

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dikutip dari Cutlip (2006:312) bahwa tak ada yang lebih menjengkelkan bagi seorang wartawan, editor dan direktur berita selain praktisi yang mengmis agar beritanya dimuat atau keluhannya tentang pemuatan berita. Jurnalis telah mengembangkan objektivitas jurnalistik dan nilai berita. Jika informasi tidak layak diberitakan karena tidak menarik bagi khalayak, maka sebanyak apapun atau sesering apapun praktisi menghubungi media tetap tidak akan mengubah kualitas informasi.

Wartawan dan Hubungan Masyarakat (humas) merupakan dua profesi yang memiliki tugas dan tanggung jawab sama, yaitu sebagai pengelola informasi untuk publik dan saling berhubungan. Yang paling baik yang dapat dilakukan oleh wartawan adalah berjuang mati-matian untuk memenuhi tugas jurnalistik menyampaikan informasi secara tepat waktu, cermat dan efektif, sehingga gambaran tentang dunia dalam benak para anggota masyarakat menjadi lebih akurat setelah menerima pesan-pesan jurnalistik itu (William,1994:52)

Wartawan (pers) memainkan berbagai peranan dalam masyarakat. Peran umum yang biasanya dijalankan oleh pers di antaranya sebagai pelapor (*informer*). Di sini pers bertindak sebagai mata dan telinga publik, melaporkan peristiwa-peristiwa yang di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu, pers juga memiliki peran sebagai *interpreter* yang memberikan penafsiran atau arti pada suatu berita. Pers sebagai wakil dari publik, laporan atau berita mengenai reaksi masyarakat adalah barometer terbaik bagi berhasilnya suatu kebijaksanaan. Pers penjaga (*watchdog*) yaitu sebagai pengritik pemerintah. Serta

peran pers sebagai pembuat kebijaksanaan dan advokasi. Peran ini terutama tampak pada penulisan editorial dan artikel, selain juga tercermin dari jenis berita yang dipilih untuk ditulis oleh para wartawannya dan cara menyajikannya (Iswara, 2005:7-8).

*Public Relations* (PR) sering disebut juga Hubungan Masyarakat yang disingkat menjadi humas. Praktisi PR sama artinya dengan Praktisi humas.

Praktisi humas memiliki hubungan simbiotik dengan jurnalis (wartawan). Untuk meraih publisitas bebas untuk pekerjaan mereka, praktisi butuh akses ke media berita untuk menyebarkan gagasan, informasi atau pandangan organisasi dan klien yang mereka wakili. Jurnalis mengandalkan informasi dalam *press release* untuk artikel tentang acara yang pantas untuk diberitakan dalam komunitas mereka (Cutlip, 2006:174).

Bagian utama dari tugas praktisi humas adalah memahami media, yaitu memahami bagaimana cara bekerja sama dengan setiap medium, cara menghasilkan isi (*content*) untuk masing-masing media, cara memenuhi persyaratan spesifik, dan menangani audien media. Praktisi humas harus membangun dan menjaga hubungan yang saling menghormati dan saling mempercayai dengan awak media. Hubungan ini, meskipun saling menguntungkan, pada intinya tetap berseberangan atau bertentangan, sebab jurnalis dan praktisi tidak dalam bisnis yang sama dan sering kali punya tujuan yang komunikasi yang berbeda (Cutlip, 2006:305).

Konflik antara jurnalis dan praktisi humas sudah terjadi sejak lama. Jurnalis ingin informasi yang mudah didapat, tetapi membenci orang yang menyediakannya. Menjelang pertengahan abad ke-20, jurnalis tergantung pada Praktisi humas untuk mendapatkan berita yang akan dimuat di korannya. Tetapi mengakui ketergantungan ini sama artinya dengan menodai cita-cita yang ideal. Jurnalis bangga akan kemampuannya untuk mengungkap cerita, memverifikasi detail dan mengungkap hal yang buruk. Jadi mereka tidak mungkin mengakui ketergantungannya, tidak mau mengakui kurangnya skeptisismenya, enggan mengakui kegagalan untuk

memverifikasinya dan tak mau mengakui kegagalan untuk mengungkap setiap kebobrokan (Cutlip,2006:307).

Hubungan baik dan buruk antara wartawan dan praktisi humas ini juga ditunjukkan dalam jurnal yang berjudul *Rethinking Public Relations* (Moloney, 2000:119). Jejak permusuhan antara wartawan dan praktisi humas kembali pada akhir abad 19. Banyak komentar tertuju pada kedua profesi ini, yaitu pendapat tentang sikap wartawan terhadap praktisi humas mengenai permusuhan mereka.

Selain bertanggung jawab terhadap publik, wartawan bertanggung jawab kepada media yang mempekerjakannya dan humas juga bertanggung jawab terhadap perusahaan, instansi, atau organisasi yang mempekerjakannya.

Judy Vanslykey Turk menyimpulkan, dalam dunia jurnalistik ada ketidakpercayaan, atau kesalahpahaman, terhadap praktisi humas dengan menganggap mereka sebagai “*flack*” yang melakukan kebohongan dan manipulasi informasi, dan memang Praktisi humas sendiri diindoktrinasi untuk siap menghadapi ketidakpercayaan dari wartawan.(Cutlip,2006:310)

Konflik kepentingan dan misi membuat hubungan praktisi-wartawan menjadi bermusuhan. Praktisi mendukung pandangan tertentu atau pandangan organisasi akan berselisih dengan wartawan yang ingin menggali berita melalui inisiatif jurnalistik dan ingin memberikan laporan yang baik.

Hubungan baik dan buruk antara wartawan dan praktisi humas juga ditunjukkan oleh persepsi mereka terhadap nilai berita. Menurut jurnal yang ditulis oleh Sallot, Steinfatt, dan Salwen, yang berjudul *Journalist' and Public Relations Practitioners' News Values: Perceptions and Cross-Perceptions* (J&MC Quarterly, 1998:367), penelitian yang sama sebelumnya dilakukan terhadap 400 media profesional yang terdiri dari 200 wartawan dan 200 praktisi

*Public Relations* (PR/Humas) di New York selama Januari 1990. Penelitian terhadap wartawan dan praktisi humas tersebut adalah tentang nilai berita menurut mereka dan lebih terpenting persepsi mereka terhadap nilai berita menurut kelompok mereka. Hal itu diprediksi bahwa kedua kelompok tersebut menunjukkan persamaan persepsi nilai berita tersebut dan perbedaan nilai berita di antara mereka.

Di dalam jurnal yang ditulis oleh Sallot (J&MC Quarterly, 1998:369), nilai berita menurut mereka adalah: *factual accuracy* (ketepatan fakta), *interest to readers* (menarik untuk dibaca), *usefulness to readers* (berguna bagi pembaca), *completeness* (kelengkapan), *prompt, timely publications* (tepat, publikasi tetap pada waktunya), *depicts subject in favorable light* (memaparkan permasalahan dengan baik), *mechanical / grammatical accuracy* (mekanisme / sesuatu dengan tata bahasa yang tepat), *Fairness to different views*.

Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa wartawan dan praktisi humas memiliki perbedaan pandangan mengenai nilai berita. Wartawan menempatkan *factual accuracy* pada tingkat pertama, sedangkan dia menilai praktisi humas menempatkan *factual accuracy* pada tingkatan kelima dan menempatkan *depicts subjek in favorable light* pada tingkat pertama. Namun, menurut praktisi humas, dia menempatkan *factual accuracy* pada tingkat pertama, sama seperti praktisi humas menilai jurnalis yang juga menempatkan *factual accuracy* di tingkat pertama.

Ada juga istilah wartawan amplop, yaitu wartawan yang bekerja di media massa tertentu, tetapi beritanya ditulis atau disiarkan atas permintaan orang atau

lembaga yang memberikan amplop atau uang (Tebba,2005:40). Informasi yang ditulis dan disiarkan wartawan ini mengikuti kehendak sang pemberi uang, jadi informasi yang tertulis di dalamnya, belum tentu dapat diyakini kebenarannya. Namun menurut Tebba (2005:40), maksud dari memberi uang tersebut ada dua macam, memberi dengan maksud supaya menyiarkan informasi sesuai si pemberi uang, dan memberi dengan maksud supaya tidak menyiarkan informasi tertentu yang merugikan kepentingan si pemberi uang. Hal ini menjadikan informasi yang disiarkan oleh wartawan tidak lagi objektif, karena fakta yang sesungguhnya menjadi tidak terungkap.

Perkembangan humas di Indonesia pun juga mengalami banyak kendala, antara lain adalah persepsi yang salah mengenai profesi humas. Banyak kalangan berpendapat bahwa kerja humas hanya berhura-hura, menjual kekenesan, *nampang*, halo sana-sini, sok sibuk mengatur acara seremonial, repot mengurus peluncuran produk atau jasa baru, serta jadi MC (*master of ceremony*). Hal itu disebabkan karena fungsi dan tugasnya selama ini hanya merupakan peran komunikator dan perpanjangan tangan dari pimpinan atau perusahaan dengan pihak publiknya (Ruslan,1995:14)

Masih menurut Ruslan (1995:22-24), perbedaan penyampaian pesan antara praktisi humas dan dalam dunia jurnalistik adalah bahwa *journalist* (wartawan) lebih menekankan berita (*news*), dan praktisi humas menitikberatkan pada segi publisitas, menyampaikan hal-hal yang berhubungan dengan publikasi positif dengan tujuan promosi penyebaran informasi, komersial da perkenalan (*introduction*), identitas, nama, dan citra perusahaan (*corporate identity and good*

*image*), hingga berkaitan dengan produk dan jasa yang disampaikan kepada publik yang kemudian direkayasa agar persepsi dan opini selalu positif, sehingga akan memperoleh citra baik dari masyarakat terhadap perusahaan yang diwakilinya.

Dari paparan di atas, praktisi humas dan wartawan menjalankan fungsi dan tugasnya masing-masing. Praktisi humas menginginkan publikasinya dapat disiarkan untuk diketahui publiknya, dan sebaliknya, pers menolak untuk menerima atau meloloskan “berita publikasi” (*press release*) karena tidak layak disiarkan sebagai berita. Hal ini terjadi karena publisitas Humas tidak memenuhi kriteria atau kebijakan redaksi media yang mangacu pada nilai beritanya (*news value*). Saling memandang negatif inilah yang membuat pertentangan di antara kedua profesi ini tak jua reda. Wartawan menganggap praktisi humas hanya menyiarkan suatu bahan *press release* untuk kepentingan publikasinya, sedangkan praktisi humas menganggap bahwa wartawan hanya memburu barita, yang berbau sensasional, negatif dan memojokkan serta merusak “citra” perusahaan dan sebagainya.

Hubungan antara wartawan dan praktisi humas tentang berita disampaikan oleh Kriyantono. Kriyantono (2008:70), menyampaikan perbedaan mendasar antara media (wartawan) dan *Public Relations* (PR/Humas) dalam sebuah tabel sebagai berikut:

**TABEL 1**  
**Perbedaan Fokus Wartawan dan Humas**

PRESS/MEDIA	Humas
Fokus pada : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rumor &amp; Isu</li> <li>• <i>News-value</i></li> <li>• Sensasi</li> <li>• Berita negatif</li> </ul>	Fokus pada : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publisitas positif</li> <li>• <i>Superlative puff</i></li> <li>• Promosi/memperkenalkan</li> <li>• Berita positif</li> </ul>
<b>BERITA</b>	<b>CITRA</b>

*Sumber: Kriyantono, 2008:70*

Pertentangan antara wartawan dan praktisi humas terjadi karena masing-masing memiliki fokus dan tujuan berbeda. Wartawan fokus kepada berita, sedangkan praktisi humas fokus terhadap citra perusahaan yang diwakilinya. Untuk dapat dimuat di surat kabar atau disiarkan di media elektronik, publisitas yang dikirimkan oleh praktisi humas harus sesuai dengan kriteria atau kebijakan redaksi media yang mengacu pada nilai berita. Lantas apakah persepsi nilai berita antara wartawan dan praktisi humas itu sama?

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti mengemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana perbedaan persepsi antara wartawan dan praktisi humas di Yogyakarta tentang nilai berita?

## **C. Tujuan Penelitian**

Menurut rumusan masalah yang dikemukakan di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui perbedaan persepsi wartawan dan praktisi humas di Yogyakarta tentang nilai berita.
2. Mengetahui apakah perbedaan karakteristik demografik mempengaruhi perbedaan persepsi wartawan dan praktis humas terhadap nilai berita.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis: hasil akhir dari penelitian ini diharapkan menambah wacana jurnalistik, serta mengembangkan teori-teori yang dipakai dalam penelitian ini.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi informasi tentang persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita, dan juga persepsi wartawan terhadap praktisi humas dan sebaliknya, dalam kaitannya dengan nilai berita.
3. Memberi informasi empiris tentang persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita, dan juga persepsi wartawan terhadap praktisi humas dan sebaliknya, dalam kaitannya dengan nilai berita.

#### **E. Kerangka Teoritik**

##### **1. Teori Persepsi**

Ada beberapa definisi mengenai persepsi, di antaranya adalah definisi persepsi yang dikemukakan oleh Rakhmat (1998:51), yaitu pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah memberikan makna pada

stimuli inderawi (*sensory stimuli*).

Selain menurut Rakhmat, definisi persepsi menurut Agung(2005:13) adalah sebuah proses di mana seseorang melakukan seleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasi informasi-informasi yang masuk ke dalam pikirannya menjadi sebuah gambar besar yang memiliki arti. Persepsi tidak tergantung pada stimuli fisik saja, tapi juga terhadap stimuli lain yang didasari pada situasi dan kondisi yang dimiliki oleh seseorang secara pribadi.

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera (indera peraba, penglihatan, pencium, pengecap dan pendengar), atensi dan interpretasi (Mulyana, 2005:181). Kemampuan manusia berbeda-beda dalam mengindera lingkungannya, karena mereka juga berbeda secara genetis, berbeda pengalaman dan pembelajaran atau karena sebagian alat inderanya kurang berfungsi, karena usia tua atau kecelakaan (Mulyana, 2005:182). Atensi adalah perhatian yang ditujukan terhadap objek yang direspon. Rangsangan yang menarik perhatian kita, cenderung dianggap lebih penting. Begitu pula interpretasi atas makna dari suatu informasi. Tingkat pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki seseorang mempengaruhi interpretasi makna tersebut. Oleh karena itu, karakter individu yang terdiri dari jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pengalaman kerja dan tipe institusi dinilai mempengaruhi persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita. Hal tersebut dijadikan variabel pengontrol dalam penelitian ini.

Faktor-faktor yang menentukan persepsi menurut Rakhmat (1998: 51-62) adalah: faktor perhatian (*attention*), faktor fungsional, faktor struktural. Faktor

yang sangat mempengaruhi persepsi adalah perhatian (attention). Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Rakhmat,1998:52). Jadi, perhatian itu terjadi jika kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain.

Menurut Rakhmat (1998:52-54), apa yang menjadi perhatian kita ditentukan oleh faktor situasional (eksternal). Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan. Manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak dan akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. Hal-hal baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Begitu pula dengan hal-hal yang disajikan berulang-ulang, disertai dengan sedikit variasi, juga akan menarik perhatian. Namun ada juga faktor internal penaruh perhatian, hal ini terjadi karena seseorang memiliki kecenderungan untuk melihat apa yang ingin ia lihat dan mendengar apa yang ingin didengar.

Wartawan dan praktisi humas melihat nilai berita sebagai objek persepsi. Wartawan dan praktisi humas masing-masing mempunyai ketertarikan sendiri terhadap nilai berita yang mana yang akan mereka posisikan sebagai nilai berita terpenting, karena mereka masing-masing memiliki cara pandang berbeda terhadap suatu peristiwa. Apa yang mereka anggap penting dari peristiwa tersebut, itulah yang akan ditonjolkan dan diutamakan.

Masih menurut Rakhmat (1998:52-54), faktor lain yang mempengaruhi persepsi adalah faktor fungsional. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan,

pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang sering disebut dengan faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut. Persepsi bersifat selektif secara fungsional, maksudnya adalah bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Begitu pula dengan kebudayaan, faktor kebudayaan juga berperan dalam mempengaruhi persepsi. Kerangka rujukan juga mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimannya. Mahasiswa kedokteran akan sulit memahami istilah komunikasi, bila mereka tidak memiliki latar belakang pendidikan dalam ilmu komunikasi, begitu pula sebaliknya.

Persepsi fungsional wartawan dan humas seperti yang telah dikemukakan oleh Kriyantono (2008:70) dalam tabel perbedaan mendasar antara humas dan media (wartawan), adalah bahwa mereka masing-masing fokus pada hal yang berbeda serta tujuan yang berbeda pula, media fokus pada rumor dan isu, humas fokus pada publisitas positif. Media menonjolkan sensasi, humas menonjolkan promosi. Kerangka rujukan juga mempengaruhi persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita. Orang yang berprofesi sebagai wartawan dan praktisi humas tidak semuanya berlatar belakang pendidikan yang sama, tetapi dapat juga dari pendidikan yang berbeda. Wartawan yang memiliki latar belakang jurnalistik akan lebih mudah memahami istilah-istilah dalam dunia jurnalistik, dan praktisi humas yang memiliki latar belakang Humas akan lebih mudah memahami istilah-istilah dalam dunia humas.

Faktor struktural berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Menurut teori Gestalt (Rakhmat, 1998:58), bila kita mempersepsi sesuatu, kita mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan. Kita tidak melihat bagian-bagiannya, lalu menghimpunnya. Persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita tak hanya muncul dari rangkaian peristiwa yang mereka lihat, tetapi juga dari latar belakang peristiwa tersebut, dan apa yang menjadi tujuan wartawan dan praktisi humas dengan adanya peristiwa tersebut. Berita dibuat bukan hanya dari peristiwanya saja, melainkan latar belakang dan tujuan yang akan dicapai dari pemberitaan peristiwa tersebut.

Namun, persepsi bukan saja terhadap benda mati saja (Rakhmat, 1998:58). Dalam hal ini yang dipersepsikan oleh wartawan dan praktisi humas adalah nilai berita, tetapi juga terhadap objek-objek sosial, yaitu wartawan dan praktisi humas itu sendiri. Persepsi terhadap manusia (sebagai objek persepsi) disebut sebagai persepsi interpersonal. Persepsi wartawan terhadap praktisi humas, dan persepsi praktisi humas terhadap wartawan, dalam kaitannya dengan nilai berita akan terjawab melalui penelitian ini.

## **2. Hubungan wartawan dan praktisi humas.**

Wartawan sama dengan jurnalis, yaitu orang yang bertugas melakukan kegiatan jurnalisme. Jurnalisme adalah sebuah disiplin yang berhubungan dengan mengumpulkan, memverifikasi, melaporkan, dan menganalisis informasi yang dikumpulkan berkenaan dengan peristiwa aktual, termasuk kecenderungan, isu dan orang-orang yang melakukan peliputan (Nurudin, 2009:8,9). Singkatnya,

wartawan adalah individu yang bekerja, mencari, mengolah, mengedit, dan menyiarkan informasi.

Humas sama dengan *Public Relations* yaitu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, 2006:6). Praktisi humas adalah orang yang melakukan fungsi tersebut. Tujuan profesi ini antara lain adalah untuk menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik yang *favorable* serta membentuk *goodwill* dan bekerja sama (Kriyantono, 2008:5).

Menurut Cutlip (2006:286), ada dua macam media yang digunakan oleh praktisi humas untuk berkomunikasi dengan publik, yaitu media terkontrol dan media tak bisa dikontrol. Dengan media terkontrol, praktisi bisa menentukan informasi apa yang akan dimuat, bagaimana pemuatannya dan kapan dimuat, serta pada tingkat tertentu kepada siapa berita itu ditujukan.

Media yang tidak bisa dikontrol adalah media di mana praktisi humas tidak punya peran langsung dalam pembuatan keputusan untuk isi media. Awak media adalah yang menentukan apakah suatu berita akan dimuat, apa yang dimuat, bagaimana pemuatannya dan kapan dimuat, serta kepada siapa berita itu akan dilaporkan.

*Press release* atau *news release* merupakan salah media publisitas yang dibuat oleh sumber-sumber humas untuk menyampaikan informasi. Hal ini juga memberikan kemudahan bagi wartawan untuk mengetahui informasi bagi beritanya. *News release* yang diterbitkan untuk dikirim ke koran, stasiun siaran

dan media lainnya, dalam rangka menarik minat reporter untuk meliput peristiwa atau mengembangkan berita dengan harapan sudut pandang perusahaan akan dimasukkan dalam berita itu (Vivian, 2008:350). Namun tidak semua *press release* yang diterima oleh wartawan kemudian dipercaya seluruh isinya. Karena salah satu ciri khas jurnalisme adalah skeptis, yaitu sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima, dan mewaspadaai segala kepastian agar tidak mudah ditipu (Ishwara,2005:1). Sehingga semua wartawan wajib periksa ulang informasi tersebut.

Wartawan memerlukan orang-orang humas, sama seperti orang-orang humas memerlukan wartawan. Kenyataannya, literatur jurnalisme menyatakan 40-50 persen atau lebih dari semua berita yang dilaporkan setiap hari berasal dari departemen humas dari pemerintah, bisnis, dan organisasi nirlaba. Maka hubungan media merupakan salah satu strategi yang penting dan tentu saja memiliki profil paling tinggi yang digunakan oleh humas untuk mengkomunikasikan dan mengembangkan hubungan dengan masyarakat (Parsons, 2007:90).

Penelitian ini ditujukan kepada wartawan dan praktisi humas di Indonesia. Untuk itu, peneliti akan menjelaskan definisi dan tugas dari masing-masing profesi serta hubungan antar kedua profesi tersebut. Menurut Pasal 1 ayat (1) UU Pokok Pers No. 40 / 1999 (Sumadiria, 2005:31), pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara dan

gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Pers adalah lembaganya, wartawan adalah orang bekerja dalam lembaga tersebut dan menjalankan fungsi lembaga tersebut.

Humas adalah alat komunikasi persuasif yang dapat dipakai orang untuk memotivasi orang lain dan institusi lain dalam rangka membantu mereka mencapai tujuan (Vivian, 2008:334). Praktisi humas adalah orang yang menjalankan alat tersebut. Praktisi humas dan wartawan inilah yang akan menjadi objek penelitian yang berjudul “Persepsi Wartawan dan Praktisi Humas di Yogyakarta terhadap Nilai Berita” ini.

### **3. Berita**

Berita itu sendiri memiliki banyak pengertian. Diantaranya adalah disebutkan oleh para pakar yang bertitik tolak dari dunia surat kabar:

Paul De Massenner mengemukakan bahwa berita adalah informasi yang penting dan menarik minat khalayak. Menurut Charnley dan James M. Neal, berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. Sedangkan menurut Deog Newsom dan James A. Wollert, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Assegaf juga mengemukakan berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan. Menurut Sumadiria, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet.(Sumadiria,2005:64)

Menurut Hardjono (1987:175), berita adalah bentuk artikel yang dikenal dalam jurnalistik, yang berfungsi melaporkan kejadian-kejadian, atau peristiwa-peristiwa pada suatu saat, yang dapat berkembang dengan cepat, namun hanya memerlukan data yang tidak mendalam penulisannya. Berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan “tradisional”, melainkan juga pada radio, televisi, film, dan internet, atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita pada awalnya memang hanya “milik” surat kabar, tetapi sekarang seperti sudah menjadi darah daging di radio, televisi, dan internet. Tidak ada media tanpa berita, sebagaimana berita tanpa media. Sedangkan definisi berita menurut humas adalah segala sesuatu yang hangat, faktual dan menarik perhatian sejumlah orang (Kriyantono, 2008:107).

*Press release* dikenal juga dengan istilah *release* / rilis, adalah sebuah baerita atau informasi yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatannya (*a piece of news written by organizations whose activities it describes*).

*Press-release is pseudo news story that seeks to demonstrate to an editor or reporter the newsworthiness of a particular person, event, sevice or product; Press-release is simply a statement prepared for distribution to the media. The purpose of a press release is to give journalist informations that is useful, accurate, and interesting* (Kriyantono, 2008:131).

Jadi, padasarnya *press release* merupakan berita tentang perusahaan (individu, kegiatan, pelayanan atau produk). Berita tersebut dikirimkan atau disiarkan ke media (pers), sehingga disebut juga siaran pers atau *news release*. Untuk dapat dimuat di media, berita dalam *press release* ini harus disesuaikan dengan kaedah jurnalistik dan kebijakan redaksi. Dalam kaedah jurnalistik, berita

adalah laporan terbaru tentang peristiwa, pendapat, atau masalah yang menarik perhatian orang (*news is account of current idea, event or problem interest people*) (Kriyantono, 2008:131-132).

Persamaan antara berita jurnalistik dan *press-release* adalah sama-sama merupakan informasi yang ditujukan untuk khalayak, mengandung *news-value* yang dapat menarik perhatian khalayak, dan sama-sama menuntut adanya teknik penulisan tertentu, seperti 5W+1H. Perbedaan *press-release* dengan berita jurnalistik adalah pembuatnya. Berita jurnalistik dibuat oleh wartawan melalui proses peliputan, menulis, yang kemudian berita tulisan wartawan tersebut diedit oleh redaksi. Sumber berita bisa berasal dari mana saja, termasuk dari *Public Relations*. Melaporkan fakta sebagaimana adanya sebagai bentuk tanggung jawab profesi wartawan untuk memenuhi hak informasi publik. Dampak pemberitaan tidak selalu harus berkembang kepada sikap atau pendapat yang baik terhadap apa yang disampaikan, malah dapat terjadi yang sebaliknya. Fungsi berita untuk kontrol sosial, memberi tahu, mendidik, membimbing, meyakinkan dan membantu khalayak dalam menyikapi peristiwa.

Perbedaannya dengan *press-release* adalah *press-release* dibuat oleh organisasi atau perusahaan. Beritanya mencakup peristiwa yang direncanakan, yaitu *event* yang dibuat perusahaan. *press-release* digunakan sebagai media untuk menyampaikan kegiatan organisasi yang kemudian dikirim ke media, juga digunakan sebagai sumber bagi media, namun *angle* yang ditonjolkan adalah peristiwa yang dianggap penting, yang bisa saja berbeda dengan Humas dalam *realease*-nya. *Press-release* juga digunakan sebagai alat untuk membina dan

menumbuhkan sikap, pendapat, atau citra yang baik dari anggota masyarakat kepada organisasi (membentuk opini positif), dan juga sebagai alat untuk mengalihkan perhatian publik dari fakta yang merugikan organisasi dan memusatkan fakta yang menguntungkan organisasi. Kriyantono (2008:133) menyebutkan, *press-release* merupakan *pseudo-news story* (berita yang sengaja diciptakan) tentang peristiwa, figur (*person*), jasa atau produk suatu perusahaan.

#### 4. Nilai Berita

Kriteria umum nilai berita (*news value*) merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, yakni para reporter (wartawan) dan editor, untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Dengan kriteria tersebut, seorang reporter dapat dengan mudah mendeteksi mana peristiwa yang perlu diliput dan dilaporkan, dan mana peristiwa yang tak perlu diliput dan harus dilupakan.

Kriteria nilai berita, juga sangat penting bagi editor dalam mempertimbangkan dan memutuskan, mana berita terpenting dan terbaik untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan melalui medianya kepada masyarakat luas. Johan Galtung dan Marie Ruge (Nurudin,2009:52) memberikan kriteria nilai berita sebagai berikut: *frequency, negativity, unexpectedness, unambiguity, personalization, meaningfulness, reference to elite nations, reference to elite persons, conflict, continuity, consonance, dan composition*. Sementara itu, nilai berita menurut Bell A. meliputi: *competition, cooptation, prefabrication, predictability*.

Ashadi Siregar juga mengungkapkan nilai berita menurut mereka, yaitu

*significance, magnitude, timeliness, proximity, prominence, human interest.*

Sedangkan nilai berita menurut Sumadiria (2006:80-91) adalah: keluarbiasaannya (*unusualness*), kebaruan (*newsness*), akibat (*impact*), aktual (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), informasi (*information*), konflik (*conflict*), orang penting (*public figure, news maker*), kejutan (*surprising*), ketertarikan manusiawi (*human interest*), seks (*sex*).

Salah satu produk tulisan humas adalah berita. *Press release* adalah berita (Kriyantono, 2008:133), isi *newsletter* adalah berita, atau isi *company profile* adalah berita. Segala tulisan yang dikirim oleh humas ke media harus bernilai berita. Semakin media menganggap berita yang disampaikan menarik (memiliki nilai jual), maka semakin besar untuk dapat dimuat. Kriteria berita yang lainnya adalah seperti yang disebutkan oleh Kriyantono (2008:114-116) yaitu terbaru (aktual), proksimitas (kedekatan), *magnitude* (kebesaran), *prominence* (kemasyuran), tema-tema yang menarik (*human interest*).

Seperti yang telah dilemukakan dalam latar belakang masalah, di dalam jurnal yang ditulis oleh Sallot (J&MC Quarterly, 1998:369), nilai berita adalah: *factual accuracy* (ketepatan fakta), *interest to readers* (menarik untuk dibaca), *usefulness to readers* (berguna bagi pembaca), *completeness* (kelengkapan), *prompt, timely publications* (tepat, publikasi tetap pada waktunya), *depicts subject in favorable light* (memaparkan permasalahan dengan baik), *mechanical / grammatical accuracy* (mekanisme / sesuatu dengan tata bahasa yang tepat), *Fairness to different views*. 8 kriteria nilai berita dalam jurnal J&MC Quarterly (1998:369) inilah yang akan menjadi landasan bagi peneliti untuk meneliti, karena

penelitian ini merupakan penelitian yang sama, hanya saja penelitian ini dilakukan di Indonesia. Peneliti berasumsi, bahwa dengan perbedaan negara yang tentunya berbeda sistem demokrasi dan gaya hidup masyarakatnya, maka persepsi wartawan dan praktisi humas yang ada di Indonesia berbeda.

Berikut ini adalah tabel-tabel hasil penelitian yang dilakukan di New York kepada 200 wartawan dan 200 praktisi humas tentang persepsi mereka terhadap nilai berita.

TABEL 2  
*Journalists 'News Values\*' and Journalist 'Perceptions of Practitioner' News Values*

<i>Self Evaluations (SEJ)</i>				<i>Perceptions of Practtoners Values (J &gt; PR)</i>			
<i>News Value</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Rank</i>	<i>News Value</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Rank</i>
1	83	1.7	1	1	77	4.6	5
2	83	3.4	2	2	80	3.3	2
3	82	4.7	5	3	76	4.5	4
4	82	4.8	6	4	75	5.4	6
5	84	4.2	4	5	79	3.5	3
6	81	7.8	8	6	81	1.9	1
7	82	5.6	7	7	75	5.6	7
8	82	4.1	3	8	76	7.2	8

\*News Value:

1. *Factual accuracy*
2. *Interest to readers*
3. *Usefullness to readers*
4. *Completeness*
5. *Prompt, timely publication*
6. *Depicts subject in favorable light*
7. *Mechanical / grammatical accuracy*
8. *Fairness to different views*

Sumber: *J&MC Quarter, 1998:369*

Tabel 2 tersebut dan 3 berikut memaparkan tentang peringkat nilai berita menurut wartawan dan praktisi humas dan peringkat nilai persepsi terhadap kelompok mereka.

TABEL 3  
*Practitioner' 'News Values\* and Practitioner 'Perceptions of Practitioner' News Values*

<i>Self Evaluations</i>				<i>Perceptions of Practitioners Values</i>			
<i>(SEPR)</i>				<i>( PR &gt; J)</i>			
<i>News Value</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Rank</i>	<i>News Value</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Rank</i>
1	111	2.2	1	1	114	2.6	1
2	112	2.4	2	2	115	3.2	3
3	110	4.4	4	3	114	4.2	4
4	109	4.8	5	4	113	5.2	6
5	111	3.2	3	5	113	4.6	5
6	109	7.8	8	6	113	3.1	2
7	110	5.6	7	7	112	5.8	7
8	109	5.4	6	8	112	6.7	8

\*News Value:

1. *Factual accuracy*
2. *Interest to readers*
3. *Usefulness to readers*
4. *Completeness*
5. *Prompt, timely publication*
6. *Depicts subject in favorable light*
7. *Mechanical / grammatical accuracy*
8. *Fairness to defferent views*

Sumber: *J&MC Quarter, 1998:369*

Dilihat dari hasil penelitian yang dipaparkan dalam dua tabel di atas adalah bahwa wartawan dan praktisi Humas memiliki perbedaan pandangan mengenai nilai berita. Wartawan menempatkan *factual accuracy* pada tingkat pertama, sedangkan dia menilai praktisi humas menempatkan *factual accuracy* pada tingkatan ke lima dan menempatkan *depicts subject in favorable light* pada

tingkat pertama (Tabel 2). Namun, menurut praktisi humas, dia menempatkan *factual accuracy* pada tingkat pertama, sama seperti praktisi humas menilai Wartawan yang juga memempatkan *factual accuracy* di tingkat pertama (Tabel 3).

TABEL 4  
*Comparison of Actual News Values of Journalist and Practitioners*

	<i>Journalist' Mean</i>	<i>PR Mean</i>	<i>t- value</i>
	1.7	2.2	
<i>Factual Accuracy</i>	N=83	N=112	2.08
	3.4	2.4	
<i>Interest to Readers</i>	N=83	N=112	-4.07*
	4.1	5.4	
<i>Fairness to Defferent Views</i>	N=82	N=109	3.57*
	4.2	3.2	
<i>Prompt, Timely Publication</i>	N=84	N=111	-4.11*
	4.7	4.4	
<i>Usefulness to Readers</i>	N=82	N=110	-0.93
	4.8	4.8	
<i>Completeness</i>	N=82	N=109	-0.13
	5.6	5.6	
<i>Mechanical / Gramatical Accuracy</i>	N=82	N=110	0.99
	7.8	7.8	
<i>Depicts Subject in Favorable Light</i>	N=81	N=109	0.97

\* $p < .001$

Sumber: *J&MC Quarter, 1998:371*

Poin perbandingan antara wartawan dan Praktisi humas tentang nilai berita menurut dirinya sendiri tersaji pada tabel 4. Menurut tabel tersebut, perbedaan yang *significant* adalah pada *Interest to Readers, Fairness to Defferent Views, Prompt, Timely Publication*.

TABEL 5  
*Comparison of the Other Occupations' Perceived News Values*

	<i>Journalist' Mean</i>	<i>PR Mean</i>	<i>t- value</i>

<i>Factual Accuracy</i>	4.6 N=77	2.6 N=114	-7.84*
<i>Interest to Readers</i>	1.9 N=81	3.1 N=113	3.83*
<i>Fairness to Defferent Views</i>	3.3 N=80	3.2 N=115	-0.39
<i>Prompt, Timely Publication</i>	4.5 N=82	4.2 N=113	-1.38
<i>Usefullness to Readers</i>	3.5 N=79	4.6 N=113	4.17*
<i>Completeness</i>	5.4 N=75	5.2 N=113	-0.7
<i>Mechanical / Gramatical Accuracy</i>	5.8 N=75	5.6 N=112	0.97
<i>Depicts Subject in Favorable Light</i>	6.7 N=76	7.2 N=112	-1.73

\* $p < .001$

Sumber: *J&MC Quarter*, 1998:371

Perbandingan persepsi wartawan terhadap praktisi humas tentang nilai berita tersaji dalam tabel 5. Menurut tabel tersebut, perbedaan *significant* terdapat pada *Factual Accuracy*, *Interest to Readers*, *Usefullness to Readers*.

TABEL 6

*Agreement, Accuracy, and Perceived Agreement of Comparisons of Journalists' and Practitioners' Own and Each Others' News Value*

<i>Agreement</i>	<i>SEJ vs SEPR</i>	.86*
<i>Accuracy</i>	<i>SEJ vs PR &gt; j</i>	.17
<i>Accuracy</i>	<i>SEPR vs J &gt; PR</i>	.24
<i>Perceived Agreement</i>	<i>SEPR vs PR &gt; J</i>	.45
<i>Perceived Agreement</i>	<i>SEJ vs J &gt; PR</i>	-.10

Sumber: *J&MC Quarter*, 1998:372

Kesimpulan dari teori tersebut adalah bahwa akan ada perbedaan persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita karena faktor fungsional dan struktural baik secara personal maupun kelompok yang dialami berbeda-beda.

## **F. Hipotesis Teoritis**

Berdasarkan paparan di atas, peneliti merumuskan hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

1. Ada perbedaan persepsi wartawan dan praktisi humas tentang nilai berita.
2. Perbedaan persepsi wartawan dan praktisi humas tentang nilai berita dipengaruhi oleh karakteristik individu.

## **G. Kerangka Konsep**

1. Persepsi

Pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsikan pesan. Persepsi tidak tergantung pada stimuli fisik saja, tapi juga terhadap stimuli lain yang didasarkan pada situasi dan kondisi yang dimiliki oleh seseorang secara pribadi.

2. Wartawan

Wartawan sama dengan jurnalis, yaitu orang yang bertugas melakukan kegiatan jurnalisme. Jurnalisme adalah sebuah disiplin yang berhubungan dengan mengumpulkan, memverifikasi, melaporkan, dan menganalisis informasi yang dikumpulkan berkenaan dengan peristiwa aktual, termasuk kecenderungan, isu dan orang-orang yang melakukan peliputan (Nurudin, 2009:8,9). Singkatnya, wartawan adalah individu yang bekerja, mencari, mengolah, mengedit, dan menyiarkan informasi.

3. Praktisi humas

Humas sama dengan *Public Relations* yaitu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip,2006:6). Praktisi humas adalah orang yang melakukan fungsi tersebut. Tujuan profesi ini antara lain adalah untuk menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik yang *favorable* serta membentuk *goodwill* dan bekerja sama (Kriyantono,2008:5).

#### 4. Nilai berita

Peneliti menggunakan kriteria nilai berita dalam jurnal yang ditulis oleh Lynne M. Sallot, Thomas M. Steinfatt, and Michael B. Salwen (*J&MC Quarterly*,1998:369) nilai berita menurut mereka adalah:

- a. *Factual accuracy* (ketepatan fakta)
- b. *Interest to readers* (menarik untuk dibaca)
- c. *Usefulness to readers* (berguna bagi pembaca)
- d. *Completeness* (kelengkapan)
- e. *Prompt, timely publications* (tepat, publikasi tetap pada waktunya)
- f. *Depicts subject in favorable light* (memaparkan permasalahan dengan baik)
- g. *Mechanical / grammatical accuracy* (mekanisme / sesuai dengan tata bahasa yang tepat)
- h. *Fairness to different views* (cara pandang yang adil)

#### 5. Karakteristik individu:

Individu yang dimaksud dalam penelitian ini adalah wartawan dan praktisi humas.

- a. Jenis kelamin (Laki-laki / Perempuan)
- b. Usia
- c. Latar belakang pendidikan

- **Komunikasi:** wartawan atau praktisi humas yang berlatar belakang pendidikan komunikasi
- **Non-komunikasi:** wartawan atau praktisi humas yang berlatar belakang pendidikan non-komunikasi seperti bidang teknik, hukum, seni, kedokteran, dan lain-lain.

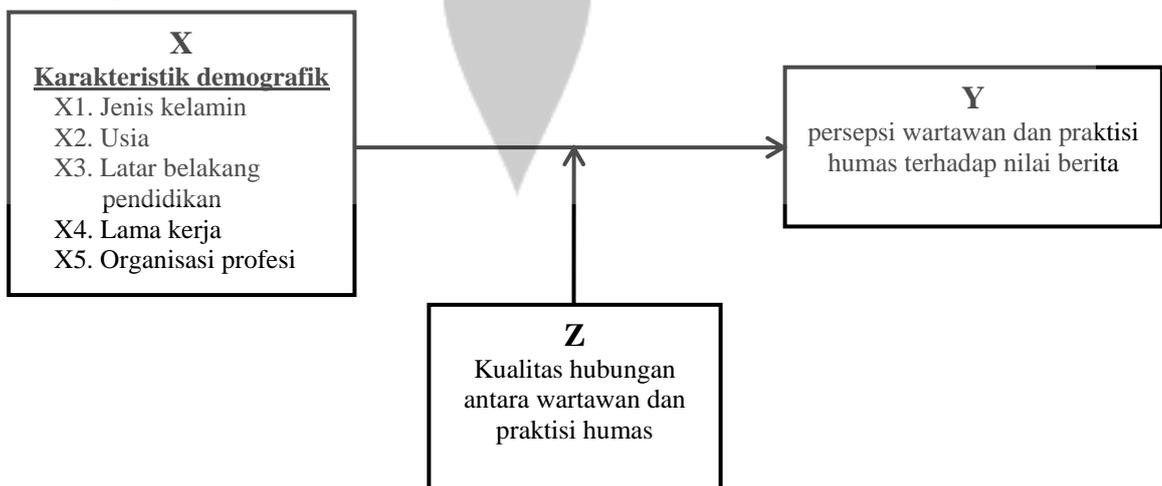
d. Pengalaman kerja

Pengalaman kerja yang dimaksud oleh peneliti adalah lama kerja yang telah dilalui sebagai wartawan dan praktisi humas. Misalnya 1 tahun, 2 tahun, dan seterusnya lama waktu bekerja sebagai wartawan di media cetak atau bekerja sebagai humas perhotelan di Yogyakarta.

e. Ketergabungan dalam organisasi profesi tertentu.

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dari ketergabungan dalam organisasi profesi tertentu adalah wartawan atau praktisi humas tersebut bergabung dalam suatu organisasi atau perkumpul, dimana anggota anggotanya memiliki kesamaan profesi. Dalam penelitian ini peneliti merujuk pada anggota Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), dan Kapurel (Keluarga *Public Relations*) sebagai responden penelitian.

Hubungan antar variabel:



**Keterangan:**

**X** : karakteristik demografik

- Jenis kelamin
- Usia
- Latar belakang pendidikan (Komunikasi/non-komunikasi)
- Pengalaman kerja (lama kerja)
- Ketergabungan dalam suatu organisasi profesi

**Y** : persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita.

**Z** : kualitas hubungan antara wartawan dan praktisi humas.

Variabel X atau variabel independen menjadikan adanya perbedaan variabel Y atau variabel dependen. Dalam hubungan X terhadap Y ini dipengaruhi oleh variabel kontrol atau Z. Dalam penelitian ini, variabel independen faktor-faktor penyebab terjadinya persepsi menjadikan adanya perbedaan pada variabel dependen yaitu persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap nilai berita yang dikontrol oleh karakter individu, antara lain jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, dan ketergabungan dalam organisasi profesi tertentu.

## **H. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan paparan di atas, peneliti merumuskan hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

Tidak ada perbedaan persepsi wartawan dan praktisi humas tentang nilai berita.

## **I. Definisi Operasional**

Penjabaran definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dan sedikit

dimodifikasi untuk dapat disesuaikan terhadap permasalahan dalam penelitian ini.

#### 1. Karakteristik demografik.

- Jenis kelamin
- Usia
- Latar belakang pendidikan (Komunikasi/non-komunikasi)
- Pengalaman kerja
- Tipe institusi

Dalam penelitian ini variabel karakter individu diukur dengan menggunakan skala nominal atau dapat menyatakan skala kategori. Angka atau atribut yang dipergunakan dalam pengukuran menyatakan suatu nama untuk menyebutkan kategori atau kelompok variabel. Nilai variabel dengan skala nominal merupakan penjelasan kategori, tetapi tidak menjelaskan nilai peringkat, jarak dan dengan perbandingan tertentu (Ruslan, 2003:192).

#### 2. Persepsi terhadap nilai berita

Indikatornya memberi ranking atau memberikan nilai dengan angka urutan dari 1 sampai 8 pada kolom yang tersedia. Angka 1 menunjukkan tingkat paling terpenting, angka 8 adalah angka yang menunjukkan nilai yang tidak terlalu penting.

##### a. *Factual accuracy* (ketepatan fakta)

Indikatornya: fakta yang ditulis dalam berita

- Berita dibuat sesuai dengan data-data yang diperoleh dari lapangan.
- Berita dibuat sesuai dengan peristiwa yang dilihat sendiri.

- Data berita didapat secara langsung dari sumber yang mengalami peristiwa.
- Tidak menyembunyikan sesuatu yang lain yang bersifat negatif seperti prasangka atau fitnah.

*b. Interest to readers* (menarik bagi pembaca)

Indikatornya: ketertarikan khalayak untuk membaca, mendengar dan menyaksikan berita. Dalam hal ini, ketertarikan khalayak untuk membaca, mendengar, dan menyaksikan berita tersebut, yang meliputi:

- Tema menarik.
- Judul menarik.
- Mengandung atau tidak mengandung unsur pertikaian atau konflik.
- Mengandung unsur hiburan.

*c. Usefulness to readers* (berguna bagi pembaca)

Indikatornya: kegunaan berita bagi pembaca. Dalam hal ini, persepsi nilai berita antara wartawan dan praktisi humas meliputi:

- Berita membuat khalayak melakukan tindakan sesuai dengan yang diberitakan.
- Berita membuat khalayak berubah persepsi tentang sesuatu.
- Berita untuk mencari dukungan.
- Berita untuk mencari hiburan.
- Berita untuk menambah pengetahuan.

*d. Completeness* (kelengkapan berita)

Dalam hal ini, kelengkapan berita meliputi:

- Berita yang selalu menyebutkan sumbernya.
- Data disebutkan secara lengkap.
- Peristiwa yang terjadi diceritakan secara lengkap dan jelas.

e. *Prompt, timely publications* (tepat, publikasi tetap pada waktunya)

Indikatornya: berita sampai kepada khalayak tepat pada waktunya, berkaitan dengan aktualitas berita. Dalam hal ini, ketepatan publikasi atau aktualitas meliputi:

- Waktu penyampaian berita kepada khalayak.
- Berita disampaikan kepada khalayak secepat mungkin setelah peristiwa terjadi (aktual)
- Berita selalu mengenai peristiwa yang baru.

f. *Depicts subject in favorable light* (memaparkan permasalahan dengan baik)

Indikatornya: permasalahan yang dipaparkan dalam berita. Dalam hal ini, permasalahan yang dipaparkan dalam berita meliputi:

- Yang buruk adalah yang baik diberitakan, *bad news is good news*.
- Masalah yang diberitakan tidak memicu permasalahan lain.
- Berita tidak memojokkan atau mendukung pelaku-pelaku peristiwa.

g. *Mechanical / grammatical accuracy* (mekanisme / sesuatu dengan tata bahasa yang tepat)

Indikatornya: mekanisme dan tata bahasa berita. Dalam hal ini mekanisme dan tata bahasa berita meliputi:

- Narasi panjang atau singkat.

- Bahasa sederhana dan jelas.
- Menggunakan bahasa Indonesia yang baku.
- Penggunaan kata-kata klise dan bombastis.
- Sistematika paragraf.
- Penyebutan angka.

*h. Fairness to different views* (keadilan terhadap perbedaan pandangan)

Indikatornya: obyektivitas berita. Dalam hal ini, obyektivitas berita meliputi:

- Pesan yang akan disampaikan harus dilihat dari sudut pandang yang netral (tidak berpihak) dan jernih (tidak ada niat tersembunyi).
- Kejujuran dalam mengungkapkan fakta berita.
- Penyampaian berita tidak menuai kerugian untuk orang lain.
- Menghormati hak jawab, komentar, dan argumentasi dari pihak yang diberitakan.
- Menghormati privasi pihak yang diberitakan.

Dalam penelitian ini, variabel persepsi wartawan dan praktisi humas diukur dengan menggunakan skala rating. Data yang diperoleh adalah berupa angka atau data kuantitatif yang ditafsirkan atau dimaknakan ke kualitatif (Iskandar, 2008: 84).

### 3. Kualitas hubungan yang baik antara wartawan dan praktisi humas.

Indikatornya: menjawab pertanyaan mengenai sikap wartawan terhadap humas dan sebaliknya, sikap humas terhadap wartawan.

Pertanyaan tersebut adalah:

- a. Kepercayaan wartawan terhadap humas terhadap *press conference* yang diselenggarakan.
- b. Ketersediaan *space* (tempat) di media khusus untuk publikasi humas.
- c. Pengetahuan humas tentang jurnalistik.
- d. Penilaian wartawan terhadap *press release* dari humas.
- e. Kerjasama wartawan dan humas.
- f. Fasilitas dari humas untuk wartawan untuk menunjang hubungan yang baik antara keduanya.
- g. Ketergantungan media terhadap informasi dari humas.
- h. Keberimbangan wartawan dan humas dalam menulis publikasi atau berita.
- i. Kepercayaan wartawan terhadap humas sebagai nara sumber berita.
- j. Kepercayaan humas terhadap wartawan terutama dalam hubungannya dengan publisitas.

Variabel tentang kualitas hubungan yang baik antara wartawan dan humas ini diukur dengan menggunakan skala Guttman. Responden (wartawan dan praktisi humas) menjawab pertanyaan dengan memilih salah satu dari dua jawaban yang tegas, yaitu setuju atau tidak setuju, benar atau tidak, positif atau negatif (Ruslan, 2003:188). Responden yang menjawab benar, maka akan diberi nilai satu, jika menjawab salah maka akan diberi nilai nol. Jika total nilai tiap responden rata 0-4, maka peneliti menyimpulkan kualitas hubungan wartawan dan humas tidak baik. Jika total nilai tiap responden rata 5-10, maka peneliti menyimpulkan kualitas hubungan wartawan dan humas adalah baik.

## **J. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok (Singarimbun, 1989:3). Peneliti mendatangi secara langsung responden (wartawan dan praktisi humas di Yogyakarta) ke lapangan kemudian meminta responden untuk mengisi kuesioner dan menjawab pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Kuesioner yang akan diisi oleh responden (wartawan AJI , PWI, dan praktisi humas Kapurel) terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama adalah identitas responden, diukur dengan skala nominal. Bagian kedua adalah faktor eksternal wartawan dan praktisi humas dalam menjalankan profesinya diukur dengan menggunakan skala Guttman, dan ketiga adalah persepsi wartawan dan praktisi humas terhadap tingkat kepentingan nilai berita yang diukur dengan menggunakan skala ordinal. Skala pengukuran ordinal ini memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh obyek atau individu tertentu. Tingkat pengukuran ini mempunyai informasi skala nominal ditambah dengan sarana peringkat relatif tertentu.

### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah perbandingan dengan menjabarkan persepsi wartawan media cetak dan praktisi humas perhotelan terhadap nilai berita. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data-data dari hasil penyebaran

kuesoner terhadap objek penelitian akan dinyatakan dalam bentuk angka, yang kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS.

### 3. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan data guna penyederhanaan fenomena yang ada, agar lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan guna digeneralisasi (Iskandar, 2008:111). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Uji-*t*.

Uji-*t* digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata (mean) untuk dua kelompok dan menentukan apakah terdapat perbedaan yang sebenarnya atau secara kebetulan. Jika nilai  $p < 0.05$  maka hipotesis nol ditolak, yaitu kesimpulan yang dibuat terdapat perbedaan signifikan antara kedua variabel yang diuji. Jika nilai  $p > 0.05$ , maka hipotesis diterima, yaitu kesimpulan ialah terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua variabel (Iskandar, 2008:113). Uji-*t* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji-*t* dua sampel (*independent sample T-Test*).

### 4. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan terhadap wartawan yang tergabung dalam Aliansi Wartawan Independen (AJI), Persatuan Wartawan Independen (PWI) dan praktisi humas yang tergabung dalam Keluarga *Public Relations* (Kapurel). Ketiga organisasi tersebut semua berusat di Kota Yogyakarta.

### 5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun, 1989:108). Populasi wartawan yang menjadi

responden dari penelitian ini adalah wartawan anggota Aliansi Jurnalisme Independen (AJI) dan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). Jumlah anggota AJI tercatat 48 wartawan, namun tidak semua anggota berada di Yogyakarta. Sedangkan menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Agustus 2010 kepada Ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Bapak Sihono, jumlah anggota PWI Jogja berkisar antara 300 orang.

Peneliti memilih anggota AJI dan PWI sebagai responden penelitian karena peneliti menilai AJI dan PWI memiliki perbedaan perlakuan terhadap kode etik jurnalistik dimana hal tersebut diduga dapat memunculkan perbedaan persepsi nilai berita diantara mereka. Sedangkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada bulan September 2010 dengan ketua pengelola Keluarga Publik Relations (Kapurel), Deddy Pranowo Eryono mengatakan bahwa jumlah total anggota Kapurel adalah 198 praktisi Humas. Jumlah tersebut dijadikan oleh peneliti sebagai populasi penelitian ini, dengan pertimbangan wartawan anggota AJI dan PWI serta praktisi humas anggota Kapurel di Yogyakarta mudah untuk dijumpai sehingga memudahkan dalam penyebaran kuisioner.

Menurut Sumanto (1995:47), untuk keperluan belajar; bagi pemula atau mahasiswa ada jumlah sampel terkecil pantas (bukan ketentuan). Untuk riset deskriptif 10% dari populasi; riset korelasi 30 subyek. Teknik sampling yang akan digunakan adalah *accidental sampling* atau sampel kebetulan, yaitu dengan mengambil sampel siapa saja yang ada atau kebetulan ditemui. Sesuai dengan teori tersebut, peneliti menentukan jumlah sampel sebagai berikut: 30 wartawan anggota AJI dan 30 praktisi humas perhotelan anggota Kapurel di Yogyakarta.

Peneliti mengedarkan kuesioner kepada semua responden yang ditemui dilapangan. Kuesioner yang telah diisi tersebut disaring atau dipilih sesuai kebutuhan peneliti hingga jumlahnya mencapai 30 kemudian baru diproses sesuai kebutuhan penelitian. Kuesioner yang tidak diisi dengan sesuai maka tidak akan dipakai atau diproses.

#### 6. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu wartawan anggota Aliansi Wartawan Independen (AJI) dan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) serta praktisi humas anggota Keluarga *Public Relations* (Kapurel) di Yogyakarta.

#### 7. Jenis Data

##### a. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari objek penelitian (wartawan dan praktisi humas) melalui penelitian lapangan secara tertulis dengan kuesioner. Data primer yang dimaksud adalah mengenai diri responden yang mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pengalaman kerja, ketergabungan dengan organisasi serta persepsi mereka (wartawan dan praktisi humas) terhadap nilai berita.

##### b. Data Sekunder

Merupakan data yang dikumpulkan dari *website* dan data dari nara sumber terkait yang berupa daftar anggota organisasi, jumlah anggota, alamat, dan lain sebagainya.