

## PROSES PENYUSUNAN BERITA UNTUK MENINGKATKAN PERAN PENDIDIKAN DALAM PEMBERITAAN MEDIA CETAK

Irsyad Tegar Nugroho

Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses penyusunan berita dalam meningkatkan peran pendidikan dalam pemberitaan media cetak. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teori Agenda Setting dari Elvinaro dan Teori Analisis Gatekeeping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media mampu mempengaruhi khalayak dengan membuat sebuah penekanan pada sebuah peristiwa. Penekanan ini dilakukan untuk membuat peristiwa tersebut menjadi sangat penting dibicarakan. Dalam hal ini, media cetak, masih cukup kurang berperan sebagai wadah edukasi untuk mengembangkan maupun memberitakan serangkaian karya dan prestasi anak bangsa baik secara akademik, maupun non akademik.

**Kata Kunci :** Agenda Setting, Media Cetak, Pendidikan

### *Abstract*

*This research aims to determine the process of preparing news in increasing the role of education in print media reporting. The method in this research is qualitative using Elvinaro's Agenda Setting theory and Gatekeeping Analysis Theory. The research results show that the media is able to influence audiences by placing emphasis on an event. This emphasis is made to make the event very important to discuss. In this case, print media is still lacking in its role as an educational forum, to develop and report on a series of works and achievements of the nation's children both academically and non-academically.*

**Keywords:** *Agenda Setting, Print Media, Education*

### **Pendahuluan**

Salah satu bentuk media informasi yang dikenal dan melekat di masyarakat adalah surat kabar. Surat kabar merupakan salah satu sumber informasi bagi masyarakat luas yang bersifat aktual dan faktual, sehingga bermacam informasi seperti masalah ekonomi, politik, sosial, hukum, kriminal, budaya, teknologi, olahraga ataupun hiburan tersaji didalamnya. Selain itu surat kabar mampu membentuk opini masyarakat serta sebagai

alat pendidikan dan promosi. Untuk mengatasi persaingan dalam penjualan surat kabar, maka salah satu media cetak berupaya melakukan penerapan dari proses penyusunan berita. Diantaranya dalam menerapkan prosesnya dalam penyusunan berita sebagai bentuk mengetahui cara untuk meningkatkan proses dari penyusunannya berita di media cetak dapat tercapai.

Media cetak juga terus melakukan penyesuaian terhadap perkembangan

pendidikan saat ini yang dimana ada serta memperhatikan perubahan tingkah laku dan kebiasaan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi tentang pendidikan yang mereka butuhkan. Mengingat pesatnya arus informasi dan pengetahuan yang ada di masyarakat maka dalam proses belajar diperlukan suatu media untuk memenuhi tuntutan kurikulum yang berlaku. Namun, adakalanya media cetak atau surat kabar sendiri kurang memahami dan menguasai media pembelajaran sehingga mau tidak mau media cetak dituntut untuk mengetahui pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan alat-alat atau media pembelajaran.

Perubahan tingkah laku masyarakat saat ini dalam memenuhi kebutuhan informasinya adalah dengan cara mengakses informasi tersebut melalui internet. Hal inilah memicu terciptanya kemajuan dalam efektifitas pemasaran dalam meningkatkan peran pendidikan di media massa dimana perusahaan atau instansi selalu menampilkan berita informasi yang terbaru dan terupdate (Adrianto, 2007).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara sistematis melalui observasi dan studi literatur. Proses penelitian melibatkan pengumpulan data, reduksi data, analisis data, serta penarikan kesimpulan (Herdiansyah, 2012).

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Agenda Setting**

Asumsi dasar dari teori agenda setting adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa maka media itu akan mempengaruhi khalayak yang

menganggap penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media maka penting juga bagi masyarakat (Bahfiarti, 2012). Apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap dan pendapat (Miller, 2005). Mc-combs dan Donald Shaw (dalam Dominick, 2002) mengatakan pula bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting yang diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut.

#### **Analisis Gatekeeping**

Gatekeeping, merupakan proses yang dijalani oleh seorang gatekeeper, yaitu menentukan kelayakan berita tertentu untuk melewati berita menuju saluran berita. Proses gatekeeping melibatkan beragam tindakan pemilihan yang berurutan berdasarkan periode produksi berita. Gatekeeping di setiap media dipengaruhi oleh budaya atau rutinitas yang berlangsung di setiap organisasi media. Sehingga, proses gatekeeping dapat dilakukan dengan standarisasi yang berbeda-beda. Meskipun demikian, para gatekeeper cenderung memiliki persepsi yang sama mengenai hal-hal yang menjadi ketertarikan audiens dan sesuai dengan aturan sosial media. Gatekeeper secara tidak langsung telah menentukan nilai-nilai berita atau news value dalam proses pemilihan berita.

#### **Pengertian STP**

Dalam komunikasi pemasaran yang

berhasil terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan yang menurut Kottler dan Keller (2012) terdiri atas tiga tahap yaitu segmentasi, targeting, dan positioning. Segmentasi pemasaran dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur konsumen. Adapun targeting atau menentukan target pasar adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau konsumen. Setelah itu selanjutnya positioning, yaitu suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen.

### **Segmentasi**

Segmentasi pasar adalah suatu konsep yang sangat penting dalam pemasaran. Menurut Eric Berkowitz (dalam Kottler dan Keller, 2012) mendefinisikan segmentasi pasar sebagai “diving up a market into distinct groups that (one) have common needs and (two) will respond similiary to a market action (membagi suatu pasar ke dalam kelompok-kelompok yang jelas yang (satu) memiliki kebutuhan yang sama dan (dua) memberikan respons yang sama terhadap satu tindakan pemasaran). Segmentasi diperlukan agar perusahaan dapat melayani konsumennya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dituju.

### **Targeting**

Target pasar adalah memilih satu atau beberapa segmen konsumen yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran dan promosi. Kadang-kadang targeting disebut juga dengan selecting karena audiensi harus diseleksi. Perusahaan harus memiliki keberanian untuk memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja

(segmen) konsumen dan meninggalkan bagian lainnya (Fawcett, 1993). Target konsumen berhubungan erat dengan adanya media yang dapat digunakan untuk menjangkau kelompok-kelompok atau segmen-segmen tertentu di masyarakat (Morrison, 2014). Target pasar mempunyai dua fungsi sekaligus, yaitu menyeleksi konsumen sasaran sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu dan menjangkau konsumen sasaran tersebut (reaching).

### **Pendidikan**

Makna pendidikan secara sederhana dapat diartikan sebagai usaha manusia untuk membina kepribadiannya sesuai dengan nilai-nilai di dalam masyarakat dan kebudayaannya. Dengan demikian, bagaimanapun sederhananya peradaban suatu masyarakat, di dalamnya terjadi atau berlangsung suatu proses pendidikan. Karena itulah sering dinyatakan pendidikan telah ada sepanjang peradaban umat manusia.

Pendidikan menurut pengertian Yunani adalah “pedagogik” yaitu ilmu menuntun anak, orang Romawi memandang pendidikan sebagai “educare”, yaitu mengeluarkan dan menuntun, tindakan merealisasikan potensi anak yang dibawa dilahirkan di dunia. Bangsa Jerman melihat pendidikan sebagai “Erziehung” yang setara dengan educare, yakni membangkitkan kekuatan terpendam atau mengaktifkan kekuatan atau potensi anak. Dalam bahasa Jawa pendidikan berarti panggulawentah (pengolahan), mengolah, mengubah, kejiwaan, mematangkan perasaan, pikiran dan watak, mengubah kepribadian sang anak. Sedangkan menurut Herbart pendidikan merupakan pembentukan peserta didik kepada yang diinginkan sipendidik yang diistilahkan dengan Educare (Syamsudin, 2004)..

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti mengungkapkan bahwa dalam pembahasan kali ini menjelaskan bahwa di tiap pemberitaan media cetak tidak harus terfokus pada inti pemberitaan yang sedang berkembang. Suara Merdeka adalah sebuah perusahaan ternama yang sangat maju dan dikenal di kalangan warga Jawa Tengah untuk merumuskan sebuah pemberitaan mana yang terpenting dan berimbang di tiap pemberitaannya dalam kolom-kolom media cetak. Peneliti pun mengambil disini sebuah pentingnya pemberitaan pendidikan yang justru harus di kembangkan dan lebih diperbanyak dalam sebuah pemberitaan media massa, khususnya media cetak.

Pendidikan di segi pandang masyarakat sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran untuk peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat. Pendidikan dapat diartikan sebagai usaha sadar dan sistematis untuk mencapai taraf hidup atau untuk kemajuan lebih baik. Secara sederhana, Pengertian pendidikan adalah proses pembelajaran bagi peserta didik untuk dapat mengerti, paham, dan membuat manusia lebih kritis dalam berpikir. Pendidikan dapat diperoleh baik secara formal dan non formal. Pendidikan secara formal diperoleh dengan mengikuti program-program yang telah direncanakan, terstruktur oleh suatu insititusi, departemen atau kementerian suatu negara. Sedangkan pendidikan non formal adalah pengetahuan yang diperoleh dari kehidupan sehari-hari dari berbagai pengalaman baik yang

dialami atau dipelajari dari orang lain.

Dalam pemberitaan pendidikan juga harus lebih baik dimana meringkas hal-hal yang sudah dikira memenuhi tahap pemberitaan media cetak khususnya. Dalam teori yang diambil oleh peneliti pula menjelaskan dimana media harus mampu mempengaruhi pemikiran publik atau masyarakat yang sangat perlu tentang perihal pemberitaan pendidikan. Beberapa masyarakat yang berpendapat banyak media cetak, surat kabar – surat kabar yang masih kurang tentang informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat yaitu pemberitaan pendidikan yang tidak signifikan dengan pemberitaan lainnya meliputi berita politik, ekonomi, kriminal, sosial, dan budaya.

Dahulu media cetak digunakan sebagai pembangkit nafas nasionalisme dan patriotisme dan juga sebagai motivasi pembangkit sadar kemerdekaan. dan juga penyebar berita atau peristiwa yang terjadi di tanah air. begitu pula pendidikan, yang juga berfungsi sebagai pendorong motivasi nasionalis dan patriotisme, berbangsa dan bernegara yang akan melahirkan para cendekiawan-cendekiawan yang sadar akan nasib bangsa Indonesia. sedangkan pada masa sekarang beberapa media massa masih mengulas sekitar berita-berita terkini Indonesia dan berisi tentang pengetahuan-pengetahuan tapi tidak jarang pula isinya adalah gosip. peran yang seharusnya dipenuhi mulai pudar. tidak seefektif masa dahulu. Sebagaimana seharusnya media yang harus bisa berperan bagi masyarakat. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media maka penting juga bagi masyarakat. Apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena

asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap dan pendapat. Menurut Mc-combs dan Donald Shaw dalam kutipannya mengatakan pula bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting yang diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa Harian Suara Merdeka disini telah melakukan proses penyusunan berita yang dimana untuk meningkatkan peran pendidikan di pemberitaan media cetak. Terkait dengan proses penyusunan berita yang dilakukan untuk meningkatkan peran pendidikan sendiri dengan menggunakan beberapa proses diantaranya yang sudah dijelaskan oleh Fawcett (1993) Perusahaan-perusahaan mulai bergerak menuju proses yang dilakukan dengan analisis gatekeeping yang mencakup koordiansi dari berbagai elemen promosi dan kegiatan dalam proses penyusunan berita lainnya.

Kegiatan dalam proses penyusunan berita bisa juga masuk dalam konsep pemasaran yang mencakup : 1) memasang iklan (beriklan) di media massa (media advertising); 2) pemasaran langsung (direct marketing); 3) promosi penjualan (sales promotion); 4) penjualan personal (personal selling); pemasaran interaktif; dan 6) hubungan masyarakat (public relations), dan menggunakan juga peran dari Analisis Gatekeeping yang mengatur dan menetapkan penerapan STP (Segmentasi, Target, dan Positioning) (Mongkol, 2014). Sebagaimana agar dalam proses penyusunan beritanya mampu membuat

pembaca bisa dapat memperoleh peran pendidikan disebuah pemberitaan khususnya pada media cetak Harian Suara Merdeka.

Dalam penelitian ini menggunakan teori Agenda Setting yang berasumsi teori dasar adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa maka media itu akan mempengaruhi khalayak atau public yang menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media maka penting juga bagi masyarakat. Apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, maka akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum (Nurudin, 2014). Untuk menjadikan proses yang optimal menggunakan beberapa riset diantaranya baik dilakukan oleh Research yang dikelola oleh tim Litbang Suara Merdeka maupun riset yang dilakukan oleh reporter atau pun petugas marketing komunikasi (Markom). Setelah riset kemudian hasil riset di telaah terlebih dahulu dimana yang di amati untuk menentukan strategi berikutnya, strategi berikutnya itu meliputi target. Jadi setelah di riset kemudian di tentukan target, target pembaca maupun isi peran pendidikan di kolom rubrik pemberitaan media cetak yang kemudian untuk cara meraih target, kemudian adalah eksekusi yang terakhir evaluasi. Polanya yang seperti itu bisa ditambahi atau dikurangi.

Berdasarkan hasil survey yang di peroleh dari Litbang Suara Merdeka tingkat pendidikan adalah 53% Mahasiswa, 38% SMA dan kalangan pelajar yang masih relatif kecil yakni hanya 3,19% (Syamsudin, 2004). Maka dari itu peran pendidikan sangatlah penting sebagai usaha untuk mewujudkan dan secara aktif untuk mngembangkan potensi diri, kepribadian, kecerdasan, dan serta keterampilan yang diperlukan oleh masyarakat. Pendidikan

dapat diartikan juga sebagai usaha sadar dan sistematis untuk mencapai taraf hidup atau sebagai alat untuk kemajuan yang lebih baik.

### Daftar Pustaka

- Adrianto, E. 2007. *Komunikasi Massa*. Jakarta. Simbiosis Rekatama Media.
- Bahfiarti, Tuti. 2012. *Buku Ajar Dasar-Dasar Teori Komunikasi*. Makasar: Universitas Hasanudin.
- Dominick, J.R. 2002. *The Dynamic of Mass Communication: Media in the Digital Age, 7<sup>th</sup> edition*. Boston: McGraw Hill.
- Fawcett, A.E. 1993. *Intergrated Marketing: Marketers Convinced Its Time Has Arrived*, Advertising Age.
- Herdiansyah, H. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Pers.
- Kotler, P and Keller, K.L. 2012. *Marketing Management 13*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Miller, K. 2005, *Communications Theories; Perspectives, Processes, and Contexts*, The McGraw - Hill Company.
- Mongkol, K. (2014). *Integrated Marketing Communication to Increase Brand Equity: The Case of a Thai Beverage Company*. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(5), 445–448.
- Morrison. 2014. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Syamsudin, Abin. (2004). *Kebutuhan Penelitian di Bidang Ilmu Pendidikan*. Makalah, tidak diterbitkan.