

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian tentang “Implementasi Teori Planned Behaviour dalam Perilaku Penggunaan Siaran Pers oleh Jurnalis”. Penelitian ini dilakukan di dua media besar, Bisnis Indonesia dan Media Indonesia, dengan jumlah sampel sebanyak 43 responden (27 jurnalis dari Bisnis Indonesia dan 16 jurnalis dari Media Indonesia). Kedua media ini dipilih berdasar riset pendahuluan melalui perbandingan publikasi siaran pers asli dengan publikasi di koran. Dari hasil riset pendahuluan diketahui bahwa, kedua media tersebut paling sering menggunakan informasi dalam siaran pers sebagai bahan tulisan jurnalis, dengan persentase yang bervariasi.

Pemaparan hasil penelitian dibahas dalam dua bab utama. Pertama, uji validitas dan reliabilitas masing-masing variabel. Selanjutnya, analisis deskriptif dari responden penelitian dan masing-masing variabel. Semua pertanyaan dari hasil penelitian dengan unit analisis jurnalis di Bisnis Indonesia maupun Media Indonesia dibahas secara bersamaan karena penelitian ini tidak bermaksud membedakan hasil penelitian dari Bisnis Indonesia dan Media Indonesia.

3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian

3.1.1. Uji Validitas Variabel Penelitian

Validitas diuji untuk mengetahui tingkat keandalan instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Sejauh mana, instrumen tersebut tepat untuk mengukur variabel penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini diperoleh berdasar pengolahan data menggunakan SPSS 22¹.

Caranya adalah dengan mengklik menu *analyze, collate, bivariate* dengan model *spearman's rho*. Uji ini dilakukan untuk mengukur valid tidaknya masing-masing pertanyaan dalam variabel. Dengan taraf signifikansi dengan pengujian *two tail* dipilih sebesar $\alpha = 5\% = 0,05$, hipotesis dalam uji validitas ini yaitu, H_0 : Item tidak valid; dan H_1 : Item valid. H_0 ditolak jika $\text{Sig} < \alpha (0,05)$, demikian juga sebaliknya. Berikut adalah hasil pengujian dari masing-masing variabel,

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Pertanyaan Valid	Pertanyaan Tidak Valid
V1	21	Pertanyaan ke-13
V2	9	-
V3	6	-
V4	8	-
V5	14	-
V6	2	-
V7	14	-
V8	5	-
V9	2	-

Berdasar hasil analisis ditemukan bahwa terdapat satu pertanyaan yang tidak valid yaitu pertanyaan ke-13 dari variabel pertama

¹ SPSS 22 dipilih karena sudah mengalami peningkatan manajemen data output, statistikal dan programabilitas

(Kepercayaan terhadap Kualitas Siaran Pers). Tidak validnya, pertanyaan tentang pentingnya pemenuhan unsur 5W dan 1H dalam siaran pers terjadi karena jurnalis sudah sepakat bahwa unsur 5W dan 1H menjadi salah satu pertimbangan kepercayaan terhadap kualitas siaran pers. Sehingga tidak ditemukan adanya variasi jawaban dari responden. Pertanyaan yang mempunyai nilai $\text{Sig} > \alpha (0,05)$, yaitu 0.272, kemudian dihilangkan dan tidak dimasukkan dalam pengujian reliabilitas dan analisis selanjutnya.

3.1.2. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan apakah instrumen penelitian ketika digunakan lebih dari satu kali (pada responden yang sama) akan menghasilkan data yang konsisten. Uji reliabilitas variabel penelitian menguji hasil penelitian yang berasal dari 43 responden dengan 81 pertanyaan dari sembilan variabel, antara lain (1) Kepercayaan terhadap Kualitas Siaran Pers; (2) Kepercayaan terhadap Aturan Normatif Media dan KEJ; (3) Kepercayaan terhadap Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR; (4) Sikap terhadap Kualitas Siaran Pers; (5) Norma Subjektif Aturan Media dan KEJ; (6) Kontrol Perilaku Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR; (7) Niat Penggunaan Siaran Pers; (8) Kontrol Perilaku Aktual Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR; dan (9) Perilaku Penggunaan Siaran Pers.

Uji reliabilitas sendiri merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang terdiri dari indikator dari variabel secara keseluruhan. Uji

ini melengkapi hasil uji validitas yang sebelumnya telah menguji masing-masing pertanyaan.

Uji ini dilakukan dengan mengklik menu *analyze, scale, reliability*, dengan menggunakan model alpha. Nilai cronbach's alpha positif dan besarnya lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut reliabel. Sebaliknya jika nilai cronbach's alpha kurang dari 0,6 dikatakan variabel tersebut tidak reliabel. Hasil pengujian reliabilitas setiap variabel sebagai berikut,

Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabel
Kepercayaan terhadap Kualitas Siaran Pers	0.914	Ya
Kepercayaan terhadap Aturan Normatif	0.851	Ya
Kepercayaan terhadap Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR	0.901	Ya
Sikap terhadap Kualitas Siaran Pers	0.649	Ya
Norma Subjektif	0.842	Ya
Kontrol Perilaku	0.564	Tidak
Niat Penggunaan Siaran Pers	0.849	Ya
Kontrol Perilaku Aktual	0.792	Ya
Perilaku Penggunaan Siaran Pers	0.590	Tidak

Dari hasil pengujian diketahui bahwa terdapat dua variabel yang tidak reliabel, yaitu variabel Kontrol Perilaku Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR dan Perilaku Penggunaan Siaran Pers. Namun, bukan berarti bahwa data yang dihasilkan tidak dapat digunakan. Kedua variabel ini mempunyai nilai yang tidak reliabel karena jawaban jurnalis terhadap pertanyaan ini cenderung tidak merepresentasikan kenyataan sebenarnya. Jurnalis cenderung enggan mengungkapkan kedekatannya dengan PR dan persentase penggunaan informasi siaran pers sebagai bahan tulisan.

Artinya, ketika instrumen penelitian ini digunakan untuk menguji responden yang sama, jawaban yang diberikan cenderung berbeda.

Padahal dalam pengujian discriminant variabel dari PLS, menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai nilai cross loading yang tinggi (0.6-0.8). Namun, asumsi peneliti lainnya adalah minimnya sampel penelitian ini menjadi penyebab lain tidak reliabelnya kedua variabel ini.

Untuk itu, penelitian ini menggunakan data pendukung melalui hasil wawancara dengan redaktur masing-masing media dan memasukkan pertanyaan terbuka yang tidak dianalisis secara langsung dalam perhitungan statistik.

3.2. Identitas Responden Penelitian

Statistik deskriptif berguna untuk memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilakukan dengan cara mengklik *analyze*, menu *descriptive statistic*, dan memilih *frequencies*. Pada subbab ini dibahas karakteristik responden yaitu jurnalis di Bisnis Indonesia dan Media Indonesia mulai dari gender, umur, pendidikan dan jumlah tulisan jurnalis. Penelitian ini dilakukan Januari-Maret 2014 dengan sampel sebanyak 43 responden yang merupakan gabungan dari jurnalis Bisnis Indonesia dan Media Indonesia.

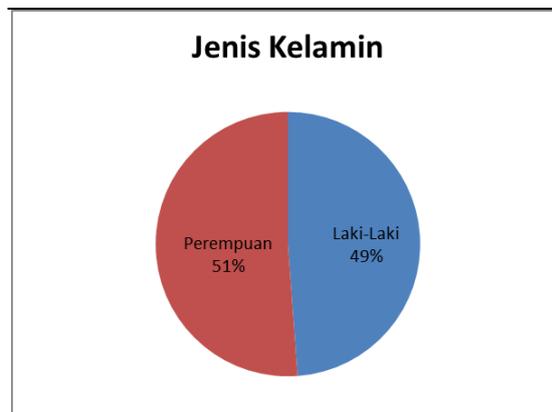
Sampel dalam penelitian ini adalah jurnalis yang tercantum namanya dalam koran cetak Bisnis Indonesia dan Media Indonesia periode 2013 akhir; aktif melakukan kegiatan peliputan di wilayah Jakarta dan

tidak terdaftar atau menjabat sebagai redaktur ketika penelitian berlangsung. Karena jumlah jurnalis di kedua media tidak banyak, wawancara dilakukan pada semua jurnalis. Dalam hal ini, peneliti membacakan kuesioner dan responden menjawab pertanyaan tersebut.

3.2.1. Jenis Kelamin Responden Penelitian

Distribusi responden berdasar jenis kelamin dari penelitian ini hampir merata. Dari 43 responden, 21 responden berjenis kelamin laki-laki (49%) dan 22 responden berjenis kelamin perempuan (51%).

Gambar 3.1. Analisis Deskriptif Jenis Kelamin

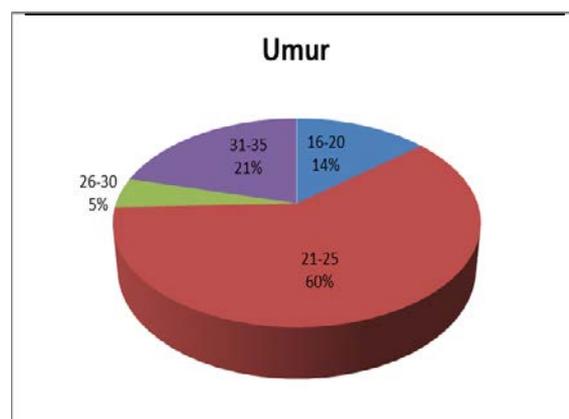


Terkait jenis kelamin ini tidak ada perbedaan perlakuan dalam memperlakukan responden laki-laki dan perempuan. Jurnalis saat ini sudah menjadi pekerjaan yang bisa dilakukan baik oleh laki-laki dan perempuan.

3.2.2. Umur Responden Penelitian

Dilihat berdasar umur, mayoritas jurnalis berasal dari kisaran umur produktif (21-25 tahun), yaitu sebanyak 60%. Hal ini dipengaruhi oleh siklus kerja jurnalis junior yang bertahan dalam kurun 3-5 tahun di awal. Selanjutnya, jurnalis junior akan mendapat kesempatan untuk naik jabatan baik menjadi kepala biro ataupun redaktur. Sedangkan jurnalis yang berasal dari kelompok umur di bawahnya (16-20 tahun), kebanyakan berasal dari jurnalis yang baru menyelesaikan masa percobaan dan mulai meniti karier secara penuh dengan menjadi jurnalis. Sehingga jumlahnya tidak terlalu signifikan (14%).

Gambar 3.2. Analisis Deskriptif Umur



Sebaliknya, responden penelitian yang berasal dari kisaran umur 26-30 tahun dan 31-35 tahun, kebanyakan berasal dari jurnalis senior baik yang pernah merasakan jabatan sebagai seorang redaktur, maupun jurnalis yang meski tidak pernah menjabat dalam jabatan struktural tetapi dituakan dalam media tersebut. Keberadaan jurnalis senior ini penting untuk mengover tipe liputan mendalam yang membutuhkan pengalaman dan

penguasaan ilmu yang lebih mendalam, seperti halnya desk khusus (fashion, teknologi, dan sebagainya).

3.2.3. Tingkat Pendidikan Responden Penelitian

Rata-rata jurnalis yang diwawancarai berasal dari dua kelompok pendidikan, sarjana strata 1 (93%), dan sarjana strata 2 (7%) dengan latar belakang jurusan yang bervariasi, mulai dari ilmu komunikasi, bahasa, teknik, filsafat, dan sebagainya.

Gambar 3.3. Analisis Deskriptif Pendidikan

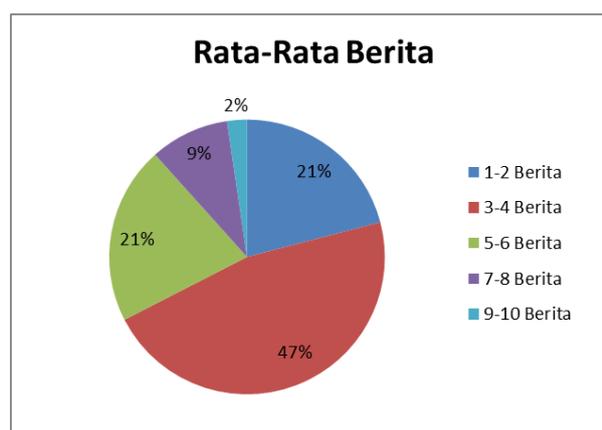


Konsentrasi jenjang pendidikan level ini terjadi karena ada persyaratan minimal bahwa jurnalis harus sarjana. Selanjutnya, untuk level S2, kebanyakan jurnalis menempuh level pendidikan ini setelah menjadi jurnalis, baik melalui program beasiswa maupun biaya sendiri. Sedangkan, jurusan tidak menjadi pertimbangan yang berarti bagi media. Sejauh yang bersangkutan dapat menulis berita, tetap dapat diterima sebagai jurnalis.

3.2.4. Jumlah Tulisan Jurnalis

Tiap harinya, rata-rata jurnalis diwajibkan untuk menulis untuk koran versi cetak dan online. Khusus untuk jurnalis Bisnis Indonesia, tanggung jawab untuk mengirim tulisan di media online (bisnis.co.id) lebih besar. Sedikit berbeda dengan Media Indonesia yang tidak secara khusus mewajibkan jurnalis menulis untuk media online (metrotvnews.com). Tulisan jurnalis Media Indonesia yang sudah masuk dalam database melalui sistem informasi terpadu, otomatis bisa diambil untuk dinaikkan dalam versi onlinenya (metrotvnews.com). Sehingga tidak membutuhkan kerja tambahan dari jurnalis. Hasilnya, ketika dibandingkan jumlah tulisan jurnalis Bisnis Indonesia lebih banyak dibanding jurnalis Media Indonesia.

Gambar 3.4. Analisis Deskriptif Rata-Rata Tulisan Jurnalis



Dari hasil analisis diketahui bahwa, rata-rata tulisan yang ditulis jurnalis setiap harinya adalah 3-4 berita (47%). Selanjutnya, jurnalis yang menulis 1-2 berita dan 5-6 berita, mempunyai persentase yang sama (21%). Meskipun demikian ada jurnalis yang menulis banyak tulisan, yang

didominasi tulisan untuk online yaitu rata-rata 7-8 berita (9%), dan 9-10 berita (2%).

3.3. Variabel Penelitian

Subbab ini membahas tentang jawaban jurnalis terhadap variabel yang tertuang dalam pertanyaan penelitian. Sebelumnya, peneliti melakukan wawancara langsung dengan jurnalis di berbagai tempat sesuai kesepakatan, mulai dari kantor, pos kerja jurnalis, tempat makan, tempat liputan, dan sebagainya. Dari sekian banyak tempat, jurnalis lebih mudah ditemui di pos kerja jurnalis, mulai dari kantor Kementerian hingga Bursa Efek, sesuai dengan pos kerja masing-masing jurnalis.

Sedangkan wawancara di kantor atau sekitar kantor, lebih sering dilakukan pada jurnalis Bisnis Indonesia dibanding jurnalis Media Indonesia. Khusus untuk jurnalis Media Indonesia, kebanyakan hanya berada di kantor ketika piket saja. Hal ini terjadi karena akses kantor cukup jauh dari pusat kota.

Wawancara tidak hanya dilakukan di waktu kerja, tetapi juga di Sabtu Minggu. Hal ini dilakukan karena waktu kerja jurnalis tidaklah menentu, sehingga fleksibilitas peneliti sangat dibutuhkan. Sebelum wawancara, peneliti juga perlu memastikan bahwa jurnalis tersebut mempunyai cukup waktu luang untuk menjawab pertanyaan peneliti, tidak diganggu dengan pekerjaan lain, atau tidak sedang mengejar narasumber.

Selanjutnya, pertanyaan yang ditanyakan kepada responden merupakan turunan dari indikator penelitian, yang membutuhkan jawaban berupa skala. Ukuran yang digunakan adalah skala likert dengan rentang 1 sampai 10 dengan 81 pertanyaan yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

Tabel 3.3. Skala Pengukuran Likert 1-10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sama Sekali Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Tidak Setuju	Cenderung Tidak Setuju	Cenderung Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju Sekali

Untuk mengetahui lebih lanjut turunan dari variabel ke indikator, yang kemudian diturunkan lagi dalam wujud pertanyaan, berikut adalah daftar indikator yang digunakan,

Tabel 3.4. Daftar Indikator Penelitian

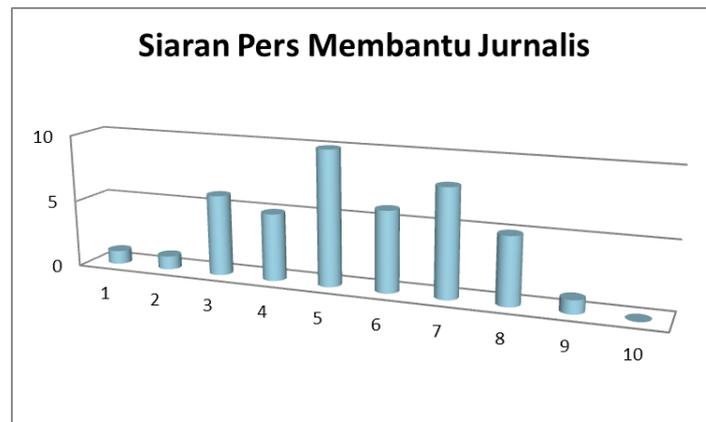
No	Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan
1	Kepercayaan terhadap Kualitas Siaran Pers	a. Evaluasi keuntungan dan kerugian siaran pers yang berkualitas oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media. b. Konsekuensi siaran pers yang berkualitas oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media. c. Kredibilitas sumber dan kualitas siaran pers oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media.	21
2	Kepercayaan terhadap Aturan Normatif Media dan KEJ	a. Kekuatan aturan normatif media dan KEJ oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media. b. Evaluasi keuntungan dan kerugian aturan normatif media dan KEJ oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media.	9
3	Kepercayaan terhadap Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR	a. Kekuatan dari kepercayaan terhadap kedekatan hubungan jurnalis-PR oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media. b. Kelebihan dari kepercayaan atas kedekatan hubungan jurnalis-PR oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan	6

		redaktur media.	
4	Sikap terhadap Kualitas Siaran Pers	a. <i>Prominence</i> b. <i>Human interest</i> c. Kontroversi d. Keunikan e. Ketepatan waktu f. Kedekatan (<i>proximity</i>).	8
5	Norma Subjektif Aturan Media dan KEJ	a. Motivasi untuk mematuhi aturan media dan KEJ b. Kekuatan dari kepercayaan aturan normatif media dan KEJ	14
6	Kontrol Perilaku Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR	a. Kemauan individu b. Kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku	2
7	Niat Penggunaan Siaran Pers	a. Motivasi penggunaan b. Usaha untuk menggunakan siaran pers.	14
8	Kontrol Perilaku Aktual Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR	a. Kemauan individu yang mempengaruhi individu, b. Kemudahan dan kesulitan melakukan perilaku yang mempengaruhi individu c. Pengalaman pribadi yang mempengaruhi individu.	5
9	Perilaku Penggunaan Siaran Pers	Persentase Penggunaan Siaran Pers	2

3.3.1. Kepercayaan terhadap Kualitas Siaran Pers

Variabel kepercayaan ini dijelaskan melalui tiga indikator, evaluasi keuntungan dan kerugian siaran pers yang berkualitas oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media; konsekuensi siaran pers yang berkualitas oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media; serta kredibilitas sumber dan kualitas siaran pers oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media. Ketiga indikator ini kemudian dijelaskan secara lebih rinci dalam 21 pertanyaan. Berikut adalah gambaran seberapa membantu siaran pers bagi pekerjaan jurnalis.

Gambar 3.5. Siaran Pers bagi Pekerjaan Jurnalis



Pada awal wawancara, jurnalis cenderung tidak mengakui bahwa informasi yang ada dalam siaran pers membantu pekerjaan jurnalis (23%). Kebanyakan percaya bahwa kualitas siaran pers yang dibuat PR jauh dari standar informasi yang dibutuhkan jurnalis, khususnya jurnalis cetak. Tulisan PR cenderung bertele-tele dan tidak memberikan data komprehensif yang dibutuhkan jurnalis. Hal ini mengakibatkan jurnalis harus mencari informasi lain selain dari siaran pers baik melalui wawancara langsung atau meminta data mentah dari PR.

Selanjutnya, sebagian jurnalis yang cukup setuju (19%), terhadap kegunaan siaran pers percaya bahwa beberapa informasi dalam siaran pers berguna bagi jurnalis. Khususnya informasi yang berkenaan dengan data dan pernyataan narasumber yang sulit ditemui (biasanya level *top management*). Informasi semacam ini meskipun tidak dikutip persis, biasanya diambil sebagian untuk dianalisis lebih lengkap atau untuk dibandingkan dengan data lain, yang dimiliki jurnalis.

Jawaban atas pertanyaan juga diberikan jurnalis untuk menilai seberapa tinggi kepercayaan rekan jurnalis lain dan redaktur terhadap kualitas siaran pers. Jurnalis kebanyakan memberikan standar penilaian yang lebih rendah pada rekan jurnalis lain. Artinya, ketika jurnalis tidak terlalu percaya terhadap kualitas siaran pers, jurnalis akan menilai bahwa rekannya cenderung lebih percaya (21%) bahkan percaya (16%).

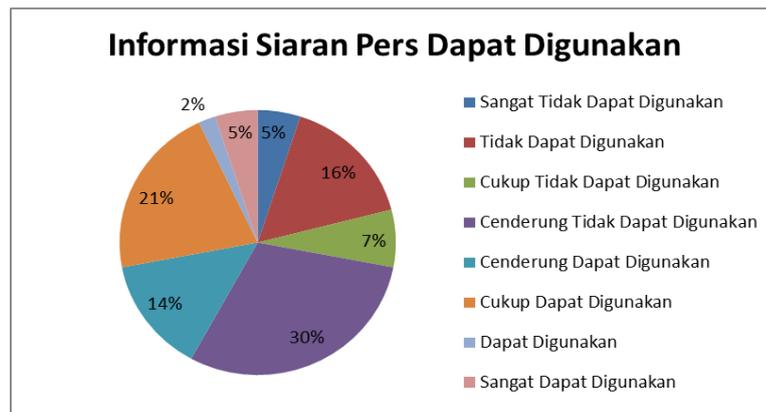
Sebaliknya, jurnalis memberikan standar yang lebih tinggi untuk menilai kepercayaan redaktur terhadap kualitas siaran pers. Redaktur dianggap akan menilai bahwa siaran pers cenderung tidak membantu pekerjaan jurnalis (27%) bahkan tidak membantu sama sekali (14%). Perbedaan ini semakin terlihat ketika dianalisis menggunakan uji beda yang membandingkan penilaian jurnalis pada dirinya, rekan jurnalis lain, dan redaktur. Mean dari penilaian jurnalis pada rekan jurnalis lain lebih tinggi (6.12) dibanding kepada dirinya sendiri (5.40) dan redaktur (4.23)

Kepercayaan terhadap kualitas siaran pers ini selanjutnya dinilai dari sejauh mana informasi yang tercantum berguna bagi pekerjaan jurnalis. Pertanyaan ini berdasarkan pengujian PLS mempunyai *cross loadings* yang tinggi sehingga secara kuat dapat menjelaskan variabel ini, yaitu sebesar 0.6802-0.7622 (lihat lampiran hasil uji SPSS dan PLS).

Seringnya jurnalis menerima siaran pers dengan informasi yang bersifat deskriptif, umum, dan tidak eksklusif kemudian mempengaruhi kepercayaan jurnalis terhadap kegunaan dari informasi tersebut. Kebanyakan jurnalis merasa informasi tersebut cenderung tidak dapat

digunakan (30%) atau bahkan tidak dapat digunakan (16%). Seringnya jurnalis akan menyimpan setiap siaran pers yang diberikan sebagai informasi tambahan. Jika dibaca pun relatif digunakan sebagai informasi latar belakang saat menghadiri sebuah acara.

Gambar 3.6. Informasi Siaran Pers bagi Jurnalis

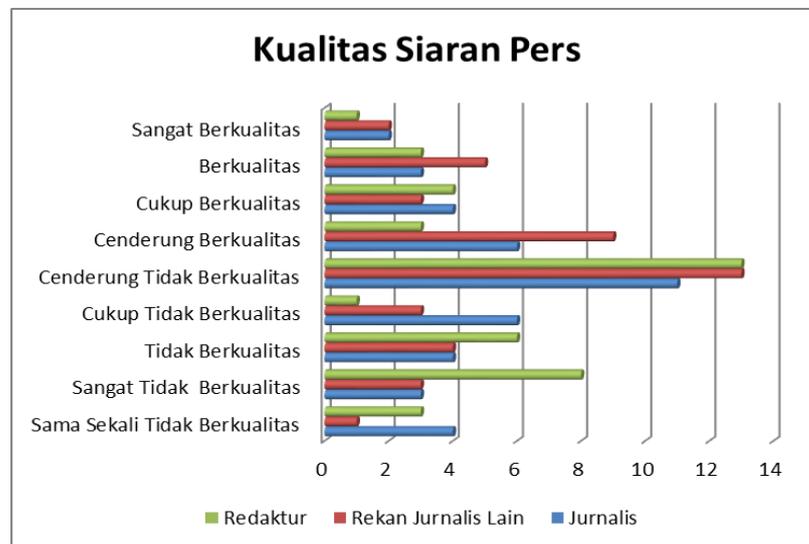


Jurnalis juga memberikan penilaian yang sama terhadap kepercayaan rekan jurnalis lain dan redaktur bahwa informasi dalam siaran pers cenderung tidak dapat digunakan sebagai bahan tulisan. Bahkan penilaian atas kepercayaan rekan jurnalis lain diberikan lebih tinggi (35%). Sedangkan penilaian yang lebih rendah diberikan pada kepercayaan redaktur (26%) atas kegunaan informasi dalam siaran pers. Hasil yang sama juga didapat dalam pengujian uji beda dimana penilaian jurnalis kepada rekan jurnalis lain lebih tinggi (5.77) dibanding penilaian terhadap dirinya sendiri (5.28) dan redaktur (4.56).

Selain memberikan penilaian terhadap kepercayaan terhadap manfaat secara umum dan kegunaan dari informasi ini, jurnalis juga

memberikan penilaian yang cenderung tidak berkualitas (27%) terhadap siaran pers yang dibuat oleh Public Relations.

Gambar 3.7. Kualitas Siaran Pers Menurut Jurnalis



Pandangan yang sama bahwa kualitas siaran pers PR cenderung kurang juga diberikan jurnalis untuk menilai kepercayaan rekan jurnalis lain (30%), dan redaktur (30%). Bedanya, penilaian lain dari jurnalis terhadap dirinya sendiri dan rekan jurnalis lain berada pada skala positif (6-10), sedangkan penilain jurnalis terhadap redaktur berada pada skala negatif (1-5). Artinya, baik jurnalis dan jurnalis lain menilai kualitas siaran pers masih bisa diterima meskipun cukup kurang, sementara bagi redaktur kualitasnya masih perlu banyak diperbaiki. Penilaian ini salah satunya dipengaruhi oleh perbedaan kepentingan antara jurnalis-PR.

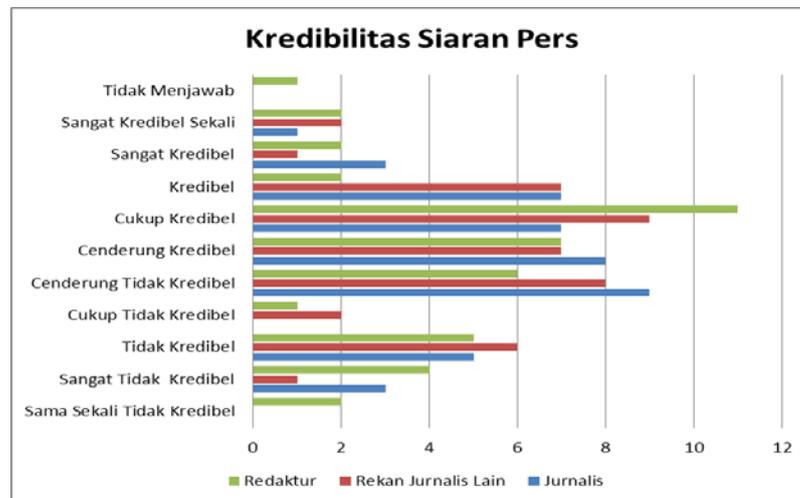
Di satu sisi, jurnalis masih menilai beberapa siaran pers memuat informasi yang dapat digunakan (berkualitas), sedangkan di sisi lain redaktur menuntut jurnalis untuk mampu mengembangkan tulisan tidak hanya mendasarkan data pada siaran pers saja, meskipun data yang

dicantumkan cukup bernilai. Karena, informasi dalam siaran pers juga dimiliki oleh jurnalis dari media yang berbeda.

Selain itu, seperti yang disampaikan Ratna Ariyanti, Redaktur IT Bisnis Indonesia, larangan *copy paste* secara penuh dilakukan untuk menghindari pengalihan isu yang dilakukan oleh PR. Salah satunya melalui pelemahan bahasa. Misalnya, informasi tentang harga jual rumah yang baik, diangkat dengan *angle* penyesuaian harga untuk mengikuti BBM. Redaktur mendorong jurnalis untuk mampu menganalisis secara kritis, dan melihat data secara utuh, sehingga dapat menawarkan *angle* yang berbeda dengan yang dikembangkan oleh PR.

Keinginan jurnalis untuk menggunakan informasi yang ada dalam siaran pers juga dipengaruhi oleh kepercayaan bahwa siaran pers dikeluarkan oleh organisasi atau perusahaan secara resmi. Informasi yang dimuat dalam hal ini disebarluaskan setelah mendapat persetujuan. Kepercayaan ini mengurangi keraguan terhadap kemungkinan adanya kesalahan data, penyebutan nama, hingga pemuatan pernyataan. Kredibilitas ini dapat dibuktikan dengan adanya kop surat, alamat, hingga nomor telepon kantor yang dipublikasi di belakang siaran pers.

Gambar 3.8. Kredibilitas Siaran Pers Menurut Jurnalis



Inilah yang menyebabkan jurnalis memberikan penilaian bahwa siaran pers cukup kredibel di mata rekan jurnalis lain (21%), dan redaktur (26%). Meskipun penilaian yang lebih rendah bahwa kredibilitas siaran pers cukup kredibel (16%), diberikan jurnalis untuk menilai dirinya sendiri. Penilaian ini mempunyai hasil yang sedikit berbeda dalam uji beda yang memperlihatkan bahwa penilaian jurnalis pada rekan jurnalis lain lebih tinggi (6.00) dibanding penilaian pada dirinya sendiri (5.95) dan redaktur (5.40).

Pertimbangan kredibilitas siaran pers juga disampaikan oleh Rosmery C. Sihombing, Asisten Kepala Divisi Pemberitaan Media Indonesia, dalam wawancara dengan peneliti, bahwa siaran pers yang resmi boleh dikutip. Misalnya siaran pers dari Badan Bencana Nasional atau Kementerian pasti dikutip karena mereka mengeluarkan data yang valid dan benar.

Pernyataan yang sama juga disampaikan Ratna Ariyanti, Redaktur IT Bisnis Indonesia kepada peneliti bahwa jurnalis harus memastikan bahwa siaran pers keluar dari sumber yang resmi. Karena berdasar pengalaman, pernah ditemukan siaran pers yang bohong, dan tidak dikeluarkan oleh lembaga resmi.

Kualitas siaran pers juga dinilai dari pemenuhan unsur dasar mulai dari kelengkapan data, ketersediaan kutipan narasumber, informasi latar belakang, dan *contact person*. Penilaian kualitas juga diberikan dengan mempertimbangkan tingkat kritis tidaknya informasi dalam siaran pers.

Data yang dipublikasi di siaran pers dianggap sebagai data resmi perusahaan yang bisa ditulis oleh jurnalis. Data ini bernilai berita karena berkenaan dengan *update* terbaru perkembangan perusahaan, seperti halnya performa penjualan, keuntungan perusahaan, atau total pendapatan. Jurnalis juga sepakat bahwa ketersediaan data ini sangat penting sekali dalam siaran pers (47%).

Unsur lain yang biasanya ada dalam siaran pers adalah kutipan narasumber. Kutipan ini biasanya dicetak miring atau ditulis tebal disertai kutipan langsung untuk membedakannya dengan informasi lain dari siaran pers. Kutipan yang seringkali dicantumkan dari siaran pers juga berasal dari level direktur, hingga manager. Jurnalis cenderung menyukai kutipan narasumber yang mengandung makna dan bernilai berita, tidak normatif, kontekstual, dan disertai data.

Kutipan ini diharapkan tidak mengulang bahan berita, dan memberikan konfirmasi/ penegasan yang diperkuat dengan data. Di awal, pernyataan langsung memberikan *lead* dan *straight to the point*, dan disampaikan oleh sumber yang kredibel dengan penyebutan nama yang jelas. Jurnalis lebih senang dengan pernyataan yang diberikan oleh level direktur yang tidak selalu bisa diwawancara *door stop* oleh jurnalis pada saat acara.

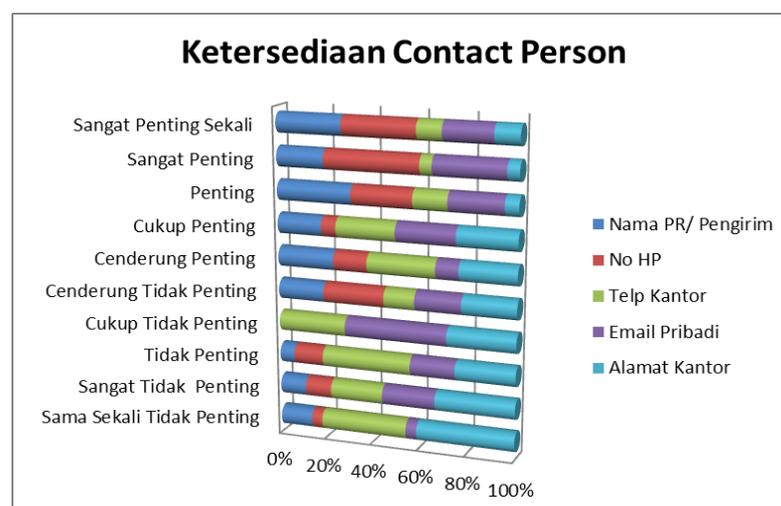
Jurnalis menilai adanya kutipan narasumber ini penting dalam siaran pers (19%). Minimnya penilaian ini disebabkan oleh fakta bahwa jurnalis lebih senang melakukan wawancara langsung dengan narasumber untuk menggali data lebih dalam. Dibanding mengambil kutipan dalam siaran pers, jurnalis juga lebih senang mendengar pernyataan langsung narasumber yang disampaikan dalam *press conference*.

Sebelum mengambil kutipan dalam siaran pers, Ratna Ariyanti, Redaktur IT Bisnis Indonesia, menyatakan kepada peneliti bahwa jurnalis jangan sampai terjebak pada jargon-jargon yang PR harapkan akan dikutip jurnalis. Misalnya, ketika sebuah perusahaan mengalami kerugian, perusahaan tersebut cenderung untuk tidak menyampaikannya dalam siaran pers. Perusahaan akan lebih senang mengambil data dari laba usaha karena laba bersihnya turun. Sehingga, jurnalis yang tidak membaca laporan keuangannya langsung akan melihat bahwa perusahaan mengalami kerugian.

Siaran pers tidak jarang juga dilengkapi dengan informasi latar belakang (*background*) perusahaan. Informasi ini mencakup produk baru, perkembangan perusahaan, event terbaru, dan lain-lain yang disesuaikan dengan kegiatan media. Informasi ini seringkali mengulang informasi lama yang sudah pernah dipublikasi sebelumnya. Hal inilah yang membuat jurnalis menilai informasi ini cukup penting (19%). Informasi ini memudahkan jurnalis memahami suatu peristiwa, meskipun di sisi lain jurnalis bisa mencari sendiri informasi ini di mesin pencari google.

Unsur selanjutnya yang ada dalam siaran pers adalah *contact person* PR atau perusahaan. Informasi ini mencakup nama PR/ pengirim, no HP, telp kantor, email pribadi dan alamat kantor. Dibanding informasi latar belakang, ketersediaan *contact person* lebih penting bagi jurnalis (28%). Informasi ini dinilai cukup penting untuk membantu tindak lanjut ke PR atau perusahaan yang bersangkutan jika jurnalis membutuhkan data pendukung lain.

Gambar 3.9. Ketersediaan Contact Person Menurut Jurnalis



Meskipun demikian, jurnalis lebih senang meminta kontak (nomor HP) PR ketika bertemu langsung, dibanding harus mengambil dari siaran pers yang seringkali hanya mencantumkan nomor telepon kantor. Dari sekian banyak informasi *contact person*, jurnalis menilai kebutuhan akan nomor *handphone* yang tertera di siaran pers sendiri dianggap sangat penting sekali oleh jurnalis (21%). Nomor *handphone* yang tertera di siaran pers, dalam hal ini berguna bagi jurnalis yang ingin melakukan konfirmasi terkait isi siaran pers, atau penambahan informasi. Selanjutnya, ketersediaan nama PR/ pengirim penting (26%) untuk menunjukkan bahwa pengirim siaran pers jelas asalnya.

Berbeda dengan kebutuhan akan nomor *handphone* pribadi PR, kebutuhan akan nomor telepon kantor pengirim siaran PR, dianggap sangat tidak penting sekali (19%). Jurnalis menilai bahwa informasi nomor telepon kantor mudah didapat melalui mesin pencari google sehingga tidak perlu ditulis secara khusus. Penilaian yang sama juga diberikan jurnalis pada ketersediaan alamat kantor, yang dianggap sangat tidak penting sekali (21%). Meskipun demikian, tidak ada salahnya menulis nomor telepon ataupun alamat kantor di siaran pers.

Konfirmasi lebih lanjut akan informasi dalam siaran pers juga dapat dilakukan melalui email PR. Dengan mencantumkan alamat email, jurnalis dapat dengan mudah melakukan konfirmasi lebih lanjut jika membutuhkan data tambahan. Inilah yang menyebabkan jurnalis menilai ketersediaan informasi ini, penting (19%). Meskipun, sebagian jurnalis

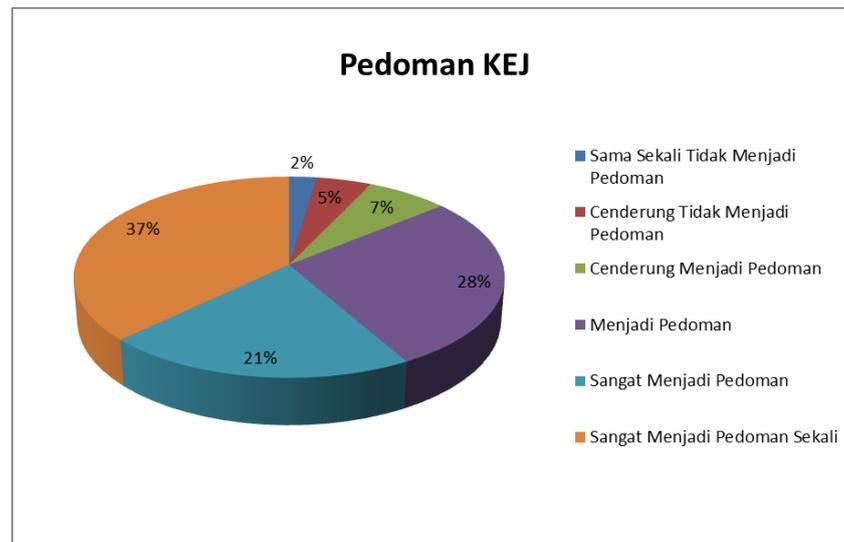
lebih senang melakukan konfirmasi melalui telepon yang lebih cepat dilakukan.

3.3.2. Kepercayaan terhadap Aturan Normatif Media dan KEJ

Variabel kepercayaan terhadap aturan normatif ini diuji melalui dua indikator penelitian yang diturunkan lebih detail dalam sembilan pertanyaan. Indikator ini mencakup kekuatan aturan normatif media dan KEJ oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media, dan evaluasi keuntungan dan kerugian aturan normatif media dan KEJ oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media. Berdasar pengujian PLS, seluruh pertanyaan dalam variabel ini mempunyai nilai *cross loadings* yang tinggi (0.6533-0.9444), sehingga dapat dengan tepat menjelaskan variabel ini.

Dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik sehari-harinya, jurnalis berpedoman terhadap Kode Etik Jurnalistik, yang memuat prinsip universal tentang apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh jurnalis. Baik jurnalis Media Indonesia dan Bisnis Indonesia menilai bahwa KEJ sangat menjadi pedoman sekali (37%) bagi jurnalis.

Gambar 3.10. Pedoman KEJ bagi Jurnalis



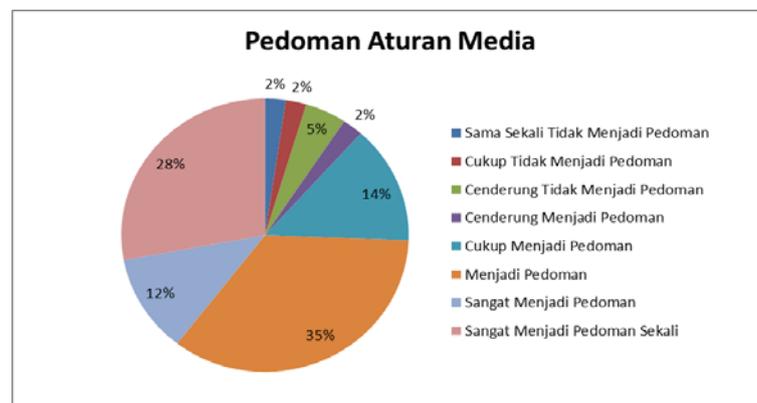
Kepercayaan jurnalis terhadap pentingnya Kode Etik Jurnalistik ini juga dapat dilihat dari penilaian jurnalis terhadap kepercayaan rekan jurnalis lain dan redaktornya. Jurnalis cenderung memberikan penilaian yang lebih rendah pada rekan jurnalis lain (30%) dan penilaian yang lebih tinggi pada redaktornya (42%), terhadap sejauh mana KEJ ini menjadi pedoman kegiatan jurnalis. Namun, berdasar pengujian uji beda, secara umum penilaian kepercayaan terhadap kepatuhan KEJ diberikan jurnalis pada dirinya sendiri yang mempunyai mean 8.58. Nilai yang lebih tinggi dibanding penilaian pada rekan jurnalis lain (8.07) dan redaktur (8.12).

Selain kode etik jurnalistik, kegiatan jurnalis sehari-harinya juga diatur oleh aturan media. Aturan ini sedikit berbeda antara Bisnis Indonesia dan Media Indonesia. Jurnalis Bisnis Indonesia terikat dengan aturan perusahaan yang mengatur hubungan kerja seperti halnya perjanjian kerja bersama, serta buku gaya yang mengatur model penulisan. Buku

gaya diperlukan karena jurnalis seringkali berasal dari latar belakang jurusan yang bervariasi sehingga perlu ada standarisasi. Petunjuk inilah yang membakukan gaya tulisan jurnalis. Kesamaan ini dimaksudkan agar pembaca tidak bingung dan akhirnya menyadari gaya tulisan jurnalis Bisnis Indonesia.

Sedangkan jurnalis Media Indonesia terikat dengan kode etik yang dibukukan dan dibagikan kepada semua jurnalis untuk menjadi pedoman. Kode etik ini mengatur keseharian jurnalis seperti halnya larangan merokok hingga keterlibatan dalam politik praktis.

Gambar 3.11. Pedoman Aturan Media bagi Jurnalis



Jika dihubungkan dengan kegiatan jurnalistik yang identik dengan kegiatan pencarian berita, aturan media ini juga menjadi pedoman (35%) jurnalis. Meskipun dibanding dengan Kode Etik Jurnalistik, aturan media ini cenderung tidak terlalu mengikat jurnalis dalam kegiatan jurnalistiknya. Aturan ini lebih mengikat jurnalis sebagai karyawan sebuah perusahaan, yang menerima gaji dan harus patuh pada aturan yang ada dalam suatu perusahaan media tempat jurnalis tersebut bekerja.

Hasil yang berbeda akan terlihat jika pertanyaan ini diberikan kepada jurnalis untuk menilai sejauh mana aturan media ini menjadi pedoman kegiatan jurnalis. Sebagai bagian dari perusahaan yang mewakili unsur pimpinan, jurnalis menilai bahwa bagi redaktur aturan media ini sangat menjadi pedoman sekali (28%). Meskipun tidak secara langsung berhubungan dengan penegakan aturan, redaktur ikut bertanggung jawab untuk memastikan bahwa proses pencarian berita yang dilakukan oleh timnya sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan perusahaan media. Redaktur dalam periode tertentu (seminggu sekali) memimpin rapat desk untuk mengatur sekaligus mengevaluasi performa dari masing-masing timnya, agar tetap bersinergi dengan target yang diharapkan dan tujuan perusahaan. Sedangkan terhadap aturan media ini, jurnalis memberikan penilaian yang lebih rendah terhadap kepatuhan rekan jurnalis lain (30%). Penilaian semacam ini terjadi karena jurnalis cenderung menilai dirinya lebih baik dibanding rekan jurnalis lainnya.

Kepercayaan terhadap aturan normatif media dan KEJ juga dipengaruhi oleh evaluasi keuntungan dan kerugian dari kedua aturan tersebut. Salah satunya aturan yang membolehkan penggunaan siaran pers sebagai salah satu sumber informasi jurnalis, selain dari liputan/wawancara langsung, penelitian, sumber anonim dan sumber pendukung lainnya. Aturan semacam ini, menurut jurnalis cukup menguntungkan pekerjaan jurnalis (23%), karena memudahkan pekerjaan jurnalis. Siaran pers relatif mudah didapatkan, tanpa kerja keras. PR dalam hal ini secara

khusus menyediakan siaran pers untuk digunakan jurnalis. Kemudahan-kemudahan seperti ini, menurut jurnalis juga cukup menguntungkan pekerjaan rekan jurnalis lain (30%).

Gambar 3.12. Keuntungan Aturan yang Membolehkan Penggunaan Siaran Pers bagi Jurnalis



Berdasar uji beda, keuntungan yang dirasakan jurnalis terhadap aturan dibolehkannya penggunaan siaran pers lebih tinggi (7.00) dibanding rekan jurnalis lain (6.84) atau redaktur (6.07).

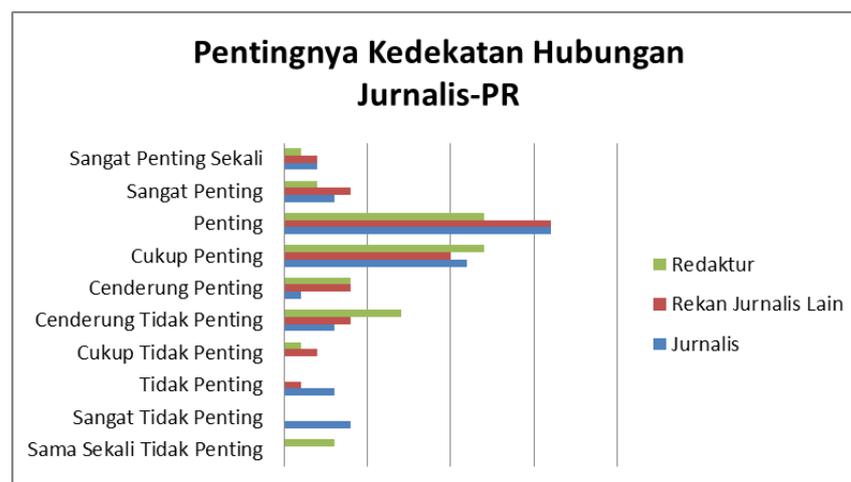
Selanjutnya, meskipun redaktur menyepakati bahwa aturan yang membolehkan penggunaan siaran pers cukup menguntungkan pekerjaan jurnalis, kebanyakan redaktur merasa kurang puas terhadap hasil tulisan jurnalis yang terlalu banyak menggunakan informasi dari siaran pers (26%).

3.3.3. Kepercayaan terhadap Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR

Kekuatan dari kepercayaan terhadap kedekatan hubungan jurnalis-PR oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media; serta kelebihan dari

kepercayaan atas kedekatan hubungan jurnalis-PR oleh jurnalis, rekan sesama jurnalis dan redaktur media, menjadi indikator utama dari analisis deskriptif variabel kepercayaan terhadap kedekatan hubungan jurnalis-PR. Berdasar pengujian PLS, seluruh pertanyaan dalam variabel ini mempunyai nilai *cross loadings* yang tinggi (0.773-0.9133), sehingga dapat dengan tepat menjelaskan variabel ini.

Gambar 3.13. Pentingnya Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR



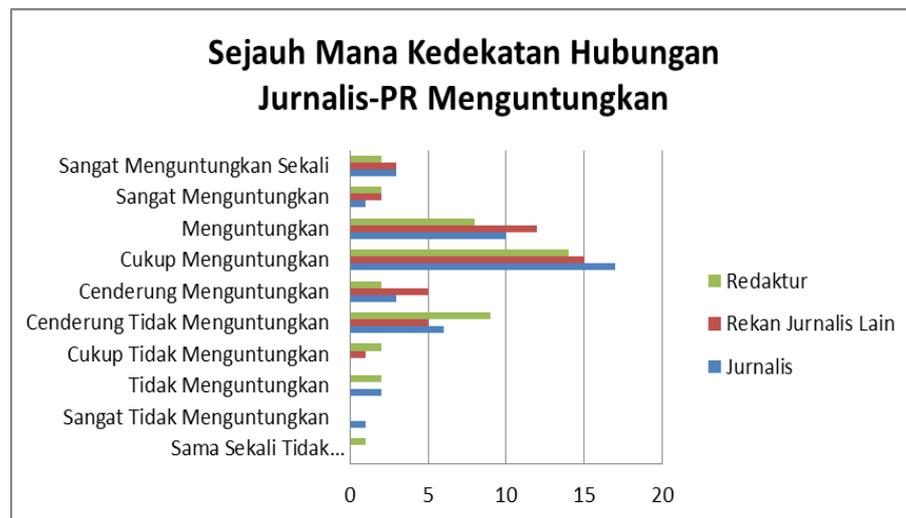
Kepercayaan bahwa kedekatan hubungan jurnalis-PR ini penting diyakini oleh 37% dari jurnalis. Keyakinan yang sama terhadap pentingnya kedekatan hubungan ini juga diberikan untuk menilai kepercayaan rekan jurnalis lain (37%) dan redaktur (28%). Khusus, menurut redaktur kedekatan ini berpotensi untuk disalahgunakan, sehingga redaktur percaya bahwa jurnalis tetap harus menjaga independensinya dalam bekerja. Inilah yang melatarbelakangi tingginya penilaian jurnalis bahwa kedekatan ini cenderung tidak penting menurut redaktur (16%).

Jurnalis menilai bahwa rekan jurnalis lain menempatkan kedekatan dengan PR lebih penting (7.19) dibanding bagi jurnalis (6.74) dan redaktur (6.37). Hal ini diketahui dari hasil uji beda penilaian jurnalis terhadap pentingnya kedekatan jurnalis-PR kepada dirinya, rekan jurnalis lain, dan redaktur.

Kedekatan dengan profesi PR juga diyakini cukup menguntungkan pekerjaan jurnalis (40%). Keuntungan yang didapat antara lain berhubungan dengan kemudahan akses informasi dan data, kecepatan memperoleh agenda acara, prioritas perlakuan, tingginya kepercayaan serta kecepatan respon. Menurut jurnalis, keuntungan ini juga cukup dirasakan oleh rekan jurnalis lain (35%). Hal yang sama juga terjadi pada penilaian jurnalis pada bagaimana redaktur memandang kedekatan hubungan ini. Menurut jurnalis, redaktur menilai bahwa kedekatan hubungan ini cukup menguntungkan (33%).

Berdasar hasil uji beda yang membandingkan penilaian jurnalis terhadap dirinya sendiri, rekan jurnalis lain, dan redaktur, diketahui bahwa jurnalis memberikan penilaian yang lebih tinggi pada kepercayaan rekan jurnalis lain (7.16) dibanding pada dirinya sendiri (6.81) dan redaktur (6.33).

Gambar 3.14. Keuntungan Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR



Jurnalis juga percaya pada sejumlah karakteristik PR yang disukai jurnalis. Menurut jurnalis, tugas PR bukan sekedar menyelenggarakan event, PR juga menguasai konten, dan tidak pelit informasi. PR diharapkan memberikan informasi latar belakang kepada jurnalis. Karena tidak semua jurnalis mengikuti setiap isu yang berkembang dari suatu perusahaan.

Kepercayaan ini seringkali bertentangan dengan kenyataan yang ada di lapangan. PR seringkali tidak paham dengan konten. Ketika ditanya pun, PR seringkali hanya memberikan jawaban yang normatif, baik dengan alasan bukan kewenangannya untuk menjawab atau memang tidak ingin berbagi informasi dengan jurnalis.

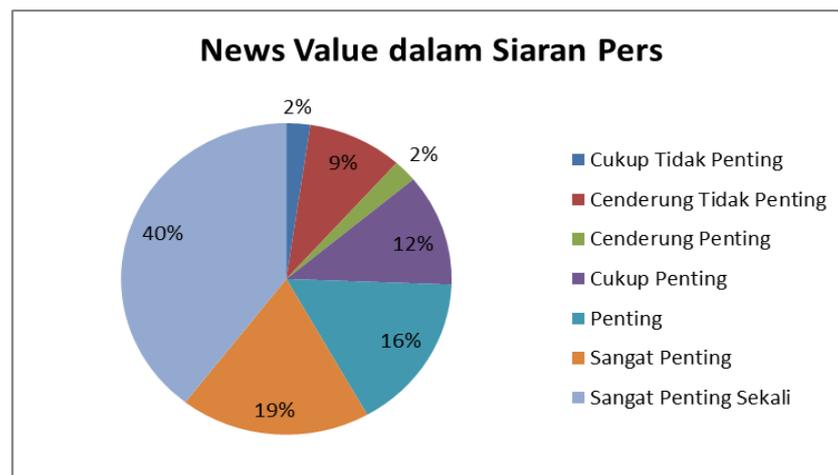
3.3.4. Sikap terhadap Kualitas Siaran Pers

Variabel sikap terhadap kualitas siaran pers dalam hal ini berhubungan dengan derajat penilaian seseorang terhadap kualitas siaran pers, apakah

cenderung positif, netral atau negatif. Variabel ini dianalisis melalui enam indikator penelitian, yang berhubungan dengan unsur-unsur yang menentukan kualitas suatu siaran pers yang dilihat dari pemenuhan *prominence*, *human interest*, kontroversi, keunikan, ketepatan waktu, dan kedekatan (*proximity*).

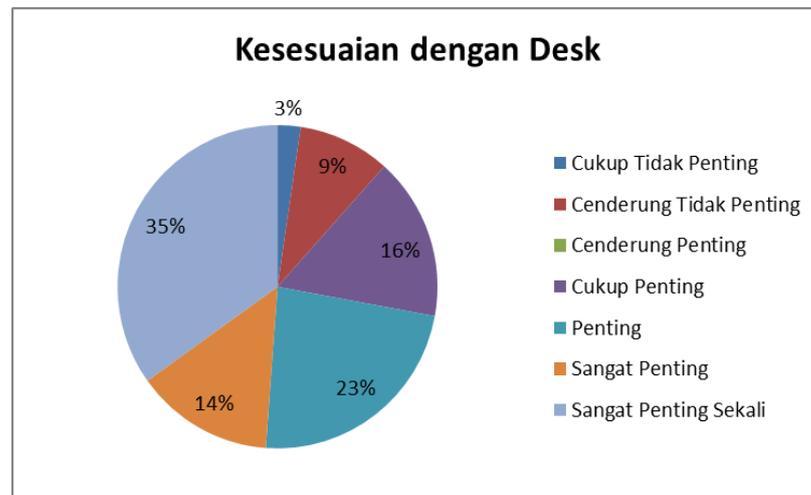
Sebelumnya, penilaian siaran pers ditentukan oleh pemenuhan *news value* dari informasi yang diberikan PR dalam siaran pers, apakah cenderung bernilai berita, biasa saja atau, justru tidak bernilai berita. Pentingnya pemenuhan prasyarat awal ini, sangat penting sekali (40%) menurut jurnalis.

Gambar 3.15. Pentingnya *News Value* dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



Selain *news value*, kesesuaian dengan desk tempat jurnalis bernaung juga menjadi prasyarat utama penilaian terhadap kualitas siaran pers. Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 35% jurnalis menilai kesesuaian ini sangat penting sekali.

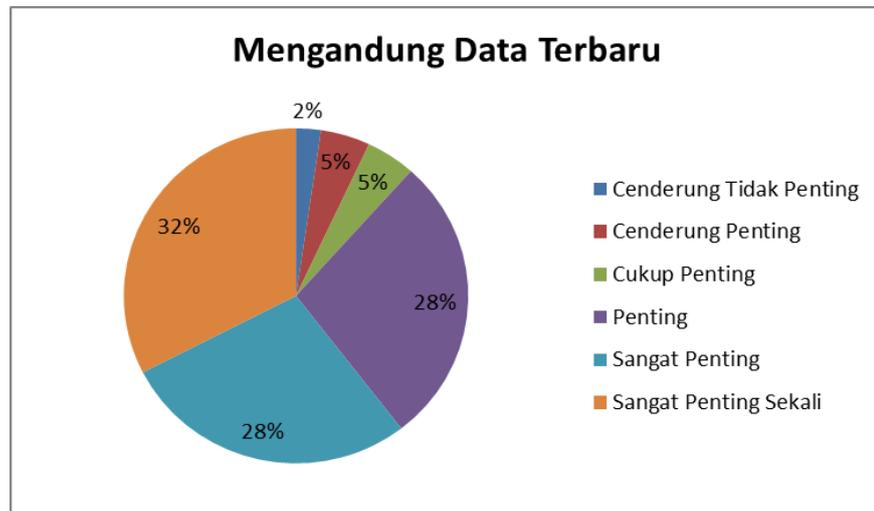
Gambar 3.16. Kesesuaian Desk dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



Penilaian ini lebih dahulu diberikan dibanding penilaian *news value* karena dilakukan tanpa melihat lebih dalam kualitas informasi yang ada dalam siaran pers. Jika tidak sesuai, jurnalis cenderung meneruskannya ke bagian redaksi atau rekan jurnalis lain yang bertanggung jawab terhadap desk tersebut. Misalnya jurnalis asuransi hanya akan menggunakan informasi siaran pers dari perusahaan asuransi, bank, OJK, atau instansi lain yang relevan. Ketika menerima siaran pers dari industri kesehatan, jurnalis tersebut cenderung tidak mengindahkan atau meneruskannya pada rekannya yang ada di desk tersebut.

Jurnalis juga senang dengan siaran pers yang memuat data terbaru. Ketersediaan data terbaru memungkinkan jurnalis mengambil informasi tersebut sebagai bahan tulisannya. Inilah yang menyebabkan 32% jurnalis menilai ketersediaan data sangat penting sekali.

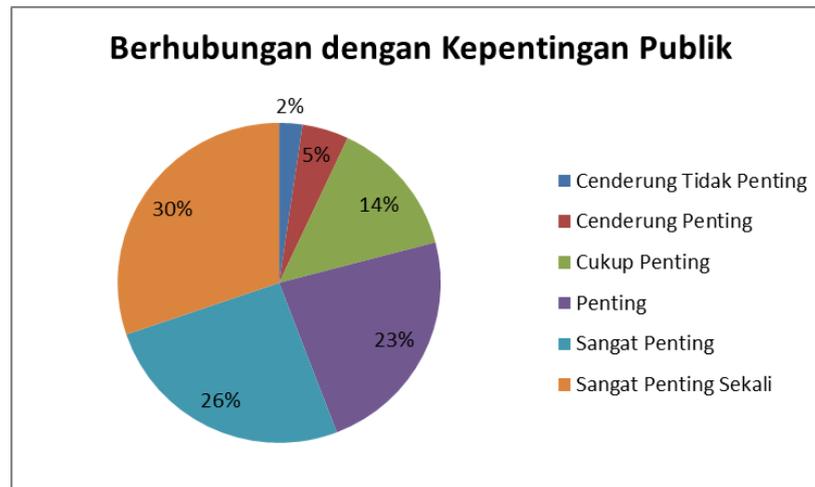
Gambar 3.17. Pentingnya Ketersediaan Data Terbaru dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



Siaran pers juga sebaiknya berhubungan dengan kepentingan publik, artinya peristiwa yang berkenaan dengan kegiatan PR mempunyai dampak yang luas terhadap masyarakat secara luas. Pemenuhan unsur ini dirasa sangat penting sekali (30%) bagi jurnalis. Meskipun demikian, cukup sulit bagi jurnalis menemukan adanya kolerasi informasi dalam siaran pers PR dengan kepentingan publik.

Informasi dalam siaran pers cenderung memberikan porsi pembahasan yang lebih besar untuk menceritakan sisi perusahaan dibanding publik secara detail. Hubungan ini lebih sering muncul karena jurnalis secara sengaja menghubungkannya, baik dalam konteks positif seperti halnya kegiatan CSR maupun negatif seperti pemecatan hubungan kerja (PHK).

Gambar 3.18. Kesesuaian Kepentingan Publik dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



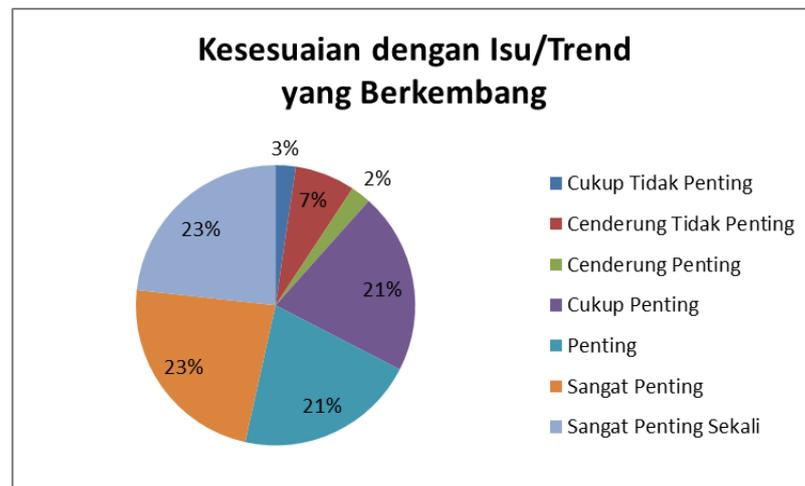
Menurut jurnalis, siaran pers juga sangat penting sekali disesuaikan dengan isu/ trend yang sedang berkembang (23%). Kesesuaian ini memudahkan jurnalis untuk memasukkan tulisan sebagai headline. Meskipun, dari sudut PR, informasi yang berhubungan dengan isu/ trend yang berkembang cenderung mengaburkan pesan utama yang ingin disampaikan oleh PR dalam siaran pers-nya. Dalam konteks ini, jurnalis mempunyai framing² sendiri sebelum menulis sebuah berita.

PR secara tidak langsung diharapkan mempunyai kemampuan manajemen isu dalam mengelola citra organisasi. PR dituntut agar mampu mengantisipasi, meneliti, memprioritaskan isu, dan menelaah dampak isu terhadap organisasi, merekomendasikan kebijakan, dan strategi untuk meminimalkan resiko dan menangkap kesempatan, melibatkan dan

² Framing menurut Erving Goffman merujuk pada seperangkat pengharapan tertentu yang digunakan untuk memaknai situasi sosial dalam keadaan tertentu. (Baran, 2005 : 393)

menerapkan strategi, serta mengevaluasi dampak program. (Cutlip, 2005: 16)

Gambar 3.19. Kesesuaian Isu/ Trend yang Berkembang dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



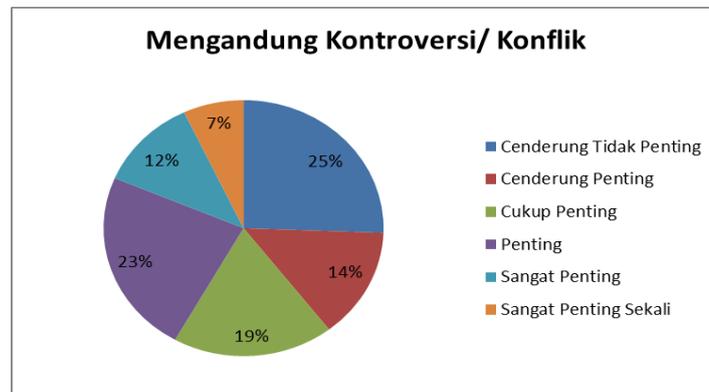
Kebutuhan akan informasi yang mengandung kontroversi atau konflik juga dimiliki jurnalis. Sebanyak 23% jurnalis menilai unsur ini penting. Informasi ini dinilai lebih mudah mendapat perhatian publik dibanding informasi yang standar dan biasa. Berdasar nilai *cross loadings* PLS, pertanyaan ini juga mempunyai nilai yang tinggi, sebesar 0.8283.

Sebagian PR menyadari bahwa media biasanya tidak akan terlalu bersemangat tentang hal baik dari suatu perusahaan. Sebaliknya, semakin buruk berita tentang suatu perusahaan, semakin besar kesempatannya menjadi cerita berita utama yang akan menangkap perhatian media dan publik. (Argenti, 2010 : 180)

Meskipun demikian, tidak banyak jurnalis yang mencari informasi yang bernilai sensasi ini. Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian yang

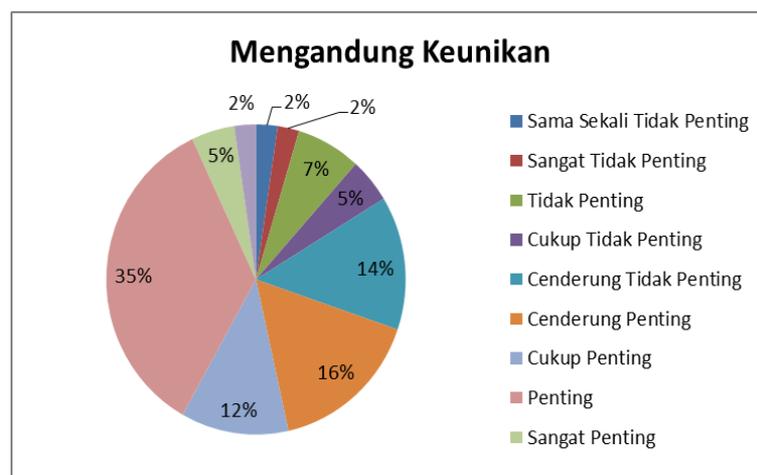
memperlihatkan bahwa lebih banyak jurnalis yang menilai unsur ini cenderung tidak penting (26%).

Gambar 3.20. Pemenuhan Kontroversi/ Konflik dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



Kebutuhan akan berita yang tidak standar juga dapat dipenuhi dari ketersediaan keunikan dalam suatu siaran pers. Jurnalis menilai, keunikan menjadi salah satu unsur penting penentu kualitas siaran pers (35%).

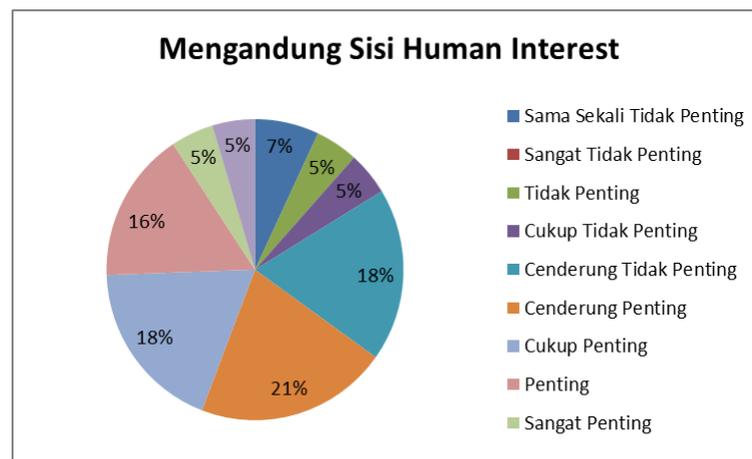
Gambar 3.21. Pemenuhan Keunikan dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



Dari sekian banyak unsur, jurnalis memberikan penilaian yang paling rendah pada pemenuhan nilai *human interest*³ dalam siaran pers. Hal ini terjadi karena jurnalis menilai tulisan jurnalis lebih mengandung *human interest* dibanding informasi dari PR. Selain, karena faktor jarang sekali ditemukan PR yang mampu mengembangkan tulisan yang mengandung unsur ini.

Jurnalis hanya menilai *human interest* cenderung penting (21%). Penilaian ini diberikan karena jurnalis sangat jarang menemukan siaran pers yang memenuhi unsur ini. Nilai *human interest* lebih sering berhubungan dengan penilaian kualitas tulisan jurnalis yang dipublikasi di media massa, bukan kualitas siaran pers yang dibuat oleh PR.

Gambar 3.22. Pemenuhan *Human Interest* dalam Siaran Pers Menurut Jurnalis



³ Untuk menghasilkan tulisan jurnalistik yang berkualitas, liputan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut, pertama, menuliskan fakta peristiwa menjadi sebuah kisah yang memasukkan *human interest* sehingga menjadi berita yang menarik. Kedua, menggunakan bahasa, kata dan kalimat yang ringkas, sederhana dan tepat. Ketiga, mampu membuat paragraf pendek agar isi berita mudah dipahami pembaca. Keempat, menggunakan struktur penulisan berita dengan cara bercerita, tetapi tetap dalam bahasa jurnalistik yang sederhana. (Setiati, 2005: 32)

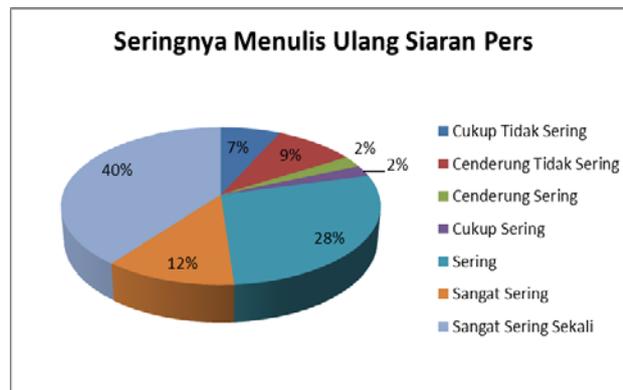
3.3.5. Norma Subjektif Aturan Media dan KEJ

Analisis variabel norma subjektif aturan media dan Kode Etik Jurnalistik (KEJ)⁴ dilakukan dengan menguji dua indikator penelitian, yang berhubungan dengan motivasi untuk mematuhi aturan media dan KEJ, dan kekuatan dari kepercayaan aturan normatif media dan KEJ itu sendiri.

Salah satu aturan tak tertulis yang berlaku di kalangan jurnalis adalah keharusan menulis ulang siaran pers yang didapat jurnalis. Redaktur menekankan pada setiap jurnalis bahwa tulisan yang dikembangkan oleh jurnalis sendiri mempunyai bobot kualitas yang lebih tinggi dibanding tulisan yang sekedar meng-*copy paste* informasi dalam siaran pers. Meskipun tidak memberikan sanksi secara khusus, penilaian terhadap tulisan jurnalis dilakukan secara berkala sebagai landasan pertimbangan peningkatan jenjang karir jurnalis. Hal ini menyebabkan jurnalis, mau tidak mau mematuhi aturan tak tertulis ini. Kebiasaan menulis ulang siaran pers untuk kebutuhan berita ini sangat sering sekali dilakukan oleh 40% jurnalis. Alasan lain yang mendasari kebiasaan ini adalah keharusan untuk menyesuaikan tulisan dengan kebutuhan masing-masing berita.

⁴ Kode etik merupakan panduan bagi sebuah profesi yang dibuat berdasarkan kaidah moral. Kode etik jurnalistik menjadi panduan moral bagi jurnalis yang bermanfaat untuk menghindari *abuse of power*. Selain itu juga bermanfaat demi integritas, melindungi atau memajukan profesi jurnalis. (Tamin, 2011 : 53-54)

Gambar 3.23. Keharusan Menulis Ulang Siaran Pers

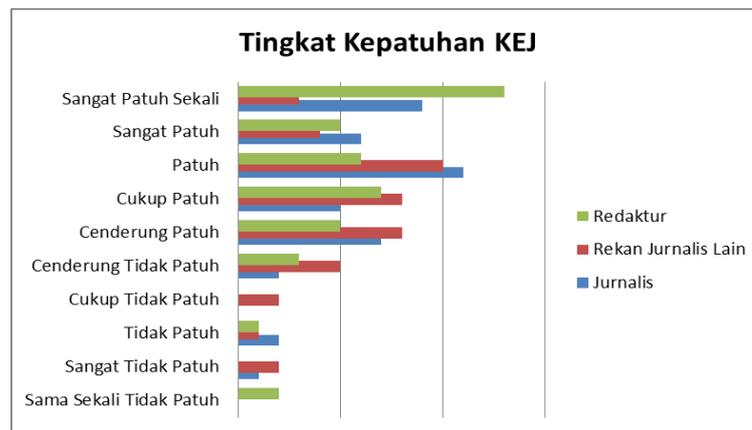


Perilaku jurnalis sehari-harinya juga merupakan dampak dari kepatuhan dari aturan yang berlaku di masing-masing media, baik aturan umum seperti KEJ maupun aturan normatif media. Pertanyaan tentang kepatuhan berdasar pengukuran *discriminant validity* cenderung mempunyai nilai *cross loadings* yang tinggi (0.7738-0.932).

Ketika ditanyakan langsung kepada jurnalis, jawaban yang muncul memang terkesan normatif, dimana 21% merasa sangat patuh sekali terhadap KEJ, sedangkan jurnalis lainnya mempunyai tingkat kepatuhan yang bervariasi mulai dari sangat patuh (14%), patuh (26%), cukup patuh (12%), dan cenderung patuh (16%).

Jurnalis juga cenderung memberikan penilaian yang lebih tinggi pada dirinya dibanding rekan jurnalis lainnya terhadap tingkatan kepatuhan ini. Jika dibandingkan variasi kepatuhan rekan jurnalis lain berada di bawah, dengan variasi sebagai berikut, patuh (23%), cukup patuh (19%), dan cenderung patuh (19%).

Gambar 3.24. Tingkat Kepatuhan terhadap KEJ



Fenomena berbeda terlihat ketika jurnalis diminta menilai redaktur terkait kepatuhan terhadap KEJ. Jurnalis memberikan penilaian lebih tinggi pada kepatuhan redaktur, dengan variasi sebagai berikut sangat patuh sekali (30%), sangat patuh (12%), patuh (14%), cukup patuh (16%), dan cenderung patuh (12%).

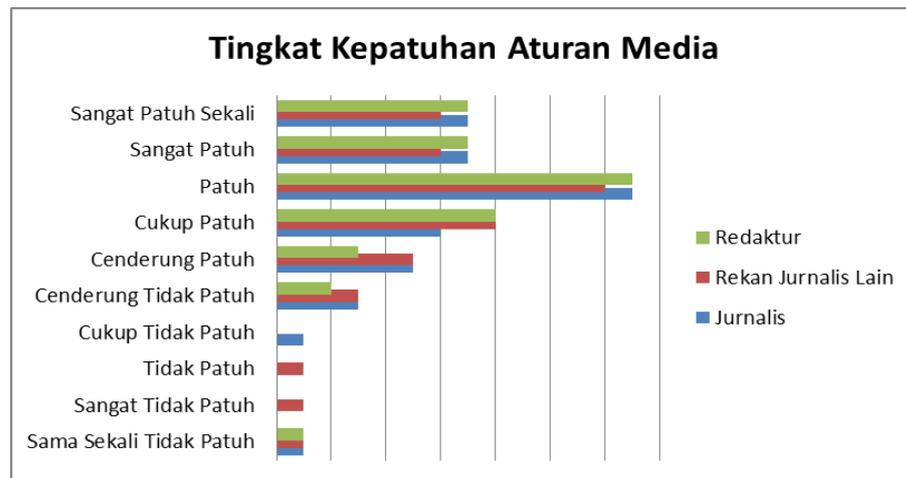
Jurnalis memberikan penilaian yang lebih tinggi pada kepatuhan terhadap KEJ pada dirinya sendiri (7.60), kemudian pada redaktur (7.49) dan rekan jurnalis lain (6.74). Artinya, berdasar analisis uji beda penilaian jurnalis ditemukan bahwa kepatuhan jurnalis lebih tinggi dibanding rekan jurnalis lainnya.

Aturan lain yang juga mengatur kegiatan jurnalis sehari-harinya adalah aturan media yang berbeda penerapannya pada masing-masing media. Aturan media di Bisnis Indonesia merujuk pada aturan perusahaan yang mengikat jurnalis sebagai karyawan dan buku gaya yang mengatur gaya penulisan jurnalis di Bisnis Indonesia.

Sedikit berbeda dengan aturan media yang ada di Media Indonesia, yang diterjemahkan dalam bentuk aturan perusahaan yang mengikat jurnalis sebagai pekerja dan kode etik (*code of conduct*). Media Indonesia yang disosialisasikan pada seluruh jurnalis saat pembekalan awal sebagai jurnalis dan harus dipatuhi.

Dengan tidak melakukan pembedaan terhadap responden yang berasal dari dua media yang berbeda, berikut adalah analisis yang dihasilkan untuk melihat tingkat kepatuhan jurnalis terhadap aturan media. Di level jurnalis, variasi tingkat kepatuhan terlihat dari data berikut, dimana berturut-turut jurnalis menjawab sangat patuh sekali (16%), sangat patuh (16%), patuh (30%), cukup patuh (14%) dan cenderung patuh (12%). Di kalangan rekan jurnalis lain, tingkat kepatuhannya adalah sebagai berikut, sangat patuh sekali (14%), sangat patuh (14%), patuh (28%), cukup patuh (19%) dan cenderung patuh (12%). Dari hasil riset ini terlihat bahwa penilaian jurnalis pada dirinya sendiri cenderung lebih tinggi dibanding ketika jurnalis menilai rekan jurnalis lainnya.

Gambar 3.25. Tingkat Kepatuhan terhadap Aturan Media



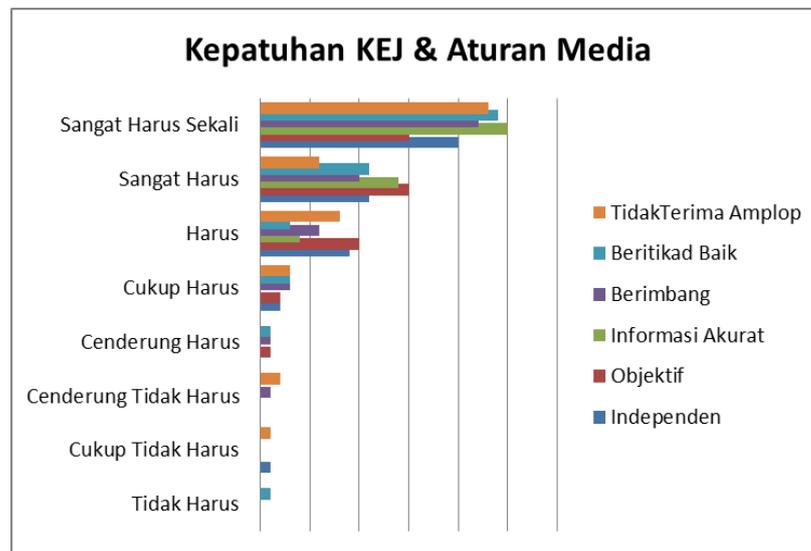
Sementara itu, jurnalis memberikan penilaian yang lebih tinggi pada kepatuhan redaktur terhadap aturan media, meskipun perbedaannya tidak terlalu signifikan jika dibandingkan. Di kalangan redaktur, menurut jurnalis berikut adalah variasi tingkat kepatuhannya, sangat patuh sekali (16%), sangat patuh (16%), patuh (30%), dan cukup patuh (19%).

Secara ringkas, berdasar pengujian uji beda, jurnalis memberikan penilaian yang lebih tinggi pada dirinya untuk mematuhi aturan media. Penilaian ini mempunyai mean sebesar 7.65, lebih tinggi dibanding mean penilaian jurnalis kepada redaktur (7.51) dan rekan jurnalis lain (7.37).

Kepatuhan akan KEJ atau aturan media selanjutnya dianalisis secara lebih mendalam melalui pertanyaan yang menguji pemahaman terhadap aturan dalam KEJ maupun aturan media, antara lain mencakup pemahaman akan independensi jurnalis, objektivitas, akurasi informasi, keberimbangan, iktikad baik, dan larangan menerima amplop.

Pertanyaan ini semakin memperkaya hasil penelitian, karena pertanyaan kepatuhan yang ditanyakan langsung ke jurnalis cenderung kurang dapat memberikan gambaran yang komprehensif.

Gambar 3.26. Tingkat Kepatuhan terhadap KEJ dan Aturan Media



Dari semua pertanyaan, mayoritas jurnalis menjawab tingkatan sangat harus sekali, sangat harus, dan harus untuk menunjukkan level kepatuhannya. Hal ini terjadi karena kepatuhan kita tanyakan langsung kepada jurnalis yang bersangkutan. Jika dibandingkan pada tingkatan sangat harus sekali, persentase tertinggi diperoleh pada jawaban akan kepatuhan pada akurasi informasi (58%), itikad baik (56%), dan keharusan tidak menerima amplop (54%), keberimbangan (51%), independensi (47%), disusul oleh objektivitas (35%).

Sedikit berbeda pada tingkatan sangat harus, persentase tertinggi diperoleh pada jawaban kepatuhan akan objektivitas (35%), akurasi

informasi (33%), itikad baik (26%), independensi (26%), keberimbangan (23%), dan keharusan tidak menerima amplop (14%).

Variasi tingkatan pada level harus juga menunjukkan hal yang sedikit berbeda dimana persentase tertinggi diperoleh pada jawaban kepatuhan akan objektivitas (23%), independensi (21%), keharusan tidak menerima amplop (19%), keberimbangan (14%), akurasi informasi (9%), dan itikad baik (7%).

Objektivitas dalam hal ini memungkinkan media memberi jarak konten media dan iklan, demi peningkatan kepercayaan publik dan kebenaran dalam informasi maupun opini yang dikembangkan media. Disebutkan bahwa objektivitas memberikan nilai pasar yang lebih luas dan tinggi pada produk berita. Informasi dinilai objektif jika mempunyai bentuk faktual, akurat, jujur, utuh, adanya pemisahan fakta dan opini, serta dapat diandalkan untuk diperiksa. (McQuail, 2011 : 223-224)

Khusus untuk mendalami pertanyaan terkait pemberian PR (amplop), peneliti mengujinya dengan pertanyaan sejauh mana pemberian PR mempengaruhi penggunaan informasi dari siaran pers sebagai bahan tulisan. Diketahui bahwa sebanyak 35% jurnalis sangat setuju sekali dengan pernyataan ini. Meskipun 19% lainnya menilai cenderung tidak setuju dengan pertanyaan ini, masih banyak yang setuju (12%), dan cukup setuju (12%) bahwa pemberian PR mau tidak mau mempengaruhi penulisan. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian dari PR itu harus ditolak tidak selalu menunjukkan fakta di lapangan karena nyatanya masih

banyak jurnalis yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa pemberian PR mempengaruhi tulisan.

Kepatuhan terhadap KEJ dan aturan media juga dilatarbelakangi oleh pengalaman rekan jurnalis lain, yang pernah mendapat sanksi dari pelanggaran aturan tersebut, mulai dari pemberian surat peringatan pertama, kedua bahkan hingga dikeluarkan. Kebanyakan pelanggaran yang dilakukan dalam hal ini berkenaan dengan plagiarisme, atau keberpihakan pada salah satu pihak yang dibuktikan dengan penerimaan imbalan baik berupa uang atau barang.

3.3.6. Kontrol Perilaku Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR

Salah satu pekerjaan utama PR adalah mengetahui tentang media yang berarti mengetahui bagaimana media bekerja, membuat isi/ bahan, memenuhi deadline, setia pada persyaratan tertentu, dan memikat khalayak. PR harus membangun dan memelihara hubungan saling menghormati dan mempercayai. Hubungan itu meskipun sama-sama menguntungkan, merupakan hubungan lawan, karena jurnalis dan PR tidak berada pada bisnis yang sama dan sering tidak mempunyai tujuan komunikasi yang sama.

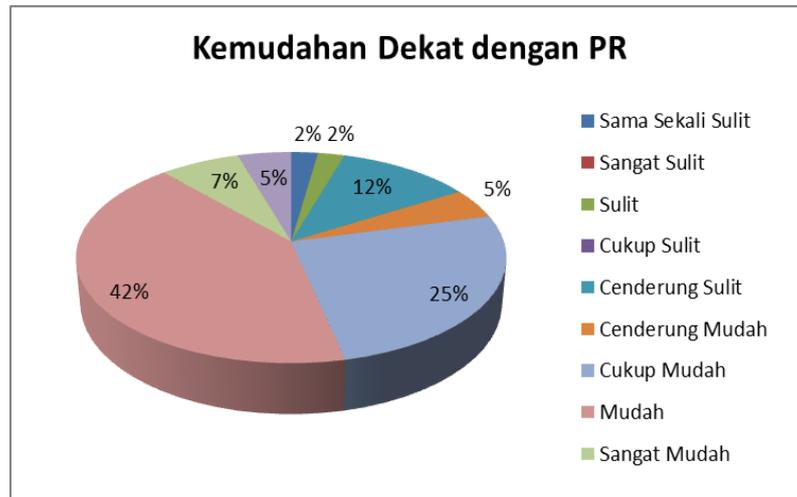
Analisis terhadap kontrol perilaku memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendorong dari kedekatan hubungan antara jurnalis dan profesi public relations. Faktor-faktor ini selanjutnya memberikan kontribusi terhadap

perilaku yang mengatur jurnalis untuk melakukan dan tidak melakukan sesuatu. Dalam hal ini, variabel kontrol perilaku kedekatan hubungan jurnalis-PR ini diuji melalui dua indikator penelitian, yang berhubungan dengan kemauan individu, serta kemudahan dan kesulitan melakukan perilaku tersebut. Pertanyaan dalam indikator ini mempunyai nilai *cross loadings* antara 0.7962 hingga 0.8782 (tinggi).

Jurnalis memberikan image positif pada karakter atau sikap PR yang disukai, yang mempermudah akses jurnalis untuk melakukan wawancara dengan narasumber, secara cepat merespon data yang dibutuhkan jurnalis, fleksibel, mudah dihubungi, dan sebagainya.

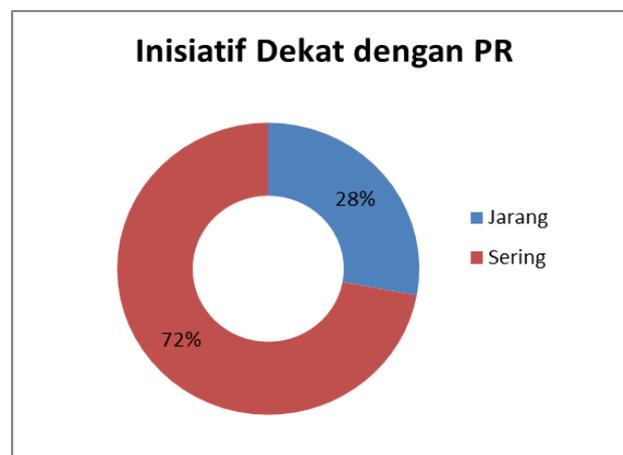
Kebutuhan PR akan profesi jurnalis membuat PR berusaha melakukan segala macam upaya untuk melakukan pendekatan dengan jurnalis, khususnya berkaitan dengan upaya publikasi pemberitaan. Pendekatan ini dapat dilakukan secara alami dan natural melalui pemeliharaan hubungan baik, maupun secara transaksional melalui pemberian balas jasa baik berupa uang maupun barang. Dalam posisi ini, jurnalis menilai kebutuhan PR terhadap jurnalis lebih tinggi dibanding kebutuhan jurnalis terhadap PR. Meskipun, nyatanya jurnalis juga membutuhkan PR untuk menggali informasi dari sebuah institusi atau perusahaan. Keyakinan ini terlihat dari jawaban jurnalis yang menyatakan bahwa menjadi dekat dengan PR itu mudah (42%) dan cukup mudah (26%) dilakukan.

Gambar 3.27. Tingkat Kemudahan Dekat dengan PR



Jika ada yang menjawab cenderung tidak mudah (12%), jawaban itu diberikan oleh jurnalis yang belum lama berprofesi sebagai jurnalis. Dalam hal ini, jurnalis sering melakukan inisiatif awal untuk dekat dengan PR (28%), terlebih jika berkaitan dengan kebutuhan akan suatu informasi, agenda acara, atau narasumber.

Gambar 3.28. Inisiatif untuk Dekat dengan PR



Meskipun demikian, ada juga jurnalis yang jarang melakukan inisiatif awal (12%). Jurnalis kategori ini lebih senang menunggu

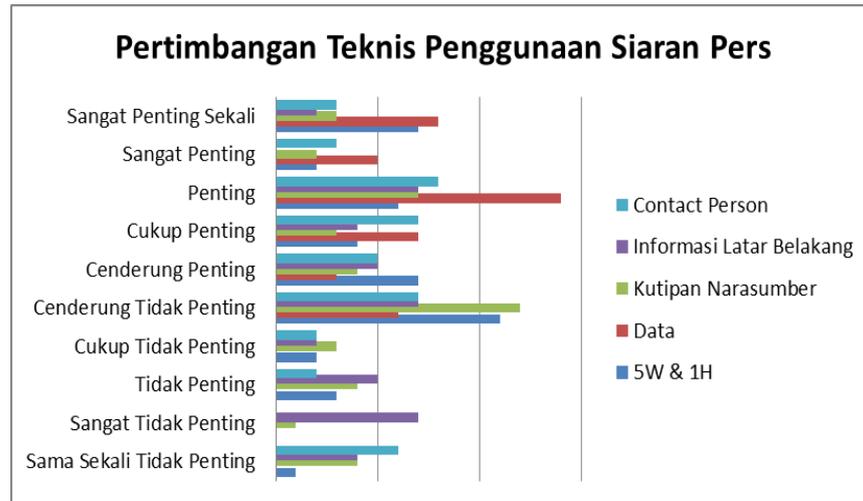
informasi datang, atau mencari informasi dari sumber lain melalui jalur resmi.

3.3.7. Niat Penggunaan Siaran Pers

Sebelum memutuskan untuk menggunakan informasi yang ada dalam siaran pers, jurnalis mempunyai pertimbangan personal dan memikirkan pertimbangan tersebut lebih lanjut, hingga sampai pada kesimpulan apakah jurnalis berniat menggunakan siaran pers tersebut atau tidak. Pertimbangan personal ini selanjutnya dianalisis melalui dua indikator, pertama motivasi penggunaan siaran pers dan kedua, usaha yang dilakukan jurnalis untuk menggunakan siaran pers. Pertanyaan dalam variabel ini cenderung mempunyai nilai *cross loadings* yang cukup tinggi antara 0.565-0.7708.

Pertimbangan personal ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, tetapi motivasi jurnalis untuk mencari siaran pers cenderung rendah (14%), cukup rendah (21%), dan rendah (23%). Jurnalis mempunyai beberapa pertimbangan teknis sebelum menggunakan siaran pers. Pertimbangan tersebut mencakup pemenuhan unsur 5W dan 1H, ketersediaan data, pemenuhan kutipan narasumber, ketersediaan informasi latar belakang, dan ketersediaan *contact person* yang bisa dihubungi. Pengaruh pertimbangan tersebut dapat digambarkan dalam grafik berikut,

Gambar 3.29. Pertimbangan Teknis Penggunaan Siaran Pers



Ketika dibandingkan, pertimbangan yang paling mempengaruhi penggunaan informasi dalam siaran pers adalah ketersediaan data. Jurnalis menjawab data sangat penting sekali (19%), sangat penting (12%), cukup penting (33%), dan cenderung penting (17%).

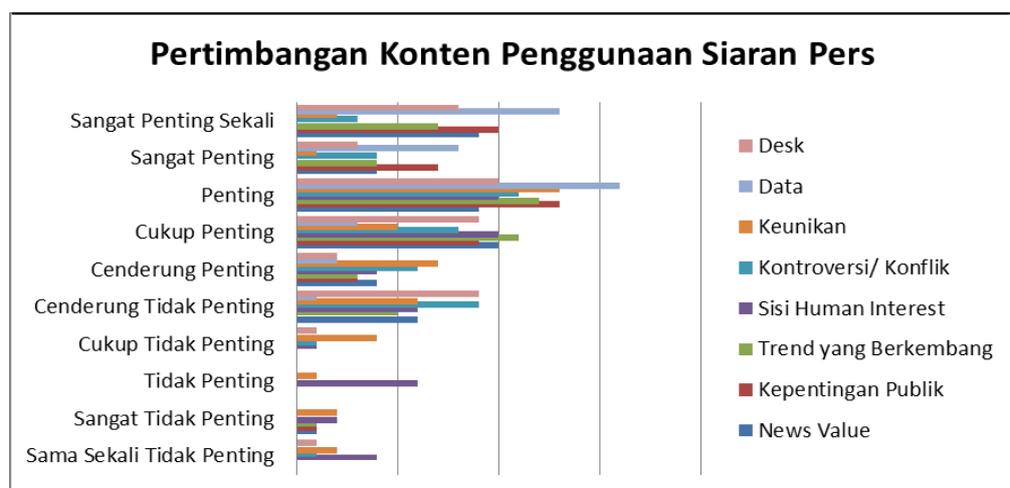
Informasi lain yang tidak selalu ditulis dalam tulisan jurnalis tetapi penting adalah ketersediaan *contact person* yang bisa dihubungi. *Contact person* ini berguna bagi jurnalis ketika ingin melakukan konfirmasi lebih lanjut terhadap data yang ada dalam siaran pers. Variasi jawaban jurnalis mayoritas ada pada tingkat penting (19%), cukup penting (16%), dan cenderung penting (12%).

Selanjutnya, meski banyak ditulis di siaran pers, tidak banyak jurnalis yang menggunakan kutipan narasumber yang ditandai secara khusus. Jurnalis lebih senang melakukan wawancara langsung untuk menguatkan pernyataan narasumber. Selain itu, kebutuhan kutipan dari masing-masing jurnalis berbeda-beda. Dengan bertanya langsung, jurnalis

dapat mengeksplor jawaban sesuai dengan kebutuhan tulisannya. Inilah yang menyebabkan ketika kutipan narasumber dalam siaran pers ditanyakan, jurnalis menjawab bahwa ketersediaan kutipan ini cenderung tidak penting (30%). Meskipun sebanyak 16% jurnalis masih menilai bahwa informasi tentang kutipan tetap perlu sebagai pelengkap, ketika yang berhasil diwawancara hanya level manager yang ada di bawahnya.

Pertimbangan lain yang juga mempengaruhi penggunaan informasi dalam siaran pers oleh jurnalis berkenaan dengan konten atau isi dari siaran pers tersebut. Mulai dari pemenuhan *news value*, kesesuaian dengan kepentingan publik, trend yang berkembang, sisi *human interest*, kontroversi/ konflik, keunikan, ketersediaan data, dan kesesuaian dengan desk. Pengaruh dari masing-masing faktor tersebut dapat dilihat dalam grafik berikut ini,

Gambar 3.30. Pertimbangan Konten Penggunaan Siaran Pers



Dari grafik di atas, pemenuhan data menjadi pertimbangan utama jurnalis untuk menggunakan informasi dalam siaran pers. Hal ini terlihat

dari mayoritas jawaban jurnalis yang menyatakan bahwa pertimbangan data sangat penting sekali (30%), sangat penting (19%), dan penting (37%).

Seperti dicontohkan oleh Asisten Kepala Divisi Pemberitaan Media Indonesia, Rosmery C. Sihombing, bahwa di semua divisi kebutuhan data penting. Misalnya, berita tentang peningkatan penjualan harus disertai informasi kenaikan berapa persen atau rupiah. Informasi tentang pengurangan gizi buruk, harus disertai informasi jumlah penderita gizi buruk, tersebar dimana saja, target dan persentase pengurangan yang diharapkan. Karena tanpa data, informasi akan menjadi normatif.

Pertimbangan berikutnya adalah berkaitan dengan kepentingan publik yang ingin dilayani oleh media yang bersangkutan. Terkait pemenuhan kepentingan publik ini, jawaban jurnalis bervariasi mulai dari sangat penting sekali (23%), sangat penting (16%), penting (30%) dan cukup penting (21%).

Selanjutnya, meskipun tidak berhubungan langsung dengan kualitas siaran pers, informasi yang telah sesuai dengan desk jurnalis akan lebih banyak digunakan. Sejumlah jurnalis menyatakan bahwa kesesuaian ini sangat penting sekali (19%), penting (23%), dan cukup penting (21%).

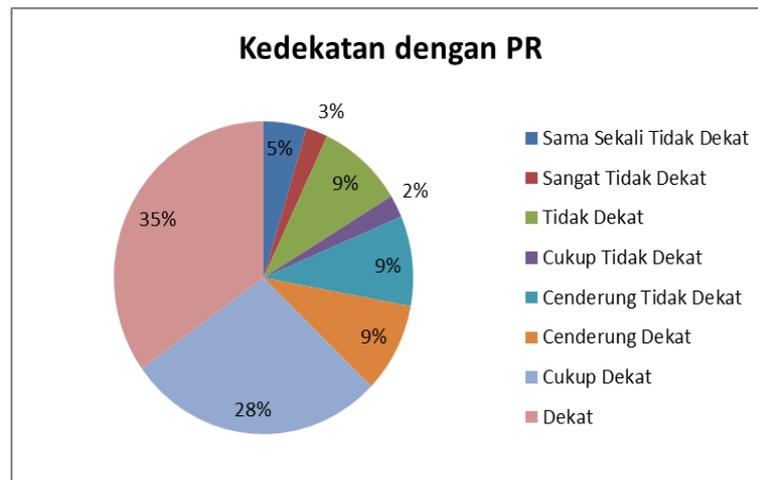
Pertimbangan lain yang cukup dominan adalah kesesuaian dengan trend/ isu yang berkembang. Media dalam hal ini cenderung tertarik dengan berita-berita yang sedang banyak diperbincangkan masyarakat. Hal ini terlihat dari jawaban jurnalis yang menilai kesesuaian ini, sangat

penting sekali (16%), sangat penting (9%), penting (28%), dan cukup penting (26%).

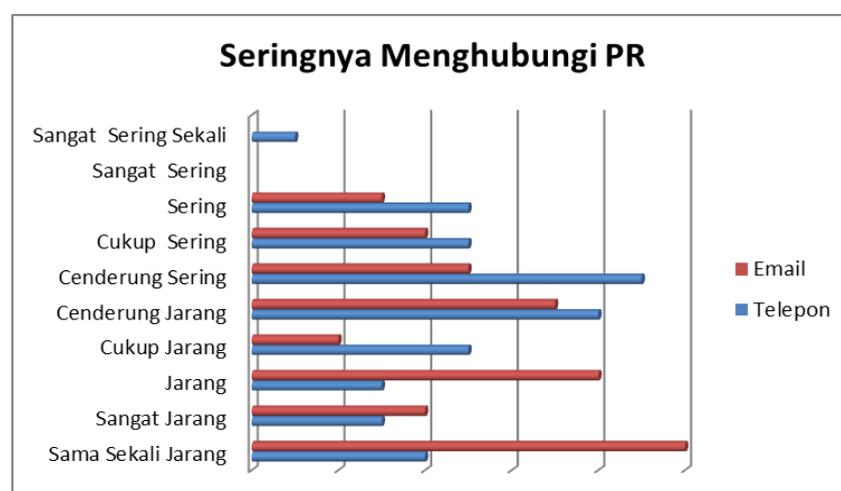
Sedangkan terkait pemenuhan 5W dan 1H, baik PR dan jurnalis sudah mempunyai pemahaman yang sama. Hal ini dijelaskan oleh Rosmery C. Sihombing, Asisten Kepala Divisi Pemberitaan Media Indonesia, yang menuturkan bahwa siaran pers yang menjelaskan tentang kenaikan harga sembako misalnya, juga harus disertai penjelasan detail mengapa ada kenaikan, apa penyebabnya, berapa kenaikannya, dan lain-lain.

3.3.8. Kontrol Perilaku Aktual Kedekatan Hubungan Jurnalis-PR

Sebelum menggunakan informasi dalam siaran pers, perilaku jurnalis juga dikontrol oleh aturan tak tertulis yang berhubungan dengan kedekatan hubungan jurnalis dengan PR. Variabel kontrol perilaku aktual kedekatan hubungan jurnalis-PR ini diuji melalui tiga indikator penelitian yang berhubungan dengan kemauan individu yang mempengaruhi individu, kemudahan dan kesulitan melakukan perilaku yang mempengaruhi *cross loadings* pertanyaan dalam variabel ini lebih tinggi dibanding pertanyaan dalam kontrol aktual, yaitu berkisar antara 0.535 hingga 0.892.

Gambar 3.31. Kedekatan dengan PR

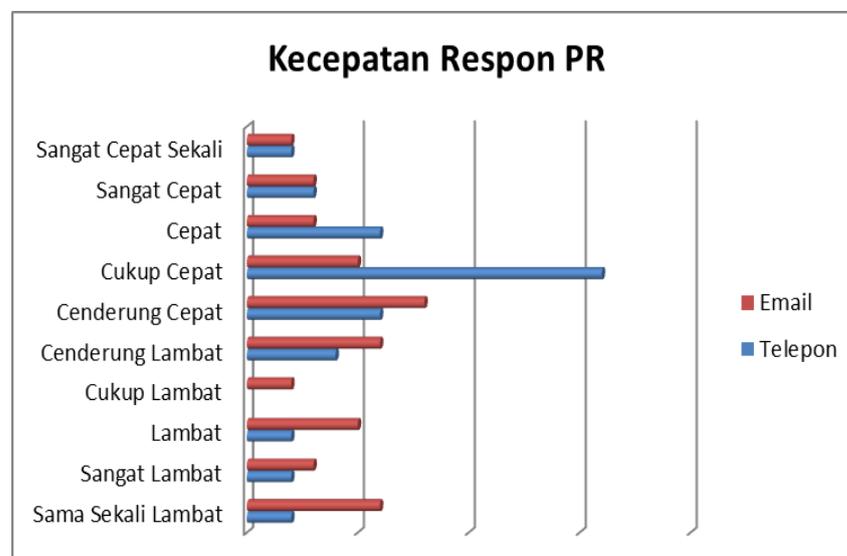
Ketika ditanya sejauh mana jurnalis merasa dekat dengan profesi PR, sejumlah jurnalis menjawab dekat (35%), dan cukup dekat (28%). Kedekatan ini dibuktikan dengan keseringan menghubungi PR untuk melakukan wawancara atau mendapatkan siaran pers/ foto baik melalui telepon atau email. Jurnalis menyatakan lebih sering menghubungi PR melalui telepon (12%) dibanding melalui email (7%).

Gambar 3.32. Intensitas Komunikasi dengan PR

Tingkat kedekatan juga dapat terlihat dari kecepatan respon PR ketika dihubungi oleh jurnalis. Meskipun kecepatan ini tidak hanya dipengaruhi oleh kedekatan hubungan saja, ketersediaan informasi yang siap diperlukan juga menjadi faktor penentu lain yang tidak banyak dibahas dalam penelitian ini. Diketahui bahwa PR lebih cepat merespon jurnalis yang menghubungi melalui telepon dibanding email. Perbandingan kecepatan melalui telepon dan email adalah 14% berbanding 7%.

Meskipun demikian, jurnalis jarang menulis berita dari siaran pers karena kedekatan hubungan dengan PR. Kebanyakan justru menulis berita jika PR atau perusahaan yang bersangkutan membayar iklan. Dalam konteks ini, tugas peliputan biasanya diberikan oleh redaktur, baik dengan menyebut secara langsung atau tidak langsung bahwa perusahaan tersebut sudah beriklan.

Gambar 3.33. Kecepatan Respon PR



Bahkan Media Indonesia, juga menyediakan rubrik khusus “Suplemen” untuk menampung tulisan advertorial. Tulisan dalam rubrik ini ditulis oleh jurnalis khusus, meskipun tidak menutup kemungkinan tulisan yang memuat informasi yang bagus dapat dipublikasi di rubrik regular.

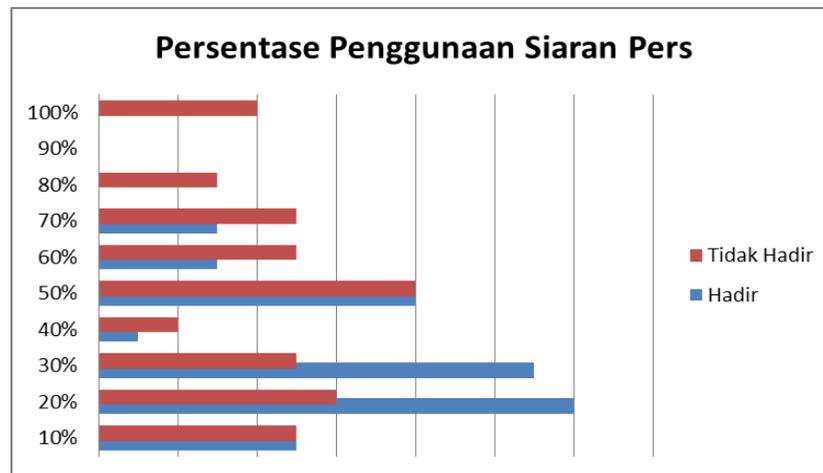
3.3.9. Perilaku Penggunaan Siaran Pers

Variabel terakhir yang dianalisis adalah perilaku penggunaan siaran pers di kalangan jurnalis. Variabel ini diuji melalui indikator persentase penggunaan siaran pers, baik ketika hadir dalam sebuah acara, maupun tidak hadir. Berdasar pengujian PLS, pertanyaan dalam variabel ini mempunyai nilai *cross loadings* yang tinggi (0.7737-0.916), sehingga dapat dengan tepat menjelaskan variabel ini.

Diketahui bahwa, jurnalis cenderung lebih banyak menggunakan informasi dalam siaran pers ketika tidak hadir dalam suatu acara. Persentasenya antara lain mulai dari 50% hingga 70%. Siaran pers ini biasanya dikirim melalui email langsung pada jurnalis yang bersangkutan maupun dikirim melalui email kantor atau fax kantor. Kebebasan pengiriman ini berkenaan dengan adanya kesetaraan dalam bidang struktur dimana seorang orang mempunyai kesempatan yang sama untuk mengirim konten. (McQuail, 2011 : 219)

Perbandingan persentase ini dapat dilihat dalam tabel berikut,

Gambar 3.34. Persentase Penggunaan Siaran Pers



Sedangkan ketika hadir dalam sebuah acara, jurnalis hanya mengambil 20%-30% informasi dari siaran pers. Persentase yang sama juga disampaikan oleh Rosmery C. Sihombing, Asisten Kepala Divisi Pemberitaan Media Indonesia, bahwa rata-rata informasi dari siaran pers yang diambil sebagai bahan berita sekitar 20-30%. Penggunaan informasi dalam siaran pers sebagai bahan berita seringkali dilengkapi dengan penjelasan seperti “menurut Menteri Kesehatan dalam siaran persnya kemarin pada media”.

Sebagai bahan tulisan, jurnalis juga mengakui hanya menggunakan siaran pers sebagai salah satu sumber informasi. Menurut Ratna Ariyanti, Redaktur IT Bisnis Indonesia, hal ini merupakan “pernyataan resmi” dari perusahaan. Informasi lain diperoleh jurnalis melalui situs online, buku/ majalah/ TV, studi perbandingan, *social media*, pengamatan fenomena sehari-hari, investigasi, relasi yang dimiliki jurnalis, dan berkas lain.

Bisnis Indonesia bahkan menyediakan perpustakaan khusus untuk jurnalis, yang memungkinkan jurnalis nyaman menulis berita, dan membandingkan berita-berita dari koran-koran nasional dan majalah yang beredar di Jakarta.