

ANALISIS ISI MEDIA INTERNAL HUMAS PERGURUAN TINGGI DI MALANG (Studi pada Media Humas Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang Periode Tahun Terbitan 2007)

 Oleh: Ananto Widhi Primantyo (01220196)
Communication Science
Dibuat: 2008-07-21 , dengan 3 file(s).

Keywords: Isu Berita, Media Internal Humas, Analisis Isi

Media Internal digunakan humas untuk keperluan publikasi atau sarana komunikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas: seperti karyawan, relasi bisnis, atau konsumen. Prinsip media internal humas adalah proses komunikasi dua arah. Bahkan di Perguruan Tinggi, humas dapat menggunakan media internal (majalah, buletin, jurnal, dll) untuk menjalin komunikasi dua arah dengan khalayak internalnya (dosen, karyawan dan mahasiswa).

Pada prosesnya, pengelolaan media internal di tiap Perguruan Tinggi (negeri maupun swasta) berbeda-beda. Bentuk dan gaya penulisan naskah berita serta pemilihan topik (isu) beritanya pun berbeda-beda disesuaikan dengan budaya perusahaan. Dari alasan itulah peneliti tertarik untuk mencoba mengupas isu apa saja yang dikedepankan humas 3 (tiga) Perguruan Tinggi di Malang, yaitu Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Brawijaya (UB) dan Universitas Negeri Malang (UM). Media internal di masing-masing Perguruan Tinggi tersebut adalah: Warta Kampus Kronik (UMM), Buletin Prasetya (UB) dan Warta UM. Periode waktu yang ditentukan peneliti adalah 1 tahun terbitan media internal masing-masing Perguruan Tinggi. Asumsi peneliti dalam memilih waktu 1 tahun karena dalam kurun waktu tersebut redaksi (humas) telah menentukan identitas media internalnya. Dengan kata lain telah terjadi konsistensi terhadap model pemberitaan dan gaya penulisan beritanya..

Untuk menjawab pertanyaan isu berita apa saja yang dikedepankan dalam media internal humas UMM, UB dan UM pada periode tahun 2007, peneliti menggunakan analisis isi. Analisis isi adalah metode penelitian dan analisis komunikasi dengan cara yang sistematis, objektif dan kuantitatif dengan tujuan mengukur variabel. Jantung dari analisis isi adalah kategorisasi. Terdapat 2 kategori yang telah ditetapkan peneliti yaitu bidang permasalahan isu (dengan indikator: pendidikan, sosial, budaya) dan arah isu berita (dengan indikator: positif, negatif, netral).

Dalam proses koding, tiap berita akan mendapat perlakuan yang sama yaitu dimasukkan ke 2 kategori dalam tabel koding. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti diuji terlebih dahulu reliabilitasnya dengan 2 orang yang berlaku sebagai koder. Dari hasil uji reliabilitas, menunjukkan hasil yang objektif antara peneliti dengan 2 orang koder. Uji reliabilitas ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan peneliti bersifat obyektif.

Humas UMM banyak memunculkan pemberitaan isu-isu sosial dalam Warta Kampus Kronik. Berita dengan isu sosial (47,5%) lebih menonjol daripada berita dengan isu pendidikan (45%), status sebagai instansi pendidikan tidak mempengaruhi redaksi Kronik dalam pemilihan isu berita. Hal yang sebaliknya terjadi pada redaksi Buletin Prasetya Universitas Brawijaya. Isu-isu pendidikan lebih mendominasi setiap edisi Buletin Prasetya (75,96%) dibandingkan isu sosial (22,12%) dan isu budaya (1,92%). Kondisi hampir sama terjadi pada Warta UM, redaksi memilih untuk menyeimbangkan porsi isu pendidikan dengan isu sosial. Namun redaksi Warta

UM lebih mengutamakan isu pendidikan (53,66%) daripada isu sosial (41,46%). Untuk berita dengan isu budaya, masing-masing media internal humas tidak memberi porsi banyak (UMM 3 berita budaya, UB dan UM dengan 2 berita). Media internal merupakan alat humas sebagai mediator komunikasi, dapat difungsikan untuk memperkuat citra positif Universitas di mata khalayak internalnya. Untuk itu setiap pemberitaan di Warta Kampus Kronik UMM lebih diutamakan arah isunya positif (70%), dan selebihnya cenderung netral (30%). Sama halnya dengan Buletin Prasetya Universitas Brawijaya, arah isu beritanya cenderung positif (59,62%) dan netral (39,42%). Warta UM juga memahami pentingnya menjaga reputasi Universitas di mata khalayak internalnya. Pemberitaan yang muncul di Warta UM juga cenderung ke arah yang positif (70,73%) dan netral (24,39%).

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti menyarankan agar berita dengan isu sosial dan budaya dapat ditambahkan di setiap edisi. Hal ini akan memberikan kenikmatan pembaca media internal jika berita-beritanya semakin majemuk. Tentunya tetap dalam frame pendidikan dengan angle penulisan berita yang dibedakan. Berita tentang kegiatan internal kampus sudah pasti, namun lebih baik lagi jika berita yang sifatnya human interest juga dilibatkan. Karena akan menimbulkan dampak kedekatan (proximity) bagi pembacanya, terlebih kalangan internal Universitas.

Internal Media used by Public Relations for addressed communications medium or publication at limited circle like: employees, bussiness relationship, or consumer. Internal media principle of public relations is two way communications. Even in college, public relations can used the internal media (magazine, bulletin, journal, etc.) to braid two way communication with internal stakeholder of company (lecture, employee and student).

Its process, management of internal media [in] every College (private sector and also country) different each other. Form and news copy stylistic and also election of news topic is different each other adapted by company culture. From reason of that's, researcher interest to try to pare any kind of issue which (is) placed forward by 3 (three) public relations of college in Malang, that is Muhammadiyah University of Malang, Brawijaya University and State University of Malang. Internal media in each the College is: Warta Kampus Kronik (Muhammadiyah University of Malang), Buletin Prasetya (Brawijaya University) dan Warta UM (State University of Malang). Period determined by researcher is 1 year of internal media publication in each college. Researcher assumption in chosening time 1 year, it because in range of time (of) editor (public relations) have determined the identity of internal media. In other words, have happened consistency to news model and stylistic.

To answered the question about any kind of issue which (is) placed forward by public relations of Muhammadiyah University of Malang, Brawijaya University and State University of Malang at period of year 2007, researcher used the content analysis. Content analysis is research method and communication analysis by systematic, objective and quatitative with a purpose to measure variable. The heart of content analysis is categorization. There is two categories which have been specified by researcher, that is area problems of issue (with indicator: education, social, culture) and news issue direction (with indicator: positive, negative, neutral)

When process of coding, every news get same treatment that is entered to the two categories in tables of coding. Reliability result of research tested beforehand by 2 coders. From the result of reliability test, show the objectivity between researcher and coders. Reliability test aim to that

research have the character of objectively.

Public Relations of Muhammadiyah University peeping out many social issues news in Warta Kampus Kronik. News with social issues (45%) more uppermost than news with education issues. Status as education institution not influence editor of Kronik in election of news issue. Matter which on the contrary happened to editor of Buletin Prasetya Brawijaya University. Education issues more uppermost in every edition of Buletin Prasetya (75%) than social issue (22,12%) and cultural issue (1,92%). The same condition happened to Warta UM, editor chosen to balancing education issue portion with social issue. But, the editor of Warta UM more is majoring education issue (53,66%) than social issue (41,46%). Internal media is the applience of public relations as a communications mediator, can used to strengthening positive image of university in view of their internal stakeholder. Every news in Warta Kampus Kronik more majored by positively issue direction (70%) and rest tend neutrally (30%). Same situation happened at Buletin Prasetya, issue direction of news tend to positively (59,62%) and neutrally (39,42%). Warta UM also important comprehending to take care of university reputation in view of their internal stakeholder. News which emerge at Warta UM also tend to positively (70,73%) and neutrally (24,39%).

Pursuant to result of research above, researcher suggesting that news with social and cultural issue earn to adding in every edition. This matter will give enjoyment of the reader of internal media if its heterogeneous news progressively. It is of course remain to in education frame with angle writing of differentiated news. News about internal activity of campus beyond question, but more better if the news which in character of human interest also entangled. Because will generate contiguity impact (proximity) for the readers, particularly for internal stakeholder of the university.