ANALISIS ISI RUBRIK GALA PERSIB DI HARIAN UMUM GALAMEDIA DITINJAU DARI NILAI BERITA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat mengikuti Sidang Sarjana pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik

Oleh :

ANDHIKA JANUAR

41806015

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI JURNALISTIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG

2012

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap kehidupan manusia tidak bisa terlepas dari keterlibatan dan pengaruh informasi. Informasi seakan menjadi suatu kewajiban bila seseorang ingin berkembang, hal itu pula yang mendorong manusia untuk terus menciptakan terobosan-terobosan agar kebutuhan akan informasi bisa terpenuhi.

Dalam mencari informasi yang dibutuhkan, tentunya setiap manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi. Dengan komunikasi tersebut manusia dapat mengeluarkan pendapat dan keinginannya serta dapat menerima pendapat orang lain baik dengan cara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media).

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi mengatakan bahwa:

> "Para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang di kemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *the Structure and Function of Communication in* Society. Lasswel mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, Whit What Effect*? Paradigma Lasswel tersebut

> menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni":
> - Komunikator (*communicator, source, sender*)
> - Pesan (*Massage*)
> - Media (*channel*)
> - Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
> - Efek (*effect, impact, influence*)
>
> Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2003:10)

Komunikasi massa merupakan salah satu domain komunikasi manusia yang telah banyak mengalami kemajuan yang pesat sejak bentuk-bentuk awalnya.

> "Komunikasi massa merupakan komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita."(Effendy, 1984:21)

Ketika kegiatan komunikasi tersebut dilakukan dengan publiknya yang bertujuan untuk memberikan informasi, maka media adalah sarana yang dibutuhkan masyarakat agar pencapaian komunikasi dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Kehadiran media massa di tengah kehidupan manusia dengan kapasitas yang dimilikinya, mampu menarik perhatian dan memenuhi segala kebutuhan informasinya. Manusia hampir tidak mampu melepaskan dirinya dari keterlibatan dan pengaruh media massa, karena media massa mampu menyajikan berbagai macam informasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Media merupakan forum yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa yang terjadi di masyarakat.

Seperti yang dikemukakan Romli dalam buku Jurnalistik Terapan, *Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan* bahwa:

> "Media massa *(Mass Media)* singkatan dari Media Komunikasi Massa, merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi Massa sendiri, merupakan penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak melalui media massa *(communicating with media)"*. (Romli, 2005:5)

Peran media massa tidak dapat begitu saja dilepaskan dalam kehidupan masyarakat, hal ini disebabkan masyarakat yang konsumtif akan suatu informasi yang dapat menunjang kehidupan mereka. Jadi, keberadaan media massa merupakan penghubung komunikasi massa untuk menjangkau khalayak banyak, dimana pesan yang disampaikan oleh media massa itu bersifat umum dan disampaikan secara tepat serta terbuka untuk semua orang. Pesan (*message*) yang terdapat di media massa ini terdiri dari dua aspek yaitu isi pesan (*the content of message*) dan lambang (*symbol*) untuk mengekspresikannya. Contohnya seperti

pesan pada media radio adalah bahasa lisan, pada surat kabar adalah bahasa tulisan dan ada juga objek visualnya, sedangkan pada film dan televisi adalah lisan dan gambar.

Keunggulan utama media massa adalah ia mampu untuk menjangkau khalayak *(audience)* dimana saja. Media massa berperan dalam menambah pengetahuan, mengubah perilaku maupun mengubah pendapat dengan suatu maksud tertentu yang ingin dicapai. Tidak hanya itu saja khalayak selalu mempunyai rasa ingin tahu tentang kejadian yang ada disekitarnya, tapi mereka tidak bisa memenuhi itu tanpa bantuan pihak lain. Dalam hal ini dibutuhkan suatu pranata atau lembaga yang dapat mencari informasi dan dapat memenuhi kebutuhan khalayak, lembaga yang dimaksud adalah pers.

Menurut Romli istilah pers dalam buku Jurnalistik Terapan, *Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan,* yaitu:

> Dalam *Leksikon Komunikasi*, pers punya banyak arti:
> 1. Usaha percetakan atau penerbitan.
> 2. Usaha pengumpulan atau penyiaaran berita.
> 3. Penyiaran berita melalui media massa.
> 4. Orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita.
> 5. Media penyiaran, yaitu media massa.
> 6. Ada pula pendapat, pers merupakan singkatan dari persurat kabaran. (Romli, 2005:6-7)

Media massa, jurnalistik, dan pers merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena sama-sama bermuara pada dunia

kewartawanan dan kepenulisan. Media massa mengarah pada benda atau "produk aktivitas".

Secara etimologis, kata *pers* (Belanda), atau *press* (Inggris), atau *presse* (Prancis), berasal dari bahasa Latin, *pressare* dari kata *premere*, yang berarti "tekan" atau "cetak". Pers tidak hanya sebagai sarana untuk menyiarkan atau menginformasikan produk-produk jurnalistik saja, tetapi pers juga memiliki fungsi-fungsi lain.

Seperti yang dikatakan oleh Effendy Bahwa:

> "Pada Zaman modern seperti sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur, dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu." (Effendy, 2003:93)

Pengertian media cetak bagi masyarakat masih dipahami secara sempit. Banyak orang beranggapan bahwa media cetak sama dengan pengertian surat kabar atau majalah. Padahal, jika diurai maknanya secara mendalam, media cetak tidak terbatas pada dua jenis media itu saja. Secara harfiah pengertian media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak, yang disampaikan secara tertulis.

Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang didalamnya berisi informasi yang terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu

saja. Galamedia merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat di samping media eletronik dan juga media digital. Ditengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni media elektronik dan media digital. Meski demikian, bukan berarti media cetak sudah tidak mampu meraih konsumen yang menantikan informasi yang dibawanya.

Media seringkali berperan sebagai wahana pengembang kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, gaya hidup, dan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Menurut Mc Quail :

> "Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realistis *social*, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan normative yang dibaurkan dengan berita dan hiburan"(Mc Quail, 1987:3)

Media massa pada dasarnya terbagi menjadi 2 katagori, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa, salah satunya adalah surat kabar. Surat kabar merupakan media massa yang paling tua keberadaannya dibandingkan jenis media massa lainnya. Sejarah mencatat surat kabar sudah ada semenjak ditemukannya mesin cetak oleh Guternberg di Jerman. Karakteristik surat kabar sebagai media massa mencakup

publisitas, periodisitas, universalitas, aktualitas, terdokumendasikan. Menurut Onong Uchjana Effendy: Rubrik adalah alokasi halaman untuk memuat tulisan-tulisan tertentu yang setema. Nama halaman tersebut berisikan tulisan-tulisan bertema khusus".(Romli, 2005:113).

> "Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca".
> (Effendy,2003:241)

Jurnalistik diambil dari kata *du jour* atau *journal* yang berasal dari bahasa Perancis dan memiliki arti setiap hari atau catatan harian. Secara sederhana, jurnalistik dapat diartikan Menurut Sumadira yaitu :

> Kegiatan mencari, mengolah, dan menulis sebuah peristiwa ke dalam bentuk berita dan disebarluaskan melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya" (Sumadira, 2005:3)

Secara umum, berita dapat dikategorikan menjadi dua kategori, yakni berita ringan (*soft news*) dan berita berat (*hard news*). Selain dua hal itu, berita dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, menurut sifatnya, dan menurut materi isinya. Berita menurut isinya dikelompokkan ke dalam berita politik, berita ekonomi, berita sosial, berita keagamaan, berita olah raga, berita kriminal, berita pendidikan, dan lain-lain.

Tidak semua peristiwa dapat dijadikan sebuah berita. Lord Northcliffe merumuskan*, if a dog bites a man, that's not news, but a man bites a dog that's news* (jika anjing menggigit orang, itu bukan berita, tapi jika orang menggigit anjing, itu baru berita).

Dari rumusan Northcliffe di atas, dapat ditarik satu kesimpulan, peristiwa yang dapat dijadikan berita adalah peristiwa yang memiliki nilai ketertarikan. *Dalam buku Jurnalistik Indonesia; menulis berita dan feature*, Haris Sumadira merinci beberapa unsur yang menjadi nilai berita, antara lain :

1. Aktual
2. Faktual
3. Penting
4. Menarik

Dalam penelitian ini penulis memilih media massa cetak sebagai media yang diteliti. Media massa cetak dapat menyampaikan informasi-informasi yang sesuai dengan tujuan penerbitannya, sehingga memiliki khalayak pembaca sendiri. Media cetak mempunyai kekuatan dan citranya tersendiri, media jenis ini diyakini sebagai sebuah media pers yang memiliki ketajaman dan akurasi pemberitaan yang sangat kuat dan tepat. Terbukti dengan banyak ruang atau kolom yang bisa dijadikan tempat untuk mengungkap hal-hal yang penting sekali secara mendetail,

tidak dapat dipungkiri peran media cetak sebagai penyedia dewasa ini tidak dapat dipisahkan. Dengan kata lain, media cetak meskipun sudah ketinggalan tetapi masih banyak peminatnya. Media cetak saat ini telah tertinggal dari media elektronik namun artikel yang terdapat di Media Cetak dapat disimpan menjadi sebuah dokumentasi yang penting.

> "Menurut Effendy pada dasarnya setiap jenis media mampu memberikan informasi bagi khalayak. Namun surat kabar menjadi jenis media yang paling sering disentuh oleh masyarakat karena cara penyajiannya yang mudah diterima khalayak. Fungsi surat kabar ialah memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi khalayak". (Effendy, 2003: 93)

> "Pada dasarnya setiap jenis media mampu memberikan informasi bagi khalayak. Namun surat kabar menjadi jenis media yang paling sering disentuh oleh masyarakat karena cara penyajiannya yang mudah diterima khalayak. Fungsi surat kabar ialah menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi khalayak". (Effendy, 2003: 83)

PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat) didirikan pada tahun 1968 di kota Bandung. Perusahaan ini bergerak di bidang penerbitan surat kabar. Surat kabar yang diterbitkan PT. Galamedia Bandung Perkasa bernama *Gala*. Surat kabar Gala semula muncul dari izin terbit majalah *Sunda Tjampaka* yang diterbitkan oleh CV Tjempaka. Sekitar bulan Agustus 1968, majalah Sunda Tjampaka diubah menjadi surat kabat dengan nama surat kabar mingguan Gala. Berdasarkan SIT No. 0128/SK Direktur BP/SK tanggal 16 Oktober1968 yang dikeluarkan Direktur Pembinaan Pers Departemen Penerangan, Anwar Luthan (alm),

dengan persetujuan Menteri Penerangan II, Boediharjo, surat mingguan Gala diterbitkan dan diedarkan pertama kali pada hari Jumat, 20 Oktober 1968 dan secara resmi terbit pada hari Minggu, 22 Oktober 1968.

Surat kabar Mingguan Galamedia pertama kali dicetak di percetakan Jakarta Pers, jalan Gunung Sahari Ancol, Jakarta. Percetakan ini dikelola oleh lima orang, tiga orang direksinya masing-masing di tempatkan di Bandung, termasuk Pemimpin Umum atau Pemimpin Redaksi. Sedangkan di Jakarta, Sofyan Lubis memegang jabatan sebagai Redaktur Pelaksana dan Chaeruddin sebagai kolektor. Selama surat kabar mingguan Galamedia di cetak di Jakarta, peredaranya melebihi 50% dari jumlah oplah cetak, yakni 20.000 eksemplar setiap terbit. Seiring dengan waktu, Surat Kabar Mingguan Galamedia kemudian berpindah cetak dari Jakarta ke Bandung. Oplah Galamedia meningkat mendekati oplah tertinggi saat diterbitkan di Jakarta.

Harian umum Galamedia mengkhususkan pemberitaan lokal sekitar Bandung Raya. Berita-berita nasional dan berita-berita lainnya, diadakan hanya sebagai pelengkap saja. Konsumen yang menjadi sasaran dari harian umum Galamedia adalah kalangan menengah ke bawah jenis berita yang dimuat dalam harian umum Galamedia adalah berita olah Raga Seperti berita tentang Persib Bandung.

> “Rubrik adalah alokasi halaman untuk memuat tulisan-tulisan tertentu yang setema. Nama halaman tersebut berisikan tulisan-tulisan bertema khusus”.(Romli, 2005:113).

Rubrik Gala Persib merupakan rubrik yang khusus di muat di koran Galamedia untuk masyarakat Jawa Barat khususnya kota Bandung. Rubrik Gala Persib Ini menjadi rubrik favorit bagi masyarakat Kota Bandung dan sekitar Jawa Barat.

Berita seputar Persib Bandung merupakan berita yang dicari oleh sebagian masyarakat Kota Bandung, tidak dipungkiri lagi berita tentang Persib Bandung ini menjadi berita yang sangat diminati banyak orang Bandung yang ingin mengetahui perkembangan Persib Bandung.

Rubrik Gala Persib banyak memberitakan tentang seputar pertandingan Persib Bandung, kabar para pemain Persib, dan berita seputar Persib Bandung lainnya.

Untuk mempermudah pembahasan serta menghindari salah pengertian, maka perlu dikemukakan pembatasan-pembatasan masalah yaitu dalam penelitian ini penulis hanya menganalisis judul berita tentang Persib yang menjadi beritautama yang dimuat sebelum dan sesudah pertandingan yang terbitdi Harian Umum Galamedia pada bulan Maret 2012 yaitu sebanyak 14 berita yang terdapat pada bulan Mei 2012.

> “Analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa”. Analisis isi dapat dipergunakan jika memiliki syarat, yaitu data yang tersedia sebagian besar terdiri dari

> bahan-bahan yang terdokumentasi (buku, surat kabar, pita rekaman, naskah/*manuscript*), ada keterangan pelengkap atau kerangka teori tertentu yang menerangkan tentang dan sebagai metode pendekatan terhadap data tersebut dan peneliti memiliki kemampuan teknis untuk mengolah bahan-bahan/data-data yang dikumpulkannya karena sebagian dokumentasi tersebut bersifat sangat khas/spesifik". (Martono, 2010: 77)

Secara umum analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi di balik data yang disajikan di media atau teks. Analisis isi dapat didefinisikan sebagai teknik mengumpulkan dan menganalisis isi dari suatu teks. "isi" dalam hal ini dapat berupa kata, arti (makna), gambar, simbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan.

> "Analisi isi dapat digunakan dalam penelitian yang bertujuan eksploratif, deskriptif maupun eksplanatif. Tema analisis isi pun sangat beragam, bahkan hampir semua penelitian dapat menggunakan analisis isi asalkan sumber datanya tersedia dengan lengkap. Analisis isi tidak dipengaruhi faktor keyakinan peneliti (subjektif) namun analisis isi lebih bersifat objektif " (Martono, 2010: 78)

Seorang jurnalis harus memiliki kemampuan menulis yang luar biasa, yang bisa membius, mengajak pembaca berimajinasi langsung agar terhanyut seperti mengalami sendiri berbagai fenomena dan peristiwa secara langsung. Tentu saja, pembaca bisa betah membaca surat kabar yang berisi sekian banyak halaman, sekian ratus berita setiap harinya, jika kata-kata yang digunakan cenderung "acak-acakan", tidak aktual, tidak faktual, dan tidak menarik. Khalayak tentu akan lebih memilih surat kabar

atau majalah dengan susunan nilai berita yang paling baik, menarik, dan mudah dimengerti.

Dari pemaparan latar belakang di atas, peneliti berharap penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah tentang : **Sejauhmana Isi Rubrik "GALA PERSIB" di Harian Umum Galamedia ditinjau dari Nilai Berita?**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Sejauhmana Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Aktual**?
2. Sejauhmana Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Faktual**?
3. Sejauhmana Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Penting**?
4. Sejauhmana Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Menarik**?
5. Sejauhmana Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Berita**?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud

Untuk mengetahui dan menjelaskan sejauhmana isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari Nilai Berita.

1.3.2 Tujuan

1. Untuk mengetahui Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Aktual**.
2. Untuk mengetahui Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Faktual**.
3. Untuk mengetahui Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Penting**.
4. Untuk mengetahui Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Menarik**.
5. Untuk mengetahui Isi Rubrik *"GALA PERSIB"* di Harian Umum Galamedia ditinjau dari nilai **Berita**.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi khususnya Jurnalistik, yaitu tentang Analisis Isi Rubrik Ditinjau dari Nilai Berita.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai salah satu cara untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan dan diharapkan dapat meningkatkan wawasan serta ilmu pengetahuan di bidang jurnalistik khususnya mengenai nilai berita yang terkandung dalam media cetak.

b. Universitas dan Program Studi

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan *literature* maupun referensi bagi mahasiswa Unikom pada umumnya dan Program Studi Ilmu Komunikasi pada khususnya, yang akan melakukan penelitian berhubungan dengan kajian yang serupa.

c. Perusahaan

Kegunaan penelitian ini sebagai bahan masukan bagi Harian Umum Galamedia dalam isi rubrik "*Gala Persib"* ditinjau dari nilai berita. Agar berita yang disajikan Harian Umum Galamedia dalam rubrik "*Gala Persib*" dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan kebutuhan berita Olah Raga yang bermutu sesuai dengan nilai berita.