

**SIKAP POLITIK TUJUH HARIAN TERPOPULER
TERHADAP *PROGRESS REPORT*
PRESIDEN ABDURRAHMAN WAHID
(LAPORAN PENELITIAN)**

Shidarta*

ABSTRACT

During the era of the New Order Regime it was considered needless for any newspaper to have a political party affiliation. The regime used to force all mass media, including newspapers, to remain loyal to the government. This situation is apparently different nowadays. But, the lack of such a political party affiliation still exists, chiefly among the newspapers which have been published since the Soeharto's era. It makes the editors of these newspapers unable to consistently determine their political attitudes in dealing with particular political issues. This research analyzes the contents of seven editorials presented by *Kompas*, *Jawa Pos*, *Suara Pembaruan*, *Republika*, *Pikiran Rakyat*, *Harian Terbit*, and *Media Indonesia*. These newspapers represent the most Indonesian popular printing media coming from either high brow or boulevard social-economic status. This research aims to recognize the constellation of political attitudes of those respective newspapers on the topic of the President Abdurrahman Wahid's progress report delivered in the 2000 Annual Session of the MPR. The hypotheses said that the newspapers which are assumed to be against the government (President) tend to be unfavorable in their editorials, and vice versa. In addition, the newspapers which find difficult to set up their attitudes will be neutral. This research has come to the conclusion that the hypotheses can be accepted with some conditions, especially for *Harian Terbit* and *Media Indonesia*.

Kata Kunci: Sikap Politik, Status Sosial Ekonomi, Harian Terpopuler.

I. PENDAHULUAN

Judul lengkap dari penelitian ini adalah "Sikap Politik Tujuh Harian Terpopuler di Indonesia terhadap Pidato (*Progress Report*) Presiden Abdurrahman Wahid dalam Sidang Tahunan MPR 2000".

Latar belakang dari penelitian tersebut berangkat dari suatu aksioma bahwa hukum adalah produk politik. Sistem hukum suatu negara akan sulit dipahami tanpa mendalami konstelasi politik yang berkembang pada kurun

* Staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara.

waktu yang bersangkutan. Dalam kaitannya dengan pembentukan konstelasi politik ini, terdapat satu pilar penting dari negara hukum (*rechtsstaat*) yang tidak mungkin dapat diabaikan peranannya, yakni pers. Demikian pentingnya peranan pers, sehingga selalu menarik bagi setiap penguasa yang otoriter untuk mengkooptasikannya ke dalam pengaruh politiknya. Di sisi lain, penguasa yang memegang tinggi kedaulatan rakyat selalu berkeinginan untuk menjauhkan pers dari cengkeraman kekuasaan, sehingga pers yang bebas kerap kali dipandang sebagai indikator dari negara demokrasi dan negara hukum.

Tampaknya, setelah kejatuhan Rejim Orde Baru pada bulan Mei 1998, indikator kebebasan pers sebagai pilar negara hukum itu telah menjadi fenomena yang begitu menjanjikan. Dalam *Media Scene 1998-1999* tercatat bahwa jumlah penerbitan berbentuk media cetak telah meningkat lebih dari 400% dibandingkan dengan data satu tahun sebelumnya. Sejak dikeluarkannya Peraturan Menteri Penerangan Nomor 01 Tahun 1984 hingga 15 April 1999, Departemen Penerangan (sekarang sudah dihapus) sudah mengeluarkan 852 Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Padahal, selama 32 tahun kekuasaan Orde Baru, Deppen cuma mengeluarkan 321 SIUPP (Suranto et al., 1999: 2).

Pembredelan dalam bentuk pembatalan SIUPP hampir dipastikan tidak akan digunakan lagi setelah diterbitkannya Permennep Nomor 01 Tahun 1984 tersebut. Bahkan, dalam Rancangan Undang-Undang Pers yang baru telah diusulkan agar Pemerintah meniadakan keharusan adanya SIUPP ini. Pengenaan pasal-pasal yang disebut *haatzaai artikelen* dalam KUHP, juga tidak lagi ditakuti.

Fred S. Siebert mengatakan bahwa media massa (pers) tidak mungkin memikul semua tanggung jawab dalam penyebaran tentang kebenaran (Muis, 1999: 28). Kendati demikian, ada konsekuensi logis dari peranan pers yang tidak terelakan, yakni pers memiliki tugas untuk mencerdaskan masyarakat, paling tidak publik pembacanya. Pencerdasan masyarakat itu antara lain dilakukan dengan cara penyajian informasi secara objektif dan berimbang. Konsep pers yang bebas dan bertanggung jawab (*free and responsible press*) dapat dieja dari sudut pandang ini.

Jika dikatakan oleh Siebert bahwa pers tidak dapat sepenuhnya diberi tanggung jawab menyebarluaskan kebenaran, maka dengan sendirinya pers itu dapat disimpulkan tidak bebas nilai. Ia pun terbuka untuk diselewengkan menjadi alat propaganda bagi suatu kekuatan politik tertentu (lihat Altheide & Johnson, 1980: 45-76). Hal ini secara transparan dapat diamati dari

munculnya kembali media massa yang menggunakan format partai seperti yang dulu pernah diintroduksi melalui Surat Keputusan Menteri Penerangan Nomor 112/SK/M/1965. Hanya saja, kemunculan kembali fenomena itu pada kenyataannya masih prematur, bahkan terkesan "malu-malu kucing".

Memang, walaupun telah banyak bermunculan partai-partai politik di Indonesia saat ini, corak yang tegas tentang mana yang menjadi partai pemerintah (*ruling party*) dan mana yang menjadi partai oposisi terbukti tidak berhasil ditumbuhkan. Hal ini jelas berimbas pula pada konstelasi pers yang mendukung partai-partai politik yang ada tersebut yang pada gilirannya juga berimbas pada ketidakjelasan sikap politik.

Ketidakjelasan posisi sikap politik ini menjadi menarik untuk ditelusuri dalam penelitian ini. Hal ini terutama disebabkan oleh adanya kecenderungan untuk *ambiguity* dalam sikap sejumlah media massa yang ada- juga terhadap harian-harian yang dipandang *highly credible* sekalipun. Di sisi lain, posisi dari media yang mengklaim dirinya sebagai oposan pun (antara lain *Republika*) belum dapat diketahui secara pasti indikatornya. Hal ini tambah menarik jika keadaan itu dikaitkan dengan fungsi pers Indonesia yang diharapkan dapat menjalankan konsep pers yang bebas dan bertanggung jawab dalam upaya membantu pencerdasan kehidupan bangsa.

Oleh karena banyaknya ragam media massa yang beredar sekarang ini di Tanah Air, dalam kaitan ini memang hanya diteliti media berbentuk harian. Alasan pemilihan bentuk harian ini diuraikan lebih jauh dalam bagian Metode Penelitian. Karakteristik harian yang dipilih adalah mereka yang tergolong tinggi tingkat popularitasnya menurut peringkat termutakhir yang diberikan oleh lembaga riset independen AC Nelsen Media Services dan Taylor Nelson Sofres Indonesia.

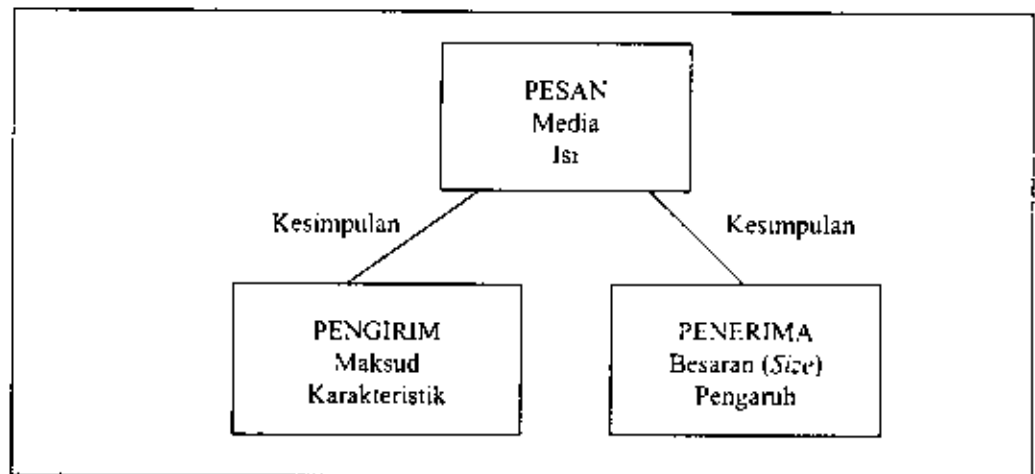
Untuk keperluan penelitian ini ditetapkan satu momentum yang sangat potensial untuk dijadikan indikator munculnya disparitas sikap-sikap politik dari harian-harian tersebut. Momentum ini harus merupakan peristiwa politik yang fenomenal dan mengundang perhatian semua masyarakat. Peristiwa yang dimaksud adalah pidato pertanggungjawaban tahunan (*progress report*) Presiden Abdurrahman Wahid di hadapan Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) bulan Agustus 2000 ini. Walaupun pada kesempatan itu semua lembaga tinggi negara, termasuk DPR, diwajibkan menyampaikan laporan serupa, titik perhatian utama pada momentum tersebut tetap tertuju kepada laporan yang disampaikan oleh Presiden.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, dapatlah dirumuskan permasalahan, yakni: apakah ada perbedaan sikap politik dari kedelapan

harian terpopuler di Indonesia terhadap pidato pertanggungjawaban tahunan (*progress report*) Presiden Abdurrahman Wahid dalam Sidang Tahunan MPR Agustus 2000?

II. KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS

Penelitian dengan metode analisis isi ditujukan untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik khusus dari pesan. Oleh Chadwick et al. (Chadwick et al, 1991: 272) wilayah analisis isi digambarkannya sebagai berikut:



Dalam penelitian ini, pesan yang disampaikan oleh pengirim dituangkan dalam bentuk tajuk rencana yang ditulis dalam bentuk kata atau rangkaian kata. Pesan dalam kata atau rangkaian kata tersebut merefleksikan sikap-sikap politik dari si pengirim (pengelola media cetak yang dijadikan sampel).

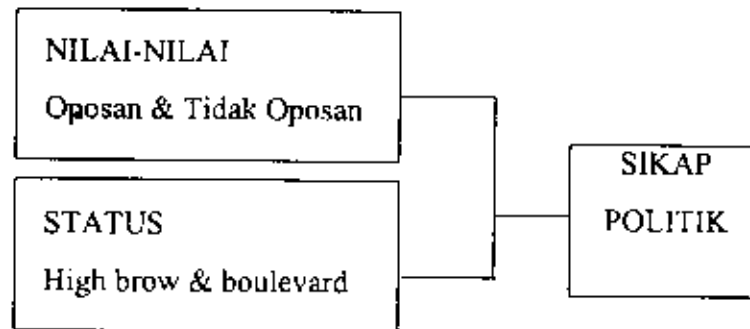
Sikap politik diartikan sebagai segi kognitif, afektif, dan konatif untuk menyukai atau menolak suatu objek psikologis. Objek dalam hal ini adalah pidato Presiden Abdurrahman Wahid pada bulan Agustus 2000 di hadapan Sidang Tahunan MPR. Sikap politik tersebut ditangkap oleh bentuk pengaruh kepada para penerima pesan (pembaca) yang oleh peneliti lalu dianalisis dalam tiga kategori: *favorable*, *unfavorable*, dan netral, atas objek sikap. *Favorable* adalah sikap yang positif dan *unfavorable* adalah sikap negatif.

Peranan sikap dalam kehidupan manusia ternyata sangat besar karena sikap turut menentukan cara tingkah laku manusia terhadap suatu objek. Seperti dinyatakan oleh Mueller (Mueller, 1992: 14), faktor nilai-nilai tertentu juga sangat berpengaruh dalam membangun sikap ini. Nilai-nilai tersebut dalam relevansinya dengan penelitian ini ditunjukkan oleh sikap oposan, dan tidak oposan terhadap Pemerintahan Presiden Abdurrahman Wahid.

Di samping faktor-faktor di atas, Jonathan L. Freedman et al. (Freedman et al., 1970: 250) menambahkan satu faktor lain yang juga penting, yaitu status sosial-ekonomi. Dalam konteks penelitian ini, status sosial-ekonomi itu dapat dicerminkan oleh tingkat *high brow* dan *boulevard* (Kasali, 1992: 105) dari media yang dijadikan sampel. Menurut P. Suroso (1969: 6), *high brow newspaper* mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (1) gaya bahasanya tidak langsung, menyindir secara halus, dan tidak mudah dicerna; pembaca harus berpikir terlebih dulu untuk mengartikan sesuatu yang dibacanya, (2) umumnya dibaca oleh orang-orang dengan pendidikan yang memadai untuk memahami berbagai istilah dan logika di dalamnya, (3) disajikan dengan sopan dan runtut, dan (5) tidak menggunakan banyak ilustrasi (judul besar, gambar atau foto-foto). Sementara itu, yang disebut *boulevard newspaper* mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (1) gaya bahasanya gamblang, dan bercerita secara kasar, bahkan terlalu berani membeberkan sesuatu; jika memberitakan peristiwa perkosaan, misalnya, peristiwa itu diceritakan secara kasar dan biasanya kronologis, (2) umumnya dibaca oleh orang-orang berlatar pendidikan dasar dan menengah dan tidak memerlukan banyak pemikiran, (3) emosional dan memberi tekanan pada kejadian-kejadian yang dekat dengan masyarakat (kriminalitas, pemerkosaan, kemacetan lalu lintas, agama, dan lain-lain), (4) menggunakan banyak ilustrasi dan sedikit isi; judul dan subjudul dibuat besar-besar dan *to the point*; dengan membaca judul dan melihat foto atau gambar, pembaca sudah bisa mengerti bahwa apa yang dibacanya menyangkut berita apa, kapan, di mana, dan mengapa demikian.

Jika dikaitkan dengan topik yang banyak diangkat dalam tajuk rencana mereka, maka dapat diasumsikan bahwa media *high brow* lebih banyak memberikan porsi pada masalah politik dan ekonomi, sementara media *boulevard* pada masalah sosial budaya, khususnya kriminalitas. Asumsi mendapatkan konfirmasi antara lain melalui penelitian Akhmad Syah Naina terhadap tajuk rencana sejumlah media cetak pada tahun 1980 (lihat Flumoy, 1989: 120-150).

Apabila kerangka berpikir itu diilustrasikan, maka akan tampak sebagai berikut:



Dengan kerangka itu akhirnya dapat dibangun suatu hipotesis, bahwa media yang menganut nilai-nilai oposan akan cenderung bersikap (politik) *unfavorable* terhadap objek sikap, sebaliknya media yang tidak menganut nilai-nilai oposan akan cenderung bersifat *favorable*, dan media yang tidak jelas memposisikan nilai-nilai anutannya akan cenderung bersifat netral.

Untuk mengetahui kecenderungan sikap politik di atas, hipotesis utama tersebut dapat diturunkan menjadi beberapa hipotesis pendukung:

1. Media yang memiliki status *high brow* akan cenderung lebih halus (rasional, argumentatif) dalam penggunaan kata-kata dalam mengekspresikan sikapnya, sebaliknya media yang berstatus boulevard akan menggunakan kata-kata yang lebih gamblang (emosional).
2. Media yang memiliki status *high brow* akan cenderung memiliki frekuensi lebih banyak dalam mengangkat pidato pertanggungjawaban tahunan Presiden Abdurrahman Wahid dibandingkan dengan media yang berstatus boulevard.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini sepenuhnya menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Menurut Bruce A. Chadwick et al. (Chadwick et al., 1991: 270), analisis isi adalah studi tentang komunikasi untuk memerikan atau untuk menguji hipotesis tentang komunikasi. Definisi yang lebih formal diberikan oleh Holsti (Holsti, 1969: 14) yang mengatakan bahwa analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik-karakteristik khusus suatu pesan secara objektif dan sistematis.

Dengan perkataan lain, analisis isi meliputi pemberian kode pesan, atau informasi yang terdapat di dalamnya, secara sistematis, ke dalam kategori-kategori sehingga dapat dilakukan analisis kuantitatif. Semua jenis komunikasi manusia, dari isyarat sampai buku teks, dari papan pengumuman sampai iklan televisi, dapat diolah dengan analisis isi (Chadwick et al., 1991: 270; *Conf. Krippendorff*, 1993: 15).

Analisis isi dilakukan terhadap tajuk rencana-tajuk rencana yang diterbitkan oleh media cetak, tepatnya surat kabar harian yang terbit di Indonesia. Pilihan terhadap tajuk rencana diambil karena mengikuti pendapat Sunwoo Nam, bahwa peranan pers yang paling penting sebagai indikator kebebasannya adalah sebagai kritikus. Menurutnya, tajuk rencana merupakan tempat yang wajar untuk mengetahui kritik terhadap presiden, menteri-menteri kabinet dan pemimpin-pemimpin lainnya (Flournoy, 1989: 154). Adalah lazim bagi suatu media massa untuk memilih seorang atau beberapa orang redaktur senior yang memegang posisi penentu kebijakan (termasuk sikap politik) dari penerbitan yang bersangkutan guna dijadikan sebagai penulis tetap tajuk-tajuk rencananya.

Pemilihan media cetak semata-mata karena pertimbangan lebih mudah untuk didapat, didokumentasi, dan dianalisis, di samping faktor biaya yang jelas lebih murah. Penerbitan surat kabar harian dipilih karena pertimbangan kecepatan pemberitaan dan frekuensi publikasinya yang lebih banyak dibandingkan dengan media cetak mingguan atau bulanan.

Ada delapan harian yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini. Pemilihan sampel tersebut ditetapkan secara purposif menurut tingkat popularitas yang telah diteliti oleh AC Nielson Media Services dan Taylor Nelson Sofres Indonesia sebagaimana dipublikasikan dalam *Media Scene 1998-1999*. Delapan harian itu diukur tingkat popularitasnya (*readership scores*) melalui angket terhadap para pembaca berusia 15 tahun keatas yang tinggal di tujuh kota di Indonesia (nama kota tidak diidentifikasi).

Kedelapan harian yang disebut sebagai harian yang paling tinggi tingkat popularitas itu, yaitu *Pos Kota* (11,6), *Kompas* (11,4), *Jawa Pos* (6,2), *Suara Pembaruan* (3,3), *Republika* (2,9), *Pikiran Rakyat* (2,8), *Harian Terbit* (2,7), dan *Media Indonesia* (2,7), tersebar dalam beberapa kategori yang berbeda.

Laporan dari *Media Scene 1998-1999* tersebut tampaknya masih konsisten dengan hasil *polling* yang dilakukan Survei Riset Indonesia (SRI) selama bulan Mei 1998 yang dimuat dalam majalah *Cakram* (Juni 1998). Lima harian yang menurut hasil jajak pendapat tersebut paling mendapat

respon tertinggi dari masyarakat adalah *Kompas* (83%), *Suara Pembinaan* (33%), *Media Indonesia* (23%), *Pos Kota* (25%) dan *Republika* (15%) (Suranto et al., 1999: 55).

Dilihat dari kategori peredarannya, *Media Scene 1998-1999* membedakan harian-harian tersebut sebagai berikut. *Kompas*, *Suara Pembinaan*, dan *Republika* dikategorikan sebagai harian berskala nasional. Sementara itu *Media Indonesia* dikategorikan sebagai harian semi-nasional. *Jawa Pos* (Jawa Timur), *Pos Kota* dan *Harian Terbit* (Jabotabek), dan *Pikiran Rakyat* (Jawa Barat) dikelompokkan sebagai harian regional.

Di samping ada perbedaan dari segi wilayah peredaran, harian-harian di atas sebenarnya juga dapat dikelompokkan menurut kriteria: (1) format isi dan (2) kelas sosial budaya.

Rhenald Kasali (Kasali, 1992: 104) menyatakan bahwa harian-harian seperti *Kompas* termasuk berformat harian umum, sementara harian seperti *Pos Kota* termasuk kategori harian kriminalitas. Format isi yang lain adalah harian ekonomi dan harian klenik/kepercayaan. Perbedaan atas dasar format isi ini menarik untuk dikemukakan di sini karena berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan Nomor 112/SK/M/1965 ada keharusan semua surat kabar pada waktu itu untuk berada di bawah partai politik tertentu. Ketentuan ini lalu ditinggalkan oleh banyak pengelola surat kabar setelah rejim Orde Baru berkuasa, kecuali harian seperti *Suara Karya* yang secara eksplisit menyatakan sebagai *underbow* Golongan Karya. Dengan munculnya banyak partai politik sekarang ini, boleh jadi fenomena tahun 1965 (format partai) itu akan kembali menggejala.

Dilihat dari kelas sosial pembacanya, harian-harian di atas dapat dibedakan dalam dua jenis, yaitu: (1) *high brow newspaper (quality)* yakni koran-koran untuk golongan masyarakat menengah ke atas, dan (2) *boulevard (popular) newspaper* yakni koran-koran untuk golongan masyarakat menengah ke bawah (Kasali, 1992: 105).

Di samping kriteria yang disampaikan oleh para pakar di atas, ada faktor yang sebenarnya dapat diperhitungkan, yaitu dari segi kepemilikan dan pengelolaannya. Dari delapan harian yang dijadikan sampel tersebut, sesungguhnya ada dua harian yakni *Pos Kota* dan *Harian Terbit* yang berada dalam kelompok perusahaan yang sama. Penulisan tajuk rencana diasumsikan berkaitan dengan keredaksionalan, bukan kepemilikan. Oleh karena pertimbangan bahwa susunan redaksional kedua harian itu berbeda, maka faktor ini sengaja diabaikan dan kedua harian itu tetap dimasukkan sebagai sampel.

Kedelapan harian tersebut dipantau penerbitannya setelah pidato pertanggungjawaban Presiden dalam Sidang Tahunan MPR bulan Agustus 2000. Rentang waktu dibatasi sampai akhir September 2000 (kecuali ada pengunduran jadwal sidang). Artinya, jika ada harian yang tidak menuliskan tajuk berkenaan dengan topik pidato pertanggungjawaban selama jangka waktu itu, maka harian itu akan dikeluarkan dari objek analisis. Harian Pos Kota ternyata tidak menuliskan tajuk berkenaan dengan topik ini sehingga dikeluarkan sebagai sampel.

Sebagai konsekuensi dari penetapan ini, jumlah harian yang dipantau terbuka kemungkinan menjadi lebih sedikit. Karena rentang waktunya sampai akhir September 2000, diproyeksikan paling lama diperlukan satu setengah bulan (45 hari) pemantauan terhadap publikasi harian-harian tersebut. Apabila terjadi pengunduran jadwal sidang, maka periode pemantauan adalah tetap satu setengah bulan (45 hari) setelah jadwal baru itu. Ternyata pidato Presiden sendiri dilakukan tanggal 7 Agustus 2000.

Tajuk yang dianalisis adalah satu tajuk untuk setiap harian, yang penerbitannya paling dekat dengan saat (hari) setelah pidato pertanggungjawaban tahunan itu disampaikan. Hal ini dilakukan terutama untuk menangkap responsi yang paling awal dari penulis tajuk rencana harian-harian tersebut. Dengan demikian sikap yang lebih orisinal diharapkan akan diperoleh sebelum yang bersangkutan terpengaruh oleh perkembangan politik lebih lanjut setelah momentum pidato pertanggungjawaban itu.

Untuk mendapatkan harian-harian tersebut, ditempuh dengan cara membeli langsung (berlangganan) atau mengakses publikasi media itu melalui sarana internet (*on-line*). Pilihan yang disebutkan terakhir ini baru dilakukan apabila media tersebut memang mempublikasikan tajuk rencana mereka di dalam *website*-nya. Dalam kenyataannya tidak semua dari delapan media cetak di atas memasukkan tajuk rencana mereka melalui media *on-line* masing-masing.

Tajuk-tajuk rencana yang muncul dikelompokkan menurut kriteria Harold D. Lasswell et al. (Lasswell et al., 1966: 531-534), yaitu: (1) *favorable*, (2) *unfavorable*, dan (3) *netral*. Tiap-tiap pola pikir itu dapat disimpulkan dalam penelitian ini sebagai wujud pernyataan sikap politik dari harian tertentu terhadap pidato Presiden Abdurrahman Wahid.

Untuk keperluan pengkodean, Guido H. Stempel III (Stempel III, 1955: 449-455) memberikan gambaran sebagai berikut.

1. Suatu pernyataan diberi kode positif atau *favorable* apabila pernyataan tersebut secara positif menunjuk pada kekuatan (kuat, perkasa, pemenang), moralitas (baik, sopan, jujur) atau kegiatan (aktif, rajin) dari pemerintah yang diidentifikasi dengan sasaran-sasarannya.
2. Suatu pernyataan diberi kode negatif atau *unfavorable* bila pernyataan tersebut secara negatif menunjuk pada kekuatan (lemah, tidak tegas), moralitas (suka korupsi, buruk, tidak jujur) atau kegiatan (malas, tidak aktif) dari pemerintah yang diidentifikasi dengan sasaran-sasarannya.
3. Suatu pernyataan diberi kode *netral* bila pernyataan tersebut tidak sama sekali mengandung indikasi tentang kekuatan, moralitas dan kegiatan pemerintah yang bersangkutan.

Bila diterapkan secara lebih konkret, dengan mengikuti pola pikir Stempel di atas, maka dalam penelitian ini:

1. Suatu pernyataan diberi kode positif (*favorable*) jika tajuk rencana itu memuat pernyataan yang mengatakan pertanggungjawaban Presiden itu menunjuk kepada adanya kekuatan, moralitas, dan kegiatan yang sejalan dengan sasaran-sasaran yang diharapkan oleh si penulis tajuk rencana.
2. Suatu pernyataan diberi kode negatif (*unfavorable*) jika tajuk rencana itu memuat pernyataan yang mengatakan pertanggungjawaban Presiden itu menunjuk kepada tidak adanya kekuatan, moralitas, dan kegiatan yang sejalan dengan sasaran-sasaran yang diharapkan oleh si penulis tajuk rencana.
3. Suatu pernyataan diberi kode netral jika tajuk rencana itu sama sekali tidak mengandung indikasi kepada pola pertama dan kedua di atas.

Satuan ukuran yang dipakai dalam penelitian terhadap tajuk rencana demikian antara lain disampaikan oleh Berelson (lihat Flournoy, 1989: 163), yakni dengan kata-kata, tema-tema, tanda-tanda, ayat-ayat, atau satuan-satuan ruang. Pilihan yang tepat, menurutnya, tergantung dari masalah-masalah dan isi yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan kata-kata sebagai satuan ukuran, termasuk kata-kata dalam judul.

Pilihan kata yang digunakan (diksi) juga diteliti untuk dilakukan klasifikasi antara kata-kata yang tergolong sebagai ungkapan yang halus dan kasar (emosional) sebagaimana menjadi karakteristik pembeda antara media *high brow* dan *boulevard* (Suroso, 1969: 6).

Perhitungan dilakukan terhadap jenis kata yang dipakai dan frekuensi kata dari kategori-kategori yang telah ditentukan. Ukuran ruang (biasanya dalam sentimeter kolom) sengaja diabaikan. Menurut Markham dan Stempel, perhitungan yang menggunakan dua teknik di atas secara sekaligus memang

termasuk teknik yang paling dikenal dan paling baku dalam analisis isi (Floumoy, 1989: 163-164). Dalam penelitian ini besaran ruang yang dipakai untuk memuat tajuk rencana dianggap tidak terlalu menentukan bobot tulisan sehingga diabaikan.

Penyusunan kode (koding) dilakukan sendiri oleh peneliti dan seorang dosen lain dari Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara yang dilatih terlebih dulu. Tingkat reliabilitas selanjutnya ditetapkan terhadap hasil-hasil pekerjaan penyusun koding. Menurut Lasswell et al. (Lasswell et al., 1952: 16), apabila ada kesamaan 70 sampai dengan 80 persen, maka tingkat reliabilitasnya sudah dapat diterima sebagai kepercayaan yang memadai. Stempel (Stempel, 1955: 449) juga mencatat bahwa persentase kesamaan merupakan cara pelaporan kepercayaan yang dapat diterima.

Hasil perhitungan kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel-tabel. Peneliti melakukan interpretasi dan menarik kesimpulan melalui data kuantitatif yang disajikan dalam tabel-tabel tersebut (tabulasi silang). Menurut Chadwick et al. (Chadwick et al., 1992: 272), walaupun analisis isi umumnya dipakai untuk membuat deskripsi, analisis isi dapat pula digunakan untuk menguji hipotesis. Oleh karena dalam penelitian ini disajikan sejumlah hipotesis, maka kesimpulan-kesimpulan yang ditarik dikaitkan dengan keterjawaban dari hipotesis-hipotesis tersebut.

IV. ANALISIS

Sebagaimana dinyatakan oleh Sunwoo Nam, tajuk rencana adalah tempat yang paling wajar untuk mengetahui kritik suatu media terhadap pemerintah (Floumoy, 1989: 154). Oleh karena itu, bagian yang esensial untuk dianalisis dari tajuk rencana adalah opini yang dimunculkan para editornya karena dari opini mereka itulah dapat diketahui posisi kritik tersebut, termasuk di dalamnya adalah sikap politik mereka.

Selayaknya suatu tajuk rencana memang sepenuhnya -- atau paling tidak lebih banyak -- memuat opini dari redaksi (editor) harian yang bersangkutan. Sayangnya, berdasarkan pengamatan, kelaziman demikian tidak sepenuhnya dianut oleh harian-harian di Indonesia, sehingga ada harian yang "hanyut" dalam penyajian fakta dengan tetap memberi porsi yang cukup banyak pada penyajian fakta-fakta sebagai alinea "teras" (*lead*) dari tajuknya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa makin banyak opini yang dibuat dibandingkan dengan fakta, akan menunjukkan makin tinggi bobot tajuk ini sebagai suatu objek kajian.

Pada tabel-tabel di bawah sengaja diperbandingkan antara fakta dan opini. Fakta memuat informasi tentang kejadian seputar sidang tahunan atau pidato tersebut, belum dimasuki oleh penafsiran subjektif dari redaksi harian tersebut. Sebaliknya opini adalah bagian dari tajuk rencana yang memuat penafsiran subjektif dari redaksi. Penyajian data tentang fakta dan opini ini berguna untuk membantu memahami analisis isi tiap-tiap tajuk rencana karena sesungguhnya makin hanya bagian opini saja yang layak dapat secara tegas menunjukkan sikap politik. Penyajian fakta-fakta dikelompokkan ke dalam sikap netral. Artinya, makin banyak porsi fakta dalam suatu tajuk dibandingkan opininya, makin besar kecenderungan tajuk demikian untuk bersikap netral.

Jika persentase antara fakta dan opini diperbandingkan dan kemudian ketujuh harian tersebut ditampilkan dalam satu tabel, tampak datanya sebagai berikut. Dalam tabel-tabel tersebut berturut-turut harian A = *Kompas*, B = *Jawa Pos*, C = *Suara Pembaruan*, D = *Republika*, E = *Pikiran Rakyat*, F = *Harian Terbit*, dan G = *Media Indonesia*.

Tabel 1: Persentase Fakta dan Opini Dilihat dari Jumlah Kata

Harian	A	B	C	D	E	F	G
Fakta	4,04	29,02	27,50	8,77	40,81	23,01	16,01
Opini	95,96	70,98	72,50	91,23	59,19	76,99	83,99

Tabel 2: Persentase Fakta dan Opini Dilihat dari Jumlah Karakter tanpa Spasi

Harian	A	B	C	D	E	F	G
Fakta	3,69	29,20	28,38	8,10	39,61	23,45	16,07
Opini	96,31	70,80	71,62	91,90	60,39	76,55	83,93

Tabel 3: Persentase Fakta dan Opini Dilihat dari Jumlah Kata dengan Spasi

Harian	A	B	C	D	E	F	G
Fakta	3,73	29,16	28,27	8,18	39,75	23,40	16,00
Opini	96,27	70,84	71,73	91,82	60,25	76,60	84,00

Dari tabel-tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua tajuk rencana tersebut memenuhi syarat untuk dapat dianalisis karena terdapat kadar opini di dalamnya, bahkan di atas 50% dari keseluruhan isi tajuk media yang bersangkutan. Jika dilihat dari kecukupan perbandingan antara opini dan fakta yang disajikan, maka tampak urutan sebagai berikut: *Kompas* (96%), *Republika* (91,82%), *Media Indonesia* (84%), *Harian Terbit* (76,60%), *Suara Pembaruan* (71%), *Jawa Pos* (70%), dan *Pikiran Rakyat* (60%).

Analisis lebih lanjut terhadap teks tajuk rencana dilakukan terhadap ketujuh media di atas, dimulai dari harian terpopuler. Urutannya adalah *Kompas*, *Jawa Pos*, *Suara Pembaruan*, *Republika*, *Pikiran Rakyat*, *Harian Terbit*, dan akhirnya *Media Indonesia*.

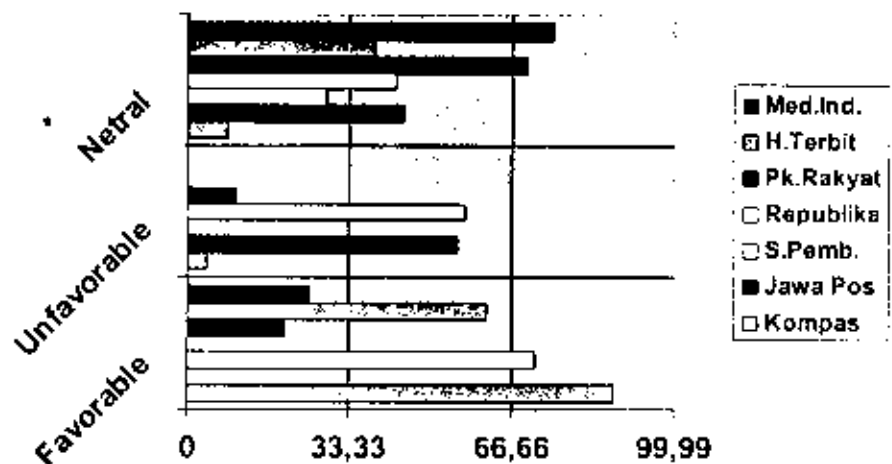
Jika ketujuh media di atas dibentangkan sikap politiknya, maka muncul perbandingan sikap politik seperti terlihat di bawah ini.

Tabel 4: Persentase Sikap Politik Tujuh Harian

Nama Media	Favorable	Unfavorable	Netral
Kompas	87,50	4,17	8,33
Jawa Pos	0	55,56	44,44
Suara Pembaruan	71,43	0	28,57
Republika	0	57,14	42,86
Pikiran Rakyat	20,00	10,00	70,00
Harian Terbit	61,54	0	38,46
Media Indonesia	25,00	0	75,00

Sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan, maka batasan persentase 0,00 s.d. 33,33 dikategorikan sebagai kurang (*favorable*, *unfavorable*, *netral*), dan 33,34 s.d. 66,66 sebagai cukup (*favorable*, *unfavorable*, *netral*), serta 66,67 s.d. 100 sebagai sangat (*favorable*, *unfavorable*, *netral*). Jika hal itu diterapkan terhadap sikap-sikap politik tujuh harian tersebut, tampak tampilan dalam diagram batang berikut:

Diagram Sikap Politik Tujuh Harian



Jika dilihat dari sudut status sosial tiap-tiap media, tampak bahwa pada harian yang berstatus *high brow*, semuanya mempunyai posisi sikap politik yang paling jelas. *Kompas* mewakili figur harian yang paling *favorable* (87,50) terhadap pidato Presiden Abdurrahman Wahid, sedangkan *Republika* mewakili figur yang *unfavorable* (57,14). Satu hal yang menarik, adalah *Media Indonesia*. Seperti telah diungkapkan dalam tinjauan pustaka pada penelitian ini, "kedekatan" Presiden Abdurrahman Wahid dengan tokoh-tokoh *Media Indonesia*, sekilas dapat diartikan sebagai "harga" yang harus dibayar oleh harian ini untuk bersikap *favorable* kepada Presiden Abdurrahman Wahid. Ternyata, secara umum *Media Indonesia* dapat dikatakan bersikap paling netral (75,00) dari semua media yang dianalisis tajuk rencananya. Sikap politik tersebut bertambah menarik jika kita melihat pada gradasi sikap politik dari ketiga media yang disebutkan di atas berbeda. *Kompas* berada pada kategori sangat *favorable*, sementara *Republika* pada tingkat cukup *unfavorable*. *Media Indonesia* kemudian menempati posisi sangat netral.

Jika mengikuti asumsi semula bahwa *Kompas* dan *Republika* akan berada dalam sikap politik yang pro dan oposan terhadap Presiden Abdurrahman Wahid, tampaknya hipotesis dalam penelitian ini terjawab. Sekalipun demikian, fenomena *Media Indonesia* menunjukkan hal yang bertentangan dengan hipotesis tersebut. Penyimpangan ini antara lain dapat dijelaskan dengan melihat kembali uraian dalam tinjauan pustaka, yang

menempatkan *Media Indonesia* sebagai harian yang paling heterogen dilihat dari komposisi pengelola dan pengasuhnya. Keberagaman ini membawa nilai-nilai yang lebih egaliter dan independen. Artinya, sekalipun pada posisi puncak, para pemimpin redaksinya memiliki kedekatan dengan Abdurrahman Wahid, pencerminannya tidak langsung begitu saja terlihat pada kolom-kolom redaksionalnya, termasuk tajuk rencana sekalipun! Kondisi ini rupanya tidak terjadi pada harian yang lekat dengan karakteristik primordial yang cukup dominan seperti *Kompas* (Katolik, dengan etnis Jawa, Cina, dan Batak), *Suara Pembaruan* (Kristen Protestan dengan etnis Batak), serta *Republika* (Islam, ICMI). Nilai-nilai budaya sebagai mayoritas dan minoritas, heterogen dan homogen, dapat diasumsikan ikut berpengaruh dalam meletakkan posisi sikap politik mereka masing-masing untuk menjadi pro Pemerintah (*favorable*), oposan (*unfavorable*), atau netral.

Jawa Pos, yang pernah terlibat konfrontasi langsung dengan Presiden Abdurrahman Wahid dan Banser NU, memang menunjukkan sikap politik yang cukup oposan (*unfavorable*), dan ini berarti sejalan dengan hipotesis yang diberikan. Walaupun demikian, jika dilihat dari kadar netralitas dalam tajuk rencananya, besarnya cukup tinggi yaitu 44,44%. Sebenarnya kadar netralitas ini lebih banyak disebabkan oleh fakta-fakta yang disajikan, yang persentase jumlah katanya cukup signifikan (29,02) dari keseluruhan isi tajuk. Sementara pada sisi opini, seratus persen disumbangkan oleh *Jawa Pos* untuk mendukung sikap *unfavorable*-nya.

Media yang berstatus *boulevard*, dalam hal ini diwakili oleh *Pikiran Rakyat* dan *Harian Terbit*, menunjukkan hal yang juga menarik. *Harian Terbit* menempati kecenderungan untuk cukup *favorable* (61,54), sementara *Pikiran Rakyat* lebih senang pada posisi yang sangat netral (70,00). Kedua harian ini semula diperkirakan akan menempati posisi yang netral. Ternyata, *Harian Terbit* memberikan posisi yang cukup *favorable*.

Posisi *Harian Terbit* ini sebenarnya dapat dijelaskan dalam konteks perpolitikan nasional. Setelah kejatuhan Orde Baru, dapat dikatakan harian ini mengalami disorientasi politik yang cukup mengguncangkan. Jika pada masa sebelumnya harian ini dapat dengan mudah menyuarakan pesan-pesan yang sejalan dengan Pemerintahan Soeharto (baca: Golkar), maka pada periode sekarang ia tidak dengan mudah menempatkan posisi sikap politik demikian. Sekalipun dalam Sidang Tahunan MPR Agustus lalu Fraksi Golkar sangat keras mengkritik Presiden Abdurrahman Wahid, namun kedekatan tokoh-tokoh Golkar yang sedang berkuasa sekarang dengan *Harian Terbit* (baca: Harmoko cs) telah sangat berbeda. Figur-figur Orde

Baru yang dekat dengan program "kuningisasi" dahulu praktis telah terpecah belah dalam banyak kelompok. Bahkan figur-figur sentral lamanya seperti Eddy Sudradjat, Haryono Isman, dan Rahmat Witoelar, telah menjadi pengkritik pedas Golkar. Di sisi lain, kekuatan lama yang ada di belakang *Harian Terbit* (Harmoko cs) belum mampu menentukan sikap dan lebih terkesan membaca-baca situasi. Untuk itu, posisi yang lebih aman bagi *Harian Terbit* adalah dengan mengikuti "arus bawah" yakni membaca selera pasar. Fenomena ini sekaligus dapat menjelaskan situasi yang terjadi pada harian-harian *boulevard* lainnya, khususnya *Rakyat Merdeka* yang cukup berhasil dari segi pemasaran.

"Arus bawah" golongan menengah ke bawah yang menjadi pembaca setia harian-harian *boulevard* semacam *Harian Terbit* tampaknya juga tidak terlalu kritis untuk menyikapi kolom-kolom serius, khususnya pada rubrik tajuk rencana. Itulah sebabnya, penggarapan tajuk rencana pada harian-harian *boulevard* biasanya dilakukan kurang serius. Menyang dari segi diksi kata-kata, tidak terlihat adanya penggunaan kata-kata yang gamblang (emosional), tetapi dari segi komposisi dan pola pengembangan alineanya, sangat tidak mencerminkan profesionalisme jurnalistik.

Kondisi yang berbeda tampak pada harian *Pikiran Rakyat*. Media cetak yang sebagian besar mengambil pangsa pasar Jawa Barat ini memang cukup dominan dengan karakteristik keislaman, namun dari tokoh-tokohnya tidak banyak yang dikenal dekat dengan Presiden Abdurrahman Wahid atau Nadhatul Ulama. Kondisi ini cukup menguntungkan *Pikiran Rakyat* untuk dapat bersikap sangat netral. Sayangnya, cara pengungkapan netralitas yang dipakai oleh media ini dikemas dengan komposisi tajuk yang kurang proporsional. Porsi kata-kata yang memuat fakta ternyata sangat besar (40,81%). Opini murni dari media ini dengan demikian hanya separuhnya saja. Hal ini jelas berbeda, misalnya, dengan *Media Indonesia* yang bersikap sangat netral, tetapi semua itu diungkapkan dalam bentuk kata-kata yang beropini tegas (83,99 persen dari isi tajuknya).

Pemakaian kata-kata yang bertendensi lebih halus (rasional, argumentatif) untuk media berstatus *high brow* dan kata-kata yang gamblang (emosional) untuk media berstatus *boulevard*, rupanya tidak dapat ditemukan perbedaan dalam penelitian ini. Harian-harian *boulevard* seperti *Pikiran Rakyat* dan *Harian Terbit*, dalam kenyataannya menggunakan pendekatan yang sedikit berbeda dalam tajuk-tajuk mereka dibandingkan dengan rubrik-rubrik lainnya. Rupanya, "tajuk rencana" dinilai sebagai prestise tersendiri bagi harian yang bersangkutan sehingga harus digarap secara serius, terlepas

dari kekurangan dalam komposisi kalimat dan pola pengembangan alincanya. Pendekatan ini sejauh pengamatan peneliti, dapat dikatakan cukup umum berlaku pada media massa di Tanah Air. Contoh yang mencolok terlihat dari media lain, seperti *Rakyat Merdeka*. Media ini menggunakan kata-kata yang sangat gamblang (emosional) dan tidak baku, seperti *dikerjain*, *dikibuli*, *dicueki*, dan sejenisnya, tetapi tatkala sampai pada rubrik tajuk rencana, pengelolanya "terpaksa" harus menggunakan kata-kata yang lebih sopan, baku, relatif rasional dan argumentatif. Semua media yang diteliti tajuk rencananya, baik berstatus *high brow* maupun *boulevard*, memang telah mencoba memberikan argumentasi atas sikap politik mereka. Hanya saja, secara kualitatif, dapat dirasakan adanya perbedaan kedalaman dalam pemberian argumentasi itu.

Dilihat dari kecepatan penyajian topik pidato Presiden Abdurrahman Wahid, memang tampak bahwa pada media *boulevard* secara umum memang kurang cepat dibandingkan media *high brow*. Bahkan, harian *Pos Kota* yang semula dipersiapkan sebagai salah satu sampel ternyata tidak mengangkat topik ini sama sekali selama periode yang telah ditetapkan. *Pikiran Rakyat* bahkan baru tanggal 10 Agustus 2000 yang menampilkannya. Kenyataan yang sedikit berbeda adalah pada *Harian Terbit*, yang telah mengangkat topik ini pada tanggal 7 Agustus 2000.

Persoalan kecepatan ini tampaknya sangat bergantung pada banyak variabel, terutama dalam ketertarikan individual si penulis tajuk itu sendiri. Bagi media massa berskala regional seperti *Pikiran Rakyat*, perhatian terhadap kondisi daerahnya mungkin dianggap lebih penting untuk diprioritaskan dibandingkan topik berdimensi nasional yang sudah diangkat oleh media-media terbitan Jakarta. Karakteristik kedaerahan ini dipandang justru sebagai kekuatan yang harus dipertahankan. Dengan demikian, hipotesis yang mengatakan bahwa media *high brow* cenderung untuk lebih cepat mengangkat pidato Presiden Abdurrahman Wahid dibandingkan media *boulevard* tidak terbukti. Hipotesis ini, dari pengamatan terhadap ketujuh harian tersebut, besar kemungkinannya lebih berlaku untuk rubrik berita utama (*headline*) dan porsi ruangan yang disediakan. Artinya, untuk media yang berstatus *high brow*, memang semuanya mengangkat topik pidato Presiden Abdurrahman Wahid sebagai *headline*, dengan porsi ruangan yang sangat besar, bahkan masih ditambah beberapa tulisan lain yang terkait dengan topik itu. Sebaliknya, pada media *boulevard*, seperti *Harian Terbit* dan *Pikiran Rakyat* (termasuk *Pos Kota*), *headline*-nya ternyata beragam dengan porsi yang tidak besar untuk memberitakan pidato Presiden tersebut.

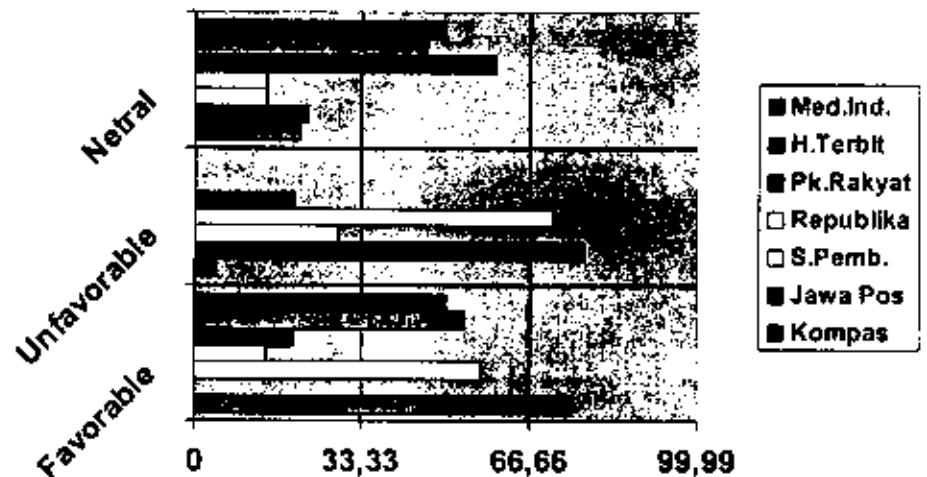
V. REALIBILITAS

Untuk menguji realibilitas, telah ditunjuk seorang dosen lain di Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara untuk melakukan analisis yang sama. Hasil analisis yang bersangkutan tersaji sebagai berikut:

Tabel 5: Persentase Sikap Politik Tujuh Harian (Penelitian 2)

Nama Media	Favorable	Unfavorable	Netral
Kompas	75,00	4,17	20,83
Jawa Pos	0	77,78	22,22
Suara Pembaruan	57,14	28,57	14,29
Republika	14,29	71,42	14,29
Pikiran Rakyat	20,00	20,00	60,00
Harian Terbit	53,85	0	46,15
Media Indonesia	50,00	0	50,00

Diagram Sikap Politik Tujuh Harian (Penelitian 2)



Jika diperhatikan hasil analisis yang dibuat oleh peneliti lain di atas, tampak adanya sejumlah perbedaan sebagai berikut:

Tabel 6: Realibilitas Media yang Favorable

Nama Media	Penelitian 1	Penelitian 2	% Realibilitas
Kompas	87,50	75,00	87,50
Jawa Pos	0	0	100
Suara Pembaruan	71,43	57,14	85,71
Republika	0	14,29	85,71
Pikiran Rakyat	20,00	20,00	100
Harian Terbit	61,54	53,85	92,31
Media Indonesia	25,00	50,00	75,00

Tabel 7: Realibilitas Media yang Unfavorable

Nama Media	Penelitian 1	Penelitian 2	% Realibilitas
Kompas	4,17	4,17	100
Jawa Pos	55,56	77,78	77,78
Suara Pembaruan	0	28,57	71,43
Republika	57,14	71,42	85,72
Pikiran Rakyat	10,00	20,00	90
Harian Terbit	0	0	100
Media Indonesia	0	0	100

Tabel 8: Realibilitas Media yang Netral

Nama Media	Penelitian 1	Penelitian 2	% Realibilitas
Kompas	8,33	20,83	87,50
Jawa Pos	44,44	22,22	77,78
Suara Pembaruan	28,57	14,29	85,72
Republika	42,86	14,29	71,43
Pikiran Rakyat	70,00	60,00	90,00
Harian Terbit	38,46	46,15	92,31
Media Indonesia	75,00	50,00	75,00

Dari semua kategori, baik yang *favorable*, *unfavorable*, dan *netral*, tampak bahwa derajat perbedaan antara dua peneliti yang melakukan analisis adalah berkisar 71,43 sampai dengan 100 persen. Bahkan ada lima unit

analisis di atas yang sama persis, baik pada hasil analisis peneliti pertama maupun kedua. Seperti telah ditegaskan oleh Lasswell et al (1952: 16), apabila ada kesamaan 70 sampai dengan 80 persen, maka tingkat realibilitasnya sudah dapat diterima sebagai kepercayaan yang memadai.

VI. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisis yang di urutkan, dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan sikap politik dari tujuh harian terpopuler di Indonesia terhadap pidato laporan tahunan (*progress report*) Presiden Abdurrahman Wahid dalam Sidang Tahunan MPR 2000. Dengan demikian hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini dapat dikatakan terbukti, sekalipun terdapat catatan untuk hipotesis pendukungnya yang pertama. Perbedaan sikap politik dan catatan terhadap hipotesis tersebut dapat diberikan kesimpulan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Nilai-nilai oposan (*unfavorable*), tidak oposan (*favorable*), atau netral, demikian juga dengan status sosial (*high brow* atau *boulevard*) pada media yang tajuk rencananya dianalisis, ternyata tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam hal penggunaan kata-kata untuk mengekspresikan sikap politik mereka. Karakteristik tajuk rencana dinilai sebagai faktor yang mempengaruhi pengelola media untuk memilih kata-kata yang selalu rasional dan argumentatif. Dengan demikian, perbedaan diksi itu besar kemungkinan baru dapat diamati pada rubrik-rubrik lain selain tajuk rencana.
2. Media yang berstatus *high brow* memang semuanya mengangkat topik pidato laporan Presiden Abdurrahman Wahid untuk tajuk rencana mereka pada kesempatan pertama. Sementara pada media berstatus *boulevard*, tidak semuanya mengambil keputusan demikian. Salah satu faktor yang diperkirakan juga ikut menjadi penentu di luar status sosial tersebut adalah wilayah pemasaran media masing-masing (nasional, seminasional, atau regional). Makin luas wilayah pemasaran harian yang diteliti, makin besar skala prioritasnya guna mengangkat topik seputar laporan tahunan Presiden ini dalam tajuk rencananya.
3. Media yang menganut nilai-nilai oposan (dalam hal ini ditunjukkan oleh *Republika* dan *Jawa Pos*) memang cenderung bersikap politik *unfavorable* terhadap pidato tahunan Presiden Abdurrahman Wahid.
4. Harian *Kompas*, *Suara Pembertuan*, dan *Media Indonesia* yang dikenal dekat dengan Pemerintahan Presiden Abdurrahman Wahid, sehingga

diasumsikan menganut nilai-nilai yang tidak oposan, menunjukkan sikap politik yang agak bervariasi. *Kompas* dan *Suara Pembinaan* terbukti memang bersikap *favorable*, meskipun tingkat dukungan sikap politik keduanya berbeda. *Media Indonesia* dapat dikategorikan sebagai bersikap politik antara *favorable* ke netral. Dalam analisis yang dibuat oleh peneliti pertama *Media Indonesia* dimasukkan dalam kategori sikap netral, sementara oleh peneliti kedua dipandang *favorable* dan netral dalam gradasi yang sama besarnya.

5. Media yang semula dikategorikan tidak jelas sikap politiknya dan akan cenderung ke posisi netral, yaitu *Pikiran Rakyat*, ternyata memang berada dalam posisi sikap politik netral. Sekalipun demikian, bagi *Harian Terbit*, yang berada dalam kategori yang sama dengan *Pikiran Rakyat*, sikap politiknya menempati posisi *favorable*, walaupun tingkatan netralitasnya juga dalam kategori cukup.

Dalam penelitian ini juga diperoleh beberapa buah pikiran, bahwa di luar nilai-nilai oposan dan tidak oposan, serta status *high brow* dan *boulevard* tersebut, ternyata terdapat faktor-faktor lain yang ikut berperan menentukan sikap politik ini. Faktor-faktor itu antara lain adalah:

1. Persepsi dan apresiasi pengelola media terhadap tajuk rencananya, termasuk di dalamnya kemampuan media itu menampilkan opininya dalam komposisi kalimat yang baik dan pola pengembangan alinea yang sistematis. Sikap politik yang tegas, tetapi tidak didukung oleh kemampuan membuat komposisi dan pengembangan alinea yang baik, tentu menyulitkan di dalam penganalisisan sikapnya.
2. Ada tidaknya karakteristik primordial yang dominan pada jajaran pengelola media itu. Karakteristik ini tidak selalu terlihat dalam rumusan visi dan misi media itu. Karakter demikian dapat sangat mempengaruhi budaya perusahaan (*corporate culture*) setempat, yang cerminannya juga pada substansi pemberitaan media itu sehari-hari, termasuk dalam rubrik tajuk rencananya. Singkatnya, makin dominan karakteristik primordial ini, makin besar kecenderungan media itu untuk memilih sikap politiknya pada jurusan tertentu yang ekstrem (*favorable* dan *unfavorable*). Sebaliknya, makin heterogen dan lintas-kultural, makin independen sikap politiknya untuk melihat setiap permasalahan secara kontekstual (tidak harus konsisten memilih satu posisi sikap politik tertentu).

3. Ada tidaknya idealisme media masing-masing. Bagi media yang semata-mata berorientasi komersial (tujuannya hanya untuk meningkatkan tiras), cenderung bersikap "mengikuti arus". Hal ini jelas tidak terjadi pada media yang tidak memandang tiras sebagai satu-satunya tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Altheide, David L & John M. Johnson. *Bureaucratic propaganda*. Boston: Allyn and Bacon, Inc., 1980.
- Barents, J. *Ilmu politika: suatu pengenalan lapangan*. Terjemahan L.M. Sitorus. Jakarta: Pembangunan, 1965.
- Budiardjo, Miriam. *Dasar-dasar ilmu politik*. Cet. 10. Jakarta: Gramedia, 1986.
- Chadwick, Bruce A. et al. *Metode penelitian ilmu pengetahuan sosial*. Terjemahan Sulistia et al. Semarang: IKIP Semarang Press, 1991.
- Flornoy, Don Michael, ed. *Analisa isi surat kabar-surat kabar Indonesia*. Terjemahan Akhmadsyah Naina. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1989.
- Freedman, Jonathan L. et al. *Social psychology*. New Jersey: Prentice Hall Inc., 1970
- Holsti, Ole R. *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading Mass.: Addison-Wesley, 1969.
- Indra, Muhammad Ridhwan. *MPR selayang pandang*. Jakarta: Haji Masagung, 1988.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen periklanan: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Cet. 2. Jakarta: Grafiti, 1992.

- Krippendorff, Klaus. *Analisis isi: pengantar teori dan metodologi*. Cet. 2. Jakarta: Raja Grafindo Persada (Rajawali Pers), 1993.
- Langer, Sussanne K. *Philosophy in a new key*. Ed. 3. Cambridge: Harvard University Press, 1971.
- Lasswell, Harold D. *Politics: who gets what, when, how*. New York: World Publishing Co., 1972.
- Lasswell, Harold D. et al. *The comparative study of symbols*. Standford: Standford University Press, 1952.
- _____. "The politically significant content of the press: coding procedures." *Journalism Quarterly*, 1966, 43, 520-550.
- Loudoe, John Z. *Menemukan hukum melalui tafsir dan fakta*. Jakarta: Bina Aksara, 1985.
- Media Scene 1998-1999: the official guide to advertising media in Indonesia* (2000). Jakarta: Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia, 1998-1999.
- Mertokusumo, Sudikno & A. Pitlo. *Bab-bab tentang penemuan hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993.
- Mueller, Daniel J. *Mengukur sikap sosial: pegangan untuk peneliti dan praktisi*. Jakarta: Bina Aksara, 1992.
- Muis, A. *Jurnalistik, hukum dan komunikasi massa: menjangkau era cybercommunication milenium ketiga*. Jakarta: Dharu Anuttama, 1999.
- Rasyid, Harun Al. *Hubungan antara Presiden dan MPR*. Cet. 3. Jakarta: Pelita Ilmu, 1968.
- Sagala, Budiman B. *Tugas dan wewenang MPR di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982.

- Saragih, Bintan R. *Sistim pemerintah dan lembaga perwakilan di Indonesia*. Jakarta: Perintis Press, 1985.
- Scholten, Paul. *Mr. C. Asser: penuntun dalam mempelajari hukum perdata Belanda*. Bagian Umum. Terjemahan Siti Soemarti Hartono. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1992.
- Shidarta. *Dasar-dasar filsafat: pengantar mempelajari filsafat hukum*. Jakarta: UPT Penerbitan Universitas Tarumanagara, 1999.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi: suatu pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers, 1982.
- Sophiaan, Ainur R. (2000, June 5). "Banser told to dump legacy of militarism, mob politics." *The Jakarta Post*, 2000, 5.
- Stempel III, Guido H. "Increasing reliability in content analysis." *Journalism Quarterly*, 1955, 32, 452-463.
- Suranto, Hanif et al. *Pers Indonesia pasca Soeharto: setelah tekanan penguasa melemah*. Jakarta: Lembaga Studi Pers dan Pembangunan & Aliansi Jumalis Indonesia, 1999.
- Suroso, P. . "Masalah peningkatan oplag surat kabar di ibukota." Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta: 1969.
- Susanto, Astrid S. *Pendapat umum*. Cet. 2. Bandung: Binacipta, 1985.
- Syah, Sirikit (2000, June 5). "'Jawa Pos' evolves to become conglomerate." *The Jakarta Post*, 2000, 5.
- Turner, Jonathan H. *Patterns of social organization*. New York: MacGraw Hill, 1972.