

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Apa yang dilakukan seseorang setelah bangun pagi? Jawabannya pasti beragam tergantung dari rutinitas dari masing-masing orang. Sejak mulai membuka mata di pagi hari seseorang sudah membutuhkan informasi untuk mendukung segala aktivitas sepanjang hari. Cara memperoleh informasi masing-masing orang beragam, misalnya: melihat televisi, membaca koran, mendengarkan radio, hingga membuka internet.

Berita ternyata memuaskan dorongan hati manusia yang mendasar. Orang mempunyai kebutuhan dalam dirinya – sebuah naluri – untuk mengetahui apa yang terjadi di luar pengalaman langsung diri mereka sendiri (Harvey Molotch dan Marilyn Laster dalam Kovach dan Rosenstiel, 2006: 1). Menurut Stephens dalam (Kovach dan Rosenstiel, 2006: 1), tahu terhadap peristiwa-peristiwa yang tidak bisa disaksikan dengan mata sendiri ternyata menghadirkan rasa aman, kontrol diri, dan percaya diri.

Berita mulai ditulis pada tahun 59 SM di kota Roma dalam bentuk sebuah bulletin untuk warga kota yang disebut *Acta Diurna* yang memuat berbagai pengumuman dan diletakkan pada pendopo balai kota Roma. Menurut Effendy (1981: 102), jurnalistik dalam bentuk sederhana mulai dikenal ketika Julius Caesar menjadi Kaisar Romawi. Waktu itu Julius Caesar mengeluarkan peraturan

agar kegiatan-kegiatan Senat setiap hari diumumkan kepada khalayak dengan ditempel pada semacam papan pengumuman yang dinamakan *Acta Diurna*.

Pelopop surat kabar sebagai media berita dalam bentuk surat kabar adalah apa yang disebut "*Gazetta*" di Italia. Mula-mula surat kabar itu ditulis tangan, kemudian dicetak. Di Jerman pada tahun 1609 muncul *Avisa Relation oder Zeitung* sebagai surat kabar pertama, sedang di Inggris adalah *Weekly News* yang diterbitkan di London pada tanggal 23 Mei 1622 (Effendy, 1981: 104).

Surat kabar di Indonesia sudah ada sejak zaman pemerintahan Kolonial Belanda, yang isinya hanya berita-berita resmi pemerintah, berita lelang, dan berita kutipan dari harian di Eropa. Berlanjut ke zaman Jepang, surat kabar hanya berisi berita yang bersifat propaganda dan memuji-muji pemerintah Jepang, kemudian akhirnya Indonesia merdeka dan terbitlah surat kabar pertama yang berisi propaganda agar rakyat datang berbondong-bondong pada rapat raksasa di lapangan IKADA (Ikatan Atletik Daerah) Jakarta tanggal 19 September 1945 (Nn, 1995: 50 Tahun Kedaulatan Rakyat). Pers yang hadir setelah kemerdekaan RI pada umumnya mempunyai peranan untuk memperjuangkan dan mempertahankan kemerdekaan Indonesia.

Salah satu pers di Yogyakarta yang muncul di masa revolusi fisik adalah Kedaulatan Rakyat (KR). Kedaulatan Rakyat yang berdiri sejak Kamis Kliwon, 27 September 1945 selalu menyajikan berita-berita penting tentang perjuangan sehingga rakyat dapat menyimak situasi yang terjadi saat itu dengan lebih jelas dan akurat (Nn, 1995: 50 Tahun Kedaulatan Rakyat).

Nama Kedaulatan Rakyat diberikan oleh Sudarisman Purwokusumo dan salah satu pendirinya adalah Samawi, pejuang pers yang berjiwa nasionalis. Sebelum bernama KR, media ini bernama *Harian Sinar Matahari*, surat kabar yang menjadi kepanjangan tangan pemerintah Jepang saat berkuasa di Indonesia. Namun, setelah Jepang takluk kepada

Sekutu, media ini direbut dan dipakai untuk menginformasikan segala berita yang berkaitan dengan perjuangan bangsa Indonesia. Surat kabar ini pertama kali terbit hanya terdiri dari 2 halaman. Semua peralatan, kertas, termasuk mesin cetak bermerk Duplex yang dipakai untuk mencetak pun sebenarnya milik Harian Sinar Matahari, namun karena sudah menjadi rampasan, maka barang-barang itu dipakai untuk kepentingan perjuangan (Nn, 1995: 50 Tahun Kedaulatan Rakyat).

Media massa KR di saat berdirinya jelas merupakan salah satu media yang hanya mengandalkan idealisme. Begitu pula dengan sebagian media massa lain yang muncul saat itu, lebih banyak muncul dari idealisme. Bahkan tidak jarang, ketika itu banyak media yang kadang terbit dan kadang tidak terbit. Rasa solidaritas antar media saat itu masih tinggi. Jika ada media lain yang kekurangan kertas, media lain membantu meminjaminya. Begitu pula ketika media lain didera masalah keuangan, belum bisa membayar tagihan listrik, media lain bersedia meminjaminya, seperti yang pernah dilakukan KR. Jadi media di masa revolusi fisik memang jauh dari unsur bisnis. Sudah biasa pemimpin redaksi merangkap menjadi wartawan atau menjabat tugas ganda lainnya (Nn, 1995: 50 Tahun Kedaulatan Rakyat).

Setelah melewati masa perjuangan fisik sampai dengan Orde Lama, maka pada masa Orde Baru, surat kabar kembali mendapatkan kepribadiannya kembali, di masa ini surat kabar mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia. Pada masa ini pers tidak dapat dengan bebas menyampaikan kritikan-kritikan kepada pemerintah (Nn, 1995: 50 Tahun Kedaulatan Rakyat).

Setelah melewati masa Orde Baru, Indonesia memasuki Era Reformasi di mana kebebasan pers dalam menyampaikan berita tanpa adanya pencekalan-

pencekalan terlaksana. Pada era ini pers bisa mengkritik pemerintahan bila tidak sesuai dengan aspirasi rakyat dan rakyat bisa dengan mudah mendapatkan berita-berita secara berimbang tentang wakil rakyat mereka. Rakyat pun bisa menyampaikan keluhan terhadap pemerintah secara bebas melalui surat kabar, sehingga pemerintah dapat segera tahu keluhan-keluhan dari masyarakat secara cepat.

Kedaulatan Rakyat, sebagai surat kabar harian yang pertama di Yogyakarta selalu memberikan berita-berita terbaru yang terjadi di wilayah Yogyakarta, seluruh Indonesia dan seluruh dunia. Seperti pada pemberitaan bencana Gunung Merapi yang terletak di wilayah Yogyakarta, dan sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat Yogyakarta, harian Kedaulatan Rakyat melayani pembaca di wilayah Yogyakarta dan menjadi "*community paper*" bagi masyarakat Yogyakarta (Nn. 1995. 50 Tahun Harian Kedaulatan Rakyat hal 354-357).

Akhir tahun 2010 masyarakat Yogyakarta juga tercuri perhatiannya oleh isu RUU Keistimewaan Yogyakarta yang di gulirkan presiden SBY saat pidato kenegaraan yang menyebutkan bahwa tidak boleh ada kekuasaan monarki di Negara demokrasi seperti Indonesia ini, memang sejak meninggalnya Sri Paduka PA VIII menimbulkan masalah bagi Pemerintahan Provinsi DIY dalam hal kepemimpinan.

Terjadi perdebatan antara Pemerintah Pusat, DPRD Provinsi DIY, Pihak Keraton Yogyakarta dan Puro Paku Alaman, serta masyarakat. Keadaan ini sebenarnya disebabkan oleh kekosongan hukum yang ditimbulkan UU No. 5/1974 yang hanya mengatur jabatan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi DIY saat dijabat oleh Sultan HB IX dan Sri Paduka PA VIII, dan tidak mengatur masalah suksesinya. Atas desakan rakyat, Sultan HB X ditetapkan sebagai

Gubernur/Kepala Daerah Istimewa oleh Pemerintah Pusat untuk masa jabatan 1998-2003.

Masalah keistimewaan kembali bergolak hingga saat ini. Dalam UU No 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah (LN 2004 No 125; TLN 4437), status keistimewaan Provinsi DIY tetap diakui, namun diisyaratkan akan diatur secara khusus seperti provinsi-provinsi: NAD, DKI Jakarta, dan Papua. Namun sebelum UU yang mengatur status keistimewaan Provinsi DIY diterbitkan, seluruh pelaksanaan pemerintahan mengacu pada UU tersebut. Sama seperti daerah provinsi yang lain, kecuali Aceh dan Papua, Pemerintahan Provinsi DIY dibagi menjadi Dinas, Badan, Kantor, Rumah Sakit, serta Sekretariat PemProv dan DPRD. Pada 2006 sekali lagi Provinsi DIY mengajukan usul namun sekali lagi pula usul itu dikembalikan seperti usulan empat tahun sebelumnya.

Timbul pro- kontra baik di dalam lingkungan masyarakat Yogyakarta pada khususnya dan masyarakat Indonesia, hingga warga Yogyakarta menggelar acara Pisowanan Ageng, yaitu dialog antara rakyat dengan pihak kraton Yogyakarta yaitu Sultan Hamengkubuwono X. Sebagian besar rakyat Yogyakarta menginginkan agar jabatan Gubernur diisi dengan cara penetapan, yaitu Gubernur dan Wakil Gubernur adalah dari Keraton dan Pakualaman, yaitu Sultan dan Pakualam.

Topik ini sekarang kembali menghangat, karena Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi DIY yang saat ini dijabat oleh Sri Sultan HB IX dan Sri Paduka PA VIII telah berakhir pada tanggal 30 Oktober 2011 sedangkan RUUK DIY belum berhasil ditetapkan menjadi undang-undang. Saat ini Pemerintah

masih memberikan perpanjangan jabatan kepada Sri Sultan HB IX dan Sri Paduka PA VIII selama satu tahun.

Dari penjelasan di atas skripsi ini ingin mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh antara pemberitaan oleh media Kedaulatan Rakyat mengenai RUU Keistimewaan Yogyakarta terhadap pola pikir masyarakat pembacanya dan terhadap opini yang berkembang di masyarakat sehingga penelitian ini tertuang dengan judul : **Pengaruh Frekuensi Membaca Berita tentang RUUK DIY di Surat Kabar Kedaulatan Rakyat terhadap Opini Karyawan Asri Medical Center Yogyakarta.**

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut : Bagaimana pengaruh frekuensi membaca berita tentang RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat terhadap opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian.

Untuk mengetahui pengaruh frekuensi membaca berita tentang RUUK DIY di Surat Kabar Kedaulatan Rakyat terhadap opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta.

D. Manfaat penelitian.

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para mahasiswa khususnya dan masyarakat pembaca koran Kedaulatan Rakyat dalam menganalisis informasi berita .

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan pertimbangan berupa prinsip-prinsip yang seharusnya dimiliki jurnalis agar mampu meningkatkan kualitas pemberitaannya dalam pemberitaan surat kabar harian Kedaulatan Rakyat pada khususnya

E. Kerangka Teori

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik adalah istilah yang berasal dari bahasa Belanda *Journalistiek* atau bahasa Inggris *Journalism* yang bersumber pada perkataan *journal* sebagai terjemahan dari bahasa Latin *diurnal* yang berarti “harian” atau “setiap hari”. Secara sederhana, jurnalistik dapat didefinisikan sebagai teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebar-luaskannya kepada khalayak (Effendy, 1981 : 102).

Pada mulanya jurnalistik hanya mengelola hal-hal yang sifatnya informatif saja. Ini terbukti pada *Acta Diurna* sebagai produk jurnalistik pertama pada zaman Romawi Kuna ketika Kaisar Julius Caesar berkuasa. Saat ini fungsi jurnalistik telah berkembang tidak hanya sekedar memberikan

informasi, namun juga sebagai media pendidikan, hiburan, dan sosial kontrol.

Zaenudin (2007: 4-5) menyatakan bahwa:

sedikitnya ada empat fungsi dan sekaligus manfaat jurnalistik. **Pertama**, menghimpun dan menyebarkan informasi bagi khalayak. **Kedua**, jurnalistik juga memberikan pendidikan bagi khalayak. Berbagai informasi yang disiarkan di surat kabar dan media elektronik mengandung nilai-nilai edukatif. Orang akan mendapatkan ilmu pengetahuan dari membaca sebuah berita di koran dan majalah atau dari menonton televisi. **Ketiga**, jurnalistik bermanfaat sebagai media hiburan bagi khalayak. Setelah membaca berita-berita di koran dan majalah, banyak orang merasa terhibur, misalnya berita yang mengandung nilai-nilai *entertaint* seperti tentang artis, sport, dan sebagainya. **Keempat**, jurnalistik juga menjadi alat kontrol sosial dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Dalam istilah politis, keberadaan jurnalistik atau pers dianggap sebagai “kekuatan keempat” (*The Fourth State*) dalam sistem politik kenegaraan, setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif.

Laswell (dalam Wright, 1985: 7 – 8), mengemukakan tiga macam aktivitas pokok ahli komunikasi, termasuk di sini jurnalis, yaitu: (1) pengawasan lingkungan, (2) korelasi antar bagian masyarakat dalam menanggapi lingkungan, dan (3) transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya. Wright mengadakan modifikasi dan menambahkan kategori yang keempat, yaitu *entertainment* (hiburan).

Kategori pertama, yaitu **pengawasan**, menunjukkan pengumpulan dan distribusi informasi mengenai kejadian-kejadian yang berlangsung di lingkungan, baik di luar maupun di dalam suatu masyarakat tertentu. Dalam beberapa hal, ini berhubungan dengan apa yang dipandang sebagai penanganan berita. Tindakan **korelasi**, meliputi interpretasi informasi mengenai lingkungan dan pemakaiannya untuk berperilaku dalam reaksinya terhadap peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian tadi. Aktivitas-aktivitas

ini secara populer diidentifikasi sebagai editorial atau propaganda. **Transmisi warisan sosial** (*social heritage*) berfokus pada komunikasi pengetahuan, nilai-nilai, dan norma-norma sosial dari satu generasi ke generasi lain atau dari anggota-anggota suatu kelompok kepada pendatang baru. Pada umumnya aktivitas ini diidentifikasi sebagai aktivitas pendidikan. Akhirnya, **hiburan** menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama dimaksudkan untuk menghibur, dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya (Wright, 1985: 8).

Salah satu media jurnalistik yang banyak diminati khalayak adalah media cetak. Menurut Zaenuddin (2007: 12 – 13):

Jurnalistik media cetak adalah berita-berita yang disiarkan melalui benda cetakan. Dalam sejarahnya, ini adalah bentuk jurnalistik pertama sebelum munculnya radio dan televisi. Dari segi format atau ukurannya, media massa cetak terbagi menjadi berbagai segi. *Format Broadsheet*, yakni media cetak berukuran surat kabar umum. Di Indonesia hampir seluruh koran berukuran sama karena kertas yang digunakan ukurannya standar internasional. Akan tetapi, sejak tahun 1980-an mulai muncul koran yang berukuran lebih kecil dengan mengurangi kolomnya (dari 9 menjadi 8 atau 7 kolom). Pengecilan koran ini dilakukan kelompok **Jawa Pos** Group. Tahun 2005 **Kompas** juga mengecilkan untuk, bahkan koran **Tempo** mengubah drastis menjadi ukuran tabloid.

Tujuan pertama di antara tujuan-tujuan jurnalisme yang lain adalah menyediakan informasi yang diperlukan orang agar bebas dan bisa mengatur diri sendiri. Untuk memenuhi tugas ini menurut Kovach dan Rosentiel (2006:

6) ada sembilan prinsip yang harus dijalankan:

- a. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
- b. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat.
- c. Intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi.
- d. Praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita.

- e. Jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan.
- f. Jurnalisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat
- g. Jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting menarik dan relevan.
- h. Jurnalisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional.
- i. Praktisi jurnalisme harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

2. Berita

Lord Northcliffe dari Inggris mendefinisikan berita dengan kalimat: *“If a dog bites a man it is not news, but if a man bites a dog it is news”* (Effendy, 1981: 129). Dari definisi Northcliffe, tersebut terlihat bahwa beita adalah sebuah fakta, tetapi fakta tersebut harus ada “nilai”nya yang merupakan daya tarik berita. Jika fakta tersebut terjadi secara umum dan tidak mempunyai daya tarik, maka berita tersebut tidak akan dibaca atau dilihat orang, tetapi jika berita tersebut menarik atau mempunyai keunikan atau luar biasa maka berita tersebut akan dibaca orang.

Terhadap definisi Northcliffe tersebut banyak yang tidak setuju. Ada di antaranya yang mengatakan bahwa memang peristiwa anjing yang menggigit orang bukanlah berita, tetapi jika orang yang digigit itu seseorang yang terkenal, atau Menteri atau Jenderal atau bintang film, maka peristiwa itu bisa saja menjadi berita, bahkan mungkin dianggap berita penting (Effendy, 1981: 129).

Terdapat beberapa definisi tentang berita, namun hampir semuanya sependapat bahwa unsur–unsur yang dikandung meliputi cakupan kata–kata seperti ; fakta, akurat, menarik, ide, tepat waktu, penting, opini dan sejumlah pembaca/penonton/pendengar merupakan hal-hal yang perlu mendapat perhatian.

Definisi berita yang paling tepat adalah yang dikemukakan oleh Prof. Michel V. Charnley dalam bukunya "*Reporting*", yang berbunyi sebagai berikut: "*News is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people*" (Berita adalah laporan tercdepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk) (Effendy, 1981: 130).

Kesimpulan dari definisi di atas, berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton. Nilai-nilai jurnalistik dapat diukur melalui sejumlah aspek yakni: aktual, penting, berdampak, kedekatan, luar biasa, konflik, ketegangan/drama, tragis, ketokohan, seks dan humor.

a. Aktual

Berita haruslah peristiwa atau pernyataan yang benar-benar baru terjadi. Hal ini mutlak harus berlaku bagi media yang terbit setiap hari. Sesuatu yang sudah basi atau kedaluarsa, tidak menarik lagi untuk ditulis atau diberitakan, sebab nilai jurnalistiknya berkurang dan bahkan hilang. Tetapi sesuatu atau peristiwa silam bisa bernilai jurnalistik bila terdapat data-data baru, maka ia pantas dan hangat untuk disajikan berita.

b. Penting

Sesuatu juga dianggap sebagai berita apabila hal itu penting terutama untuk khalayak pembaca dan pemirsanya. Pemilu misalnya,

penting untuk diberitakan karena masyarakat ingin tahu siapa pemenang dalam pemilu tersebut.

c. Berdampak

Berita juga harus memiliki dampak untuk masyarakat, baik itu positif maupun negatif. Misalnya, rencana kenaikan harga sembako, menjadi hal yang menarik. Berita ini bisa memancing protes dan amarah.

d. Kedekatan

Berita juga akan menarik karena berita tersebut secara geografis dekat dengan khalayak pembaca atau pemirsanya. Karena nilai kedekatannya (proximity), khalayak merasa tertarik untuk mengetahui. Namun ada kalanya, sesuatu yang jauh menjadi terasa dekat dengan khalayak karena menyentuh naluri kemanusiaan.

e. Luar biasa

Berita akan menarik jika berita tersebut luar biasa. Ketika manusia dapat menginjakkan kakinya di bulan maka berita tentang kejadian tersebut akan menarik bagi para pembaca atau pemirsanya. Luar biasa juga bisa karena memiliki sifat-sifat aneh, ganjil dan di luar kelaziman.

f. Konflik

Peristiwa yang mengandung konflik, baik fisik maupun emosional di dalamnya juga menarik untuk dijadikan berita. Misalnya antara pihak yang berperang, konflik di dalam politik ataupun konflik pada kasus-kasus hukum di pengadilan.

g. Ketegangan/drama

Peristiwa seperti penyanderaan reporter dan juru kamera MetroTV oleh gerilyawan Irak merupakan berita yang menarik karena mengandung unsur ketegangan. Orang akan mengikuti berita tersebut karena ingin tahu saat-saat menegangkan dalam drama penyanderaan tersebut.

h. Tragis

Tragisme mengandung nilai jurnalistik yang tinggi karena melibatkan emosional dan nurani kemanusiaan. Bunuh diri, mutilasi, gempa bumi yang dahsyat, dan peristiwa-peristiwa tragis lainnya selalu dikonsumsi sebagai berita.

i. Ketokohan

Peristiwa tentang sesuatu yang dilakukan oleh tokoh terkenal juga akan menarik untuk disimak. Para politikus, olahragawan, ilmuwan, pengusaha sukses, pengacara, ulama, seniman dan artis, selalu menjadi bahan berita. *Name make news*, begitulah prinsipnya. Maka dari itu orang terkenal selalu diberitakan, baik karena ucapannya ataupun terkait dengan aktivitasnya.

j. Seks

Hal-hal yang berkaitannya dengan seks juga akan dikonsumsi oleh khalayak. Seperti berita pemerkosaan akan menjadi konsumsi utama pada berita kriminal. Kisah wanita-wanita selebritis beserta foto-foto seksinya juga menjadi suguhan majalah-majalah hiburan.

k. Humor

Suatu peristiwa yang mengandung humor juga layak untuk dijadikan sebagai berita. Secara umum, orang suka tertawa. Orang juga akan senang membaca sesuatu peristiwa yang lucu dan jenaka.

3. Jenis Berita

Berita pada umumnya dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu *hard news* (berita berat), *soft news* (berita ringan), *investigative Report* (laporan penyelidikan).

a. *Hard News*

Hard news adalah berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi. Berita tersebut misalnya berita tentang terjadinya lumpur Lapindo.

b. *Soft News*

Soft news sering juga disebut *feature* yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. Berita-berita semacam ini seringkali lebih menitikberatkan pada hal-hal yang dapat menakjubkan atau mengherankan pemirsa. Bahkan kekhawatiran akan sesuatu hal.

c. *Investigative Report*

Investigative report atau disebut juga laporan penyelidikan (investigasi) adalah jenis berita yang eksklusif. Datanya tidak diperoleh di permukaan, tetapi harus dilakukan berdasarkan penyelidikan. Sehingga penyajian berita seperti ini membutuhkan waktu yang lama dan tentu

menghabiskan energi reporternya. Contoh dari jenis berita ini adalah berita laporan tentang adanya peredaran ikan ber-*formalin*.

4. Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak

DeFleur dan Ball-Rokeach (dalam Rakhmat, 2005: 203), melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoretis: perspektif perbedaan individual, perspektif kategori sosial, dan perspektif hubungan sosial.

Perspektif perbedaan individual memandang bahwa sikap dan organisasi personal-psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimuli dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan ini menyebabkan pengaruh media massa yang berbeda pula. **Perspektif kategori sosial** berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial, yang reaksinya pada stimuli tertentu cenderung sama. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan keyakinan beragama menampilkan kategori respons. **Perspektif hubungan sosial** menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Perspektif ini nampak pada model “*two step flow of communication*”. Menurut model ini, informasi bergerak melewati dua tahap. Pertama, informasi bergerak pada sekelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan media massa. Kedua, informasi bergerak dari orang-orang itu – disebut – “pemuka

pendapat” – dan kemudian melalui saluran-saluran interpersonal disampaikan kepada individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi. (Rakhmat, 2005: 203-204).

Mengacu pada tiga kerangka teoretis di atas, diduga orang yang berpendidikan rendah jarang membaca surat kabar, tetapi sering menonton televisi. Eksekutif dan kaum bisnis menyenangi rubrik niaga dalam surat kabar atau majalah. Telah diteliti bahwa kelompok menengah (*middle class*) cenderung menyukai acara pendidikan, berita, dan informasi. Pembahasan berikut ini akan membahas mengenai teori-teori efek media.

a. *Bullet Theory*

Schramm pada tahun lima-puluhan mengetengahkan konsepnya yang dinamakan *The Bullet Theory of Communication*. Menurutnya, seorang propagandis dapat menembakkan peluru komunikasi yang ajaib kepada pendengar atau penonton, bagaikan sirkit listrik yang meneruskan electron kepada filament dan membuat lampu pijar menjadi menyala. Bagi Schramm pada waktu itu, sasaran komunikasi sifatnya pasif, tidak berdaya bagaikan tertembus peluru (Effendy, 1981: 15). Tetapi dalam karyanya yang diterbitkan awal tahun tujuh-puluhan Schramm meminta kepada peminatnya agar “teori peluru komunikasi” itu dianggap tidak ada. Sebab – katanya – sasaran media massa ternyata tidak pasif.

b. *Uses, Gratification and Dependency*

Pada dasarnya setiap orang punya kecenderungan memilih komunikasi yang akan menegaskan pendapat, sikap, dan nilai-nilainya

sendiri. Setiap orang akan cenderung menyukai dan mencari orang-orang yang kepercayaan, yang sikap dan nilai-nilainya serupa dengan yang dianutnya dan menghindari orang-orang yang dipandang berbeda dengannya dalam hal-hal tersebut. Setiap orang akan mempunyai pilihan sendiri atas majalah atau surat kabar yang akan dibaca, acara radio yang akan didengar, acara TV yang mau ditonton dan sebagainya (Tubbs, 1996:210).

Hal ini sejalan dengan pandangan McQuail (1975) yang dikutip Rakhmat (2005:199) sebagai berikut:

- 1) Ada kesepakatan bahwa bila efek terjadi, efek itu sering kali berbentuk peneguhan dari sikap dan pendapat yang ada.
- 2) Sudah jelas bahwa efek berbeda-beda tergantung pada prestise atau penilaian terhadap sumber komunikasi.
- 3) Makin sempurna monopoli komunikasi massa, makin besar kemungkinan perubahan pendapat dapat ditimbulkan pada arah yang dikehendaki.
- 4) Sejauh mana suatu persoalan dianggap penting oleh khalayak akan mempengaruhi kemungkinan pengaruh media massa – “komunikasi massa efektif dalam menimbulkan pergeseran yang berkenaan dengan persoalan yang tidak dikenal, tidak begitu dirasakan, atau tidak begitu penting.”
- 5) Pemilihan dan penafsiran isi oleh khalayak dipengaruhi oleh pendapat dan kepentingan yang ada dan oleh norma-norma kelompok.
- 6) Sudah jelas juga bahwa struktur hubungan interpersonal pada khalayak mengantarai arus isi komunikasi, membatasi, dan menentukan efek yang terjadi.

Setiap anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga timbul istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); bahwa perilaku

media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*); dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*) (Blumler, 1979 dalam Rakhmat, 1984: 73). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya setiap audiens terikat pada tujuan. Untuk memuaskan tujuannya seseorang akan proaktif memilih media massa apa yang akan digunakannya. Dalam hal ini media massa hanyalah salah satu dan bukan satu-satunya alat pemuas kebutuhan mereka. Oleh karena itu media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain dalam memuaskan kebutuhan mereka. Kebutuhan yang dapat dipuaskan oleh keberadaan media massa hanyalah bagian kecil dari kebutuhan manusia yang sangat banyak.

c. Teori Agenda Setting

Model *uses and gratification* telah dikritik karena terlalu melebih-lebihkan rasionalitas dan aktifitas komunikasi serta melupakan karakteristik stimuli. Model tersebut telah mempercepat keruntuhan model jarum hipodermik. Model *agenda setting* menghidupkan kembali model jarum hipodermik, tetapi dengan focus penelitian yang telah bergeser. Efek pada sikap dan pendapat bergeser kepada efek pada kesadaran dan pengetahuan dari efek afektif ke efek kognitif (Rakhmat, 1984: 77 - 78).

Model *agenda setting* mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan itu. Apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula

oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media, akan luput juga dari perhatian media (Rakhmat, 1984: 78).

Teori *agenda setting* dimulai dengan suatu asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel, atau tulisan yang akan disiarkannya. Secara selektif, “*gatekeepers*” seperti penyunting, redaksi, bahkan wartawan sendiri menentukan mana yang pantas diberitakan dan mana yang harus disembunyikan. Setiap kejadian atau issue diberi bobot tertentu dengan panjang penyajian (ruangan dalam surat kabar, waktu pada televisi dan radio) dan cara penonjolan (ukuran judul, letak pada surat kabar, frekuensi pemuatan, posisi dalam surat kabar) (Rakhmat, 2005: 229). Jika kasus korupsi Nazaruddin, mantan bendaharawan Partai Demokrat disiarkan dalam waktu rata-rata 30 menit dalam televise, dan disajikan pada surat kabar dengan mengisi hamper setengah halaman, maka kasus Nazaruddin sedang ditonjolkan sebagai kasus korupsi di Indonesia saat itu. Jika pada saat yang sama kegagalan atlet-atlet bulu tangkis Indonesia di berbagai turnamen internasional dimuat dalam kolom kecil di sudut bawah halaman 12 atau tidak disiarkan di televisi, peristiwa itu disepelkan media massa.

Karena pembaca, pemirsa, dan pendengar memperoleh kebanyakan informasi melalui media massa, maka agenda media tentu berkaitan dengan agenda masyarakat (*public agenda*). Agenda masyarakat diketahui dengan menanyakan kepada anggota-anggota masyarakat apa yang mereka pikirkan, apa yang mereka bicarakan dengan orang lain, atau apa yang mereka anggap sebagai masalah yang tengah menarik perhatian masyarakat (*community salience*) (Rakhmat, 2005: 229-230).

5. Opini Publik.

Opini publik adalah pendapat kelompok masyarakat yang diperoleh dari diskusi pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan dan kepercayaan, biasanya hal ini dianut oleh populasi masyarakat orang dewasa.

Dalam menentukan opini publik, yang dihitung bukanlah jumlah mayoritasnya (*numerical majority*) namun mayoritas yang efektif (*effective majority*) subyek opini publik adalah masalah masalah yang kontroversial di mana unsur-unsur opini publik adalah : pernyataan yang kontroversial, mengenai suatu hal yang bertentangan, dan reaksinya.

Definisi opini publik ialah sekumpulan pandangan individu terhadap isu yang sama. Opini publik merefleksikan proses dinamis di mana ide- ide dapat dikespresikan, dikompromikan, atau disesuaikan dalam rangka menuju determinasi kolektif dari suatu arah tindakan (Cutlip, Center dan Broom, 2006: 239).

Menurut Ruslan (2007: 66), ciri-ciri opini yaitu: (a) selalu diketahui dari pernyataan-pernyataannya; (b) merupakan sintesa atau kesatuan dari banyak pendapat, dan (c) memiliki pendukung dalam jumlah besar.

Cutlip, Center dan Broom (2006:241) menyatakan bahwa opini publik dapat merefleksikan proses dinamis dari komunikasi interpersonal dan media tentang isu-isu di kalangan kelompok orang yang memiliki kapasitas untuk bertindak dengan cara yang sama dan alasan riil itulah sebabnya penting untuk memahami opini publik.

John Dewey dalam Grunig dan Hunt (1984: 143) menyatakan bahwa:

Member of a public, in contrast, have something in common – they are affected by the same problem or issue. Dari definisi tersebut publik dapat didefinisikan sebagai unit sosial yang aktif, terdiri dari semua pihak yang

terlibat yang mengenali problem bersama yang akan dicari solusinya secara bersama-sama.

Menurut Grunig dan Hunt (1984: 143) terdapat beberapa tipe publik, antara lain: *nonpublic*, *latent public*, *aware public*, dan *active public*.

- a. *Nonpublic*, yaitu kelompok yang dipengaruhi atau pun mempengaruhi organisasi.
- b. *Latent public*, yaitu kelompok yang menghadapi masalah namun tidak menyadarinya.
- c. *Aware public*, yaitu kelompok yang mengenali adanya masalah.
- d. *Public active*, yaitu kelompok yang mengambil tindakan atas masalah.

Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun secara pasif. Opini dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat ditafsirkan secara jelas, ataupun melalui pilihan-pilihan kata yang sangat halus dan tidak secara langsung dapat diartikan (konotatif). Opini dapat pula dinyatakan melalui perilaku, bahasa tubuh, raut muka, simbol-simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, dan oleh tanda-tanda lain yang tak terbilang jumlahnya, melalui referensi, nilai-nilai, pandangan, sikap, dan kesetiaan.

Opini publik itu identik dengan pengertian kebebasan, keterbukaan dalam mengungkapkan ide-ide, pendapat, keinginan, keluhan, kritik yang membangun, dan kebebasan di dalam penulisan. Dengan kata lain, opini publik itu merupakan efek dari kebebasan dalam mengungkapkan ide-ide dan pendapat.

F. Definisi Konsep

1. Pengaruh

Pengaruh adalah efek atau akibat yang ditimbulkan atau muncul karena keberadaan sesuatu hal. Dalam penelitian ini yang akan dilihat adalah efek atau dampak dari adanya frekuensi membaca berita tentang RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat terhadap opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta.

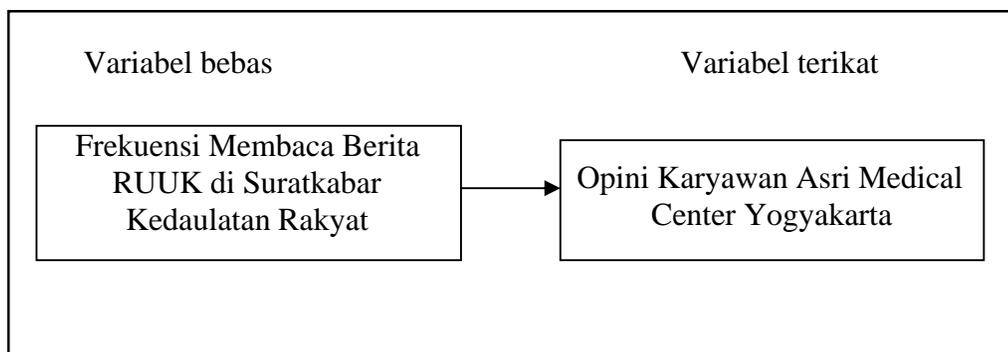
2. Frekuensi Membaca

Frekuensi membaca akan diukur dengan sering tidaknya responden membaca berita-berita mengenai RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat dalam setiap minggu.

3. Opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta

Opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta adalah pendapat karyawan Asri Medical Center Yogyakarta. Variabel ini akan diukur dengan mengukur pendapat responden yang berkaitan dengan berita-berita yang dibaca yang memiliki sifat: penting, berdampak, kedekatan, konflik, dan ketokohan.

Skema hubungan antar variabel penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Hubungan Antar Variabel

G. Definisi Operasional

Pengukuran variabel penelitian ini adalah menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk memberi penilaian terhadap jawaban-jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan yang diberikan. Cara pengukurannya adalah dengan memberikan sebuah pertanyaan kepada responden untuk diminta jawabannya dengan memberikan empat pilihan jawaban. Keempat kategori jawaban tersebut kemudian diberi nilai 1 – 4 menurut tingkat penolakan dan dukungannya.

Tujuan penentuan nilai skala tersebut adalah memberikan bobot tertinggi bagi jawaban yang paling *favorabel*. Jawaban *favorabel* adalah respon setuju terhadap pernyataan yang *favorabel* dan respon tidak setuju terhadap pernyataan yang tidak *favorabel*. Jawaban tidak *favorabel* adalah respon setuju terhadap pernyataan yang tidak *favorabel* dan respon tidak setuju terhadap pernyataan *favorabel*.

Kategori jawaban pilihan responden untuk pertanyaan yang bersifat *favorabel* adalah sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) nilainya 4, Setuju (S)

nilainya 3, Tidak Setuju (TS) nilainya 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) nilainya 1. Sebaliknya, kategori jawaban pilihan responden untuk pertanyaan yang bersifat unfavorabel adalah sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) nilainya 1, Setuju (S) nilainya 2, Tidak Setuju (TS) nilainya 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) nilainya 4.

Berikut ini diberikan penjelasan mengenai definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Fekuensi membaca berita tentang RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat

Pengukuran variabel akan mengacu pada seberapa sering responden membaca berita tentang RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat. Frekuensi membaca dikatakan tinggi jika responden setiap ada berita tentang RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat selalu membaca. Frekuensi membaca dikatakan sedang jika responden hanya kadang-kadang membaca berita tentang RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat. Frekuensi membaca dikatakan rendah jika responden tidak pernah membaca berita tentang RUUK DIY di surat kabar Kedaulatan Rakyat.

2. Opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta

Opini publik adalah pendapat kelompok masyarakat yang diperoleh dari diskusi pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan dan kepercayaan, biasanya hal ini dianut oleh populasi masyarakat orang dewasa, sehingga opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta adalah pendapat karyawan Asri Medical Center Yogyakarta tentang berita RUUK. Variabel ini akan

diukur dengan mengukur pendapat responden yang berkaitan dengan berita-berita yang dibaca yang memiliki sifat: penting, berdampak, kedekatan, konflik, dan ketokohan.

a. Penting

Responden diberi pertanyaan apakah menganggap berita tentang RUU Keistimewaan Yogyakarta di Kedaulatan Rakyat penting bagi dirinya sebagai warga atau seseorang yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Berdampak

Responden diberi pertanyaan apakah ia merasa mendapat dampak dari pembahasan RUUK DIY secara langsung maupun tidak langsung.

c. Kedekatan

Responden diberi pertanyaan apakah ia merasa mempunyai kedekatan dengan berita-berita di Kedaulatan Rakyat mengenai RUUK yang merepresentasikan berita/peristiwa tentang Yogyakarta.

d. Konflik

Responden diberi pertanyaan apakah ia merasa bahwa berita RUUK DIY di Kedaulatan Rakyat menimbulkan konflik pro dan kontra.

e. Ketokohan

Responden diberi pertanyaan apakah berita RUUK DIY di Kedaulatan Rakyat memuat tentang tokoh tertentu.

H. Metodologi Penelitian

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dan bersifat kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif dapat dijelaskan sebagai suatu cara penyelesaian masalah penelitian dengan jalan memaparkan keadaan obyek yang sedang diteliti sesuai dengan fakta-fakta yang ditemukan (Rakhmat, 1984: 34).

Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif berkaitan erat dengan data kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka yang dapat dihitung secara matematis dengan mempergunakan rumus-rumus statistika. Penggunaan data kuantitatif dinilai lebih obyektif karena bersifat lebih konkret untuk dijadikan sebuah bukti ilmiah.

2. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Klinik Asri Medical Center Yogyakarta. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian, karena terpaan medianya lebih tinggi dibanding masyarakat umum. Para karyawan Asri Medical Center Yogyakarta mempunyai kesempatan membaca berita Kedaulatan Rakyat, baik melalui langganan, beli secara eceran, ataupun membaca Koran yang ada di klinik. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 9 – 28 Januari 2012.

3. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh karyawan di Asri Medical Center Yogyakarta sebesar 79 orang. Namun, adanya berbagai keterbatasan yang dihadapi dalam pengumpulan data maka penelitian tidak dilakukan atas keseluruhan populasi, tetapi sebatas sampel yang dipandang representatif.

Besarnya sampel yang akan diambil dalam penelitian ini akan digunakan rumus T. Yamane dalam Rakhmat (1984: 99) :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

di mana

n = besarnya sampel

N = populasi

d = presisi yang dikehendaki

Berdasarkan rumus T. Yamane maka dari populasi (N) sebanyak 200 orang ini akan diambil sampel dengan menetapkan presisi 10 % (0,1), maka besarnya sampel adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \\ &= \frac{79}{79 \cdot (0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{79}{1,79} = 44,13 \end{aligned}$$

Mengingat sampel penelitian adalah manusia, sehingga angka sampel dibulatkan menjadi 44. Dengan demikian diketahui jumlah sampel sebesar 44 responden

Metode *sampling* menggunakan *purposive sample*. Asumsi dasar *purposive sampling* adalah bahwa dengan pertimbangan yang cermat dan strategi yang tepat peneliti dapat menentukan kasus-kasus untuk dimasukkan ke dalam sampel, sehingga mempunyai sampel yang sesuai dengan apa yang diperlukannya (Siswojo, 1987: 66).

Sampel dalam penelitian ini adalah 44 orang karyawan Asri Medical Center Yogyakarta yang dipilih untuk menjadi responden dalam penelitian.

Mengacu pada Rakhmat (2005: 204) golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan keyakinan beragama menampilkan kategori respons; maka responden dalam penelitian ini akan dilihat latar belakang pendidikan, usia, dan jenis kelaminnya.

4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer.

Untuk memperoleh data primer digunakan kuesioner yaitu dengan cara menyebar atau membagikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan masalah-masalah yang sedang diteliti. Menurut Masri Singarimbun, hasil kuesioner tersebut nantinya akan terjelma dalam angka, tabel, uraian serta kesimpulan hasil penelitian (Singarimbun dan Effendy, 1989:175). Data primer dalam penelitian ini adalah data-data tentang frekuensi membaca KR dan membaca berita RUUK di KR serta opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta yang diperoleh dari jawaban pada kuesioner.

b. Data Sekunder

Untuk memperoleh data sekunder dilakukan dengan cara :

1) Dokumentasi

Kegiatan pengumpulan data ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang mendukung dalam proses penelitian maupun proses pembuatan laporan.. Dokumen dalam penelitian ini berupa data-data mengenai Company Profil dan data karyawan Asri Medical Center Yogyakarta. Selain itu dokumentasi tentang Kedaulatan Rakyat diperoleh melalui buku *50 Tahun Kedaulatan Rakyat* yang diterbitkan di Yogyakarta tahun 1995 oleh Kedaulatan Rakyat.

2) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu cara pengumpulan data dengan mempelajari berbagai buku atau jurnal ilmiah yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Studi pustaka ini digunakan untuk menggali teori-teori sebagai dasar penyusunan konsep teoritis dan menjelaskan analisa data. Buku-buku yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini adalah:

- a) Azwar, S. 1995. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- b) Cutlip, Scoot. M dan Allen H. Center. 2006. *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan*. Prenada Media Group : Jakarta.
- c) Effendy, Onong U., 1981, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: Alumni.

- d) Grunig, James E dan Hunt, Todd. 1984. *Managing Public Relations*. Print in United States of America: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- e) Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom. 2006. *Sembilan Elemen Jurnalisme : Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan Diharapkan Publik*. Jakarta: Pantau.
- f) Nn. 1995. *50 Tahun Kedaulatan Rakyat*. Yogyakarta: Kedaulatan Rakyat.
- g) Rakhmat, Djalaluddin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- h) Rakhmat, Djalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya.
- i) Ruslan, Rosady SH, MM. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT.RajaGrafindo Persada : Jakarta.
- j) Singarimbun, M. dan Sofian Effendy. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Indonesia: LP3ES.
- k) Siswojo. 1987. *Metode Penelitian Sosial I*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan.
- l) Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- m) Tubss, Stewart L dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- n) Wright, Charles R. 1985. *Sosiologi Komunikasi Massa* (Penyunting: Jalaluddin Rakhmat). Bandung: Remadja Karya.
- o) Zaenuddin. 2007. *The Journalist*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

I. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2011: 147).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis persentase dengan distribusi frekuensi. Data-data yang diperoleh dari responden dibawa ke dalam bentuk persentase dan tabel sehingga mempermudah membacanya. Analisis penelitian juga menggunakan analisis tabulasi silang, di mana hasil penelitian yang berupa opini tersebut akan di lihat secara silang dengan frekuensi membaca berita RUUK.

Cara untuk mengetahui apakah ada hubungan antara frekuensi membaca berita RUUK di surat kabar Kedaulatan Rakyat dengan opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta dilakukan dengan analisis korelasi *product moment* yang rumusnya menurut Arikunto (1998: 208) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel X (Frekuensi membaca berita RUUK di surat kabar Kedaulatan Rakyat)

$\sum X^2$ = Jumlah penambahan masing-masing nilai variabel X yang dikuadratkan

$(\sum X)^2$ = Jumlah nilai variabel X dikuadratkan

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel Y (Opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta)

$\sum Y^2$ = Jumlah dari penambahan masing-masing nilai variabel Y dikuadratkan

$(\sum Y)^2$ = Jumlah nilai variabel Y dikuadratkan

XY = Jumlah dari nilai variabel X dikalikan nilai variabel Y

Sebelumnya ditentukan hipotesis terlebih dahulu. Hipotesis dalam penelitian ini adalah “ada korelasi antara Frekuensi membaca berita RUUK di surat kabar Kedaulatan Rakyat dengan Opini karyawan Asri Medical Center Yogyakarta”. Interpretasi analisis korelasi dilakukan dengan membandingkan angka korelasi hasil perhitungan (r_{hitung}) dengan r_{tabel} . Interpretasi hasil olah data adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka ada korelasi yang signifikan, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak ada korelasi yang signifikan.