembaca, judul kadang sudah dianggap cukup untuk menggambarkan substansi dari berita. Unit analisis adalah beritaterkait Mahkamah Agung pada surat kabar Media Indonesia (cetak) dan Media Indonesia.com (daring) edisi bulan Juli, Agustus, September dan Oktober 2016

Periode penelitian ditetapkan secara acak selama 4 bulan pertamadi awal pertengahan tahun. Pemilihan Media Indonesia sebagai unit observasi karena Media Indonesia termasuk kategori surat kabar nasional, tipologi *quality newspaper* dan sebagai *leading newspaper*. Media Indonesia versi cetak memiliki oplah sebesar 280.380 dengan pembaca yang tersebar di 429 kabupaten/kota di 34 provinsi (Profile Media Indonesia, 2017) dan media Indonesia.com yang menjangkau netizen di dalam hingga luar negeri.

Analisis teks meliputi analisis terhadap teks pada isi berita dan teks judul – dengan menggunakan analisis framing dari Robert M. Entman, "*Framing essentially involves selection and salience. To frame is to select same aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, casual interpretation, moral*

evaluation, and/ or treatment recommendation for the item described". (Entman, 1993). Pembingkai memiliki makna memilih beberapa sisi dari realitas/ fakta dan mengangkatnya dalam teks pesan (komunikasi), menjadikannya sebagai suatu permasalahan, penafsiran awam, evaluasi dan/atau langkah rekomendasi. Intinya, analisis ini menggambarkan adanya aspek tertentu dari faktayang disampaikan oleh media massa. Selain itu, *framing* menunjukkan adanya kekhasan dalam informasi sehingga memberi penekanan lebih pada teks yang ditampilkan dan menonjolkan bagian tertentu khususnya yang dianggap penting oleh pembuat teks (Eriyanto, 2002).

Beberapa literatur menyebutnya bahwa analisis *framing* memberikan gambaran kekuatan dari suatu teks dalam penyampaian informasi dan memperlihatkan pengaruhnya terhadap kesadaran manusia (*human consciousness*) – "*Analysis of frame illuminates the precise way in which influence over a human consciousness is exerted by the transfer (or communication) of information from one location such as a speech, utterance, news report, or novel - to that consciousness* (Entman, 1993). Dengan demikian, informasi yang tertulis pada judul ataupun materi berita memiliki daya pengaruh ke pada diri seseorang – pengaruh yang mampu memunculkan pendapat atau persepsi yang positif, netral atau negatif – mendukung, netral atau menolak.

Penelitian pada judul, dilakukan dengan menganalisis pemilihan kata yang dipergunakan dan mengelompokkannya pada kategori positif, netral atau negatif atau dalam penelitian ini digunakan istilah kecenderungan dampak terhadap opini publik dan citra organisasi. Demikian pula pada *framing* materi berita, penelitian menganalisis dan mengelompokkannya pada kategori positif, netral atau negatif. Kategori positif artinya setelah membaca judul atau materi berita, pembaca akan cenderung memiliki pandangan positif terhadap MA. Begitu pula sebaliknya bagi judul atau materi berita yang bernuansa negatif akan mendorong timbulnya pandangan negatif sedangkan untuk kategori netral tentu tidak menyebabkan timbulnya pandangan baik positif atau negatif bagi pembaca. Dengan

demikian dapat diketahui sejauh mana penyebaran informasi mengenai Mahkamah Agung dalam harian Media Indonesia dikemas dan berperan dalam pembentukan opini publik dan citra organisasi.

Hasil Penelitian

Penelitian ini melihat peran media terkait penyajian dan membingkai (*framing*) informasi mengenai Mahkamah Agung oleh surat kabar Media Indonesia dan Media Indonesia.com. Penelitian menggunakan analisis teks pada judul dan isi berita yang dimulai pada edisi Juli, Agustus, September dan Oktober 2016 dari tanggal 1 Juli sampai dengan 31 Oktober 2016. Tabel 1 dan Tabel 2 merupakan gambaran dari hasil analisis Judul berita dan pembingkai pada isi berita pada harian Media Indonesia.

Pemberitaan di harian Media Indonesia selama empat bulan periode penelitian, menyoroti topik-topik terkait Mewujudkan reformasi peradilan, hakim, undang-undang, sistem peradilan, korupsi dan sebagainya. Selama 4 bulan terdapat 19 artikel yang dimuat dan setelah dilakukan analisa judul berita, terdapat 3 judul termasuk dalam kategori positif, 7 netral dan 9 negatif. Judul-judul dengan kategori positif dimaksud adalah *Jangan Cuma Andalkan MA, Integritas Hakim Nonkarier Terjaga*, dan *Nurhadi Lengser Pacu Reformasi*. Judul-judul tersebut memberikan makna positif di benak pembaca karena, memberi makna MA memiliki tugas yang sangat tidak mudah sehingga selayaknya jangan hanya MA yang menjadi andalan, begitu juga judul kedua menimbulkan makna adanya integritas yang terjaga baik dikalangan hakim nonkarier dan judul ketiga menggambarkan adanya faktor pemicu terwujudnya reformasi di tubuh MA. Dari keseluruhan judul tampak didominasi oleh teks judul-judul yang menimbulkan persepsi negatif, diantaranya yaitu *Darurat Yudikatif, Praktik Mafia Hukum Menggurita di MA, Kualitas Hakim di Daerah Rendah, dan Terjadi Pelanggaran Independensi di MA* – judul-judul tersebut menginformasikan hal-hal yang mengusik kesadaran publik akan adanya kondisi lembaga yudikatif yang tidak semestinya.

Adapun pembingkai (*framing*) terhadap isi

beritaterdapat 3 termasuk kategori positif, 9 netral dan 7 negatif. Jika kita perhatikan ternyata dari 19 artikel ditemukan ada perbedaan jumlah antara kategori netral dan negatif pada judul dan *framing*. Hal ini cukup menarik karena menunjukkan bahwa judul tidak selalu menggambarkan isi berita yang disampaikan walaupun faktanya, judul diperoleh dari muatan informasi dalam berita. Terdapat dua (2) judul artikel yang termasuk dalam kategori negatif namun hasil *framing* terhadap isi berita masuk pada kategori netral yaitu artikel yang berjudul

Uang Suap Disebut Untuk Hakim Agung dengan *frame* berita mengenai proses pengadilan perkara Kasubdit Kasasi Perdata nonaktif dimuat tanggal 15 Juli 2016 dan artikel yang dimuat pada tanggal 4 Oktober 2016 dengan judul 5 Hakim tidak Penuhi Syarat Jadi Hakim Agung dengan *frame* berita netral mengenai permintaan Gayus Lumbun kepada Presiden agar berani mencopot hakim agung yang cacat syarat terkait adanya penerapan paket reformasi hukum yang akan dikeluarkan.

Tabel 1. Analisis Judul Dan Bingkai (Frame) Berita Pada Harian Media Indonesia

No.	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Senin, 4 Juli	(J) Jangan Cuma Andalkan MA	*		
		(F) Perlunya dukungan dari presiden kepada MA untuk mewujudkan reformasi peradilan.	*		
2	Selasa, 5 Juli	(J) Darurat Yudikatif			*
		(F) Korupsi pada lembaga peradilan telah dianggap dalam tahap darurat karena dari 10 OTT oleh KPK, 5 diantaranya melibatkan aparat peradilan dan belum ada kemauan kuat MA membenahi lembaga peradilan.			*
3	Selasa, 5 Juli	(J) MA Kekurangan Hakim Agung Kamar Pidana		*	
		(F) Mendesaknya kebutuhan hakim agung kamar pidana		*	
4	Jum'at, 15 Juli	(J) Integritas Hakim Nonkarier Terjaga	*		
		(F)Eksistensi hakim non karier di MA	*		
5	Jum'at, 15 Juli	(J) Uang Suap Disebut Untuk Hakim Agung			*
		(F)Pengadilan perkara Kasubdit Kasasi Perdata nonaktif		*	
6	Sabtu, 23 Juli	(J) Sistem Peradilan dan Perlindungan Anak		*	

		(F) Adanya perangkat Undang-Undang yang mengemukakan prinsip-prinsip umum perlindungan anak, seperti nondiskriminasi, kelangsungan hidup dan tumbuh kembang, serta menghargai partisipasi anak.		*	
7	Minggu, 31 Juli	(J) Nurhadi Lengser Pacu Reformasi	*		
		(F) Reformasi Mahkamah Agung	*		

No.	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Jum'at, 5 Agustus	(J) Praktik Mafia Hukum Menggurita di MA			*
		(F) Praktik mafia peradilan merajalela di badan MA			*
2	Sabtu, 6 Agustus	(J) Menguak Pintu Masuk Reformasi MA			*
		(F) Lambannya penanganan kasus Nurhadi, membuat publik menilai ada <i>invisible hand</i> untuk menyelamatkan jaringan mafia peradilan			*
3	Selasa, 9 Agustus	(J) Reformasi MA Belum Sentuh Hal Pokok			*
		(F) Penilaian terhadap Mahkamah Agung oleh Masyarakat pemberdayaan Hukum Nasional mengenai kelambatan dalam melakukan pembenahan, khususnya pada persoalan fundamental.			*

No.	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Kamis, 15 September	(J) MA Diminta Gugurkan Calon tidak Penuhi Syarat		*	
		(F) Permintaan terhadap MA untuk membatalkan putusan kemenangan calon wali kota		*	
2	Kamis, 29 September	(J) UU Narkotika Harus Proanak		*	
		(F) Desakan MaPPI atas revisi UU Narkotika agar meliputi upaya perlindungan terhadap anak.		*	
3	Jum'at, 30 September	(J) Istana Godok Ide Sanksi Sosial		*	
		(F) Sanksi sosial bagi koruptor		*	

No.	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Sabtu, 1 Oktober	(J) Reformasi Diusulkan Merambah Budaya Hukum		*	
		(F)Usulan cakupan aspek budaya hukum dari sudut pandang masyarakat pencari keadilan dalam paket reformasi hukum yang akan diumumkan oleh Presiden Jokowi		*	
2	Senin, 3 Oktober	(J) Reformasi Hukum Diminta Perhatikan Pembinaan Lembaga Peradilan		*	
		(F) Permintaan atas reformasi hukum yang fokus pada pembinaan lembaga peradilan		*	
3	Selasa, 4 Oktober	(J)5 Hakim tidak Penuhi Syarat Jadi Hakim Agung			*
		(F) Permintaan keberanian Presiden untuk mencopot hakim agung yang cacat syarat pada penerapan paket reformasi hukum yang akan dikeluarkan.		*	
4	Rabu, 5 Oktober	(J) Kualitas Hakim di Daerah Rendah			*
		(F) Pengakuan peneliti dari LeIP terhadap rendahnya kualitas hakim di daerah.			*
5	Kamis, 6 Oktober	(J)Evaluasi Segera Hakim Agung			*
		(F) Dukungan pakar hukum agar hakim agung yang tidak memenuhi syarat administrasi segera dievaluasi			*
6	Rabu, 12 Oktober	(J) Terjadi Pelanggaran Independensi di MA			*
		(F) Perlunya reformasi peradilan dan cetakbirureformasi MA demi mengembalikan kepercayaan publik terhadap MA			*

Hasil pengkategorian terhadap judul maupun isi menunjukkan bahwa penyajian informasi dalam bentuk pemberitaan mengenai MA pada harian Media Indonesia umumnya bersifat netral.

Pada tabel 2 memuat hasil analisis teks judul di

mediaindonesia.com terdapat 7 judul artikel dengan kategori terdapat 1 kategori positif, 2 judul termasuk netral dan 4 negatif. *Framing* pada artikel memperlihatkan sebanyak 1 artikel dalam kategori positif, 3 netral dan 3 negatif. Terdapat satu (1)

judul artikel yang termasuk dalam kategori negatif namun hasil *framing* terhadap isi berita masuk pada kategori netral yaitu artikel yang berjudul *Ketua MA Cacat Syarat* dengan *frame* berita men-

genai permintaan Gayus lumbun kepada Presiden untuk mencopot hakim yang cacat syarat, dimuat tanggal 5 Oktober 2016. Pemilihan kata-kata dengan makna kuat tampak mewarnai judul-judul ar-

Tabel 2. Analisis Judul Dan Topik Berita Pada MediaIndonesia Daring (online)(www.mediaindonesia.com)

No.	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Jum'at, 1 Juli	(J) MA Dituntut Lakukan Pembinaan			*
		(F)MA dituntut untuk rombak dan evaluasi pimpinan dan mengakui lemahnya pembinaan.			*
2	Jum'at, 1 Juli	(J) Target MA tidak Terpenuhi			*
		(F) Calon hakim agung tidak memenuhi syarat untuk diajukan sebagai hakim agung			*
3	Sabtu, 2 Juli	(J) Reformasi Peradilan Dimulai dari MA	*		
		(F)Upaya bersih-bersih di lingkungan peradilan oleh MA dinilai sebagai langkah awal reformasi pengadilan	*		
4	Sabtu, 23 Juli	(J) Sistem Peradilan dan Perlindungan Anak		*	
		(F)Perangkat UU tentang prinsip umum perlindungan anak, seperti nondiskriminasi, kelangsungan hidup dan tumbuh kembang, serta menghargai partisipasi anak.		*	

No	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Selasa, 30 Agustus	(J) Calon Hakim Agung Dinilai tidak Memiliki Integritas			*
		(F)Uji kelayakan dan kepatutan calon hakim agung dan hakim ad hoc tipikor			*

No.	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Senin, 26 September	(J) MA Diminta Batalkan Aturan Terpidana Percobaan bisa Maju di Pilkada		*	
		(F)INDONESIA Corruption Watch (ICW), Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) dan Konstitusi dan Demokrasi Inisiatif (KoDe Inisiatif) mengajukan uji materi kepada MA bagi pembatalan Pasal 4 Ayat 1F tentang Pencalonan Kepala Daerah.		*	

No.	Hari/Tanggal	Judul (J) dan <i>Frame</i> (F) Berita	Kecenderungan		
			Positif	Netral	Negatif
1	Rabu, 5 Oktober	(J) Ketua MA Cacat Syarat			*
		(F)Gayus lumbun meminta Presiden untuk mencopot hakim yang cacat syarat		*	

tikel pada versi daring di semua kategori. Seperti penggunaan kata *dituntut, tidak terpenuhi, tidak memiliki integritas, reformasi peradilan dimulai* dsb.

Secara keseluruhan, dalam kurun waktu 4 bulan terdapat 26 artikel pemberitaan mengenai MA di Media Indonesia pada edisi cetak maupun daring. Judul artikel yang bermakna positif sebanyak artikel 4 artikel, 9 netral dan 13 negatif sedangkan *frame* berita memperlihatkan 4 artikel berisi informasi positif, 12 netral dan 10 bermakna negatif. Sehingga dapat diperoleh gambaran pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Penyajian dan Penyebaran Informasi

	Positif	Netral	Negatif
Judul	4	9	13
Pembingkai	4	12	10

Gambaran diatas memperlihatkan dalam penyajian dan penyebaran informasi, Media Indonesia cenderung menyajikan judul maupun berita yang bersifat netral dan negatif serta memberikan porsi informasi pemberitaan positif paling sedikit yaitu kurang dari seperempat bagian dari artikel yang ada yaitu 4 dari 26 artikel. Keempat pemberitaan dengan *framing* positif memuat artikel mengenai *mewujudkan reformasi peradilan yang tidak hanya mengandalkan MA, tetapi perlu dukungan dari presiden kepada MA; Eksistensi hakim non karier di MA; Reformasi Mahkamah Agung; Reformasi Peradilan dimulai dari MA; Bersih-bersih di lingkungan peradilan oleh MA dinilai dapat menjadi langkah awal sebelum menjalankan reformasi pengadilan.*

Berdasarkan frame seluruh artikel dengan pem-

beritaan positif memperlihatkan adanya keterkaitan antara isi pemberitaan dengan upaya reformasi dan perwujudan lembaga yudikatif yang bersih. Dalam situasi pemerintahan saat ini, isu reformasi khususnya di lembaga peradilan memang masih menduduki porsi prioritas sebagai isu penting. Pada konteks teori agenda setting, dimana adanya keterkaitan antara agenda media dan agenda publik maka, isu reformasi menjadi perhatian bagi media Indonesia dalam penyajiannya dan sekaligus sebagai gambaran adanya ketertarikan publik terhadap isu reformasi.

Dari lebih sedikitnya artikel positif jika dibandingkan dengan pemberitaan yang netral dan negatif memperlihatkan adanya kepekaan media untuk menyampaikan agenda media yang tentunya juga berdasarkan kondisi yang sebenarnya terkait kepentingan publik terhadap kekuasaan yudikatif. Saling keterkaitan antara media dengan publiknya juga memiliki arti adanya ikatan saling pengaruh; saling memerlukan dan saling memiliki kepentingan akan informasi – eksistensi mediaupun bergantung pada publik. Adanya tiga faktor pengaruh dalam *agenda setting* yaitu representasi, persistensi dan persuasi serta karakteristik kategori penyajian memperlihatkan hal-hal sebagai berikut:

Representasi, kepentingan publik mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh media. Dalam hal ini, media berperan untuk memenuhi kepentingan publik akan informasi terhadap isu tertentu. Jika pemberitaan netral dan negatif lebih mendominasi artinya sebagai lembaga yudikatif yang berupaya untuk melaksanakan reformasi, publik perlu mengetahui bahwa MA masih memiliki banyak persoalan yang perlu dibenahi untuk menampilkan diri dan citranya sebagai bagian dari *good governance*.

Persistensi, yaitu mempertahankan kesamaan agenda antara apa yang menjadi isu media dan apa yang menjadi isu publik. Hal ini perlu dilakukan untuk menjadi bagian dari media *mainstream* di tanah air dengan menyajikan informasi dari berbagai kategori baik positif, netral maupun negatif. Sejauh media dapat tetap menjaga eksistensinya berarti media tersebut dapat menyelaraskan agendanya dengan agenda publik.

Persuasi, yaitu saat agenda media mempengaruhi agenda publik. Penyebaran informasi dengan proporsi dominan dalam kategori netral dan negatif dapat mempengaruhi opini publik dan dapat dianggap sebagai cermin sebuah persepsi atau pandangan publik. Pandangan publik yang dominan terhadap MA inilah yang membentuk citra MA di masyarakat.

Penyajian berita dengan proporsi tertentu dikarenakan oleh tiga faktor (Schramm dan Roberts:1977) yaitu pertama, reporter dan editor memandang dan menafsirkan dunia, dalam hal ini objek berita sesuai dengan citranya tentang realitas; kedua adalah jurnalis selalu memberi respon pada isyarat yang merupakan kebijaksanaan pemimpin media dan ketiga adalah adanya kecenderungan dari media itu sendiri untuk menghindari hal-hal yang bersifat kontroversi karena adanya kekhawatiran yang berdampak pada menurunnya kepercayaan publiknya.

Simpulan

Adanya saling mempengaruhi antara agenda publik dan agenda media memperlihatkan bahwa pemberitaan mengenai MA merupakan informasi yang diperlukan dan menjadi perhatian publik. Media mampu mempengaruhi citra organisasi di mata publik. Namun, aktor utama dalam pembentukan citra organisasi adalah organisasi itu sendiri dengan orang-orang yang ada di dalamnya.. Citra organisasi merupakan gambaran yang dihasilkan dari pembentukan kesan oleh kelompok dan komunikasi dalam organisasi untuk mendapatkan simpati publik *An organization's image "is a holistic and vivid impression held by an individual or a particular group towards an organization and is a result of sense-making by the group and communi-*

cation by the organization...such communication by the organization occurs as top managers and corporate spokespersons orchestrate deliberate attempts to influence public impression" (Hatch & Schultz: 1997).

Pemberitaan ataupun kiprah MA yang termuat dalam Media Indonesia tampaknya bukan sesuatu yang sifatnya sensasional; sebagai media dengan posisi *leading newspaper* tentu paham untuk memberikan porsi yang seimbang antara agenda publik dan agenda media dalam pemberitaannya. Proporsi pemberitaan mengenai MA di media Indonesia dapat menggambarkan adanya proses pembentukan citra organisasi yang perlu mendapat perhatian dari MA. Seluruh pemberitaan yang ada menyoroti beragam hal yang memang menjadi bagian dari wewenang MA selaku lembaga pemerintah pemegang kekuasaan yudikatif. Ketiga faktor penentu dalam penyajian berita memposisikan media sebagai sarana penyebar informasi "aktual terpercaya" sehingga citra MA yang ditampilkan adalah citra seperti yang dimaksud oleh Cheney & Vibbert sebagai *An image is "something projected" by the organization, and "something perceived or interpreted by others"*- citra adalah "sesuatu yang ditampilkan" oleh organisasi, dan "sesuatu yang diperkirakan atau diinterpretasikan oleh pihak lain" (Cheney & Vibbert, 1987).

Daftar Pustaka

- Cutlip, Scoot M; Center, Allen H; Broom, Glen M. 2011. *Effective Public Relations (edisi Kesembilan)*.
- McQuail, Denis. *Mass Communication Theory*, 4th Ed, Sage Publication. London.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004.
- Price, Vincent dan Donald F. Roberts, "Public Opinion Process," dalam Cutlip, Scoot M; Center, Allen H; Broom, Glen M. *Effective Public Relations (edisi Kesembilan)*. Jakarta: Kencana. 2011.

Suhandang, Kustadi. *Pengantar Jurnalistik seputar Organisasi, produk, dan Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa. 2004.

Sutisna. *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran (edisi ke-3)*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2001

Schramm, W dan D.F. Roberts. *The process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illionis Press dalam Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung. 2015.

Sumber Lain

<http://www.businessdictionary.com/definition/corporate-image.html>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (daring) <http://kbbi.web.id> akses 1 Maret 2017

Ensiklopedi Nasional Indonesia Jilid 15. 1991. Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka, hal. 431

Chaffee, Steven H. and Donna G. Wilson, *Media Rich, media Poor: Two Studies of Diversity in Agenda Holding*, *Journalism Quarterly* 1977 . (daring). www.aejmc.org/home/wp-content/.../Journalism-Quarterly-1977-Chaffee-466-76.pdf - akses 9 Maret 2017

Cheney, G., & Vibbert, S.L. (1987). *Corporate Discourse: Public Relations and Issue*

Management pada A Theory of Organizational Image Management: Antecedents, Processes & Outcomes Joseph Eric Massey, Ph.D. Paper presented at the International Academy of Business Disciplines Annual Conference, held in Orlando, April, 2003. (online) www.citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi akses 20 Februari 2017

Hatch, M. J. & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5), pp. 356-365 pada *A Theory of Organizational Image Management: Antecedents, Processes & Outcomes* Joseph Eric Massey, Ph.D. Paper presented at the International Academy of Business Disciplines Annual Conference, held in Orlando, April, 2003 di citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi akses 20 Februari 2017

Robert M. Entman, *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, *Journal of Communication*, Volume 43, Issue 4 December 1993 Pages 51–58

Siune, Karen dan Ole Borre, *Setting the Agenda for a Danish Election*, *Journal of Communication* 25, 1975, hal. 65-73 , <http://www.onlinelibrary.wiley.com>