

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi mendorong masyarakat dalam era peradaban baru yaitu era informasi, sehingga terlihat adanya perubahan pola pikir dan tata nilai yang ada dalam masyarakat khususnya Indonesia. Kebutuhan akan informasi menjadi penting dipenuhi masyarakat saat ini, yang membuat media massa atau pers memiliki peran penting dalam proses penyebarluasan informasi.

Secara garis besar bentuk-bentuk naskah surat kabar, majalah dan media massa cetak lainnya (termasuk *House Journal*), begitupun dengan media online adalah bentuk berita, *feature*, *news feature*, dan artikel. Teknik menulis berita pada umumnya menggunakan gaya penulisan piramida terbalik. Hal ini untuk memudahkan khlayak/ pembaca yang bergegas untuk cepat mengetahui apa yang terjadi dan yang dimuat/diterbitkan.

Berita (*straight news*) merupakan tulisan yang berisi laporan langsung yang hanya memuat fakta kejadian dan sarat informasi. Sifatnya padat, lugas, singkat dan jelas memenuhi unsur 5W+1H. Alasan penulisan seperti itu untuk memudahkan penyuntingan.

Geogre Fox Mott dalam *New Survey of Journalism* (1985) mengingatkan , paling tidak terdapat delapan konsep berita yang harus diperhatikan oleh para praktisi dan pengamat media massa. Kedelapan konsep itu meliputi; berita sebagai

laporan tercepat, berita sebagai rekaman, berita sebagai fakta objektif, berita sebagai interpretasi, berita sebagai sensasi, berita sebagai minat insani, berita sebagai ramalan, dan berita sebagai gambar (Effendy, 2003 :103-134, dalam Sumadiria 2011 : 71-72).

Berita diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu *hard news* (berita berat) dan *soft news* (berita ringan). Sementara *straight news* (berita langsung) adalah laporan peristiwa yang ditulis secara singkat, padat, lugas, dan apa adanya. *Straight news* menjadi wajib disajikan suatu media massa, baik itu cetak, elektronik, maupun online. Terutama pada media online, yang menjadikan berita langsung sebagai andalan konten situs beritanya.

Media online atau yang biasa disebut sebagai media baru merupakan salah satu media yang unggul di bidang waktu, karena berita yang baru saja terjadi bisa dengan *real time* menjadi berita di suatu media online. Media *online* berbeda dengan media cetak seperti surat kabar yang memerlukan proses yang cukup panjang untuk dapat sampai dan dibaca oleh penggunanya.

Media *online* adalah bagian dari media baru, seperti yang dikemukakan Denis McQuail (2000). Media *online* memiliki karakteristik yang berbeda dibanding media tradisional, hingga dalam kasusnya akan mengubah karakteristik khalayak menjadi khalayak yang lebih interaktif dan berperan aktif. Dalam beberapa kasus, khalayak juga bisa berperan menjadi jurnalis (*citizen journalism*) melalui blognya.

Sampai sekarang, media online hasil konvergensi dari media konvensional terus tumbuh dan jumlahnya semakin tak terhitung. Setelah republika.co.id dan

detik.com, muncul media online lainnya yang awalnya hanya beredar dalam bentuk atau versi cetak. Seperti Kompas Cyber Media (www.kompas.com), Media Indonesia (www.media-indonesia.com), Okezone (www.okezone.com), dan Tribun (www.tribunnews.com). Saat ini hampir seluruh media massa menggunakan jaringan internet untuk mengakses data pemberitaan secara online, termasuk membuka edisi online, seperti radio online, majalah online, TV online, dan sebagainya.

Media online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online disebut juga *cyber journalism* didefinisikan wikipedia sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Paul Bradshaw dalam "*Basic Principal of Online Journalism*" menyebutkan lima prinsip dasar jurnalistik online (Romli 2012 : 64) , yaitu **B-A-S-I-C**: *Brevity* (Keringkasan) – *Adaptability* (Adaptabilitas atau kemampuan beradaptasi) – *Scannability* (Dapat Dipindai) – *Interactivity* (Interaktivitas) – *Community* (Komunitas)– *Conversation* (Percakapan)

Diambil dari prinsip keringkasan media online, sangat sesuai dengan karakteristik *straight news* yang hanya memaparkan fakta-fakta yang dan ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why, dan how* (5W1H).

Salah satu media online yang selalu menyajikan *straight news* dalam setiap konten beritanya adalah Republika Online (ROL) dengan alamat situs republika.co.id. Berikut beberapa konten berita yang disajikan yaitu nasional, internasional, dunia Islam, ekonomi, ekonomi syariah, sepakbola, gaya hidup,

pendidikan, konsultasi, otomotif, trend dan teknologi, regional, senggang, forum, jurnal haji, republika koran, *e-paper*, dan jurnalisme warga.

ROL merupakan media online dengan konten bernuansa Islam, hal ini tidak terlepas dari harian umum Republika. Ikatan Cendekia Muslim Indonesia (ICMI) yang dipimpin oleh B.J Habibie, berhasil menembus birokrasi saat itu dan mendapatkan izin penerbitan. Maka 4 Januari 1993, Harian Umum Republika terbit perdana. Memang saat itu “Republika” adalah salah satu dari program ICMI yang dipegang oleh PT. Abdi Bangsa (saham dikuasai Erick Tohir) yang memiliki ideologi *kebangsaan, kerakyatan, dan keislaman*.

Berdasarkan *company profile* Republika, sebagai media Islam, Republika memang tergolong demokratis. Republika selalu berupaya menyajikan Islam sebagai agama yang dapat memberikan inspirasi terhadap kesadaran sosial selaras dengan aspirasi seperti keterbukaan, pluralisme, dan kecanggihan dunia informasi.

Menurut SIUPP, ada 13 media islami di Indonesia, salah satunya Harian Umum Republika, sehingga seiring perkembangannya, ROL yang hadir dua tahun setelah HU Republika pun disebut sebagai media online bernuansa Islam.

Terkait larangan minuman keras, berdasarkan laporan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengenai alkohol dan kesehatan pada 2011 menyebutkan, sebanyak 320.000 orang usia 15-29 tahun meninggal di seluruh dunia setiap tahun karena berbagai penyebab terkait alkohol. Jumlah ini mencapai sembilan persen dari seluruh kematian dalam kelompok usia tersebut. Di

Indonesia, dalam catatan Gerakan Nasional Anti Miras (Genam), setiap tahunnya jumlah korban meninggal akibat miras mencapai 18.000 orang.¹

Selama tujuh tahun belakangan ini terjadi peningkatan luar biasa konsumsi minuman keras (miras) di kalangan remaja. Jika pada 2007 berdasarkan Riset Kesehatan Dasar Departemen Kesehatan jumlah remaja pengonsumsi miras di Indonesia masih diangka 4,9%, tetapi pada 2014 berdasarkan hasil riset yang dilakukan Gerakan Nasional Anti Miras (GeNAM) jumlahnya melonjak drastis hingga menyentuh angka 23% dari total jumlah remaja Indonesia yang saat ini berjumlah 63 juta jiwa atau sekitar 14,4 juta orang.²

Betapa ironisnya negara yang mayoritas Muslim masih saja bimbang untuk menetapkan halal haram tentang minuman keras. Regulasi pemerintah dalam masalah miras ini masih sangat rendah, sehingga selalu saja menimbulkan korban yang banyak tiap tahunnya, terutama kalangan anak-anak muda.

Menurut Ketua Genam Fahira Idris, hasil penelusuran Genam hingga 2012 lalu, dari 505 kabupaten/kota yang ada di Indonesia, hanya 15 wilayah yang memiliki perda antimiras. Ambil contoh betapa efektifnya perda anti miras ini bisa mengatur dan melindungi remaja di daerah seperti di Manokwari.³

Perda saja dirasa tidak akan cukup untuk memberantas minuman keras beredar di wilayah Indonesia, dimana perda itupun masih ada di beberapa wilayah

¹ <http://sp.beritasatu.com/home/tiap-tahun-18000-orang-tewas-karena-miras/41095>, diakses tanggal 23 Juni 2015

² <http://www.dpd.go.id/artikel-827-ternyata-23-persen-remaja-indonesia-pernah-konsumsi-miras> diakses tanggal 23 Juni 2015

³ <http://m.antaranews.com/berita/393413/genam-18000-orang-tewas-akibat-miras> diakses tanggal 23 Juni 2015

tidak menerapkannya di lapangan. Mudah-mudahan mendapat miras di toko-toko seperti minimarket ini memperburuk keadaan peredaran miras di kalangan masyarakat. Peran orang tua dalam mengawasi anaknya juga menjadi penting dengan memberikan pemahaman tentang akibat buruk minuman keras yang juga dilarang oleh agama, serta harus didukung oleh regulasi pemerintah sehingga membuat efek jera bagi siapa saja yang mengedarkan, menjual, atau mengkonsumsi miras.

Terkait regulasi larangan miras, pada 16 April 2015, Menteri Perdagangan (Mendag) Rachmat Gobel menerapkan pelarangan penjualan minuman beralkohol golongan A di minimarket, aturannya sendiri sudah mulai dikeluarkan sejak 16 Januari 2015 lalu. Minuman alkohol Golongan A merupakan minuman dengan kadar alkohol kurang dari lima persen, yaitu di antaranya bir, bir hitam, dan minuman ringan beralkohol. Permendag No.6 Tahun 2015 ini merupakan perubahan kedua atas peraturan menteri perdagangan nomor 20 tahun 2014 tentang pengendalian dan pengawasan terhadap pengadaan, peredaran, dan penjualan minuman beralkohol.

Rachmat Gobel menjelaskan penyebab larangan penjualan miras bir di minimarket untuk menyelamatkan generasi muda Indonesia dari pengaruh buruk alkohol. Sebab, saat ini pasar modern seperti minimarket sudah masuk di pemukiman masyarakat, dekat sekolah, dan rumah ibadah. Kondisi ini membuat resah masyarakat dan orang tua.

Berita tentang larangan penjualan miras di minimarket sudah mulai didengungkan sejak Menteri Perdagangan Rachmat Gobel menyampaikan aturan

baru tersebut pada 16 Januari 2015, media massa langsung menyebarluaskan berita tersebut tidak terkecuali Republika Online (ROL).

ROL menjadikan berita tentang larangan penjualan miras di minimarket sejak Januari 2015 mulai menghiasi konten berita, dan pada 16 April 2015 berita tersebut mendominasi pemberitaan di ROL bahkan menjadi salah satu topik terhangat dengan #Miras Minimarket.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena masalah minuman keras menjadi masalah klasik terutama bagi warga Indonesia yang mayoritas muslim. Umat muslim dilarang untuk mengkonsumsi *khamr*, dan miras adalah salah satu yang termasuk dalam *khamr*, karena dapat memabukkan. Minuman keras ini bisa berakibat fatal bagi generasi muda, seperti yang disebutkan oleh Menteri Perdagangan diatas, karena pada usia muda mengkonsumsi miras berlebihan akan membawa resiko kesehatan yang buruk seperti penyakit kanker, liver, bahkan kematian dan dapat memengaruhi kondisi perilaku perubahan psikologis, serta kehilangan daya konsentrasi dalam belajar.

Bagaimana peran media massa, khususnya media online dalam menjalankan salah satu perannya selain untuk menginformasikan, juga untuk mendidik masyarakat. Fungsi media massa *to educate* dalam kasus ini berita larangan miras minimarket ada keterkaitannya dengan memengaruhi khalayak pembaca lewat rangkaian atau penyusunan pesan, sehingga dapat memperkuat efek pesan persuasif.

Jadi, bila media massa ingin mempengaruhi orang lain, rebutlah lebih dahulu perhatiannya, selanjutnya bangkitkan kebutuhannya, berikan petunjuk

bagaimana cara memuaskan kebutuhan itu, gambarkan dalam pikirannya keuntungan dan kerugian apa yang akan diperolehnya bila ia menerapkan atau tidak menerapkan gagasan anda, dan akhirnya doronglah dia untuk bertindak. Dalam psikologi pesan, tahapan ini terdiri dari organisasi pesan, struktur pesan dan imbauan pesan.

Ketika membicarakan struktur dan imbauan pesan (*message structure and appeals*). Ini perlu untuk membantu media menggunakan pesan secara efektif dalam mengatur, menggerakkan, dan mengendalikan perilaku orang lain.

Berita yang disajikan ROL tentang larangan miras ini berupa *straight news*, yang berasal dari hasil wawancara dengan tokoh terkait, atau fakta di lapangan terkait pelaksanaan penerapan aturan larangan miras tersebut. Lalu bagaimana peran media massa, khususnya ROL yang merupakan media berbasis Islam dalam men-*cover* informasi yang didapat di lapangan agar bisa disampaikan kepada masyarakat secara utuh dan objektif. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui bagaimana isi pesan komunikasi berita tentang larangan penjualan miras di minimarket seluruh Indonesia.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini yaitu “Bagaimana Pola Pesan Berita Larangan Penjualan Miras di Seluruh Minimarket Indonesia pada Republika Online Edisi April 2015”. Selanjutnya penulis mencoba merumuskan permasalahan melalui beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana kecenderungan organisasi pesan berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015?
2. Bagaimana kecenderungan struktur pesan berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015?
3. Bagaimana kecenderungan imbauan pesan berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kecenderungan organisasi pesan berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015.
2. Untuk mengetahui kecenderungan struktur pesan berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015.
3. Untuk mengetahui kecenderungan imbauan pesan berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dunia jurnalistik dalam pengemasan pesan dalam suatu berita yang akan disampaikan pada khalayak.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai wacana berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL).

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa karya yang terkait dan mendukung penelitian ini, antara lain yaitu :

Skripsi saudara Taufik Nuryadin tahun 2011 yang berjudul *Editorial Majalah Risalah (Analisis Isi Topik-Topik dalam Rubrik Alas Kata)*, mengkaji tentang topik-topik apa saja dan mengapa topik itu disajikan majalah Risalah, dengan meneliti organisasi pesan, pola struktur pesan, dan kategori imbauan pesan. Adapun topik yang diteliti terbatas pada Rubrik Alas Kata Majalah Risalah terbitan Januari sampai Oktober 2011.

Penelitian yang dilakukan Taufik Nuryadin dengan judul “Editorial Majalah Risalah” memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada metodenya menggunakan analisis isi. Lebih memfokuskan melihat isi pesan komunikasi yang ada dalam editorial sehingga tujuan penelitiannya

bagaimana isi pesan agar memengaruhi khalayak melalui pesan tersebut. Penelitian tersebut menjadi inspirasi bagi penulis untuk meneliti organisasi, struktur, dan imbauan pesan komunikasi. Perbedaannya jika penelitian diatas sumber datanya editorial pada majalah, sedangkan yang penulis lakukan adalah berita *straight news* larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL).

Skripsi saudara Dudit Setiadi tahun 2002 yang berjudul *Pesan-pesan Dakwah Rubrik Refleksi Majalah Percikan Iman (Studi Analisis Isi Karya Tulis Tahun II Edisi Januari s.d Desember 2001)*, mengkaji tentang pesan-pesan dakwah yang ada pada Rubrik Refleksi Majalah Percikan Iman, dengan meneliti pola struktur pesan, imbauan pesan, dan pemilihan kata yang baku dan lazim.

Penelitian di atas, persamaannya pada metode analisis isi, penelitian tersebut fokus pada masalah organisasi dan imbauan pesan, perbedaannya penelitian tersebut mempermasalahkan pemilihan kata sedangkan yang diteliti oleh penulis tidak mempermasalahkannya. Jika penelitian di atas, ingin mengetahui pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam suatu rubrik majalah, sedangkan penulis ingin mengetahui pesan komunikasi pada isi berita di media online.

Skripsi saudara Harti Nisin tahun 2006 yang berjudul *Penyajian Kolom Tanya Jawab “Street School Forum” di Lembaran Khusus Remaja “Belia” Harian Umum Pikiran Rakyat*, meneliti tentang topik permasalahan, organisasi pesan, tujuan menulis, dan sajian kolom tanya jawab “*street school forum*” di lembaran khusus remaja “belia” harian umum pikiran rakyat.

Persamaan penelitian di atas pada metode yang digunakan yaitu analisis isi dengan pendekatan kuantitatif dan penggunaan lembar koding dalam teknik pengumpulan datanya. Kemudian pada salah satu unit analisisnya ada kesamaan yaitu meneliti organisasi pesannya. Perbedaannya terletak dari karya jurnalistik yang teliti, pada penelitian ini kolom suatu media cetak sedangkan yang diteliti penulis adalah berita *straight news* pada media online. Lalu unit analisis isi yang lainnya yang tidak menjadi fokus penelitian penulis yaitu mempermasalahkan topik, tujuan menulis dan sajian kolom.

Skripsi saudara Siti Rohmah tahun 2009 yang berjudul *Pesan-pesan Tabligh Dalam Novel Kitab Cinta Yusuf Zulaikha (Analisis Isi Dalam Novel Kitab Cinta Yusuf Zulaikha Karya Taufiqurrahman Al-Azizy)*, mengkaji tentang pesan-pesan tabligh dalam novel kita cinta yusuf zulaikha dengan meneliti kategori atau klasifikasi pesan tabligh yang terdiri dari dua kategori yaitu kategori substansi dan kategori bentuk, struktur pesan tabligh, terdiri dari pendahuluan, isi dan kesimpulan. Sedangkan imbauan pesan tabligh terdiri dari imbauan motivasi, emosional, rasional, dan takut ini semua dapat membantu menyampaikan pesan dari seorang da'i kepada mad'unya.

Penelitian di atas menggunakan metode analisis isi, mempermasalahkan struktur dan imbauan pesan tabligh serta pengaruh seorang da'i kepada mad'unya ketika menyampaikan pesan tersebut. Perbedaan terletak dari objek penelitian yaitu novel dan berita di media online.

Skripsi saudara Imatussulifah tahun 2014 yang berjudul *Retorika Dakwah Dalam Manajemen Qolbu Pagi di Radio MQ FM Yogyakarta*, meneliti tentang

bagaimana retorika dakwah yang digunakan oleh radio MQ FM Yogyakarta tepatnya dalam program Manajemen Qalbu pagi, memfokuskan untuk menganalisis komposisi pesan, organisasi pesan, penggunaan bahasa, penggunaan bentuk persuasif, dan imbauan pesan.

Penelitian di atas memiliki persamaan dengan penelitian penulis yaitu salah satu kategorinya meneliti tentang organisasi pesan dan imbauan pesan. Sedangkan, perbedaannya terletak pada metode penelitian, media yang diteliti, dan juga pada teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara mendalam sementara pada penelitian penulis hanya memakai studi dokumentasi.





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2. Kerangka Berpikir

Menurut (Effendi, 1998: 149), fungsi memengaruhi dari surat kabar secara implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa yang disebarluakan kepada khalayak umum.

Menganalisis pesan pada berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) yang berkaitan dengan keterarahan dapat dilihat korelasinya dengan psikologi pesan tentang organisasi, struktur dan imbauan pesan, untuk memahami keterarahan penyampaian informasi menurut (Rakhmat, 2007: 294) dapat dilihat:

a) Organisasi pesan

Pada 1952, Beighley meninjau kembali berbagai penelitian yang membandingkan efek pesan yang tersusun dengan pesan yang tidak tersusun. Ia menemukan bukti yang nyata yang menunjukkan bahwa pesan yang diorganisasikan dengan baik lebih mudah dimengerti dari pada pesan yang tidak tersusun dengan baik. Aristoteles menyarankan enam pola yang dapat membantu menyusun gagasan komunikator, yaitu pola deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial dan topikal.

Urutan deduktif dimulai dengan menyatakan dulu gagasan utama, kemudian memperjelasnya dengan keterangan penunjang, penyimpulan dan bukti. Sebaliknya dalam urutan induktif kita mengemukakan perincian-perincian dan menarik kesimpulan. Dengan urutan kronologis, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa; dengan urutan logis, pesan disusun berdasarkan sebab

ke akibat atau sebaliknya; dengan urutan spasial, pesan disusun berdasarkan tempat; sedangkan dengan urutan topikal, pesan disusun berdasarkan topik pembicaraan; klasifikasinya, dari yang penting kepada yang kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar, dari yang dikenal kepada yang asing.

Fenomenanya saat ini suatu berita pada media online khususnya *straight news* selalu mengawali dengan gagasan-gagasan utama lalu diperjelas dengan keterangan penunjang atau urutan deduktif seperti prinsip piramida terbalik dengan unsur 5W+1H. Atau sering diawali dengan urutan topikal, yaitu dari yang penting lalu ke yang kurang penting supaya menarik perhatian pembaca dulu.

b) Struktur pesan

Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Untuk merancang struktur pesan adalah memperhatikan sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan tujuan komunikator.

Ditujukan dengan bagaimana pro-kontra atau kontra-pro. Dalam struktur pro-kontra, komunikator mendahulukan argumen atau gagasan yang selaras dengan pendapat atau sikap khalayak, selanjutnya gagasan yang bertentangan dengan sikap khalayak disajikan pada bagian akhir pembicaraan. Sebaliknya dalam struktur kontra-pro, komunikator mengawali presentasinya dengan mengemukakan gagasan yang berlawanan, selanjutnya presentasi ditutup dengan argumentasi pro-khalayak.

Masalah struktur pesan pada suatu berita larangan miras. Jika dilihat sekilas struktur kontra-pro sering digunakan, yakni memuat gagasan yang berlawanan lalu diakhiri dengan pesan yang bersifat pro kepada khalayak umum.

c) Imbauan pesan

Bila pesan-pesan yang dimaksud untuk memengaruhi orang lain, maka diharapkan dapat menyentuh motif supaya bisa menggerakkan atau mendorong perilaku komunikasi. Dengan perkataan lain, secara psikologis mengimbau khalayak untuk menerima dan melaksanakan gagasan yang telah dirumuskan. Dalam uraian yang terakhir ini, akan membicarakan imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut, imbauan ganjaran dan imbauan motivasional.

(Rakhmat, 2007: 298-301), ada beberapa jenis imbauan yang digunakan dalam psikologi komunikasi, yaitu imbauan rasional yang didasarkan pada pertimbangan logika; imbauan emosional artinya pendekatan komunikasi lebih diarahkan pada sentuhan-sentuhan afeksi, seperti marah, suka, benci, dan lain-lain; imbauan takut digunakan bila komunikator menghendaki timbulnya kecemasan dalam menyampaikan pesan; imbauan ganjaran dengan pendekatan keuntungan yang diperoleh bila khalayak mengikuti perilaku tertentu; dan imbauan motivasional didasarkan pada jenis-jenis kebutuhan yang dipenuhi manusia.

Imbauan pesan pada berita larangan penjualan miras di minimarket berupa imbauan rasional, karena dalam isi beritanya menghadirkan premis-premis kepada khalayak, sehingga khalayak bebas berpikir dalam mengambil kesimpulan sesuai dengan premis yang diberikan.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode yang Digunakan

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi (*content analysis*). Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Berelson (Berelson, 1966: 260-277 dalam Suwardi, 1993: 261) mengatakan bahwa dalam “penelitian isi media, analisis baru dapat dikatakan memenuhi persyaratan ilmiah apabila penelitian tersebut berdasarkan atas sifat-sifat yang obyektif, sistematis, kuantitatif, dan manifest”. Obyektif, mengandung arti bahwa kategori yang digunakan dalam analisis tersebut haruslah diberi batasan yang jelas dan tepat. Obyektifitas juga diartikan bahwa apabila kategori tersebut digunakan oleh orang lain untuk melakukan analisis isi yang sama, maka akan menghasilkan jawaban atau kesimpulan yang sama pula. Dalam kategorisasi ini dihindarkan sebesar mungkin pengertian yang mengarah kepada pengkategorian yang memiliki nilai evaluatif dan terminologis, karena akan mengarah pada analisis yang sifatnya subyektif. Sistematis, berarti isi pesan yang akan dianalisis berdasarkan pada perencanaan yang sifatnya formal, telah ditentukan sebelumnya dan tidak memihak. Kuantitatif, berarti hasil dari analisis bisa dituangkan dalam bentuk angka-angka, sehingga pembuktian dapat dilakukan. Manifest, berarti bahwa analisis dilakukan sesuai dengan apa yang tertulis atau tercetak dalam media yang bersangkutan, ini berarti bahwa interpretasi yang diberikan terhadap pernyataan-pernyataan yang terbuka akan

lebih mengarah kepada suatu batasan yang relatif sesuai dengan apa adanya, bukan dalam arti pengertian yang lebih luas.

Menurut Stempel ada empat tahapan yang dilakukan dalam penelitian Analisis Isi yaitu : Pemilihan Satuan Analisis, Konstruksi Kategori, Penarikan Sampel isi dan Reliabilitas Koding. Menurut (Rakhmat, 1991: 89), analisis isi berguna untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif-kuantitatif, karena dalam penelitian ini jenis data yang diperoleh adalah data yang bersifat kuantitatif dengan teknik analisis kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan data kemudian mengklarifikasikannya sesuai dengan kategori yang telah dibuat, lalu menganalisis data berupa tulisan bahan penelitian, yakni berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada situs berita Republika Online (ROL) edisi April 2015.

2. Unit Analisis

Kriyantono (2006 : 237) mengartikan unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Jika survei, unit analisis adalah individu atau kelompok individu, sedangkan analisis isi unit analisisnya adalah teks, pesan, atau medianya sendiri.

Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah 20 berita tentang larangan miras minimarket pada situs berita ROL edisi April 2015. Sedangkan untuk kategorisasi yang digunakan sesuai dengan psikologi pesan yang membahas organisasi, struktur, dan imbauan pesan dianggap mampu menggambarkan apa yang ingin disampaikan oleh wartawan dalam pemberitaannya.

Alasan pemilihan waktu penelitian ini selain mempertimbangkan aktualitas, pada bulan April 2015 momen penerapan aturan larangan penjualan miras tersebut dan pelaksanaannya di lapangan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang diambil peneliti untuk memperoleh data dan informasi yang akurat yaitu studi dokumentasi. Dokumentasi, yakni dengan cara mencari data berupa data-data, arsip, dan foto yang sesuai dengan apa yang bisa dijadikan informasi tambahan bagi penelitian ini.

Menurut Patton analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu kategori dan suatu uraian dasar.

a. Data-data diperoleh kemudian dianalisis dengan cara:

1) Mengumpulkan dan mengecek data

Pada langkah ini peneliti mengumpulkan data primer sebagai objek penelitian yang bersumber dari berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015 dan data sekunder sebagai penunjang proses penelitian yang bersumber dari buku-buku rujukan.

2) Membuat sampel sebagai kategori

Untuk mempermudah proses penelitaian maka peneliti membuat tabel sebagai kategori dari objek penelitian.

3) Menafsirkan data

Setelah data-data tersebut dimasukkan dalam table sesuai dengan kategorinya maka langkah selanjutnya adalah diberi intrepretasi

atau ditafsirkan, data tersebut terdapat dalam berita larangan penjualan miras di seluruh minimarket Indonesia pada Republika Online (ROL) edisi April 2015.

b. Konstruksi Kategori

Dalam penentuan konstruksi kategori harus diperhitungkan tiga hal yang dikemukakan Stempel, *pertama*, harus berkaitan dengan tujuan penelitian. *Kedua*, kategori harus bersifat fungsional. *Ketiga*, sistem kategori harus dapat dipakai. Berdasarkan hal ini peneliti memakai konstruksi dari rumusan masalah dengan konstruksi kategori sebagai berikut :

1) Kategori organisasi pesan

Yang ditujukan dengan pola deduktif, induktif, logis, kronologis, spasial, dan topikal.

2) Kategori struktur pesan

Yaitu ditujukan dengan bagaimana pro-kontra atau kontra-pro. Dalam struktur pro-kontra, komunikator mendahulukan argumen atau gagasan yang selaras dengan pendapat atau sikap khalayak, selanjutnya gagasan yang bertentangan dengan sikap khalayak disajikan pada bagian akhir pembicaraa. Sebaliknya dalam struktur kontra-pro, komunikator mengawali dengan mengemukakan gagasan yang berlawanan, selanjutnya ditutup dengan argumentasi pro khalayak.

3) Kategori imbauan pesan

Yakni ditujukan dengan jelas imbauan apakah imbauan rasional, emosional, takut, ganjaran, atau motivasional.

4. Uji Reliabilitas Kategori

Dalam uji reliabilitas kategori, penulis menggunakan sistem koding, dimana peneliti dibantu oleh orang lain yang ditunjuk untuk menjadi pembanding atau hakim guna mengukur ketepatan penilaian penulis terhadap pola pesan berita larangan miras minimarket pada situs berita ROL edisi April 2015.

Sistem ini dirasa penulis paling tepat karena untuk melakukan sebuah analisis dalam berita *straight news*, diperlukan pemikiran subjektif dan untuk menyamakan perspektif subjektif tersebut, diperlukan sebuah pembanding. Hasil pemikiran penulis dengan pemikiran orang lain yang ditunjuk oleh penulis sebagai pembanding atau hakim.

Menurut Kriyantono (2006: 238-239) kategorisasi dalam analisis isi merupakan instrumen pengumpul data. Fungsinya identik dengan kuesioner dalam survei. Supaya objektif, maka kategorisasi harus dijaga reliabilitasnya. Terutama untuk kategorisasi yang dibuat sendiri oleh periset sehingga belum memiliki standar yang telah teruji, maka sebaiknya dilakukan uji reliabilitas. Salah satu uji reliabilitas yang dapat digunakan adalah berdasarkan rumus *Ole R. Holsty*. Periset melakukan *pretest* dengan cara mengkode sampel ke dalam kategorisasi. Kegiatan ini dilakukan juga oleh seseorang yang lain yang ditunjuk periset sebagai pembanding atau hakim. Uji ini dikenal dengan uji antarkode. Kemudian hasil pengkodean dibandingkan dengan menggunakan rumus Holsty, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

.....(1)

Holsty, dalam Kriyantono (2006: 238-239)

Keterangan :

CR = *Coeficient Reliability*

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkoding (hakim) dan periset

N1,N2 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkoding (hakim) dan periset.

Ambang penerimaan yang sering dipakai untuk uji reliabilitas kategorisasi adalah 0,75. Jika persetujuan antara pengkoding (periset dan hakim) tidak mencapai 0,75, maka kategorisasi operasional mungkin perlu dirumuskan lebih spesifik lagi. Artinya kategorisasi yang dibuat belum mencapai tingkat keterandalan atau keterpercayaan. (Kriyantono, 2006 :238)

5. Teknik Analisis Data

Dalam menentukan rincian hasil dari isi psikologi pesan berita larangan miras minimarket pada Republika Online (ROL) edisi April 2015, maka peneliti akan menampilkan persentase satu per satu kategori pesan, dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Persentase

F : Frekuensi data

N : Jumlah data yang dimaksud

Pada penelitian ini data akan dianalisis berdasarkan berita larangan miras minimarket pada Republika Online (ROL) edisi April 2015 sebanyak 20 berita. dan setelah data tersebut terkumpul, peneliti akan melaporkan, menggambarkan, menginterpretasikan secara apa adanya untuk kemudian disimpulkan menjadi data yang valid dan reliabel.

Mengingat analisis ini bersifat sistematis dan objektif, maka dalam penelitiannya menggunakan teknik analisis yang bersifat deskriptif, yaitu dengan menginterpretasikan hasil pengkodean. Penulis dibantu seorang yang bertindak sebagai pengkoder II. Hasil dari pengkodean pengkoder II kemudian dilakukan uji reliabilitas terhadap pengkodean yang dilakukan penulis.

Uji reliabilitas dalam statistik digunakan untuk mengetahui kesalahan dalam pengukuran. Tujuan digunakannya dua orang pengkoder adalah untuk memperoleh kesepakatan atau tujuan bersama sehingga diharapkan masukan reliabilitasnya tinggi. Pelaku koding pertama adalah Dita Fitri Alverina, penulis sendiri yang melakukan pengkodean. Pelaku koding kedua adalah Pipin Nurullah, Alumni mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Pemilihan pelaku koding dikarenakan antara penulis dan pelaku koding kedua sering melakukan diskusi tentang struktur berita yang menjadi subjek

penulisan, kemudian pengkoder kedua telah memiliki pengalaman di media massa online yaitu saat ini bekerja di alhikmah.co dan tabloid alhikmah, sehingga dapat lebih mudah memahami dunia kejournalistikan di lapangan.

