

# **PERAN PERS LOKAL DI YOGYAKARTA: PERSEPSI JURNALIS VS PUBLIK**



## **SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Oleh

**MEGA PRAMESTI CAHYANI**

**15321192**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

**2019**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Puji dan syukur kepada Allah SWT. Penulis ucapkan karena limpahan rezeki dan rahmat yang tiada hentinya sehingga penulis diberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan penelitian yang berjudul “PERAN PERS LOKAL DI YOGYAKARTA: JURNALIS VS PUBLIK ”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Pada penyusunan skripsi ini banyak pihak yang turut membantu serta memberikan dukungan kepada penulis. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom selaku Kaprodi Jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi yang terus mendukung dan membantu saya dalam proses penelitian hingga terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Puji Rianto, SIP, MA. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Holy Rafika Dhona S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberikan masukan selama masa perkuliahan.
4. Untuk seluruh responden yang telah membantu mempermudah penulis dalam mendapatkan dan mengumpulkan data penilaian.
5. Alm. papa dan mama penulis, Dino Raharjo dan Nurlela yang tiada hentinya selalu memberikan dukungan kepada penulis. Terimakasih kepada alm. papa dan mama yang tidak pernah lelah mendo'akan, memberikan nasihat dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Kakak – kakak penulis yang tercinta, Dian Pertiwi Safitri dan Putri Dwi Jayanti, Rama Putra Laksana, Muhammad Rasyad Hafiyah terimakasih selalu mengisi hari-hari penulis dengan canda tawa, semoga kita bisa menjadi orang-orang sukses dunia akhirat dan bisa menjadi kebanggaan alm. papa dan mama.
7. Teman-teman “PERFECTION” Pita, Selma, Zahra, Isna, Elqy yang telah memberikan segala dukungan dan telah menjadi teman untuk bertukar cerita.

Penulis menyadari dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekhukarangan. Untuk itu, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika dalam penelitian ini terdapat kata-kata yang tidak sengaja menyinggung satu atau lain pihak. Semoga penelitian ini dapat diterima dengan baik dan bermanfaat untuk semua pihak.

*Wassalamu’alaikum warrahmatullahi wabarakatuh*

Yogyakarta, .....

Mega Pramesti Cahyani

NIM : 15321192

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka Teori .....	9
F. Kerangka Konsep .....	17
G. Definisi Operasional .....	19
F. Metodologi Penelitian .....	21
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pers Di Yogyakarta.....	28
B. Jurnalis Dan Publik Yogyakarta.....	32
<b>BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
B. Deskripsi Data .....	37
C. Analisis Data .....	44
D. Pembahasan.....	45
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	49
B. Saran .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN .....	55

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Pers dapat dikatakan sebagai salah satu instrument penting dalam proses penyebaran informasi pada masyarakat. Menurut Undang Undang Tentang Pers, Bab I, Pasal 1, Ayat 1 (dalam Anom, 2016:125), pers diartikan sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk teks, audio, visual, audiovisual, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Dari pengertian pers menurut UU No. 40 Tahun 1999, pers memiliki dua arti, arti luas dan sempit. Dalam arti luas, pers menunjuk pada lembaga sosial atau pranata sosial yang melaksanakan kegiatan jurnalistik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Sedangkan dalam arti sempit, pers merujuk pada wahana / media komunikasi massa baik yang elektronik dan cetak.

Istilah pers sebagai terjemahan dari bahasa Inggris press dapat mempunyai pengertian luas dan sempit. Dalam pengertian luas pers mencakup semua media komunikasi massa, seperti radio, televisi, dan film yang berfungsi melancarkan atau menyebarkan informasi, berita, gagasan,

pikiran atau perasaan seseorang dan sekelompok orang kepada orang lain (Taufik, 1997). Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia kata pers didefinisikan sebagai, usaha percetakan dan penerbitan. Orang yang bergerak dalam penyiaran berita disebut sebagai wartawan atau penyiar berita atau jurnalis yang menyampaikan berita melalui Koran, majalah, televisi, radio, dan sebagainya (Pius, 2010). Dalam pengertian sempit, pers hanya digolongkan produk-produk penerbitan yang melewati proses percetakan seperti surat kabar harian, majalah mingguan, majalah tengah bulanan, dan sebagainya yang dikenal sebagai media cetak (Rachmadi, 1990). Sementara itu, dalam kajian ini yang akan dibahas adalah mengenai pers dalam artian sempit, yang hanya mencakup surat kabar harian.

Surat kabar atau pers dalam arti sempit merupakan alat komunikasi massa yang memberikan kepada lembaga-lembaga komunikasi secara tercetak, lembaga-lembaga yang memenuhi syarat-syarat publisita, periodisita, universalita dan aktualita. Periodesita pada umumnya berarti satu hari sekali atau beberapa kali dalam sepekan (Oey Hong Lee, 1965). Pada mulanya pers hanya digunakan dalam pengertian media yang berbentuk cetak saja, disesuaikan dengan arti dari kata press yaitu menekan atau mengepres.

Bagi masyarakat, pers mempunyai dua kedudukan pertama, merupakan media komunikasi tertua di dunia, kedua, pers sebagai lembaga masyarakat atau institusi sosial yang merupakan bagian integral dari masyarakat dan bukan merupakan unsur asing yang terpisah.

Sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, pada Pasal 3 antara lain disebutkan pers nasional berfungsi sebagai media informasi, pendidikan atau edukasi, hiburan atau rekreasi, kontrol sosial atau koreksi dan juga sebagai mediasi. Menurut Widodo (1997), fungsi pers di tengah masyarakat ada bermacam-macam yakni :

1. *To Inform*

Pers mempunyai fungsi untuk memberi informasi atau kabar kepada masyarakat atau pembaca, melalui tulisan, siaran dan tayangan yang rutin kepada masyarakat pers memberikan informasi yang beraneka ragam.

2. *To Educate*

Pers berfungsi sebagai pendidik, melalui berbagai macam tulisan atau pesan-pesan yang diberikannya, pers bisa mendidik masyarakat pembacanya.

3. *To Controle*

Pers di tengah-tengah masyarakat mempunyai peran memberikan kontrol sosial lewat kritik dan masukan yang bersifat membangun. Pemberitaan adanya penyimpangan dan tindakan melanggar peraturan yang dilakukan oleh sebagian kelompok masyarakat atau pejabat merupakan wujud sumbangsih dalam mengontrol masyarakat dan aparat pemerintah.

4. *To Bridge*

Pers mempunyai fungsi sebagai penghubung atau menjembatani antara masyarakat dengan pemerintah atau sebaliknya. Aspirasi yang tidak dapat tersalurkan melalui jalur atau kelembagaan yang ada, bisa disampaikan lewat pers.

5. *To Entertain*

Pers bisa memberikan hiburan kepada masyarakat, menghibur di sini bukan hanya dalam pengertian hal-hal yang lucu saja tetapi bisa dalam bentuk kepuasan dan kesenangan dari sugurkan pers.

Pers diperlukan sesuai dengan fungsinya, baik bagi seseorang, organisasi, lembaga maupun institusi, tidak hanya untuk memperoleh informasi tetapi lebih dari itu karena pers dapat membentuk opini masyarakat (Muldjohardjo, 2003:22).

Berdasarkan fungsi sosialnya, pers memiliki peranan yang sangat penting baik bagi pengirim pesan maupun penerima pesan. Salah satu peranan pers adalah membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku masyarakat melalui pemberitaan yang dibentuk sedemikian rupa sehingga mampu memberikan sudut pandang tertentu pada masyarakat (Syah, 2014:6). Pada akhir-akhir ini, peranan pers dapat dirasakan terutama berkaitan dengan sengketa Pemilu 2019 di mana terdapat penyebaran info-info *hoax* pada masyarakat. Ketua Dewan Pers, M. Nuh (dalam Siregar, 2019)

mengungkapkan bahwa pers harus menjadi penengah pada situasi Pemilu yang tidak kondusif. Dengan adanya pers, publik akan mengetahui mana berita yang benar dan bohong.

Menurut Siregar dan Pasaribu (2000:2), kebebasan pers dalam membentuk opini publik memerlukan akuntabilitas sosial sebagai pertanggungjawaban terhadap pelayanan publik. Informasi yang diberitakan harus berasal dari pengumpulan fakta yang secara aktual, kredibel, dan signifikan menggambarkan peristiwa yang terjadi. Hal ini menjadi penting karena peranan pers dalam terciptanya opini publik dimungkinkan akan menyimpang ke arah yang salah ketika ditunggangi oleh pihak-pihak tertentu dengan menyajikan informasi yang tidak sesuai dengan kejadian yang dibahas.

Publik dapat menilai produk informasi yang benar dan salah, maupun langsung menerima informasi tersebut tanpa memperdulikan kebenarannya. Menurut Oetama (2004:98), di dalam pembentukan opini publik pada umumnya dibutuhkan sebuah *agenda setting*. Di dalam hal ini, lebih berperan sebagai pihak yang menentukan *agenda setting* tersebut yang diartikan sebagai upaya memberi arahan, mempengaruhi apa yang sebaiknya menjadi perhatian dan isu, serta hal yang menjadi prioritas masyarakat. Teori agenda setting pada perkembangannya berkembang menjadi teori *uses and gratification* (Santoso, 2016:395).

Pada penerapannya *agenda setting* kerap dikombinasikan dengan adanya *framing*, yakni kemampuan suatu media informasi untuk membentuk

perspektif atau persepsi tertentu terhadap peristiwa yang disajikannya. Menurut Suprawoto (2018:75), selain dibentuk oleh pers, *agenda setting* dan *framing* dapat dibentuk melalui rancangan yang dibangun oleh Humas/*Public Relations*. Hal ini penting terutama bagi Humas Pemerintahan sebagai fungsi strategisnya pada lingkup eksternal. *Agenda setting* di dalam pemerintahan dapat digunakan untuk menciptakan opini yang baik pada masyarakat sekaligus mengantisipasi adanya isu negatif.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Beaudoin dan Thorson (2002) dengan judul *Journalists, Public Differ on Perception of Media Coverage*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan penilaian yang muncul pada publik (pembaca dan non pembaca) dan sesama jurnalis tentang pemberitaan melalui media cetak LA Times. Penilaian ini didasarkan pada persepsi yang muncul pada masing-masing kelompok. Terdapat 6 pokok pembahasan, yakni bencana dan perang, stereotip ekonomi, berkehidupan, berita pemerintahan, pandangan tentang US, dan kategori konten yang kurang penting. Penelitian ini dilakukan melalui survei pada 803 penduduk Los Angeles dan 300 jurnalis LA Times. Hasil yang ditemukan yakni terdapat persepsi yang lebih positif oleh jurnalis dibandingkan dengan penduduk Los Angeles. Selain itu penduduk yang berlangganan LA Times memiliki persepsi yang lebih positif dengan konsistensi yang signifikan apabila dibandingkan dengan penduduk yang tidak berlangganan.

Penelitian lain dilakukan oleh Hanan, dkk. (2016), dengan judul *Role of Media in Strengthening Democracy in Pakistan: Journalist's Perception*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wartawan tentang peran media Pakistan dalam memperkuat demokrasi. Survei dilakukan pada 82 media Pakistan baik media cetak maupun elektronik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media Pakistan tidak memainkan peran penting dalam memperkuat demokrasi di negara ini, akan tetapi responden (jurnalis) merasa puas dengan peran media dalam menciptakan kesadaran dan memberikan informasi kepada publik dan bertindak sebagai pengawas kebijakan pemerintah. Selain itu, sebagian besar responden tidak puas dengan peran media sebagai *agenda setter* untuk menegakkan prinsip-prinsip demokrasi dan menawarkan diri sebagai forum bagi rakyat Pakistan.

Hal lain ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Berganza (2017), dengan judul *Spanish Journalists' Perception about their Professional Roles*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi yang muncul pada masyarakat tentang jurnalis di Spanyol berdasarkan keraguan peneliti tentang perkembangan jurnalistik internasional. Survei dilakukan terhadap 390 jurnalis Spanyol yang tergabung dalam proyek Worlds of Journalism Study (WJS). Hasil yang ditemukan adanya persepsi yang meremehkan peran utama jurnalis Spanyol sebagai penyebar informasi obyektif. Hal ini diakibatkan adanya kecenderungan jurnalis Spanyol untuk mengangkat isu dan opini publik tanpa adanya penjelasan yang obyektif.

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis dalam penelitian ini ingin meneliti tentang persepsi jurnalis dan masyarakat pada pers di Yogyakarta. Lingkup Yogyakarta dipilih berdasarkan kedekatan lokasi penelitian dan segala keterbatasan penulis. Di lain sisi, hal ini mampu mempermudah penulis dalam mendapatkan dan menganalisis data serta kesimpulan yang didapatkan cenderung lebih representatif karena cakupan yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Selain itu di Yogyakarta terdapat beberapa catatan menarik yang dianggap penulis mampu menjadi faktor yang mendasari persepsi tentang peran pers. Kasus terkait pembungkaman pers, kekerasan fisik dan psikologis, bahkan pembunuhan wartawan pernah terjadi di Yogyakarta dan menyebabkan penilaian yang buruk pada kebebasan pers di Yogyakarta (Dewan Pers, 2016:168).

**Tabel 1.1**  
**Indeks Kebebasan Pers Daerah Istimewa Yogyakarta**

Bidang	Politik	Ekonomi	Hukum
Indeks	68.28	66.50	65.80

(Sumber: Dewan Pers, 2016:170)

Peran pers di Yogyakarta dinilai cenderung kurang berimbang dan kurang independen dalam menyiarkan persoalan-persoalan publik karena adanya kepentingan pribadi maupun kepentingan pemilik media berita, walaupun demikian berdasarkan indeks kemerdekaan pers 2016 Yogyakarta

memiliki kategori sedang. Kasus-kasus sangat serius di Yogyakarta juga jarang mendapatkan liputan yang memadai, seperti kasus intoleransi terhadap kebebasan berekspresi, kasus kekerasan pada kelompok tertentu, dan pembahasan terkait Undang-Undang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta yang jarang disinggung oleh pers Yogyakarta yang justru memiliki pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan publik di sekitar Yogyakarta (Dewan Pers, 2016:168-170).

Hal-hal terkait etika pers yang seharusnya dijadikan sebagai acuan dalam profesionalitas pers yang demokratis oleh wartawan di Yogyakarta memiliki penilaian yang kurang bagus atau relatif rendah yakni sebesar 68.08. Pemerintah Yogyakarta juga dinilai kurang mampu mendorong terjadinya ketaatan etika pers dan justru mengganggu profesionalisme dengan adanya upaya-upaya yang mencederai etika pers itu sendiri seperti adanya penyediaan amplop di lembaga-lembaga pemerintahan bagi wartawan terkait. Di lain sisi, wartawan di Yogyakarta dinilai sangat toleran dengan adanya pemberian uang atau fasilitas oleh pemerintah atau pemilik media secara kasat mata sehingga informasi yang diterbitkan dapat diatur untuk condong pada kepentingan pemerintah atau pemilik media tersebut (Dewan Pers, 2016:176-181).

Masyarakat Yogyakarta cenderung lebih tinggi dibandingkan daerah lainnya di Indonesia apabila ditinjau dari akses terhadap sarana informasi dan komunikasi. Sarana informasi dan komunikasi yang dimaksud termasuk telepon seluler, komputer, internet, dan media konvensional seperti televisi,

radio, dan media cetak. Proporsi penggunaan media konvensional oleh masyarakat Yogyakarta didominasi oleh kelompok masyarakat yang tinggal di perkotaan dengan persentase sebesar 93,52% menonton televisi, mendengarkan radio sebesar 34,92%, dan membaca media cetak sebesar 34,89% (Dewan Pers, 2016:165-166).

**Tabel 1.2 Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi**

Daerah	Radio			Televisi			Surat Kabar/ Majalah		
	Kota	Desa	Total	Kota	Desa	Total	Kota	Desa	Total
Yogyakarta	33.49	37.80	34.92	95.26	90.02	93.52	41.48	21.56	34.89
Nasional	21.66	15.63	18.63	95.80	86.83	91.30	26.82	8.98	17.84

(Sumber: Dewan Pers, 2016:166)

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, peran pers melalui produk informasi yang dihasilkan akan dinilai berdasarkan persepsi jurnalis dan publik. Jurnalis yang dimaksud adalah orang-orang yang melaksanakan kegiatan jurnalistik pada suatu kantor berita, sedangkan publik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki tempat tinggal di Yogyakarta. Kedua kelompok tersebut pada penelitian ini akan menilai pers di Yogyakarta dan hasil yang ditemukan pada masing-masing kelompok akan dibandingkan sehingga ditemukan gambaran yang jelas tentang persepsi atau opini yang muncul berkaitan dengan pers di Yogyakarta.

## B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Bagaimana persepsi jurnalis dan masyarakat mengenai peranan pers di Yogyakarta?”

## C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi jurnalis dan masyarakat mengenai peranan pers di Yogyakarta.

## D. MANFAAT PENELITIAN

### 1. Praktis

Penelitian ini akan menjadi evaluasi terhadap produk dari pers yang bisa dijadikan sebagai acuan untuk perencanaan *press release*, berita, maupun produk informasi lainnya yang efektif dalam upaya menciptakan persepsi yang baik dalam masyarakat.

### 2. Akademis

Penelitian ini dapat menghasilkan temuan tentang persepsi publik. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai materi pembelajaran dan pengembangan dalam ilmu komunikasi.

## E. KERANGKA TEORI

Judul penelitian ini adalah “**Peran Pers** Lokal di Yogyakarta: Persepsi Jurnalis vs Publik”. Di dalam kerangka teori ini, penulis akan menjelaskan teori-teori yang dapat membantu menganalisis permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, di antaranya adalah persepsi dan peran pers.

## 1. Persepsi

Menurut Kotler & Keller (2005:216), persepsi adalah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi sesuatu berdasarkan informasi yang didapatkan guna menciptakan gambaran tentang suatu hal tersebut. Kunci paling penting dalam persepsi adalah manusia menyimpan informasi yang diterima dalam bentuk hubungan asosiatif dan hubungan tersebut membantu manusia menginterpretasikan lingkungan di sekitarnya. Persepsi diawali dengan penggunaan pancaindera, yang selanjutnya terjadi proses mengorganisir dan menafsirkan informasi.

Menurut Irwanto (2002:71), setelah individu melakukan interaksi dengan obyek-obyek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

### a. Persepsi Positif

Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap obyek yang dipersepsikan.

### b. Persepsi Negatif

Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan obyek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap obyek yang dipersepsikan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi itu baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Munculnya suatu persepsi positif ataupun persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu obyek yang dipersepsi.

Menurut Robbins (2003:89), persepsi terbentuk karena beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang tersebut, di antaranya adalah:

a. Pelaku Persepsi

Bila seorang individu memandang pada satu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik dari pribadi ke perilaku persepsi individu itu. Di antara karakteristik pribadi yang lebih relevan yang mempengaruhi persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan (*expectation*).

b. Target dan Objek

Karakteristik dari target yang akan diamati dapat dipengaruhi apa yang dipersepsikan gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-atribut lain

dari target membentuk cara kita memandangnya. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terisolasi, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau mirip.

c. Situasi

Unsur-unsur lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita. Waktu adalah dimana suatu obyek atau peristiwa itu dilihat agar dapat mempengaruhi perhatian, seperti juga lokasi, cahaya, panas, atau setiap jumlah faktor situasional.

Basri (2002:3) mengatakan indikator persepsi adalah kemampuan individu untuk mengamati atau mengenal perangsang sesuatu (stimulus) hingga berkesan menjadi:

- a. Pemahaman, merupakan kesan terhadap sesuatu kemudian mengerti tentang makna dan artinya.
- b. Pengetahuan, merupakan sesuatu yang timbul karena disebabkan oleh pemahaman.
- c. Sikap, merupakan bentuk yang dipengaruhi oleh pemahaman dan pengetahuan yang kemudian diteruskan dengan perilaku tentang pemahaman dan pengetahuan tersebut.

- d. Tanggapan-tanggapan, merupakan reaksi dari pemahaman, pengetahuan, sikap yang tercermin dalam pemikiran yang berkembang dalam pendapat tentang reaksi tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Beaudoin dan Thorson (2002) dengan judul *Journalists, Public Differ on Perception of Media Coverage*, Hanan, dkk. (2016), dengan judul *Role of Media in Strengthening Democracy in Pakistan: Journalist's Perception*, dan Berganza (2017), dengan judul *Spanish Journalists' Perception about their Professional Roles*, ketiganya menggunakan persepsi sebagai alat ukur untuk menilai bagaimana peran yang dihasilkan oleh pers pada hal-hal yang menjadi fokus penelitian.

Penggunaan persepsi sebagai alat ukur dalam hal ini dapat mengetahui ada atau tidaknya kesinambungan antara pemberitaan pers dengan interpretasi yang dimiliki oleh masyarakat terhadap lingkungan di sekitarnya, sehingga akan menghasilkan persepsi yang positif maupun negatif terhadap pemberitaan tersebut. Hal ini diperlihatkan oleh hasil penelitian terdahulu. Pada pemberitaan pers LA Times, jurnalis dan masyarakat cenderung memiliki persepsi yang positif pada 6 aspek yang diujikan. Hal berbeda ditemukan pada pers Spanyol, persepsi yang dihasilkan menunjukkan ketidakpuasan terhadap pers Spanyol yang cenderung tidak objektif. Pada penelitian ini, persepsi akan diteliti berdasarkan kaitannya dengan peranan pers.

## 2. Peran Pers

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:1155), peran adalah perilaku yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat, sedangkan peranan adalah fungsi seseorang atau sesuatu di dalam kehidupan. Pers menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 (dalam Anom, 2016:125) diartikan sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala saluran yang tersedia. Peran pers nasional di Indonesia secara formal meliputi hal-hal berikut:

- a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui. Hal ini dilakukan melalui transfer informasi dalam berbagai bidang (ekonomi, politik, ekonomi, sosial, dan budaya).
- b. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi.
- c. Mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia (HAM).
- d. Menghormati kebhinekaan.
- e. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar.

- f. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.
- g. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Secara umum peran pers dapat dinilai berdasarkan 9 elemen jurnalistik Kovach dan Rossenstiel, yakni prinsip-prinsip yang diharapkan dapat diterapkan oleh wartawan untuk mewujudkan tujuan utama jurnalisme tersebut, yakni (Kovach dan Rossenstiel, 2006:6):

- a. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran. Kebenaran dapat menciptakan rasa aman yang tumbuh dari kesadaran seseorang dan kebenaran inilah yang menjadi intisari sebuah berita
- b. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat. Wartawan atau jurnalis berada pada tiga pihak yaitu pada pendengar, pengiklan, dan publik (masyarakat). Masing masing pihak memiliki kepentingan. Namun jurnalisme memiliki prinsip bahwa prioritas utama mereka adalah kepada masyarakat.
- c. Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Disiplin verifikasi adalah pengkategorian yang memisahkan jurnalisme dari hiburan, propaganda, fiksi atau seni.
- d. Praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita. Langkah penting dalam pengejaran kebenaran dan memberi informasi kepada warga bukanlah netralitas melainkan independensi.

- e. Jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan. Jurnalisme tidak sekedar memantau pemerintahan, tapi juga meluas hingga pada semua lembaga yang kuat di pemerintahan.
- f. Jurnalisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat. Jurnalisme sebagai forum publik harus menyediakan diskusi publik yang dibangun atas prinsip-prinsip kejujuran, fakta, dan verifikasi.
- g. Jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting menarik dan relevan. Tanggung jawab wartawan bukan sekedar menyediakan informasi tetapi menghindarkannya dari hal-hal yang tidak relevan sehingga orang tertarik untuk menyimaknya.
- h. Jurnalisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional. Komprehensif berarti luas dan menyeluruh. Proporsional berarti seimbang dan sebanding. Jadi, fakta yang diberikan kepada masyarakat sebaiknya berimbang dan detail.
- i. Praktisi jurnalisme harus diperbolehkan mengikuti naruni mereka. Setiap wartawan harus punya rasa etika dan tanggung jawab personal.

Menurut Gora dan Irwanto (2015:76), sejak diberlakukannya UU No.40/1999 pers memiliki peran dalam kontrol sosial yang penting untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan kekuasaan seperti korupsi, kolusi dan nepotisme, maupun dalam bentuk lainnya. Peran pers seperti ini kemudian

dikenal dengan sebutan *watchdog* (anjing penjaga) yang selalu bertugas mengawasi pemerintahan yang sedang berkuasa saat itu. Kebebasan pers mendukung peran pers dalam kontrol sosial terutama dengan adanya independensi pers yang tidak berpihak kepada kelompok-kelompok tertentu.

Berdasarkan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Beaudoin dan Thorson (2002) dengan judul *Journalists, Public Differ on Perception of Media Coverage*, Hanan, dkk. (2016), dengan judul *Role of Media in Strengthening Democracy in Pakistan: Journalist's Perception*, dan Berganza (2017), dengan judul *Spanish Journalists' Perception about their Professional Roles*, penilaian jurnalis dan publik terhadap peran pers memiliki hasil yang cukup berbeda. Sebagai contoh pada peran pers LA Times dianggap baik karena mampu menyajikan berita yang kredibel dan objektif, sedangkan peran pers Pakistan sebagai *agenda setter* dianggap tidak mampu untuk menegakkan prinsip-prinsip demokrasi dan sebagai forum bagi rakyat Pakistan. Hal lain ditemukan pada jurnalis Spanyol yang dianggap tidak mampu secara objektif mengangkat isu dan opini publik. Pada penelitian ini peran pers akan diteliti berdasarkan 9 elemen jurnalistik Kovach dan Rossenstiel.

## F. KERANGKA KONSEP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi yang dihasilkan jurnalis dan masyarakat pada pers di Yogyakarta. Persepsi ini diukur berdasarkan penggabungan 9 elemen jurnalistik dan peran pers nasional di Indonesia yang mewakili peran pers pada kelompok penelitian yang dibedakan menjadi 2 kelompok, yakni jurnalis dan publik. Pengukuran persepsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers dalam memenuhi hak masyarakat akan informasi.
2. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers dalam menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi.
3. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers dalam mendorong terwujudnya supremasi hukum.
4. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers dalam menegakkan hak asasi manusia (HAM).
5. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers dalam menghormati kebhinekaan.
6. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers untuk menyajikan berita yang benar.
7. Penilaian publik dan jurnalis tentang loyalitas pers pada masyarakat.
8. Penilaian publik dan jurnalis tentang disiplin verifikasi pers.
9. Penilaian publik dan jurnalis tentang kebebasan pers dalam menyajikan berita.

10. Penilaian publik dan jurnalis tentang tugas pers sebagai pemantau kekuasaan.
11. Penilaian publik dan jurnalis tentang pers sebagai forum publik.
12. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers mencari berita yang penting dan relevan.
13. Penilaian publik dan jurnalis tentang kemampuan pers dalam menyiarkan berita yang komprehensif dan proporsional.
14. Penilaian publik dan jurnalis tentang etika pers.

#### G. DEFINISI OPERASIONAL

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yakni Peran Pers. Variabel tunggal adalah himpunan sejumlah gejala yang memiliki berbagai aspek atau kondisi di dalamnya yang berfungsi mendominasi dalam kondisi atau masalah tanpa berhubungan dengan variabel lainnya. Penggunaan variabel tunggal bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam merumuskan objek atau inti penelitian yang hanya terdiri dari satu objek penelitian (Nawawi, 1996: 58). Indikator dari variabel tunggal dalam penelitian ini berupa persepsi yang dihasilkan dari responden mengenai 9 elemen jurnalistik. Berikut ini adalah variabel serta indikator-indikator dari penelitian ini:

**Tabel 1.3**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel: Persepsi	Tingkat Persepsi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pers di Yogyakarta telah memenuhi hak masyarakat akan informasi.</li> <li>2. Pers di Yogyakarta telah merepresentasikan ruang publik demokratis</li> <li>3. Pers di Yogyakarta telah mendorong terwujudnya keadilan berdasarkan hukum.</li> <li>4. Pers di Yogyakarta telah mendukung penegakkan hak asasi manusia.</li> <li>5. Pers di Yogyakarta telah menyajikan informasi yang mempromosikan keberagaman.</li> <li>6. Pers di Yogyakarta telah menyajikan berita yang benar.</li> <li>7. Pers di Yogyakarta telah membantu masyarakat dalam menjernihkan berita palsu (hoaks)</li> <li>8. Pers di Yogyakarta telah berperan dalam mempromosikan sikap politik yang rasional.</li> <li>9. Pers di Yogyakarta tidak turut serta dalam mengeksploitasi emosi masyarakat demi meningkatkan pembaca.</li> <li>10. Pers di Yogyakarta memiliki loyalitas utama kepada masyarakat.</li> <li>11. Pers di Yogyakarta telah menyaring berita yang akurat sesuai dengan topik yang dibahas.</li> <li>12. Pers di Yogyakarta telah bekerja secara independen tanpa pengaruh dari pihak lain.</li> <li>13. Pers di Yogyakarta telah menjadi forum publik warga Yogyakarta.</li> <li>14. Pers di Yogyakarta telah memberikan berita yang penting dan relevan dengan kondisi masyarakat saat ini.</li> <li>15. Pers di Yogyakarta telah menyediakan kebutuhan berita bagi masyarakat Yogyakarta</li> </ol>	Skala Likert

		16. Pers di Yogyakarta memiliki etika dan tanggung jawab yang baik dalam menulis dan menyiarkan berita.	
--	--	---	--

(Sumber: Penulis)

## H. METODOLOGI PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian deskriptif survei. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian dengan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang ada (Nawawi, 1996: 63).

### 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Pengumpulan data dan analisis data dalam metode survei sifatnya sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2008: 59).

### 3. Teknik Sampling

#### a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah jurnalis dan publik yang bertempat tinggal di Yogyakarta. Publik memiliki kategori sebagai masyarakat yang membaca dan atau menonton tayangan berita dari pers di Yogyakarta. Jurnalis yang menjadi populasi di dalam penelitian ini adalah jurnalis yang bekerja aktif pada kantor berita Kedaulatan

Rakyat, Harian Jogja, dan Radar Jogja karena diasumsikan sebagai kantor berita lokal terbesar di Yogyakarta. Kelompok-kelompok ini dipilih sehingga pada akhirnya dapat dibandingkan perbedaan persepsi yang dihasilkan oleh masing-masing kelompok tentang peran pers di Yogyakarta.

b. Sampel

Menurut Kriyantono (2008:149), sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diteliti. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2012:82), *nonprobability sampling* adalah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel secara tidak acak. Menurut Gay (dalam Umar, 2005:147), jumlah sampel minimal yang dapat diterima dalam penelitian adalah sebanyak 15 subyek per kelompok. Berdasarkan pengertian tersebut, penulis menggunakan 30 subjek per kelompok, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 60 responden yang dibagi menjadi 2 kelompok dengan kategori jurnalis dan kategori publik.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2008: 43). Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini

adalah survei, sehingga data primer didapatkan dari hasil kuesioner yang diajukan kepada responden. Pengumpulan data dan analisis data dalam metode survei sifatnya sangat terstruktur dan mendetail melalui kuisisioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2008:59). Teknis pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Lokasi : Yogyakarta
- Waktu : 1 - 14 Desember 2019
- Jadwal : Minggu pertama digunakan untuk mengumpulkan data melalui kuesioner pada kelompok jurnalis. Estimasi pengerjaan selama 1 minggu dan dilakukan pada hari kerja (senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jumat). Minggu kedua digunakan untuk mengumpulkan data melalui kuesioner pada kelompok publik. Estimasi pengerjaan selama 2 hari.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya yang berupa referensi dari penelitian terdahulu, wawancara, dan bacaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

## 5. Teknik Pengukuran Data

Skala yang akan digunakan dalam pengukuran data dari penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:86). Skala Likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga akan diperoleh data interval. Jawaban di setiap indikator mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Hal tersebut dapat diwakilkan sebagai berikut:

- a. SS : Sangat Setuju dengan skor 5
- b. S : Setuju dengan skor 4
- c. RR : Ragu-ragu dengan skor 3
- d. TS : Tidak Setuju dengan skor 2
- e. STS : Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

## 6. Teknik Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen merupakan tahap untuk menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan dari kuesioner. Hal tersebut diperlukan untuk menghindari adanya pertanyaan-pertanyaan yang kurang dimengerti atau mengubah pertanyaan yang tidak relevan dengan tujuan penelitian serta untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian layak untuk digunakan atau tidak. Metode pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah:

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur (Kriyantono, 2010:143). Rumus uji validitas kuesioner dalam penelitian ini adalah *product moment* dari Pearson (Kriyantono, 2010:175) untuk menguji instrumen variabel-variabel dalam penelitian ini dengan rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r$  : koefisien korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total

$N$  : jumlah individu dalam sampel

$X$  : angka mentah untuk variabel X

$Y$  : angka mentah untuk variabel Y

Pengambilan keputusannya adalah dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Apabila  $r$  tabel tidak dapat ditemukan terkait jumlah sampel yang besar, maka validitas ditentukan oleh nilai signifikansi. Nilai signifikansi instrumen variabel yang dinyatakan valid adalah  $\leq 0,05$  (5%).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Kriyantono (2010:145), reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependable*) dan tetap (*consistent*). Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama dan ditujukan untuk memastikan bahwa responden benar-benar konsisten terhadap jawaban yang diberikan dalam kuesioner tersebut. Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach pada pengujian variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \alpha^2 b}{\alpha^2 t} \right]$$

Keterangan:

$r_{ii}$  : reliabilitas instrumen

$k$  : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha^2 b$  : jumlah varian butir

$\alpha^2 t$  : varian total

Pengambilan keputusannya adalah dinyatakan reliabel ketika instrumen variabel memiliki nilai Alpha Cronbach > 0,600.

## 7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah uji presentase. Uji presentase dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2004:71-95):

$$DP = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

DP = Deskriptif Persentase

n = Nilai empirik (*mean*)

N = Nilai maksimal item pertanyaan

Kategori presentasenya adalah sebagai berikut:

0% - 25% = Sangat Rendah

26% - 50% = Rendah

51% - 75% = Tinggi

76% - 100% = Sangat Tinggi

Penjabarannya adalah sebagai berikut:

- a. Sangat tinggi, sehingga responden memiliki persepsi yang positif
- b. Tinggi, sehingga responden memiliki persepsi yang positif
- c. Rendah, sehingga responden memiliki persepsi yang negatif
- d. Sangat Rendah, sehingga responden memiliki persepsi yang negatif

## BAB II LANDASAN TEORI

### 1. Pers Di Yogyakarta

#### a. Kedaulatan Rakyat

Dilansir dari *www.tirto.id*, Kedaulatan Rakyat (KR) merupakan salah satu surat kabar harian yang ada Indonesia, tepatnya di Yogyakarta Jl. Margo Utomo (Mangkubumi) Nomor 40-42. Kedaulatan Rakyat didirikan oleh H. Samawi dan H. Soemadi Martono Wonohito dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat di pesisir selatan Jawa Tengah. Kedaulatan Rakyat pertama kali terbit pada tanggal 27 September 1945, sebelumnya surat kabar ini merupakan media propaganda Jepang yang bernama Sinar Matahari yang kemudian diambil alih oleh Indonesia. Nama Kedaulatan Rakyat diambil UUD 1945 alinea ke 4 atas saran Soedarisman Poerwokoesoemo yang menjabat sebagai Ketua Komite Nasional Indonesia Pusat (KNI) Yogyakarta tahun 1945.

**Gambar 2.1 Logo Surat Kabar Kedaulatan Rakyat**



Sumber: *www.krjogja.com*

Pada saat ini, Kedaulatan Rakyat berada di bawah naungan PT.BP. Kedaulatan Rakyat Group. Perubahan nama menjadi Dwikora sempat dilakukan agar mampu tetap berdiri pada krisis yang terjadi pada tahun 1966 akibat peristiwa G30S-PKI mengingat Presiden Soeharto menjadikan pemerintahannya represif terhadap media massa. Setelah 59 edisi, surat kabar ini diizinkan kembali menggunakan nama Kedaulatan Rakyat oleh pemerintah dengan tagline “Suara Hati Nurani Rakyat”.

Dilansir dari *www.krjogja.com*, pada saat ini Kedaulatan Rakyat menjadi *top of mind* pada kategori surat kabar cetak oleh masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah. Hal ini diperkuat dengan adanya survei nasional yang menunjukkan bahwa Kedaulatan Rakyat merupakan media lokal dengan jumlah pembaca terbanyak di Indonesia. Kedaulatan Rakyat dikenal sebagai surat kabar senior, namun hal ini tidak

menjadikannya tertutup terhadap perkembangan jaman. Pada 1 Juni 2009, Kedaulatan Rakyat meluncurkan sebuah portal berita online dengan alamat *www.krjogja.com* ditambah dengan adanya topik-topik (rubrik) baru untuk melengkapi kebutuhan masyarakat akan informasi.

**Gambar 2.2 Logo Portal Berita Kedaulatan Rakyat**



Sumber: *www.krjogja.com*

Penyesuaian jaman merupakan hal yang penting, walaupun begitu Kedaulatan Rakyat tidak menghilangkan ciri khasnya yakni dengan pembahasan nilai-nilai budaya dan adanya penggunaan istilah-istilah dalam bahasa Jawa. Seluruh konten berita yang dipublikasikan Kedaulatan Rakyat baik melalui media cetak maupun media digital ditulis bukan hanya untuk memberikan informasi secara cepat, namun juga terdapat kedalaman informasi sebagai respon terhadap kebutuhan masyarakat. Selain itu pihak redaksi Kedaulatan Rakyat menganggap bahwa portal berita merupakan pilihan utama masyarakat saat ini karena sifatnya *up-to-date* dan mudah diakses melalui beberapa perangkat digital. Selain website, Kedaulatan Rakyat juga memiliki beberapa media sosial di antaranya Twitter dengan akun @krjogjadotcom dan Instagram dengan akun @krjogja.

Dilansir dari *www.krjogja.com*, berikut adalah struktur redaksi dari Kedaulatan Rakyat pada tahun 2019:

Pemimpin Umum	: dr. Gun Nugroho Samawi
General Manager	: Agus Purnama
Pemimpin Redaksi	: Agung Purwandono.
Redaktur	: Tomi Sujatmiko Ivan Aditya Agus Sigit Cahyana Damar Widiyanto AB Prass
Reporter	: FX Harminanto

Ilham Dary Athalah  
Lintang Fajar Nugrahani  
Lucia Yuriko  
Satriyo Wicaksono

Sekretaris Redaksi : Sutami Dwiantara

**b. Radar Jogja**

Radar Jogja merupakan surat kabar harian (SKH) yang berada di bawah induk perusahaan Jawa Pos. Jawa Pos didirikan pada 1 Juli 1945 di Jawa Timur oleh Soesono Tedjo dengan nama perusahaan PT Java Pos Concern Ltd. Radar Jogja pada awalnya merupakan sebuah rubrik khusus yang ditujukan untuk memperluas sasaran pemasaran surat kabar Jawa Pos khususnya di daerah Jawa Tengah dan Yogyakarta. Pengembangan ini dilakukan berdasarkan kesadaran manajemen perusahaan tentang potensi yang dimiliki oleh dua kota besar, yakni Semarang dan Yogyakarta sebagai kota dagang dan kota pariwisata.

Pada November 1997, Jawa Pos memberikan kekuasaan pada biro Semarang dan Yogyakarta untuk mengelola surat kabar dalam cakupan wilayahnya. Pada saat ini, cakupan Jawa Tengah dan Yogyakarta sudah terdapat 3 biro iklan mandiri, yakni Radar Semarang, Radar Solo, dan Radar Jogja. Perubahan manajemen Radar Jogja resmi dilakukan pada April 2000 dan kemudian menerima hak otonomi untuk mengelola rubrik surat harian pada 22 Agustus 2002 dengan pengawasan Jawa Pos. Pada perkembangannya Radar Jogja mampu berkembang dengan pesat terutama pada sektor pemasaran dan periklanan, namun berkaitan dengan beberapa pertimbangan dan efektivitas, Radar Jogja kembali bergabung dengan Jawa Pos pada 11 November 2011.

**Gambar 2.3 Logo Surat Kabar Radar Jogja**



Sumber: Arsip Radar Jogja

Lokasi kantor redaksi Radar Jogja pertama kali berada di Jalan Abu Bakar Ali No 8 Yogyakarta, kemudian berpindah ke Jalan Malioboro No 183, kemudian berpindah ke Jalan Tentara Rakyat Mataram No 35 Yogyakarta, kemudian berpindah ke Jalan Kaliurang Km 5 CT III No 5 (kantor biro Majalah Tempo), dan baru pada Juni 2009 Radar Jogja menempati kantor baru di Jl. Ring Road Utara 88 Depok, Sleman, Yogyakarta.

Sebagai sebuah surat kabar harian di Yogyakarta, Radar Jogja memiliki visi dan misi sebagai berikut:

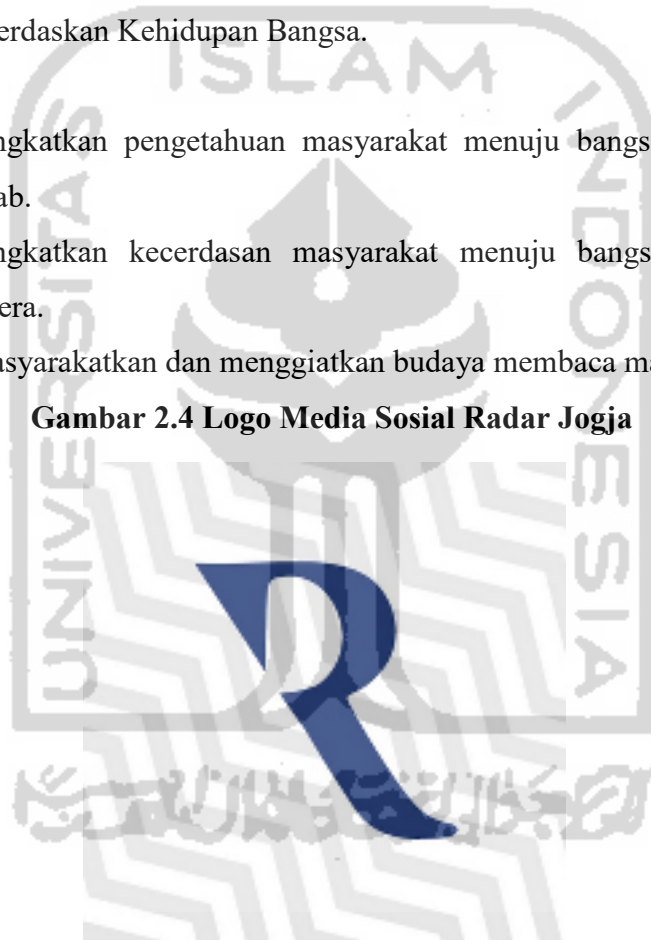
Visi:

1. Mencerdaskan Kehidupan Bangsa.

Misi:

1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat menuju bangsa yang maju dan beradab.
2. Meningkatkan kecerdasan masyarakat menuju bangsa yang adil dan sejahtera.
3. Memasyarakatkan dan menggiatkan budaya membaca masyarakat.

**Gambar 2.4 Logo Media Sosial Radar Jogja**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Selain surat kabar harian, Radar Jogja juga memiliki beberapa media sosial seperti portal berita yang beralamatkan *radarjogja.jawapos.com*, akun Youtube Radar Jogja Channel, akun Instagram @radarjogja, dan akun Twitter @radarjogja. Hal ini bertujuan untuk mempermudah penyebaran pesan oleh redaksi kepada masyarakat dan kemudahannya untuk diakses. Berbeda dengan logo *website* portal berita Radar Jogja yang sama dengan surat kabar hariannya, profil akun media sosial Youtube, Instagram

dan Twitter Radar Jogja memiliki logo yang lebih ringkas yang dapat dilihat pada gambar 2.4.

Dilansir dari *radarjogja.jawapos.com*, berikut adalah struktur redaksi dari Radar Jogja pada tahun 2019:

Pemimpin Redaksi	: Reren Indranila
Redaktur	: Amin Surachmad Rizal SN Latifa Nurina
Reporter	: Bahana Budi Agung Dwi Agus Gunawan Hendri Utomo Iwan Nurwanto Jauh Hari Wawan Setiawan Ahmad Syarifudin Sevtia Eka Novarita Royun Inayah Meitika Candra Lativa
Fotografer	: Guntur Aga Tirtana Setiaky A. Kusuma Elang Kharisma Dewangga
Business Manager	: Syukron Arif Muttaqien
Business Team	: Arum Minna Lika Sabhatina Ayu Pramudhita
Videografer	: Rizal SN, Latifa Nurina
Editor Content	: Oktaviano Dwi Putranto
Creative Production	: Nanang Febriyanto
Web/IT	: Jihad Rohadi Penyo

### c. **Harian Jogja**

Dilansir dari *www.harianjogja.com*, Harian Jogja pertama kali diterbitkan pada 20 Mei 2008 bertepatan dengan Hari Kebangkitan Nasional. Surat kabar harian ini merupakan koran komunitas ketiga yang dimiliki oleh kelompok penerbit Bisnis Indonesia, setelah Solopos dan Monitor Depok. Harian Jogja memiliki gaya penulisan dan penataan visual yang terinspirasi dari budaya lokal Yogyakarta. Pada saat ini Harian Jogja memiliki kantor redaksi yang terletak di Jl AM Sangaji No. 41, Cokrodiningratan, Jetis, Yogyakarta.

**Gambar 2.5 Logo Surat Kabar Harian Jogja**



Harian Jogja didirikan karena adanya kesadaran grup Bisnis Indonesia berdasarkan data Nielsen Media Research. Hasil survei mengungkapkan bahwa secara persentase, masyarakat Yogyakarta merupakan komunitas pembaca surat kabar tertinggi di Indonesia. Harian Jogja kemudian diterbitkan dengan wilayah cakupan seluruh wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yakni Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulonprogo, dan Gunungkidul. Harian Jogja didirikan dengan nama perusahaan PT Aksara Dinamika Jogja.

**Gambar 2.6 Logo Surat Kabar Harian Jogja**



Sumber: *www.harianjogja.com*

Pada saat ini surat kabar harian ini dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Harjo yang juga merupakan singkatan dari Harian Jogja. Pada perkembangannya Harian Jogja mampu menduduki peringkat kedua untuk pasar media cetak di DIY. Selain media cetak, Harian Jogja memiliki Stasiun Radio Star Jogja FM dan sebuah website portal berita yang diluncurkan bersamaan dengan penerbitan surat kabar harian cetaknya dengan alamat *www.harianjogja.com*.

Sebagai sebuah surat kabar harian di Yogyakarta, Harian Jogja memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

1. Mengawal dinamika dan nilai luhur budaya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

Misi:

1. Memberikan pilihan bagi komunitas Yogyakarta yang makin majemuk.
2. Memacu semangat masyarakat untuk membangun wilayah secara mandiri.
3. Menyebarkan romantisme ke-jogja-an bagi warga yang pernah memiliki keterpautan dengan wilayah ini.
4. Meningkatkan daya kritis masyarakat untuk mencapai cita-cita menuju bangsa yang cerdas.

Dilansir dari [www.harianjogja.com](http://www.harianjogja.com), berikut adalah struktur redaksi dari Harian Jogja pada tahun 2019:

Pemimpin Perusahaan	: Bambang Natur Rahadi
Direksi	: Lulu Terianto (Presiden Direktur) Bambang Natur Rahadi
Pemimpin Redaksi	: Anton Wahyu Prihartono
Dewan Redaksi	: Ahmad Djauhar Arief Budisusilo Bayu Widagdo Suwarmin
Redaktur Pelaksana	: Nugroho Nurcahyo
Redaktur Cetak	: Arief Junianto Budi Cahyana Galih Eko Kurniawan Laila Rochmatin Maya Herawati Mediani Dyah Natalia Sugeng Pranyoto Yudhi Kusdiyanto
Redaktur Online	: Bhekti Suryani

Content Agregator : Kusnul Isti Qomah  
Nina Atmasari

Manajer Sekretariat Redaksi : M.M. Foura Yusito

Reporter : Abdul Hamied Razak  
Bernadheta Dian Saraswati  
David Kurniawan  
Fahmi Ahmad Burhan  
Hafit Yudi Suprobo  
Herlambang Jati Kusumo  
Jalu Rahman Dewantara  
Jumali, Lugas Subarkah  
Rahmat Jiwandono  
Salsabila Annisa Azmi  
Sunartono  
Ujang Hasanudin  
Uli Febriarni  
Yogi Anugrah.

Fotografer : Desi Suryanto  
Gigih Mulistyو Hanafi

Tim IT : Budi Cahyono  
Eko Purnomo

Asisten Manajer Produksi : Daniel Kristian

Tim Artistik : Andi Sutadji  
Hendi Prabowo  
Hengki Irawan  
Kinanti Sakti  
Muhammad Idhan Awaludin  
Muhammad Nurbawa P.Y  
Nanda Bagus  
Tri Harjono, T.G. Sunu Jatmika  
Zahirul Alwan

General Manager Pemasaran : Sri Pujiningsih

Manager Event : Eko Soetarmo

Asisten Manager Iklan : Agung Distriyanto  
Manager Sirkulasi : Wisnu Wardhana

## 2. Jurnalis dan Publik Yogyakarta

Masyarakat Yogyakarta cenderung lebih tinggi dibandingkan daerah lainnya di Indonesia apabila ditinjau dari akses terhadap sarana informasi dan komunikasi. Sarana informasi dan komunikasi yang dimaksud termasuk telepon seluler, komputer, internet, dan media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak. Proporsi penggunaan media konvensional oleh masyarakat Yogyakarta didominasi oleh kelompok masyarakat yang tinggal di perkotaan dengan persentase sebesar 93,52% menonton televisi, mendengarkan radio sebesar 34,92%, dan membaca media cetak sebesar 34,89% (Dewan Pers, 2016:165-166).

**Tabel 2.1 Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi**

Daerah	Radio			Televisi			Surat Kabar/ Majalah		
	Kota	Desa	Total	Kota	Desa	Total	Kota	Desa	Total
Yogyakarta	33.49	37.80	34.92	95.26	90.02	93.52	41.48	21.56	34.89
Nasional	21.66	15.63	18.63	95.80	86.83	91.30	26.82	8.98	17.84

(Sumber: Dewan Pers, 2016:166)

Pada penelitian ini, responden yang menjadi subjek penelitian dibagi menjadi 2 kelompok, yakni kelompok responden dengan kategori jurnalis dan kelompok dengan kategori publik. Jumlah subjek penelitian yang diambil adalah 60 responden dengan pembagian 30 responden pada masing-masing kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi jurnalis dan publik terhadap peran pers di Yogyakarta, sehingga jurnalis dan publik yang digunakan adalah jurnalis yang bekerja di Yogyakarta dan publik yang bertempat tinggal di Yogyakarta. Hal ini dimaksudkan agar didapatkannya hubungan yang dekat antara subjek penelitian dengan objek penelitian yang keduanya berlokasi di Yogyakarta. Tidak ada batasan pada segmentasi tertentu terhadap subjek penelitian, walaupun demikian penulis melakukan pemilihan pada subjek penelitian akibat jumlahnya yang terbatas. Harapan penulis dengan adanya pemilihan ini, kelompok responden dapat mampu mewakili jurnalis dan publik di Yogyakarta.

Kelompok jurnalis yang dipilih adalah jurnalis yang bekerja aktif pada kantor berita Kedaulatan Rakyat, Harian Jogja, dan Radar Jogja karena diasumsikan sebagai

kantor berita lokal terbesar di Yogyakarta. Pada kelompok jurnalis, segala informasi berkaitan dengan data pribadi tidak dicantumkan dengan alasan hak privasi yang mungkin akan mempengaruhi pekerjaannya. Jurnalis yang menjadi populasi di dalam penelitian ini adalah jurnalis yang bekerja aktif pada kantor berita Kedaulatan Rakyat, Harian Jogja, dan Radar Jogja karena diasumsikan sebagai kantor berita lokal terbesar di Yogyakarta.

Pada kelompok publik Yogyakarta tidak ada batasan pada segmentasi tertentu, walaupun demikian penulis melakukan pemilihan pada subjek penelitian untuk mendapatkan jumlah responden yang diharapkan. Harapan penulis dengan adanya pemilihan ini, kelompok responden mampu mewakili jurnalis dan publik di Yogyakarta. Berikut adalah data responden yang menjadi anggota kelompok publik Yogyakarta di dalam penelitian ini:

**Tabel 2.1 Data Kelompok Publik Yogyakarta**

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Gabrel Gevi	49	Wirausaha
2	Bonaventura Nico	27	Wirausaha
3	Abigail Prajna	25	Ibu Rumah Tangga
4	Jallu Pratama	37	Karyawan
5	Dewa Yogi	25	Karyawan
6	Amin Sabiatko	26	Karyawan
7	Ferry Alfarizi	52	Wirausaha
8	Rachma Yudha	20	Mahasiswa
9	Gilar Pandita	42	Karyawan
10	Isti Beni	26	Ibu Rumah Tangga
11	Shahnaz Chairuman	23	Mahasiswa
12	Maria Lidya	22	Karyawan
13	Martin Eko	22	Karyawan
14	Devalana Musholini	25	Ibu Rumah Tangga
15	Arjuna Eka	21	Mahasiswa
16	Pradipta Akoso	22	Mahasiswa
17	Hayyu Sephano	20	Mahasiswa
18	Indra Purnama	20	Mahasiswa
19	Intan Dewantari	29	Ibu Rumah Tangga

20	Donni Adhikrisna	24	Karyawan
21	Ditya Anggreina	26	Karyawan
22	Alzena Ansogar	29	Karyawan
23	Raditya Saputra	21	Mahasiswa
24	Novanda Febrianti	48	Ibu Rumah Tangga
25	Yakub Hari	20	Mahasiswa
26	Doni Sanjaya	22	Mahasiswa
27	Dimas Eka	41	Karyawan
28	Bernadeta Larasati	26	Ibu Rumah Tangga
29	Ditya Sasongko	23	Mahasiswa
30	Angga Pratama	21	Mahasiswa

(Sumber: Dokumentasi Penulis)



### **BAB III**

#### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan mendeskripsikan data yang didapatkan melalui kuesioner pada 60 responden yang terdiri dari 2 kelompok, yakni 30 responden yang berasal dari kategori jurnalis dan 30 responden yang berasal dari kategori publik. Responden dipilih secara acak berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut adalah penjelasan dan analisis penulis berdasarkan data yang telah didapatkan.

#### **A. Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **1. Uji Validitas Instrumen Persepsi Publik dan Jurnalis**

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur (Kriyantono, 2010:143). Uji di dalam penelitian ini menggunakan rumus uji validitas *product moment* dari Pearson (Kriyantono, 2010:175). Pengujian pada variabel persepsi dilakukan pada dimensi variabel yakni penggabungan 9 elemen jurnalistik dan peran pers nasional di Indonesia melalui 16 butir pertanyaan pada. Hasil yang ditemukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Publik dan Jurnalis pada Peran Pers di Yogyakarta**

Instrumen Variabel	Jumlah Pertanyaan	Batas Signifikansi	Keterangan
Persepsi Jurnalis	16	0,05	Valid
Persepsi Publik	16	0,05	Valid

(Sumber: Olah Data Penulis)

Tabel 3.1 menunjukkan hasil uji validitas instrumen persepsi publik dan jurnalis pada peran pers di Yogyakarta. Hasil uji validitas instrumen variabel didapatkan melalui perhitungan *software SPSS 26* berdasarkan tingkat signifikansi 5% (0,05). Kesimpulannya adalah bahwa semua butir instrumen variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$  (5%) dan dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian. Selain itu, pengambilan keputusan dapat dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel. Nilai  $r$  hitung diketahui adalah 28 (n-2) dan  $r$  tabel adalah 0,3610 (sig 5%). Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> r$  tabel, sehingga seluruh instrumen variabel dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen Persepsi Publik

Menurut Kriyantono (2010:145), reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependable*) dan tetap (*consistent*). Pada uji reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama dan ditujukan untuk memastikan bahwa responden benar-benar konsisten terhadap jawaban yang diberikan dalam kuesioner tersebut. Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach (Kriyantono, 2010:145). Hasil yang ditemukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Persepsi Publik dan Jurnalis pada Peran Pers di Yogyakarta**

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Persepsi Jurnalis	0,950	Reliabel
Persepsi Publik	0,917	Reliabel

(Sumber: Olah Data Penulis)

Berdasarkan uji reliabilitas melalui *software SPSS 26*, pada tabel 3.3 didapatkan nilai Alpha Cronbach untuk seluruh instrumen variabel Persepsi adalah  $> 0,600$ , sehingga dapat dinyatakan reliabel.

## B. Deskripsi Data

Deskripsi variabel dilakukan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian dengan menggunakan teknik frekuensi dan persentase data. Deskripsi data ini didapatkan dari 16 pertanyaan dengan skala yang digunakan dalam pengukurannya adalah skala Likert dengan nilai 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS), nilai 2 untuk Tidak Setuju (TS), nilai 3 untuk Ragu-Ragu (RR), nilai 4 untuk Setuju (S), nilai 5 untuk Sangat Setuju (SS). Deskripsi data dari variabel persepsi dapat dilihat dari tingkat persepsi pada kelompok responden publik dan kelompok responden jurnalis dengan deskripsinya adalah sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Data Persepsi Jurnalis

Data persepsi jurnalis pada peran pers di Yogyakarta menunjukkan nilai tertinggi responden adalah 80 dan nilai terendah adalah 64, sehingga perhitungan skala dengan jumlah kelas 3 (tinggi, sedang, rendah) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Rentang Skala} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : \text{Jumlah Kelas} \\ &= (80 - 64) : 3 = 16 : 3 = 5,33\end{aligned}$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 5,33, dengan demikian rentang skala nilai persepsi keseluruhan responden dengan kategori jurnalis pada peran pers di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Rentang Skala Nilai Persepsi Jurnalis pada Peran Pers di Yogyakarta**

Skala	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
64 – 69,33	Rendah	9	30,00%
69,34 - 74,66	Sedang	10	33,33%
74,67 - 80	Tinggi	11	36,67%
Jumlah		30	100%

(Sumber: Olah Data Penulis)

Berdasarkan tabel 3.3, dapat diketahui bahwa kelas nilai responden di atas didominasi oleh kelas responden tinggi yang memiliki jumlah 11 responden (36,67%). Berikut adanya rincian jawaban pada tiap pertanyaan tentang persepsi jurnalis pada peran pers di Yogyakarta.

**Tabel 3.4 Data Keseluruhan Persepsi Jurnalis pada Peran Pers di Yogyakarta**

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban					Total Jawaban
	SS	S	RR	TS	STS	
Pers di Yogyakarta telah memenuhi hak masyarakat akan informasi.	28	2	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah merepresentasikan ruang publik demokratis.	27	3	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah mendorong terwujudnya keadilan berdasarkan hukum.	25	5	0	0	0	30

Pers di Yogyakarta telah mendukung penegakkan hak asasi manusia.	23	7	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah menyajikan informasi yang mempromosikan keberagaman.	22	8	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah menyajikan berita yang benar.	22	8	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah membantu masyarakat dalam menjernihkan berita palsu (hoaks).	15	15	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah berperan dalam mempromosikan sikap politik yang rasional.	15	15	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta tidak turut serta dalam mengeksploitasi emosi masyarakat demi meningkatkan pembaca.	14	16	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta memiliki loyalitas utama kepada masyarakat.	13	17	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta pers di Yogyakarta telah menyaring berita yang akurat sesuai dengan topik yang dibahas.	14	16	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah bekerja secara independen tanpa pengaruh dari pihak lain.	7	23	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah menjadi forum publik warga Yogyakarta.	7	23	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah memberikan berita yang penting dan relevan	7	23	0	0	0	30

dengan kondisi masyarakat saat ini.						
Pers di Yogyakarta telah menyediakan kebutuhan berita bagi masyarakat Yogyakarta.	6	24	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta memiliki etika dan tanggung jawab yang baik dalam menulis dan menyiarkan berita.	6	23	1	0	0	30
TOTAL	251	228	1	0	0	480

(Sumber: Olah Data Penulis)

Tabel 3.4 memperlihatkan data keseluruhan berdasarkan pertanyaan pada persepsi jurnalis pada peran pers di Yogyakarta yang didapatkan dari 30 responden. Responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 251 kali, jawaban “Setuju” sebanyak 228 kali, jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 1 kali, dan tidak ada responden yang menjawab “Tidak Setuju” serta “Sangat Tidak Setuju”. Total jawaban sebanyak 480 kali menandakan bahwa tidak terdapat satupun pertanyaan yang tidak dapat dijawab oleh seluruh responden. Jawaban dengan nilai paling tinggi terdapat pada pertanyaan nomor 1, yakni “Menurut saya pers di Yogyakarta telah memenuhi hak masyarakat akan informasi.” dengan 28 jawaban “Sangat Setuju” dan 2 jawaban “Setuju”. Jawaban dengan nilai paling rendah terdapat pada pertanyaan nomor 16, yakni “Menurut saya pers di Yogyakarta memiliki etika dan tanggung jawab yang baik dalam

menulis dan menyiarkan berita.” dengan 6 jawaban “Sangat Setuju”, 23 jawaban “Setuju”, dan 1 jawaban “Ragu-Ragu”.

## 2. Deskripsi Data Persepsi Publik

Pada data persepsi publik pada peran pers di Yogyakarta nilai tertinggi responden adalah 80 dan nilai terendah adalah 64, sehingga perhitungan skala dengan jumlah kelas 3 (tinggi, sedang, rendah) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Rentang Skala} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) : \text{Jumlah Kelas} \\ &= (80 - 64) : 3 = 16 : 3 = 5,33\end{aligned}$$

Hasil perhitungan didapatkan nilai rentang skala 5,33, dengan demikian rentang skala nilai persepsi keseluruhan responden dengan kategori publik pada peran pers di Yogyakarta adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Rentang Skala Nilai Persepsi Publik pada Peran Pers di Yogyakarta**

Skala	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
64 – 69,33	Rendah	16	53,33%
69,34 - 74,66	Sedang	4	13,33%
74,67 - 80	Tinggi	10	33,33%
Jumlah		30	100%

(Sumber: Olah Data Penulis)

Berdasarkan tabel 3.5, dapat diketahui bahwa kelas nilai responden di atas didominasi oleh kelas responden rendah yang memiliki jumlah 16 responden (53,33%). Berikut adanya rincian jawaban pada tiap pertanyaan tentang persepsi publik pada peran pers di Yogyakarta.

**Tabel 3.6 Data Keseluruhan Persepsi Publik pada Peran Pers di Yogyakarta**

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban					Total Jawaban
	SS	S	RR	TS	STS	
Pers di Yogyakarta telah memenuhi hak masyarakat akan informasi.	24	6	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah merepresentasikan ruang publik demokratis.	24	6	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah mendorong terwujudnya keadilan berdasarkan hukum.	22	8	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah mendukung penegakkan hak asasi manusia.	19	11	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah menyajikan informasi yang mempromosikan keberagaman.	16	14	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah menyajikan berita yang benar.	16	14	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah membantu masyarakat dalam menjernihkan berita palsu (hoaks).	16	14	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah berperan dalam mempromosikan sikap politik yang rasional.	11	19	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta tidak turut serta dalam mengeksploitasi emosi masyarakat demi meningkatkan pembaca.	13	17	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta memiliki loyalitas utama kepada masyarakat.	11	19	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta pers di Yogyakarta telah menyaring	10	20	0	0	0	30

berita yang akurat sesuai dengan topik yang dibahas.						
Pers di Yogyakarta telah bekerja secara independen tanpa pengaruh dari pihak lain.	7	23	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah menjadi forum publik warga Yogyakarta.	8	22	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah memberikan berita yang penting dan relevan dengan kondisi masyarakat saat ini.	8	22	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta telah menyediakan kebutuhan berita bagi masyarakat Yogyakarta.	4	26	0	0	0	30
Pers di Yogyakarta memiliki etika dan tanggung jawab yang baik dalam menulis dan menyiarkan berita.	6	21	3	0	0	30
TOTAL	21 5	26 2	3	0	0	480

(Sumber: Olah Data Penulis)

Tabel 3.6 memperlihatkan data keseluruhan berdasarkan pertanyaan pada persepsi publik pada peran pers di Yogyakarta yang didapatkan dari 30 responden. Responden memilih jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 215 kali, jawaban “Setuju” sebanyak 262 kali, jawaban “Ragu-Ragu” sebanyak 3 kali, dan tidak ada responden yang menjawab “Tidak Setuju” serta “Sangat Tidak Setuju”. Total jawaban sebanyak 480 kali menandakan bahwa tidak terdapat satupun pertanyaan yang tidak dapat dijawab oleh seluruh responden. Jawaban dengan nilai paling tinggi terdapat pada pertanyaan nomor 1 dan 2, yakni

“Menurut saya pers di Yogyakarta telah memenuhi hak masyarakat akan informasi.” dan “Menurut saya pers di Yogyakarta telah merepresentasikan ruang publik demokratis.” dengan 24 jawaban “Sangat Setuju” dan 6 jawaban “Setuju”. Jawaban dengan nilai paling rendah terdapat pada pertanyaan nomor 16, yakni “Menurut saya pers di Yogyakarta memiliki etika dan tanggung jawab yang baik dalam menulis dan menyiarkan berita.” dengan 6 jawaban “Sangat Setuju”, 21 jawaban “Setuju”, dan 3 jawaban “Ragu-Ragu”.

### C. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji persentase. Uji persentase digunakan untuk melihat nilai keseluruhan responden mengenai persepsi yang dihasilkan oleh kelompok responden yakni publik dan jurnalis pada peran pers di Yogyakarta. Hasil yang ditemukan adalah sebagai berikut:\

**Tabel 3.7 Statistik Deskriptif Persepsi Jurnalis dan Publik**

Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Persepsi Jurnalis	30	64,00	80,00	72,3333
Persepsi Publik	30	64,00	80,00	71,0667

(Sumber: Hasil Analisis *SPSS 26*)

Hasil pada tabel 3.7 menunjukkan data dari 60 responden yang terbagi menjadi 2 kelompok, yakni kelompok responden publik (30 responden) dan kelompok responden jurnalis (30 responden). Nilai rata-rata (*mean*) dari keseluruhan responden adalah 72,3333 pada persepsi jurnalis dan 71,0667 pada persepsi publik. Pada tahap selanjutnya dilakukan perhitungan nilai deskriptif persentase dengan nilai maksimal item pertanyaan sebesar 80 sehingga nilai deskriptif persentasenya adalah sebesar 90,42% pada persepsi jurnalis dan sebesar 88,83% pada persepsi public. Berdasarkan hasil analisis deskriptif persentase, persepsi jurnalis dan persepsi publik termasuk dalam tingkatan kategori sangat tinggi (76%-100%).

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi jurnalis dan masyarakat mengenai peranan pers di Yogyakarta. Penelitian ini didasarkan pada persepsi 2 kelompok penelitian yakni dengan kategori jurnalis dan publik tentang penggabungan 9 elemen jurnalistik dan peran pers nasional di Indonesia sebagai instrument penelitian. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 30 responden per kelompok sehingga total sampel yang didapatkan adalah sebanyak 60 responden. Berdasarkan data yang didapatkan, seluruhnya dinyatakan valid dan reliabel untuk selanjutnya diteliti dan dianalisis.

Data pada penelitian ini dideskripsikan dengan membagi pembahasan tentang pers di Yogyakarta berdasarkan persepsi jurnalis dan publik. Persepsi jurnalis pada peran pers di Yogyakarta menunjukkan bahwa terdapat dominasi pada kelas

responden dengan nilai tinggi yang memiliki jumlah 11 responden (36,67%), disusul oleh kelas responden dengan nilai sedang (33,33%) dan rendah (30,00%). Pada data persepsi publik pada peran pers di Yogyakarta menunjukkan bahwa terdapat didominasi oleh kelas responden dengan nilai rendah yang memiliki jumlah 16 responden (53,33%), disusul oleh kelas responden dengan nilai tinggi (33,33%) dan rendah (13,33%). Hal ini menunjukkan bahwa antara jurnalis dan publik memiliki penilaian yang berbeda pada peran pers di Yogyakarta.

Setiap pers dimungkinkan memiliki keunggulan pada salah satu atau beberapa peran pers yang telah diatur secara tertulis pada perundang-undangan di Indonesia. Berdasarkan data yang didapatkan pada kelompok jurnalis dan kelompok publik, pers di Yogyakarta memiliki persepsi yang paling tinggi pada pertanyaan nomor 1, yakni berkaitan kemampuan pers di Yogyakarta dalam memenuhi hak masyarakat akan informasi. Kemudian di susul oleh pertanyaan nomor 2, yakni berkaitan kemampuan pers di Yogyakarta dalam menciptakan ruang publik demokratis. Data penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Hanan, dkk. (2016), dengan judul *Role of Media in Strengthening Democracy in Pakistan: Journalist's Perception* menunjukkan bahwa peran pers Pakistan yang dinilai tidak mampu dengan baik memperkuat demokrasi negaranya justru menjadi keunggulan peran pers di Yogyakarta.

Hal berbeda juga ditemukan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Berganza (2017), dengan judul *Spanish Journalists' Perception about their Professional Roles*. Penelitian tersebut adanya persepsi yang meremehkan peran

utama jurnalis Spanyol kecenderungan untuk mengangkat isu dan opini publik tanpa adanya penjelasan yang objektif. Pada penelitian ini peran pers tersebut terkandung pada pertanyaan nomor 6, di mana kelompok responden jurnalis maupun kelompok responden publik menyatakan bahwa pers di Yogyakarta mampu menyajikan berita yang benar dengan dominasi jawaban “Sangat Setuju” dan tidak terdapat jawaban “Ragu-Ragu”, “Tidak Setuju”, serta “Sangat Tidak Setuju”.

Berdasarkan data di atas walaupun memiliki keunggulan pada peran pers, masing-masing pers juga memiliki nilai persepsi yang rendah pada beberapa poin. Hal ini terlihat pada deskripsi data yang menunjukkan nilai rendah pada beberapa pertanyaan. Pada data persepsi jurnalis menunjukkan bahwa pers di Yogyakarta dianggap kurang mampu menjalankan peran berkaitan dengan etika dan tanggung jawab yang seharusnya dimiliki oleh tiap pers yang terkandung pada pertanyaan nomor 14. Pada peran ini, walaupun memiliki nilai paling rendah dari kedua kelompok responden, namun dominasi jawaban terletak pada pilihan jawaban “Setuju”.

Hasil analisis uji persentase menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat persepsi antara jurnalis dengan publik pada peran pers di Yogyakarta. Pada analisis ini, nilai deskriptif persentase tersebut menunjukkan bahwa persepsi jurnalis dan persepsi publik termasuk dalam tingkatan kategori sangat tinggi (76%-100%). Terdapat perbedaan nilai deskriptif persentase sebesar 1,59% yang dapat diartikan bahwa persepsi jurnalis lebih tinggi daripada persepsi publik pada peran pers di

Yogyakarta. Berkaitan dengan penelitian terdahulu, hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Beaudoin dan Thorson (2002) dengan judul *Journalists, Public Differ on Perception of Media Coverage*, yang mengatakan bahwa terdapat persepsi yang lebih positif oleh jurnalis dibandingkan dengan persepsi publik. Walaupun demikian, hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa baik kelompok jurnalis maupun publik memiliki persepsi yang positif terhadap peran pers di Yogyakarta dan tidak ditemukan persepsi yang negatif pada seluruh poin yang dianalisis.



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Pada penelitian ini penulis berhasil mengumpulkan data dari 60 responden yang terdiri dari 2 kelompok, yakni kelompok jurnalis (30 responden) dan kelompok publik (30 responden). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi jurnalis dan masyarakat mengenai peranan pers di Yogyakarta. Berdasar hasil penelitian yang sudah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, penulis merangkum beberapa kesimpulan, antara lain:

- a. Peran pers di Yogyakarta dinilai positif oleh jurnalis dan publik Yogyakarta.
- b. Terdapat selisih nilai deskriptif persentase persepsi yang menunjukkan bahwa persepsi jurnalis lebih tinggi daripada persepsi publik pada peran pers di Yogyakarta.
- c. Deskripsi data yang didapatkan menunjukkan bahwa persepsi jurnalis dan persepsi publik memiliki penilaian yang berbeda, dibuktikan dengan adanya dominasi kelas responden dengan nilai tinggi pada persepsi jurnalis dan dominasi kelas responden dengan nilai rendah pada persepsi publik.

## **B. SARAN**

### **1. Saran Praktis**

Hasil penelitian ini menunjukkan peran pers di Yogyakarta mampu menghasilkan persepsi yang positif pada jurnalis dan publik Yogyakarta. Penulis mengharapkan penelitian ini bisa dijadikan acuan dalam evaluasi untuk menilai positif atau negatifnya pers di suatu daerah. Hal-hal berkaitan proses pembuatan berita perlu diperhatikan lebih teliti karena mampu menghasilkan persepsi yang mungkin tidak diinginkan oleh pers di daerah tersebut.

### **2. Saran Akademis**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penilaian berdasarkan persepsi responden tentang pers. Hal ini dapat dilihat pada perbandingan penilaian oleh masing-masing kelompok responden, maupun dibandingkan dengan penelitian terdahulu tentang pers di negara lain. Segala temuan hasil maupun data dalam penelitian ini penulis harap dapat menjadi masukan dan materi ilmu untuk para mahasiswa serta para tenaga pengajar yang memerlukan data yang ada pada penelitian dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi pada konsentrasi studi komunikasi dan jurnalistik. Pada tahap selanjutnya, penulis mengharapkan adanya penelitian lanjutan berkaitan dengan permasalahan yang sama karena hasil yang ditemukan dapat berbeda apabila dikaitkan dengan lokasi, periode, situasi politik, budaya, ekonomi, dan lain sebagainya. Pers di lokasi lain di Indonesia seperti Semarang, Jakarta, Surabaya, dan lain sebagainya dapat

dijadikan sebagai materi pada penelitian selanjutnya agar bisa dibandingkan pers mana yang mampu menjalankan perannya dengan lebih baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Allen, Judy. 2007. *The executive's guide to corporate events and business entertaining: how to choose and use corporate functions to increase brand awareness, develop new business, nurture customer loyalty and drive growth*. Ontario: John Wiley & Sons Canada, Ltd.
- Ambard, Kuskridho, dkk. 2018. *Kualitas Jurnalisme Publik di Media Online: Kasus Indonesia*. Yogyakarta: UGM PRESS.
- Anom, Erman. 2016. *Pemerintah, Media dan Masyarakat di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Basri, Djapri. 2002. *Persepsi Guru Terhadap Implementasi Program Pendidikan Sistem Ganda Di Kotamadya Banjarmasin*. Jurnal Balitbang-Depdiknas. Vol. 36.
- Beaudoin, Christopher E. & Ester Thorson. 2002. *Journalists, Public Differ On Perception Of Media Coverage*. Newspaper Research Journal. Fall 2002; 23 (4): 52-61.
- Berganza, Rosa, Eva Lavín, & Valeriano Piñeiro-Naval. 2017. *Spanish Journalists' Perception about their Professional Roles*. Media Education Research Journal. Comunicar XXV (51): 83-92.
- Gora, Radita dan Irwanto. 2015. *Hukum, Etika, dan Kebijakan Media (Regulasi, Praktik, dan Teori)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanan. Mian A., dkk. *Role of Media in Strengthening Democracy in Pakistan: Journalists' Perception*. A Research Journal of South Asian Studies. Vol. 31 (1): 331 – 345.
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Pius. 2010. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Arkola.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kovach, Bill & Tom Rosenstiel. 2006. *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Yayasan Pantau.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- ..... 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nawawi, Hadari. 1996. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Pres.
- Oey Hong Lee. 1965. *Publistik Pers*. Jakarta: Ichtiar.
- Oetama, Jakob. 2004. *Pers Indonesia: Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Rachmadi. 1990. *Analisis Deskriptif Sistem Pers di Berbagai Negara*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Prehalindo
- Santoso, Widjajanti M. 2016. *Ilmu Sosial di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Siregar, Hotman. 2019. *Insan Pers Harus Mampu Memberi Pencerahan ke Masyarakat*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/nasional/559064/insan-pers-harus-mampu-memberi-pencerahan-ke-masyarakat> pada 28 Juni 2019 pukul 17.00 WIB.
- Siregar, A. & Pasaribu R. 2000. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerbitan Yogyakarta (LP3Y).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprawoto. 2018. *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Grup.

Syah, Sirikit. 2014. *Membincang Pers, Kepala Negara dan Etika Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Taufik.1997. *Sejarah dan Perkembangan Pers di Indonesia*. Jakarta: PT. Triyinc.

Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Widodo. 1997. *Teknik Wartawan Menulis Berita di Surat Kabar dan Majalah*. Surabaya.

Dewan Pers. 2016. *Indeks Kemerdekaan Pers 2016*. Jakarta: Dewan Pers.

#### SUMBER ONLINE

<https://tirto.id/kedaulatan-rakyat-koran-pertama-setelah-ri-merdeka-dan-masih-eksis-eiNe>  
diakses pada tanggal 27 September 2019 pada pukul 13.00

<https://krjogja.com/web/pages/content/tentangKami.html> diakses pada tanggal 27  
September 2019 pada pukul 13.30

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbyogyakarta/kedaulatan-rakyat-dalam-lintasan-sejarah/>  
diakses pada tanggal 1 November 2019 pada pukul 15.00

