

Nana Fahriany

20090530084

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

EKOLOGI MEDIA SURAT KABAR LOKAL HARIAN JOGJA DAN TRIBUN JOGJA

**(Analisis Teori Niche pada Berita Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja
Edisi 1 Mei-31 Mei 2013)**

**THE ECOLOGY OF LOCAL NEWSPAPERS MEDIA,
HARIAN JOGJA AND TRIBUN JOGJA**

**(An Analysis of Niche Theory on News in Harian Jogja and Tribun Jogja Newspapers,
the 1st-31st of May 2013 Edition)**

ABSTRACT:

This research aims to comprehend how the competition phase happened at the newspaper industry of Harian Jogja and Tribun Jogja refers to news and circulation category based on (*Niche Breadth*) and an overlap (*Niche Overlap*) at the 1st – 31st of May 2013 edition. The method used by the researcher to analyze a news and circulation news is content analysis. After the data were analyzed, they were calculated with Niche Theory formula to know the source of life support (*Niche Breadth*) and an overlap degree (*Niche Overlap*) if seen from news and circulation news. The researcher will use specialist categorization, disposed specialist, disposed generalist, and generalist to see the value from *Niche Breadth* at news and circulation news category. To see the overlap degree, the researcher used very high, high, medium, low, and very low level of categories. The research result done by the researcher shows that *Niche Breadth*, based on news category in Harian Jogja and Tribun Jogja newspapers show amount of number 3.46 and 3.24 therefore it shows specialist category. *Niche Breadth* based on news circulation category in Harian Jogja and Tribun Jogja newspapers is 3.45 and 3.43 therefore it is included in generalist category. *Niche Overlap* at the two of newspapers when it is seen from news category, the value is 0,000147 for Harian Jogja newspaper and 0,000174 for Tribun Jogja newspaper.

Keywords: News, Niche Theory, *Niche Breadth*, *Niche Overlap*

Perkembangan media informasi dan komunikasi saat ini sudah semakin pesat. Ditandai dengan mulai bermunculannya media kontemporer seperti media sosial dengan jejaring sosialnya, media cetak yang merambah ke online dan lain sebagainya. Meskipun demikian, keberadaan dari media-media konvensional seperti televisi, radio, majalah dan surat kabar tetap mendapatkan tempat di masyarakat. Dengan bermunculan media-media kontemporer tersebut, masyarakat akan menjadi lebih tersegmentasi dalam memilih media mana yang paling sesuai untuk mengakses informasi.

Menurut Dr. Sasa D. Sendjaja (1993), pertumbuhan industri media massa paling tidak ditandai dengan tiga hal: *pertama*, pengelolaan media massa tidak lagi dilakukan dalam bentuk yayasan serta mengutamakan aspek ideal, tetapi berupa Perseroan Terbatas (PT) yang didukung oleh sistem manajemen profesional, penggunaan produk-produk teknologi canggih dan mengarah ke komersialisme. *Kedua*, semakin banyak pengusaha “konglomerat” yang menanamkan modalnya di media massa (baik cetak maupun elektronik). *Ketiga*, media massa yang ada semakin beragam bentuknya dan mengarah kepada spesialisasi (Budi, 2011:78).

Mulai bermunculannya wajah-wajah baru media membuat persaingan media tidak terelakkan lagi. Persaingan tersebut adalah persaingan dalam merebut khalayak sasaran dan kue iklan. Padahal sumber pemasukan dari suatu media selain dari rating acara (media audio visual) dan tingkat penjualan (media cetak) juga melalui pendapatan kue iklan pada media tersebut.

Persaingan antara media tersebut untuk dapat bertahan hidup dianalogikan sebagaimana fenomena yang terjadi dalam *bio-ecology* atau *human ecology*, yaitu bagaimana makhluk hidup berhubungan dengan lingkungan hidupnya (ekologi). Untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya setiap makhluk hidup apakah itu binatang, tumbuhan ataupun manusia jelas membutuhkan sumber penunjang yang ada di alam sekitarnya. Perebutan dalam upaya memperoleh sumber penunjang ini akan terjadi baik antara sesama warga suatu populasi ataupun antar populasi. Hal ini terjadi disebabkan terutama apabila sumber penunjang kehidupan yang diperlukan itu sama dan jumlahnya terbatas (Sendjaja dalam Haryati, 2012:151).

Menurut Otto Sumarwoto, ekologi adalah mengenai hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungan disekitarnya. Dengan demikian, pandangan ekologi media berkenaan dengan hubungan timbal balik antara media (massa) dengan lingkungan penunjang kehidupannya (Sumarwoto, 1991:40).

Hadirnya beragam media jika dihubungkan dengan perkembangan media yang ada, terkait erat dengan fenomena konvergensi media memainkan perannya saat ini. Konvergensi media adalah bergabungnya (berintegrasinya) fungsi-fungsi dari berbagai media ke dalam satu media. Adanya konvergensi bertujuan untuk menyelaraskan semua platform media sehingga khalayak dapat memilih mengakses informasi sesuai dengan media yang diinginkan. Keberadaan dari konvergensi media membuat media konvensional mulai merambah pada media kontemporer, seperti surat kabar misalnya. Beberapa surat kabar saat ini sudah mulai mengembangkan industrinya dan bermain di ranah media online yaitu dengan hadirnya surat kabar online atau dalam bentuk *epaper* pada website masing-masing surat kabar.

Keberadaan dari konvergensi media juga sejalan dengan fenomena baru di era 2.0 yaitu konglomerasi media. Konglomerasi media terjadi akibat beberapa media yang mengembangkan ekspansi pasar agar tetap bertahan hidup di era persaingan media saat ini. Konglomerasi media hadir dari adanya konglomerat-konglomerat media yang memiliki beberapa media yaitu diantaranya Chairul Tanjung, Hary Tanoesoedibyo dan Abu Rizal Bakri. Chairul Tanjung yang hadir dengan Trans Corp, Hary Tanoesoedibyo dengan MNC Group dan Abu Rizal Bakrie dengan Bakrie Group. Tokoh-tokoh konglomerasi tersebut tentunya membawa dampak pada informasi yang disuguhkan kepada masyarakat. Adanya payung informasi yang diberikan melalui konglomerasi media dapat menyebabkan terbentuknya opini pada khalayak sesuai dengan apa yang diinginkan para pemilik media.

Jika melihat pada keadaan tersebut, maka persaingan media yang terjadi saat ini khususnya bagi surat kabar yang ada di Yogyakarta menunjukkan sebuah keadaan yang menarik. Adanya kebutuhan akan informasi dari masyarakat Yogyakarta kemudian membuat kota Yogyakarta menjadi sasaran empuk lahirnya media surat kabar baru yang hadir dan menawarkan sajian-sajian berita yang berbeda dan menarik. Berikut adalah sajian data surat kabar yang ada di Yogyakarta:

Tabel 1.1 Surat Kabar di Yogyakarta

No.	Perusahaan	Surat Kabar	Tahun Berdiri
1.	Grup Jawa Pos	Jawa Pos	1 Juli 1949
2.	PT Republika Media Mandiri	Republika	4 Januari 1993
3.	PT Suara Merdeka Press	Suara Merdeka	14 September 1996
4.	PT Aksara Dinamika Jogja	Harian Jogja	20 Mei 2008
5.	PT Badan Penerbit Kedaulatan Rakyat	Kedaulatan Rakyat	27 September 1945
6.	PT Kompas Media Nusantara	Kompas	28 Juni 1965
7.	PT. Yogyakarta Intermedia Pers	Radars Jogja	1983
8.	PT Media Bernas	Bernas Jogja	-
9.	PT Graha Kerindo Utama	Tribun Jogja	11 April 2011
10.	The Jakarta Post	Jakarta Pos	25 April 1983
11.	PT Pikiran Rakyat	Pikiran Rakyat	24 Maret 1966
12.	PT Sindo Media	Sindo	29 Juni 2005
13.	Jurnalindo Aksara Grafika	Bisnis Indonesia	14 Desember 1985
14.	Intisari	Joglo Semar	29 Oktober 2007

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber oleh peneliti melalui daftar pustaka dan pra observasi

Di tengah persaingan surat-surat kabar tersebut, hadir dua surat kabar lokal di Yogyakarta yaitu, Harian Jogja dan Tribun Jogja. Dengan mematok harga penjualan seribu rupiah membuat kedua surat kabar ini menjadi kompetitor bagi beberapa surat kabar lokal yang telah lama hadir di Yogyakarta. Tidak hanya menjadi kompetitor antar surat kabar lokal yang telah lama ada, namun kedua surat kabar lokal ini menjadi kompetitor antar kedua surat kabar tersebut.

Tidak hanya hadir dengan wajah baru, kedua surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja hadir dengan harga yang fenomenal. Pada saat itu harga surat kabar di Yogyakarta berkisar antara dua ribu sampai dengan tiga ribu rupiah. Munculnya kedua surat kabar tersebut membuat peta persaingan dari beberapa surat kabar lokal yang hadir di Yogyakarta semakin meningkat dan memanas.

Kompetisi pun terjadi pada kedua surat kabar tersebut untuk dapat bertahan dan mendapatkan posisi di masyarakat kota Yogyakarta. Tidak hanya kompetisi untuk mendapatkan pembaca, tapi juga dalam menyajikan konten berita yang disajikan agar menarik bagi pembaca. Kompetisi dilakukan untuk merebutkan sumber-sumber kehidupan dan ekonomi demi kelangsungan hidup media tersebut. Kompetisi juga penting bagi media untuk meningkatkan kualitas dari produk, dalam hal ini konten berita yang bermutu. Keberhasilan dari surat kabar yang dapat dengan menyajikan konten yang bermutu akan memicu iklan sebagai sumber kehidupan media tetap bertahan. Jika melihat adanya sumber kehidupan media yang terbatas dengan keberagaman dan semakin banyaknya media surat kabar baru yang hadir di Yogyakarta, maka dengan kata lain sumber kehidupan media semakin terbatas. Hal ini kemudian yang membuat semakin ketat pula kompetisi surat kabar di Yogyakarta.

Harian Jogja dan Tribun Jogja yang terlahir dari adanya pers jaringan membuat posisi dari kedua surat kabar ini memiliki *support* berita yang lebih dibandingkan surat kabar Radar Jogja, Bernas Jogja dan Kompas. Hal ini disebabkan Radar Jogja merupakan bagian dari Jawa Pos, namun demikian kehadiran dari Radar Jogja hanya sebagai suplemen informasi dari Jawa Pos. Bernas Jogja sendiri bukan merupakan bagian dari konglomerasi media sehingga pusat informasi tidak berasal dari nasional. Kompas tidak dapat dimasukkan sebagai subyek penelitian terhadap ekologi media surat kabar karena Kompas bukan surat kabar lokal Yogyakarta. Ini kemudian menjadi alasan mengapa peneliti meneliti ekologi media surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja, bahwa keduanya terlahir dari pers jaringan yang melahirkan konglomerasi media dan merupakan surat kabar lokal Yogyakarta.

Selanjutnya menjadi menarik untuk disimak jika melihat dari peta kompetisi media surat kabar di Yogyakarta, yaitu Harian Jogja dan Tribun Jogja, saling “bertarung” agar tetap bertahan dengan harga eceran seribu rupiah. Sehingga dapat dilihat kedua surat kabar tersebut lebih banyak bermain di ranah pengecer¹, hal ini berbeda terbalik dengan surat kabar Kedaulatan Rakyat maupun Kompas yang masih bertahan pada posisi penjualannya langganan.

Melihat pada permasalahan diatas, peneliti ingin melihat bagaimana ekologi media surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja dalam kurun waktu satu bulan yaitu pada penerbitan edisi 1 Mei-31 Mei 2013 berdasarkan teori niche. Peneliti ingin membandingkan konten dari kedua media tersebut. Dengan melihat pada konten, peneliti ingin mencari tahu apa perbedaan dari konten dari kedua media tersebut, apa yang membuat kedua surat kabar lokal yang berasal dari kota Yogyakarta tersebut mampu bertahan dalam penyajian konten berita yang ada.

¹ Sumber informasi didapat peneliti dari data observasi lapangan dengan agen dan pengecer surat kabar di Yogyakarta

1. Industri Surat Kabar

Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman. Sedangkan keberadaan surat kabar di Indonesia ditandai dengan perjalanan panjang melalui lima periode yakni masa penjajahan Belanda, penjajahan Jepang, menjelang kemerdekaan dan awal kemerdekaan, zaman Orde Lama serta Orde Baru (Nurmalasari, 2011: 17).

Surat kabar atau koran yang dalam bahasa Belanda disebut *Krant* atau dalam bahasa Perancis disebut *Courant* adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa *event* politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, dan cuaca (Nurmalasari, 2011: 18).

Surat kabar merupakan suatu penerbitan harian yang berisikan informasi harian pula. Sejak dahulu, berita yang dimuat dalam surat kabar adalah sebuah berita terkini dalam berbagai topik. Biasanya terkait dengan politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, hiburan, dan lain sebagainya (Lee dalam Septiana, 2013: 19).

Sedangkan menurut Suryawati, surat kabar adalah media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, kriminal, budaya, seni, olahraga, luar negeri, dalam negeri, dan sebagainya (Suryawati, 2011: 40).

Sejarah perkembangan surat kabar pada awal berdirinya di Amerika Serikat pada tahun 1690. Surat kabar tersebut bernama "*Public Occurrences Both Foreign and Domestic*", didirikan oleh Benjamin Harris seorang berkebangsaan Inggris. Namun surat kabar tersebut dibrendel karena tidak memiliki izin terbit. Setelah pembredelan tersebut, lahir berbagai surat kabar sebagai media informasi warga Amerika Serikat. Perkembangan surat kabar di Indonesia sudah melalui beberapa zaman, mulai dari penjajahan Belanda, penjajahan Jepang, zaman Kemerdekaan, zaman Orde Lama, Orde Baru hingga Reformasi yang berujung pada Demokrasi. Lahirnya surat kabar sendiri sudah ada sejak kekuasaan VOC tepatnya tahun 1676, namun media cetak yang berbentuk surat kabar baru muncul pada tahun 1800-an.

Zaman Orde Lama dan Orde Baru merupakan titik surat kabar berada di bawah bayang-bayang pemerintah. Sedikit saja pemberitaan yang dapat menciderai citra pemerintah, maka tidak hanya surat kabar tersebut yang akan dibrendel, namun jurnalis pada surat kabar tersebut akan diberikan sanksi hukum. Hal ini menyebabkan industri surat kabar tidak memiliki kebebasan dalam mengeluarkan ide, pendapat maupun gagasan. Terpusatnya pusat informasi di tangan pemerintah membuat keadaan pers pada masa Orde Lama dan Orde Baru sangat terkekang.

Masa tersebut berganti di era reformasi, sebuah era bagi surat kabar untuk kembali pada fungsi dasarnya sebagai media informasi yang independen, tidak berimbang pada oknum-oknum maupun instansi tertentu sehingga surat kabar sebagai sebuah media dapat menjadi pilihan masyarakat untuk mengakses informasi.

Kebebasan pers nyatanya tidak begitu saja memberikan dampak positif dengan lahirnya kebebasan berpendapat, namun dampak negatif muncul ketika kebebasan pers yang terlalu besar dengan tidak sejalannya peraturan yang kuat untuk mengatur sistem kehidupan media surat kabar. Hadir sebuah fenomena baru yaitu konglomerasi media yang mengerucut pada konvergensi media.

Hadirnya fenomena konglomerasi media dan konvergensi media akan membuat pola penggunaan media pada khalayak akan lebih tersegmentasi. Khalayak akan memilih media mana yang lebih nyaman untuk digunakan dalam mengakses informasi sehingga membuat media-media konvensional seperti surat kabar akan tetap ada dalam peta persaingan media. Selain itu yang membuat surat kabar tetap dapat bertahan ialah kelebihan yang dimiliki oleh surat kabar. Kelebihan dari surat kabar antara lain mampu menyajikan informasi atau berita secara komprehensif, bisa dibawa kemana-mana, bisa didokumentasikan, bisa dibaca berulang-ulang dan mudah diperoleh jika diperlukan. Cukup dengan mengeluarkan sejumlah uang, pembaca bisa menikmati sajian berita (Suryawati, 2001: 41).

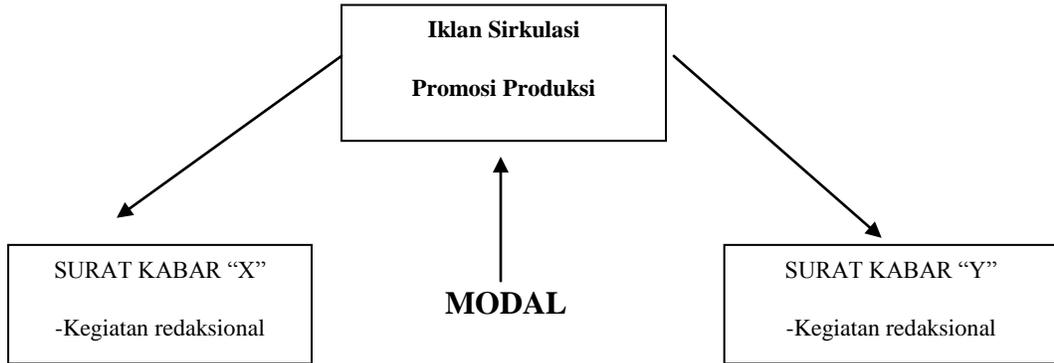
Berbicara tentang usaha bisnis pers, menggunakan hukum besi ekonomi, semakin besar modal yang diinvestasikan maka makin besar pula keuntungan yang diharapkan. Sebab, pelaku-pelaku ekonomi senantiasa berpegang teguh kepada efisiensi: dengan modal yang sekecil-kecilnya harus diraih keuntungan sebesar-besarnya (Abrar, 2011: 29).

Dengan banyaknya pengusaha Indonesia yang menginvestasikan uangnya di perusahaan penerbitan pers, bisa dibilang pers telah menjadi sebuah industri yang canggih, yang bertumpu pada kegiatan ekonomi. Akibatnya, pers berorientasi pada pasar. Politik redaksionalnya diarahkan kepada pemenuhan keinginan pembaca yang sebanyak-banyaknya. Tidak heran jika ukuran keberhasilan pers lantas dilihat dari jumlah keuntungan yang diperoleh (Abrar, 2011: 29).

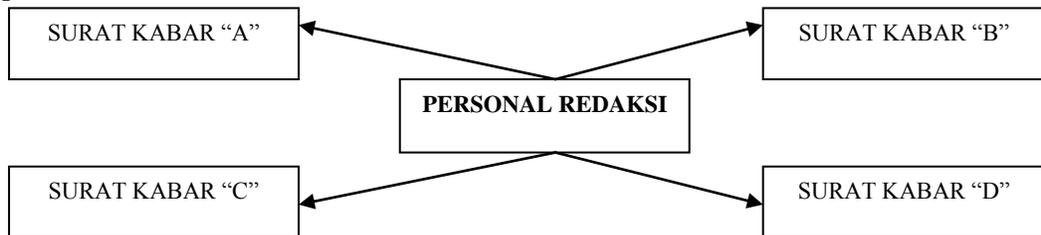
Besarnya modal yang ditanamkan dalam sebuah perusahaan penerbitan pers membuat pemilik modal akan mencoba menyesuaikan unsur negara dan pers dengan keamanan modal. Pers yang berhasil melakukannya adalah ceminan dari pers yang ada di negara maju, yaitu pers yang dimiliki oleh kaum kapitalis. Lebih menarik, pers kapitalis dapat menekan negara untuk mengambil kebijakan sesuai dengan kehendak pers yang bersangkutan. Setelah berhasil mengatur negara dan pers, langkah pemilik modal selanjutnya adalah mengamankan pasar. Pasar, dalam konteks ini menurut Daniel Dhakidae adalah manusia tanpa nama dan identitas (1991: 3). Artinya, ia akan berusaha keras untuk mempertahankan jumlah pembacanya untuk tidak beralih ke pers yang lain. Misalnya dengan membentuk kantong-kantong pembaca di beberapa tempat. Pada titik inilah kita mengenal adanya kerja sama beberapa perusahaan penerbitan pers (Abrar, 2011: 30).

Bentuk kerja sama yang menonjol di Indonesia adalah kerja sama dalam manajemen dan kerja sama personal redaksi dalam menerbitkan beberapa surat kabar :

1. Kerja sama manajemen. Misalnya dua buah surat kabar yang berbeda politik redaksionalnya, bahu-membahu memproduksi dan memasarkan hasil penerbitan masing-masing. Hal ini dapat dilihat dalam skema berikut:



2. Kerja sama personal redaksi dalam menerbitkan beberapa surat kabar dan majalah. Misalnya sekelompok orang yang ahli di bidang keradaksian pers menerbitkan surat kabar dan majalah di beberapa tempat. Berdasarkan perjanjian tertentu diterbitkanlah beberapa surat kabar dan majalah. Hal ini dapat dilihat pada skema berikut:



Dari kedua model kerja sama tersebut di atas, dapat diasumsikan: Pertama, akan ada satu perusahaan penerbitan pers yang memiliki banyak penerbitan dengan akumulasi modal pada satu induk perusahaan. Gejala ini yang sering disebut konglomerat. Kedua, peran individu dalam kegiatan bidang redaksional tidak benar. Individu dalam bidang ini tidak bisa menentukan *up* dan *down*-nya sebuah surat kabar. Yang menentukan adalah kerja kolektif, yang biasanya sangat dipengaruhi oleh pemilik modal (Abrar, 2011: 31-32).

2. Berita sebagai Komoditas

Jika melihat pengertian berita dalam Kamus Bahasa Indonesia karya W.J.S. Poerwodarminta, berita diartikan sebagai ‘kabar atau warta’. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi ‘laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat’. Jadi, berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi (Suryawati, 2011: 67).

Berita (*news*) merupakan informasi yang layak disajikan kepada publik. Berita yang tergolong layak adalah informasi yang sifatnya faktual, aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik. Biasanya, berita berupa pernyataan yang dipublikasikan melalui media massa (Suryawati, 2011: 67).

Menurut William S. Maulsby, berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut (Barus, 1996: 18).

Berita merupakan sebagai sebuah produk menjadi alat yang digunakan media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Sebagai sebuah produk informasi, maka sudah seharusnya keberadaan berita independen dan bebas tanpa adanya kekangan dari berbagai pihak yang ingin mengambil keuntungan atau kepentingan. Namun keadaan ini tidak sejalan dengan apa yang terjadi saat ini. Berita berubah fungsi menjadi sebuah produk komoditas, bukan lagi sebagai sebuah produk informasi yang dapat dikonsumsi secara sehat oleh khalayak.

Komodifikasi merupakan bagian dalam pendekatan ekonomi politik digunakan dalam studi tentang media massa. Pendekatan ekonomi politik menurut Moscow, yaitu mempelajari tentang hubungan-hubungan sosial terutama hubungan kekuasaan yang saling menguntungkan antar sumber-sumber produksi, distribusi dan konsumsi, termasuk di dalamnya sumber-sumber yang terkait dengan komunikasi.

Political economy is the study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources, including communication resources. This formulation has certain partial value because it calls attention to how the communication business operates (Mosco, 2009: 2).

Mosco beranggapan bahwa dalam sebuah lingkungan, apabila seseorang atau sekelompok orang dapat mengontrol masyarakat, maka ia berkuasa secara *de facto*, walaupun secara *de jure* orang tersebut tidak memiliki kedudukan dalam pemerintah, baik sebagai lembaga eksekutif, legislatif maupun yudikatif. Sehingga melalui adanya pendekatan ekonomi politik, dapat melihat bagaimana kehidupan sosial yang ada di masyarakat.

Komodifikasi ialah sebuah cara baru dari kapitalisme untuk mentransformasikan nilai guna menjadi nilai tukar. Proses komodifikasi erat kaitannya dengan produk, sedangkan produk erat kaitannya dengan fungsi atau guna pekerja. Pekerja telah menjadi komoditas dan telah dikomodifikasikan oleh pemilik modal dengan mengeksploitasi dalam pekerjaan tersebut.

Bentuk komodifikasi dalam proses komunikasi salah satunya ialah komodifikasi konten atau isi media. Dalam surat kabar misalnya, ideologi berfikir dari pemilik surat kabar bukan terletak pada fungsi dari sebuah surat yaitu sebagai media

informasi namun surat kabar menjadi alat penghasil uang bagi para pemilik surat kabar.

Perlu untuk diperhatikan bahwa berita yang berada pada payung pers selama ini tersaji di ruang publik. Ruang publik di sini hendaklah dimaknai sebagai sebuah zona yang bebas dan netral, tempat berlangsungnya dinamika kehidupan secara personal dan terbebas dari kekuasaan negara, pasar, dan kolektivisme. Pers tidak boleh mendikte khalayak tentang apa yang harus mereka lakukan. Pers harus menyediakan tempat untuk diskusi publik tentang berbagai persoalan publik. Selanjutnya, bagaimana peran pers dalam penyajian berita dapat menjadi faktor dalam pembentukan pikiran khalayak. Pers dapat mendorong khalayak memiliki daya untuk merespon kekuasaan negara, terutama kebijakan negara. Pers juga bisa dirangsang untuk mampu menghadapi kekuatan kapitalisme, terutama nilai ekonomis yang dikandungnya (Abrar, 2011: 12-13).

3. Ekologi Media dalam Perspektif Teori Niche

Kata Ekologi berasal dari kata Yunani, “Oikos” yang artinya keluarga atau tempat tinggal. Ekologi mulai digunakan di akhir abad ke-19 dalam lingkungan ahli Botani, dan ahli Zoologi untuk menjelaskan tentang bagaimana cara makhluk hidup atau suatu organisme hidup dalam suatu lingkungan (A.H. Hawley dalam Sudibyo, 1998: 14).

Menurut ilmu ini, makhluk hidup, baik tumbuh-tumbuhan maupun binatang, dalam hidupnya bergantung pada sejumlah sumber penunjang yang ada di lingkungan sekitarnya. Sebaliknya, sumber penunjang tadi memerlukan makhluk hidup sebagai pemeliharaan kelestariannya. Biasanya jumlah sumber penunjang kehidupan ini terbatas, sedangkan jumlah makhluk hidup selalu bertambah setiap waktu, hal inilah yang akhirnya akan menimbulkan kompetisi. Setelah tahun 1990-an ekologi berkembang dengan pesat. Pada sekitar tahun 1920, ahli-ahli ilmu sosial mengembangkan teori ini untuk diterapkan dalam kehidupan organisasi manusia (Sudibyo, 1998: 15).

Konsep dan penelitian tentang ekologi media di Indonesia pada awalnya dikembangkan oleh Dr. Sasa Djuarsa Sandjaja pada tahun 1990 dan telah menjadi alternatif dan perspektif yang memperkaya mengenai penelitian di bidang ilmu komunikasi di Indonesia. Pengembangan konseptual penelitian ekologi media sendiri dikembangkan oleh Dr. John Dimmick dan Dr. Eric Rothenbuhler pada tahun 1984/1985. Gagasan mengenai ekologi media pada dasarnya menggunakan basis pemikiran (ekologi), yang menggambarkan bagaimana suatu makhluk hidup bisa “survival” dalam suatu lingkungan, untuk bisa mempertahankan hidupnya khususnya dalam memperoleh sumber penunjang hidupnya yaitu makanan dan memenangkan kompetisi dengan makhluk hidup lain dalam lingkungan tersebut. Temuan penting adalah setiap ada media baru dalam konteks “survival” bisnis entitas media masing-masing (Budi, 2011: 77).

Pandangan ekologi ini bila diaplikasikan pada media massa bisa disebut sebagai “ekologi media”. Ekologi media berkenaan dengan hubungan timbal balik antara media massa dengan lingkungan penunjangnya. Media berinteraksi dengan lingkungannya. Kondisi ini sama dengan hubungan yang terjadi antara makhluk hidup dengan lingkungan tempatnya hidup. Dalam proses interaksi ini memungkinkan terjadi kompetisi dalam mempertahankan kehidupannya. Pada industri media, masing-masing populasi terdiri dari media-media yang secara tidak langsung membentuk suatu kelompok yang hidup dari sumber daya yang sama. Misalnya populasi surat kabar, populasi radio atau populasi televisi (Kriyantono, 2006: 276).

Dalam ekologi media, teori niche dapat digunakan untuk menganalisa persaingan antar media massa. Teori Niche lahir tidak dari lingkungan teori komunikasi. Ia lahir dari lingkungan teori ekologi modern. Teori ini sudah dikembangkan sejak tahun 1960-an oleh para ahli ekologi seperti R. Levins (1968), S.A. Levin (1957), Ricklefs (1979), E.R. Pianka (1975) dan R.H. Whittaker (1973). Istilah niche sering diartikan sebagai ruang atau celah kehidupan yaitu jumlah dari sumber kehidupan yang dipakai oleh populasi untuk mempertahankan kehidupannya (Sudibyo, 1998: 14-15).

Teori niche oleh para ahli ekologi telah dikembangkan untuk menjelaskan persaingan makhluk hidup dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupannya. Teori ini lebih jauh juga memberikan kerangka penjelasan bagaimana sebuah populasi akhirnya bisa bertahan hidup dengan populasi lainnya dalam suatu komunitas ekologis, walaupun sumber penunjang kehidupannya sangat terbatas. Hanan, Freeman dan Aldirch menyimpulkan bahwa teori niche bisa diterapkan untuk menganalisis kompetisi antar media massa (Dimmick & Rothenbuhler dalam Sudibyo, 1998: 16).

Menurut teori niche, wilayah makanan suatu populasi dikonseptualisasikan sebagai ruang interaksi yang disebut celung atau ruang kehidupan. Celung merupakan volume dari sumber yang dipakai oleh populasi untuk mempertahankan kehidupannya. Dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidupnya setiap populasi jelas membutuhkan sumber yang ada di alam sekitarnya. Persaingan akan segera terjadi. Perebutan mendapatkan sumber penunjang terjadi baik antar sesama populasi, ataupun antar populasi. Hal ini disebabkan karena sumber penunjang kehidupan yang diperlukan sama dan jumlahnya terbatas. Pada kenyataannya, jumlah sumber hidup penunjang yang ada memang terbatas sehingga persaingan tidak dapat dihindari (Sudibyo, 1998: 17).

Berkaitan dengan persoalan ekologis di atas, Dimmick dan Rothenbuhler (1984) mengatakan bahwa setiap populasi adalah komposisi set organisasi (seperti radio, televisi atau media cetak), yang berkaitan erat dengan medium atau industri komunikasi dan setiap set organisasi berupaya untuk mempertahankan hidupnya dengan bergantung pada sumber-sumber yang sama. Sifat interaksi antar makhluk hidup yang tinggal dalam lingkungan populasi tertentu, bergantung pada 3 faktor yang saling berkaitan yaitu:

1. Daerah atau ruang sumber penunjang yang ditempatkan oleh setiap individu, disebut *Niche Breadth*.
2. Penggunaan sumber penunjang kehidupan yang sama dan terbatas oleh dua makhluk hidup atau lebih sehingga terjadi ketumpangtindihan, disebut *Niche Overlap*.
3. Jumlah seluruh penunjang kehidupan yang tersedia bagi seluruh warga populasi (Budi, 2011: 18).

Secara ekologis menurut Levins (1968), tingkat persaingan antar makhluk hidup dalam upaya memperoleh sumber kehidupan secara kuantitatif bisa diukur melalui besaran *niche*-nya, yang terdiri dari *Niche Breadth* dan *Niche Overlap*. *Niche Breadth* menunjukkan suatu tingkat hubungan antara suatu populasi atau makhluk hidup dengan sumber penunjang kehidupannya dalam suatu komunitas. Dengan perhitungan ini dapat diketahui tingkat ketergantungan suatu populasi terhadap sumber alamnya. Populasi dikatakan tidak tergantung pada suatu jenis kehidupan saja, apabila nilai *niche breadth*-nya semakin besar. Sebaliknya apabila nilainya semakin kecil, maka tingkat ketergantungan pada satu jenis kehidupan akan semakin besar (Sudibyo, 1998: 17).

Untuk mengukur tingkat kompetensi antar populasi digunakan konsep *Niche Overlap*. Konsep ini didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana dua populasi tergantung pada satu sumber kehidupan yang sama. Dengan demikian, *Niche Overlap* menunjukkan derajat persamaan ekologis atau kompetisi antara dua populasi atau makhluk hidup. Bila nilai *Overlap* semakin kecil dan mendekati nol, berarti kompetisi antara dua populasi dalam memanfaatkan sumber kehidupan yang sama, akan semakin ketat (Sudibyo, 1998: 18).

Dalam ekologi dikatakan ada dua pola penggunaan yaitu pola generalis dan pola spesialis. Suatu populasi dikatakan generalis apabila pola kehidupannya tidak tergantung pada satu jenis sumber alam saja atau beragam. Keuntungan pola ini adalah bila terjadi perubahan lingkungan, mereka dapat lebih bertahan atau lebih fleksibel, karena bila salah satu sumber penunjang hidupnya menurun, maka populasi tersebut masih memiliki sumber hidup yang lain. Apabila nilai *Niche Breadth* semakin besar hal ini akan menggambarkan pola penggunaan sumber alam yang generalis. Sementara itu pola spesialis menunjukkan populasi yang hidupnya bergantung pada satu sumber alam saja. Ada kecenderungan bahwa populasi yang berpola spesialis akan mengeksploitasi sumber alamnya semaksimal mungkin. Pola spesialis ini dapat ditunjukkan melalui nilai *Niche Breadth* yang semakin kecil.

Pada dasarnya ada tiga sumber utama yang menjadi sumber penunjang kehidupan industri media, yakni: modal (*types of capital*), misalnya pemasukan iklan, iuran berlangganan; jenis isi media (*types of content*), misalnya acara kuis, sinetron, informasi; dan khalayak sasaran (*types of audience*), misalnya menegah ke atas, regional, atau berdasarkan jenis kelaminnya, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan sebagainya (Kriyantono, 2006: 277).

Penelitian ini ingin melihat bagaimana dua surat kabar lokal Yogyakarta; surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja dalam penyajian berita. Fokus penelitian ini adalah pada *types of content*. Telah diketahui bahwa konten atau isi merupakan bagian dari dimensi *niche*. Isi media jelas merupakan organisasi media sumber daya dan industri tergantung pada isi media ini untuk bertahan hidup dan kesejahteraan

mereka. Ketika konsep *Niche Breadth* diterapkan untuk kategori konten media, jelas bahwa hal tersebut identik dengan membangun keragaman konten. Keanekaragaman secara umum didefinisikan sebagai jumlah pilihan yang tersedia bagi patron media baik pilihan melibatkan berbagai berita yang tersedia. Maka semakin luas *niche* konten, semakin besar pula keragaman konten (Dimmick dalam Septiana, 2013: 42).

Masalah potensial kedua terletak pada arti indeks yang digunakan untuk mengukur kompetisi. Indeks-indeks yang paling mungkin berguna dalam mengukur kompetisi yang luas dan tumpangtindih. Tumpangtindih mengukur indeks kesamaan ekologi dari dua organisasi mungkin tidak menunjukkan persaingan, menunjukkan analisis nanti. Konten mungkin mirip karena berbagai alasan hanya salah satunya adalah bahwa organisasi berada dalam kompetisi yang kuat (Dimmick dalam Septiana, 2013: 42).

Maka sebagai kesimpulannya bahwa untuk menganalisis persaingan antar makhluk hidup atau populasi dalam memperebutkan sumber kehidupan maka dapat menggunakan Teori Niche. Peneliti ingin melihat bagaimana persaingan antara dua surat kabar Yogyakarta yaitu Harian Jogja dan Tribun Jogja sehingga dapat tetap bertahan dalam era media saat ini. Dimana kedua surat kabar tersebut menyajikan berita yang berfokus pada berita lokal di Yogyakarta dan sama-sama mematok harga Rp. 1000,- dalam penjualan per-eksemplar. Dari persamaan tersebut penulis ingin mengetahui sejauh mana Harian Jogja dan Tribun Jogja dalam memperebutkan sumber penunjang lewat *type of content* yang disajikan.

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut (Martono, 2011: 20). Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan analisis isi.

Data yang diperoleh dari penelitian ini dengan melakukan studi dokumen dan studi pustaka. Studi dokumen dengan mengumpulkan surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja selama satu bulan. Sedangkan studi pustaka berasal dari berbagai literatur seperti buku-buku, jurnal, penelitian-penelitian terdahulu dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh berita yang dimuat dalam surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berita yang dimuat dalam surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja pada penerbitan edisi 1 Mei-31 Mei 2013.

Adapun tahapan pada penelitian ini, awalnya peneliti membuat proposal sebagai penjelasan tentang gambaran-gambaran tentang penelitian terhadap ekologi media surat kabar lokal di Yogyakarta, dalam hal ini Harian Jogja dan Tribun Jogja dijadikan peneliti sebagai subyek penelitian. Peneliti mengumpulkan data kedua surat kabar tersebut selama sebulan, yaitu pada edisi penerbitan 1 Mei-31 Mei 2013. Data-data yang dikumpulkan selama sebulan tersebut kemudian dianalisis dengan mengkategorisasi jenis-jenis berita yang ada pada kedua surat kabar tersebut. Setelah dikategorisasi maka peneliti menggunakan rumus untuk kemudian data tersebut

dihitung apakah surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja termasuk spesialis atau generalis dalam kategori pemberitaan. Untuk sampai pada hasil akhir spesialis atau generalis maka peneliti menggunakan *Niche Breadth* dan *Niche Overlap* sebagai rumusan dalam perhitungannya.

Niche Breadth merupakan daerah atau ruang sumber penunjang kehidupan yang ditempati oleh masing-masing individu atau tingkat hubungan antara populasi dengan sumber penunjang. *Niche Breadth* menunjukkan suatu tingkat hubungan antar populasi dengan sumber-sumber penunjangnya, yaitu apabila suatu media menggantungkan kehidupannya terhadap satu jenis sumber penunjang, maka disebut spesialis. Disebut generalis apabila media tersebut mempunyai sumber penunjang kehidupan bermacam-macam (Levin dalam Kriyantono, 2006: 276).

Pada penelitian ini, *Niche Breadth* digunakan untuk menentukan derajat ketergantungan dari masing-masing sumber penunjang kehidupan yaitu berita yang terdapat pada Harian Jogja dan Tribun Jogja. Maka akan dihitung dengan rumus:

$$nb = \frac{1}{\sum_{i=1}^n PI^{-2}} A$$

Keterangan:

- P : Proporsi dari total penggunaan setiap kategori sumber i yang digunakan oleh populasi A
- A : Populasi (dalam hal ini adalah surat kabar)
- i : Kategori atau jenis sumber daya yang digunakan (dalam hal ini adalah konten atau berita pada surat kabar)
- nb : *Niche Breadth*. Nilai nb berkisar antara (minimum) 1 sampai (maksimum) jumlah kategori yang digunakan A (n).

Dari hasil perhitungan diatas, hasilnya dapat dikategorikan pada dua penilaian yaitu berdasarkan ketegori berita dan berdasarkan kategori sirkulasi berita. Kategori berita terdiri dari 21 berita sehingga untuk nilai tengahnya adalah 10,5. Jika kategori yang digunakan adalah 4, maka interval yang diperoleh untuk setiap kategori adalah sebesar 5,25 maka perhitungannya yaitu sebagai berikut:

- a. Spesialis, jika Nb 1 – 5,24
- b. Cenderung Spesialis, jika Nb 5,25 – 10,4
- c. Cenderung Generalis, jika Nb 10,5 – 15,75
- d. Generalis, jika Nb 15,76 – 21

Sedangkan untuk sirkulasi berita akan dibagi menjadi 2 kategori. Kategori tersebut diukur dari kategori sirkulasi berita yang diteliti yaitu sebanyak 4 kategori. Dari 4 kategori berita tersebut, maka *Niche Breadth* minimal berdasarkan kategori sirkulasi berita adalah sebesar 1, sedangkan *Niche Breadth* minimal sebesar 4. Nilai tengah dari perhitungan adalah 2. Sehingga apabila ketegori yang digunakan 4, maka interval yang diperoleh untuk setiap kategori adalah sebesar 2,00. Maka patokan untuk mengukur dua ketegori tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Spesialis, jika Nb 1 – 1,99
- b. Generalis, jika Nb 2,00 – 4

Niche Overlap adalah penggunaan sumber penunjang kehidupan yang sama dan dibatasi oleh dua makhluk hidup atau lebih sehingga terjadi ketumpangtindihan atau derajat persamaan ekologis atau kompetisi antar populasi dalam memperebutkan sumber penunjang. *Niche Overlap* digunakan untuk menentukan derajat ketumpangtindihan surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja (Levin dalam Kriyantono, 2006: 276).

Perhitungan tersebut menggunakan rumus:

$$d_{ij} = \sum_{h=1}^n (p_{ih} - p_{jh})^2$$

Keterangan:

d_{ij} : Jarak antara populasi

h : Kategori sumber penunjang yang dipergunakan oleh kedua populasi makhluk hidup

Dari perhitungan maka hasilnya dapat dikategorikan sebagai berikut:

- a. 0,00 – 0,20 (Sangat tinggi atau sangat kuat)
- b. 0,21 – 0,40 (Tinggi atau kuat)
- c. 0,41 – 0,60 (Sedang)
- d. 0,61 – 0,80 (Rendah atau lemah)
- e. 0,81 – 1,00 (Sangat rendah atau sangat lemah)

Sedangkan untuk melihat apakah penelitian ini dapat diketahui dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

CR : *Coefficient Reability* (Koefisien Reliabilitas)

M : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh *coder* dan periset

$N1+N2$: Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh *coder* dan periset (Eriyanto, 2011: 290).

Penelitian ini menggunakan kategori berita untuk mengukur dan menghitung *Niche Breadth* dan *Niche Overlap* pada surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja pada penerbitan edisi 1 Mei-31 Mei 2013. Untuk mengetahui porsi penyajian berita di kedua surat kabar dapat dilihat dengan menggunakan indikator:

- a. Frekuensi yaitu berapa kali berita tersebut muncul berdasarkan kategori yang ditentukan. Dalam pengukuran frekuensi ini, proporsi kategori rubrik yang telah ditentukan adalah sebanyak 21 topik berita dalam surat kabar yaitu sebagai berikut:

- 1) Politik dan pemerintahan, yang mencakup di dalamnya adalah segala hal yang berhubungan dengan urusan pemerintahan dan negara.
- 2) Ekonomi, yang mencakup di dalamnya antara lain seperti perdagangan, perbankan, perpajakan, pembangunan, pertanian, permodalan, dan lain sebagainya.
- 3) Hukum dan peradilan, yang mencakup di dalamnya adalah hal yang menyangkut perundang-undangan dan pengadilan.
- 4) Kriminal, yang mencakup di dalamnya antara lain kasus suap, korupsi, kasus suap, perampokan, pemerkosaan, pembunuhan, pembajakan, terorisme, penganiayaan, kekerasan, atau narkoba selalu menarik perhatian masyarakat.
- 5) Kecelakaan, yang mencakup di dalamnya adalah berita bencana alam seperti gempa bumi, tanah longsor, tsunami, banjir, kecelakaan lalu lintas, kebakaran, kematian dan sebagainya.
- 6) Seni dan budaya, yang mencakup di dalamnya adalah pagelaran seni tari, pameran lukisan, patung, pertunjukkan drama, film, pagelaran musik, atau diskusi seni dan budaya, seminar, rubrik sastra, resensi novel, kerajinan, esai-esai tentang seni dan budaya, dan sebagainya.
- 7) Ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), yang mencakup di dalamnya adalah penemuan-penemuan baru, inovasi, teori baru, perkembangan teknologi dan lingkungan hidup, perkembangan ilmu kedokteran, bioteknologi, nuklir, elektronik, IT, penemuan obat-obatan, dan lain-lain.
- 8) Olahraga, yang mencakup di dalamnya adalah seluruh kegiatan olahraga termasuk cabang-cabang olahraga seperti atletik, renang, senam, balap sepeda, balap motor atau mobil, tinju, dan sebagainya, baik berskala lokal, regional, nasional, maupun internasional.
- 9) Perang, yang mencakup di dalamnya adalah segala yang berhubungan dengan pertikaian, konflik, demo, penembakan, penyerangan, bom, audiensi, aksi, gerakan kemasyarakatan dan lainnya.
- 10) Kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, yang mencakup di dalamnya adalah menyangkut penyakit tertentu, wabah penyakit, virus dan bakteri penyakit, kesehatan masyarakat, keluarga berencana, dan lain-lain,
- 11) Humaniora, yang mencakup di dalamnya adalah segala yang berhubungan dengan kemanusiaan, hubungan sosial, cerita rakyat, profil seseorang, keadaan sebuah lingkungan, dan lain-lain.
- 12) Pariwisata, yang mencakup di dalamnya adalah informasi tempat-tempat wisata diantaranya hotel, wisata alam, wisata bahari, wisata kuliner, dan lain lain.
- 13) Infotainment, yang mencakup di dalamnya adalah segala yang berhubungan dengan hiburan, berita mengenai selebritis, dan lain-lain.
- 14) Pendidikan, ialah informasi yang berhubungan dengan dunia pendidikan, baik dari tingkat play grup, TK, SD, SMP, SMA maupun kuliah S1, S2 maupun S3. Tentang kurikulum pendidikan, undang-undang tentang pendidikan, beasiswa, kegiatan sekolah dan lomba dalam memperingati hari besar keagamaan maupun Republik Indonesia, penelitian, prestasi informasi tentang sekolah maupun perguruan tinggi.

- 15) Transportasi, yang berhubungan kendaraan transportasi darat, laut maupun udara. Seperti misalnya transportasi darat yaitu bus dan kereta api. Transportasi udara yaitu pesawat terbang dan transportasi laut misalnya kapal laut.
 - 16) Event/Kegiatan, adalah kegiatan atau event yang dilakukan oleh sebuah instansi maupun perusahaan ataupun organisasi seperti lomba-lomba, seminar, workshop, pagelaran, hasil karya, konferensi dan lain sebagainya.
 - 17) Kecantikan, yang berhubungan dengan kecantikan, *fashion*, aksesoris, perawatan wajah, tubuh dan lain sebagainya.
 - 18) Produk, adalah yang berhubungan dengan sebuah produk dari perusahaan, promosi maupun dari organisasi. Misalnya sebuah promo produk, pengeluaran produk baru baik jasa maupun barang, potongan harga atau segala sesuatu tentang promosi sebuah produk.
 - 19) Agama, yang mencakup di dalamnya adalah segala yang berhubungan dengan agama, kerohanian, hal-hal berbau mistik dan ghaib, dan lain-lain.
 - 20) Pembangunan, yaitu pembangunan gedung, rumah, pembongkaran, perbaikan jalan dan pembangunan, renovasi infrastruktur, relokasi gedung dan lain sebagainya.
 - 21) Cuaca/Iklim, tentang keadaan iklim dan cuaca suatu lingkungan. Seperti musim hujan dengan curah hujan yang tinggi, musim kemarau dan lain sebagainya.
- b. Proporsi berdasarkan jarak geografis, antara lain:
- 1) Berita lokal: berita mengenai peristiwa yang terjadi di sekitar tempat publikasinya.
 - 2) Berita regional: berita dari satu wilayah atau kawasan tertentu.
 - 3) Berita nasional: berita yang mencakup seluruh wilayah nusantara.
 - 4) Berita internasional: berita yang berisi tentang informasi yang mencakup seluruh dunia.

Hasil Penelitian

1. *Niche Breadth* Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja

Penelitian ini menggunakan *Niche Breadth* untuk mengetahui derajat ketergantungan dari masing-masing sumber penunjang kehidupan yaitu berupa berita-berita yang terdapat pada surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja pada edisi terbit 1 Mei-31 Mei 2013. Perhitungannya akan menggunakan rumus:

$$nb = \frac{1}{\sum_{i=1}^n P_i^2} A$$

Keterangan:

- P : Proporsi dari total penggunaan setiap kategori sumber i yang digunakan oleh populasi A
- A : Populasi (dalam hal ini adalah surat kabar)
- i : Kategori atau jenis sumber daya yang digunakan (dalam hal ini adalah konten atau berita pada surat kabar)
- nb : *Niche Breadth*. Nilai nb berkisar antara (minimum) 1 sampai (maksimum) jumlah kategori yang digunakan A (n).

Setelah perhitungan menggunakan rumus *Niche Breadth*, peneliti mengelompokkan pada empat kategori. Kategori berasal dari berita yang berjumlah 21 kategori. Dari jumlah 21 kategori tersebut maka *Niche Breadth* minimal dari kategori berita adalah sebesar 1, sedangkan *Niche Breadth* maksimal adalah sebesar 21. Sedangkan untuk nilai tengahnya adalah 10,5. Jika kategori yang digunakan adalah 4, maka interval yang diperoleh untuk setiap kategori adalah sebesar 5,25. Sehingga patokan untuk mengukur dua kategori yaitu sebagai berikut:

- e. Spesialis, jika Nb 1 – 5,24
- f. Cenderung Spesialis, jika Nb 5,25 – 10,4
- g. Cenderung Generalis, jika Nb 10,5 – 15,75
- h. Generalis, jika Nb 15,76 – 21

Sedangkan untuk sirkulasi berita akan dibagi menjadi 2 kategori. Kategori tersebut diukur dari kategori sirkulasi berita yang diteliti yaitu sebanyak 4 kategori. Dari 4 kategori berita tersebut, maka *Niche Breadth* minimal berdasarkan kategori sirkulasi berita adalah sebesar 1, sedangkan *Niche Breadth* minimal sebesar 4. Nilai tengah dari perhitungan adalah 2. Sehingga apabila kategori yang digunakan 4, maka interval yang diperoleh untuk setiap kategori adalah sebesar 2,00. Maka patokan untuk mengukur dua kategori tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Spesialis, jika Nb 1 – 1,99
- b. Generalis, jika Nb 2,00 – 4

1.1 Niche Breadth Surat KabarHarian Jogja dan Tribun Jogja Berdasarkan Kategori Berita

**Tabel 3.5.1 Niche Breadth Surat Kabar Berdasarkan Kategori Berita
Edisi Terbit Mei 2013**

No.	Kategori Berita	Harian Jogja	Tribun Jogja
1.	Politik	0,02529	0,030021
2.	Ekonomi	0,01074	0,007131
3.	Hukum dan Peradilan	0,02	0,029518
4.	Kriminal	0,00773	0,0084
5.	Kecelakaan	0,00888	0,010304
6.	Seni dan Budaya	0,00713	0,006956
7.	IPTEK	0,00663	0,005074
8.	Olahraga	0,0742	0,06449
9.	Perang	0,00366	0,004035
10.	Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat	0,00855	0,009318
11.	Humaniora	0,01496	0,018748
12.	Pariwisata	0,00665	0,005538
13.	Infotainment	0,01156	0,026635
14.	Pendidikan	0,01437	0,008903
15.	Transportasi	0,00267	0,004571
16.	Event/Kegiatan	0,03227	0,037076
17.	Kecantikan&Fashion	0,00196	0,004454
18.	Produk	0,02666	0,017431
19.	Agama	0,00065	0,001622
20.	Pembangunan	0,00455	0,007446
21.	Cuaca/Iklim	0,00064	0,001569
	Jumlah	0,2897	0,30924
	Niche Breadth (Nb)	3,4512987	3,23373432

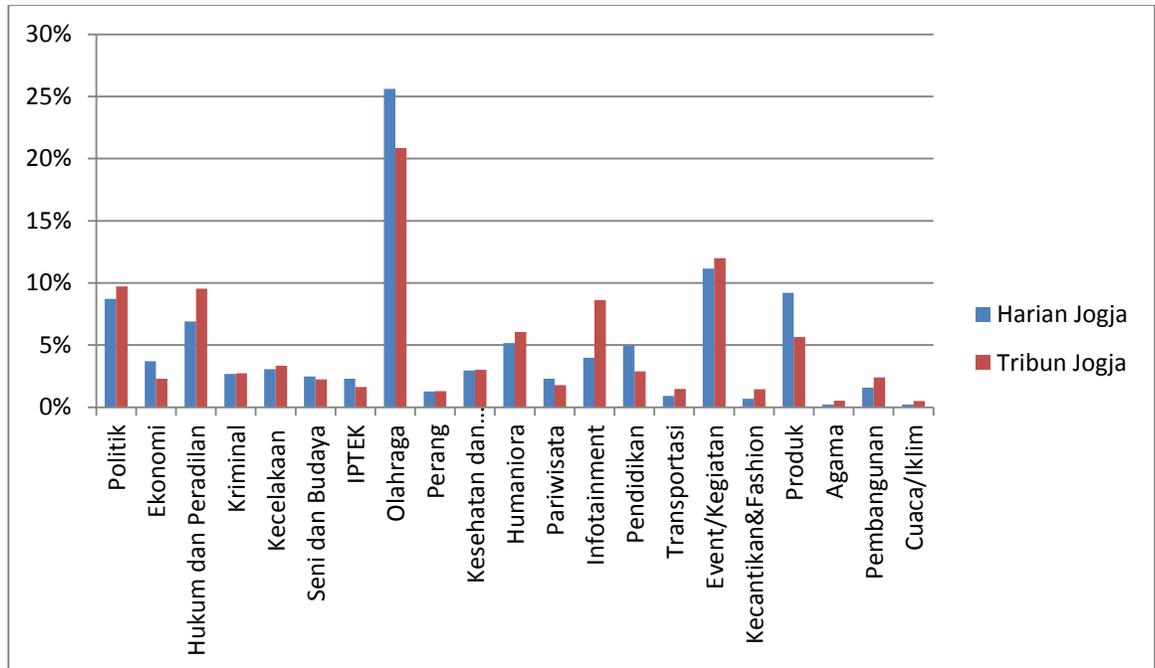
Sumber: Hasil Koding Peneliti pada November 2013

Berdasarkan pada data perhitungan melalui *Niche Breadth* menunjukkan bahwa surat kabar Harian Jogja merupakan surat kabar yang Spesialis dengan *Niche Breadth* 3,4512987. Surat kabar Harian Jogja bergantung pada satu jenis sumber penunjang kehidupan yaitu pada kategori berita pada berita yaitu sebesar 0,00742 dengan presentase 26% dengan total berita 630. Untuk frekuensi kategori berita terendah ada pada berita cuaca/iklim yaitu sebesar 0,0064 dengan presentase sebesar 0% dengan total berita 4 total berita.

Perhitungan pada surat kabar Tribun Jogja berdasarkan *Niche Breadth* menunjukkan bahwa surat kabar Tribun Jogja termasuk pada spesialis dengan *Niche Breadth* 3,23373432. Hal ini menunjukkan bahwa surat kabar Tribun Jogja, seperti halnya surat kabar Harian Jogja, bergantung pada satu jenis sumber penunjang kehidupan. Pada surat kabar Tribun Jogja, satu jenis sumber penunjang kehidupan yang tertinggi adalah kategori berita olahraga dengan jumlah sebesar 0,06449 dengan

presentase 21% dengan total berita 543. Berikut adalah diagram perbandingan kategori berita antara surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja.

Gambar 3.5.2 Diagram Berita pada Surat Kabar Harian Jogja Edisi Terbit Mei 2013



1.2 Niche Breadth Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja Berdasarkan Kategori Sirkulasi Berita

Tabel 3.5.3 Niche Breadth Surat Kabar Berdasarkan Kategori Sirkulasi Berita Edisi Terbit Mei 2013

No.	Kategori	Harian Jogja	Tribun Jogja
1.	Lokal	0,166389	0,156723
2.	Regional	0,006351	0,039469
3.	Nasional	0,050882	0,060805
4.	Internasional	0,066426	0,052941
	Jumlah	0,29005	0,30994
	Niche Breadth (Nb)	3,447705207	3,22645174

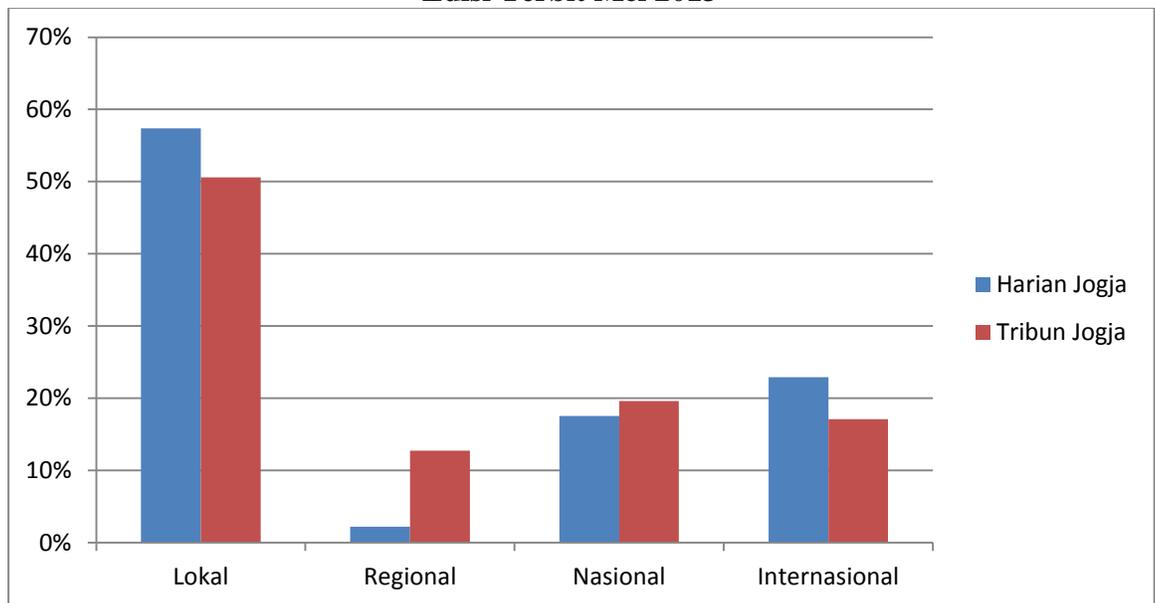
Sumber: Hasil Koding Peneliti pada November 2013

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat dilihat bagaimana proporsi sirkulasi berita yang dimuat dalam kategori berita surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja. Pada surat kabar Harian Jogja menunjukkan data sirkulasi berita lokal sebagai kategori yang paling besar dengan jumlah sebesar 0,166389 dengan presentase 57% dengan total berita 1419 total. Kategori yang paling sedikit pada jumlah pemberitaan pada kategori sirkulasi berita surat kabar Harian Jogja ialah berita regional yaitu dengan jumlah sebesar 0,006351. Dengan presentase 2% dengan

total berita 52. *Niche Breadth* dari surat kabar Harian Jogja berdasarkan kategori sirkulasi berita ialah 3,447705207, maka surat kabar Harian Jogja merupakan spesialis, yaitu bergantung pada satu jenis sumber penunjang kehidupan.

Sedangkan untuk surat kabar Tribun Jogja, sirkulasi berita surat kabar menunjukkan berita lokal sebagai kategori yang paling besar dengan jumlah sebesar 0,156723 dengan presentase 51% dengan total berita 1292. Sirkulasi berita yang paling rendah berada pada berita regional dengan jumlah sebesar 0,039469 dengan presentase 13% dengan total berita 323. *Niche Breadth* dari surat kabar Tribun Jogja ialah 3,22645174 yang berarti bahwa surat kabar Tribun Jogja termasuk pada spesialis, yaitu bergantung pada satu jenis sumber penunjang kehidupan. Berikut adalah diagram perbandingan sirkulasi berita surat kabar Harian Jogja dan surat kabar Tribun Jogja:

Gambar 3.5.4 Diagram Berita pada Surat Kabar Harian Jogja Edisi Terbit Mei 2013



2. *Niche Overlap* Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja

Niche Overlap digunakan untuk menentukan derajat ketumpangtindihan dari Harian Jogja dan Tribun Jogja. Perhitungan dengan rumus:

$$d_{ij} = \sum_{h=1}^n (p_{ih} - p_{jh})^2$$

Keterangan:

d_{ij} : Jarak antara populasi

h : Kategori sumber penunjang yang dipergunakan oleh kedua populasi makhluk hidup

Dari perhitungan tersebut hasilnya dapat dikategorikan sebagai berikut:

- f. 0,00 – 0,20 (Sangat tinggi atau sangat kuat)
- g. 0,21 – 0,40 (Tinggi atau kuat)
- h. 0,41 – 0,60 (Sedang)
- i. 0,61 – 0,80 (Rendah atau lemah)
- j. 0,81 – 1,00 (Sangat rendah atau sangat lemah)

2.1 *Niche Overlap* Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja Berdasarkan Kategori Berita Edisi Terbit Mei 2013

Tabel 3.6.1 *Niche Overlap* Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja Berdasarkan Kategori Berita Edisi Terbit Mei 2013

No.	Kategori Berita	Harian Jogja	Tribun Jogja	$(P_i - P_j)^2$
1.	Politik	0,087266	0,09708	1,17077E-05
2.	Ekonomi	0,037077	0,02306	4,45517E-06
3.	Hukum dan Peradilan	0,06904	0,095453	6,65837E-06
4.	Kriminal	0,026685	0,027163	2,82899E-06
5.	Kecelakaan	0,030634	0,03332	2,16664E-06
6.	Seni dan Budaya	0,024615	0,022494	7,12442E-06
7.	IPTEK	0,022892	0,016408	9,72837E-06
8.	Olahraga	0,256097	0,208544	3,21822E-05
9.	Perang	0,012618	0,013048	8,02673E-07
10.	Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat	0,029516	0,030132	1,57004E-06
11.	Humaniora	0,051642	0,060626	6,98266E-06
12.	Pariwisata	0,022937	0,017908	2,41154E-06
13.	Infotainment	0,039897	0,086131	1,00133E-05
14.	Pendidikan	0,049592	0,02879	7,51295E-06
15.	Transportasi	0,009215	0,014781	1,8302E-06
16.	Event/Kegiatan	0,111367	0,119894	1,40425E-05
17.	Kecantikan&Fashion	0,006754	0,014403	1,95579E-06
18.	Produk	0,092008	0,056367	2,09031E-05
19.	Agama	0,002243	0,005245	4,93946E-07
20.	Pembangunan	0,01569	0,024078	1,09874E-06
21.	Cuaca/Iklim	0,002216	0,005074	4,38981E-07
	Jumlah	1	1	0,000146908

Sumber: Hasil Koding Peneliti pada November 2013

Berdasarkan perhitungan *Niche Overlap* surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja berdasarkan kategori berita yaitu 0,000146908. Tingkat persaingan sangat tinggi terjadi pada kedua surat kabar tersebut karena hasil dari *Niche Overlap* mendekati angka 0. Persaingan tersebut terjadi antara kedua surat kabar untuk memperebutkan sumber penunjang kehidupan yaitu kategori berita olahraga dimana P_i adalah 0,256097 dan P_j adalah 0,208544 dengan hasil perhitungan mendekati angka 0.

1.2 *Niche Overlap* Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja Berdasarkan Kategori Sirkulasi Berita Edisi Terbit Mei 2013

Tabel 3.6.2 *Niche Overlap* Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja Berdasarkan Kategori Berita Edisi Terbit Mei 2013

No.	Kategori	Harian Jogja	Tribun Jogja	$(P_i - P_j)^2$
1.	Lokal	0,57366	0,505659	8,55313E-05
2.	Regional	0,021896	0,127345	3,94252E-05
3.	Nasional	0,175426	0,196184	1,96552E-05
4.	Internasional	0,229017	0,170812	2,93652E-05
	Jumlah	1	1	0,000173977

Sumber: Hasil Koding Peneliti pada November 2013

Untuk *Niche Overlap* yang terjadi pada surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja berdasarkan pada kategori sirkulasi berita yaitu 0,000173977, sehingga menunjukkan bahwa kedua surat kabar tersebut memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi karena mendekati angka 0. Surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja memiliki kategori sirkulasi berita tertinggi pada berita lokalnya, surat kabar Harian Jogja dengan hasil 0,57366 dan surat kabar Tribun Jogja dengan hasil 0,505659.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari tahu *Niche Breadth* dan *Niche Overlap* yang terjadi antara dua surat kabar lokal Yogyakarta, yaitu surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja, kategori masing-masing kategori berita dengan jumlah kategori 21 kategori dan kategori sirkulasi berita dengan jumlah 4 kategori, yaitu pada surat kabar Harian Jogja, *Niche Breadth* pada kategori berita sebesar 3,4512987 yang menunjukkan bahwa surat kabar ini spesialis, yaitu bergantung pada satu sumber penunjang kehidupan yaitu pada berita olahraga. Sedangkan untuk kategori sirkulasi berita, dengan nilai 3,447705207 sehingga merupakan generalis, yaitu bergantung pada lebih dari satu sumber kehidupan dalam hal ini berita lokal, dan berita internasional untuk surat kabar Harian Jogja dengan nilai 3,447705207 *Niche Breadth* pada surat kabar Tribun Jogja pada kategori sirkulasi berita, menunjukkan pada nilai 3,22645174 sehingga termasuk pada generalis, yaitu bergantung pada lebih dari satu jenis sumber berita yaitu berita lokal dan berita nasional.

Niche Overlap dari kedua surat kabar, yaitu Harian Jogja dan Tribun Jogja memiliki hasil 0,000146908 pada kategori berita dan 0,000173977 pada kategori sirkulasi berita sehingga menunjukkan kedua surat kabar tersebut bersaing sangat tinggi untuk mempertahankan sumber kehidupan yaitu mendekati angka 0. Dapat disimpulkan bahwa surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja pada edisi terbit 1 Mei-31 Mei 2013 memiliki tingkat persaingan sangat tinggi pada berita olahraga dan berita lokal. Hal ini terjadi karena kedua surat kabar tersebut ingin memberikan berita-berita lokal kepada khalayak Yogyakarta dengan berupaya untuk menghadirkan konten berita lokal Yogyakarta.

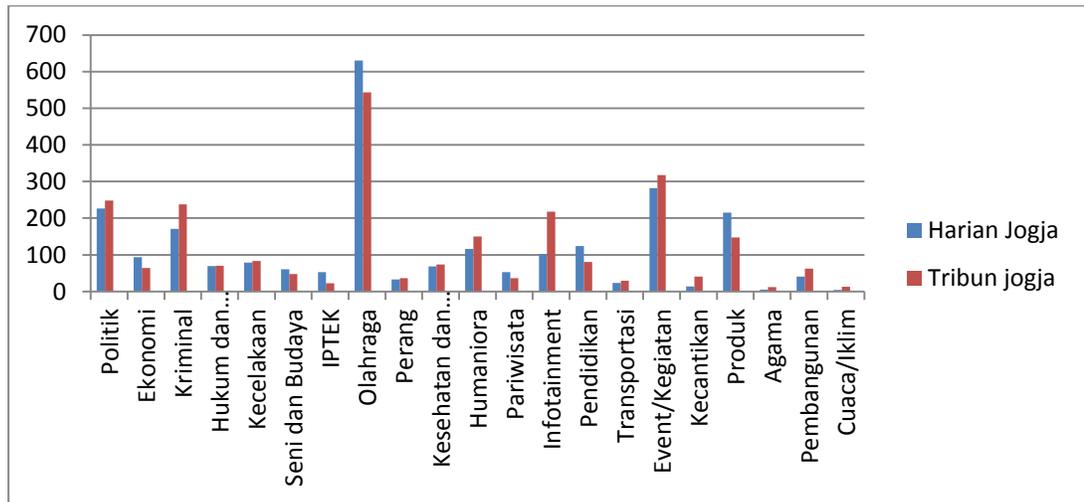
Berdasarkan data yang telah dikalkulasikan oleh peneliti, mencari tahu *Niche Breadth* surat kabar Harian Jogja berdasarkan kategori berita dan kategori sirkulasi berita, dan Tribun Jogja berdasarkan kategori berita dan sirkulasi berita. Melihat pula pada *Niche Overlap* surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja, maka jika disajikan berdasarkan jumlah berita dan diagram maka menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3.7.1 Jumlah Berita Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja Edisi Terbit Mei 2013

No.	Kategori Berita	Harian Jogja	Tribun Jogja
1.	Politik	226	248
2.	Ekonomi	94	64
3.	Kriminal	171	238
4.	Hukum dan Peradilan	69	70
5.	Kecelakaan	79	83
6.	Seni dan Budaya	61	48
7.	IPTEK	53	22
8.	Olahraga	630	543
9.	Perang	33	36
10.	Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat	68	74
11.	Humaniora	116	150
12.	Pariwisata	53	36
13.	Infotainment	102	218
14.	Pendidikan	124	81
15.	Transportasi	23	29
16.	Event/Kegiatan	282	318
17.	Kecantikan	14	41
18.	Produk	215	147
19.	Agama	5	12
20.	Pembangunan	41	62
21.	Cuaca/Iklim	4	13
	Total	2463	2538

Sumber: Hasil Koding Peneliti pada November 2013

Gambar 3.7.2 Diagram Berita pada Surat Kabar Harian Jogja Edisi Terbit Mei 2013

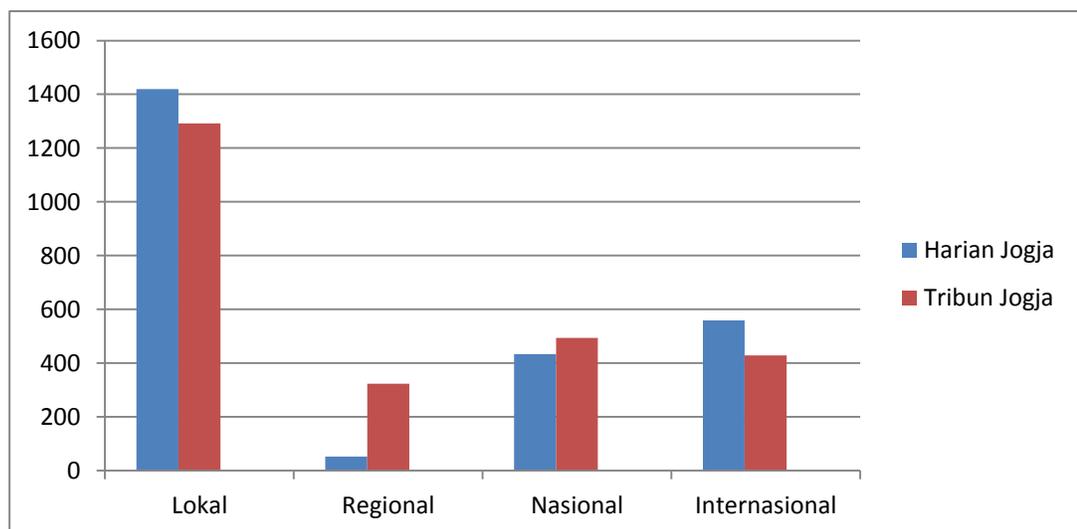


Tabel 3.7.3 Jumlah Berita Surat Kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja Edisi Terbit Mei 2013

No.	Kategori Sirkulasi Berita	Harian Jogja	Tribun Jogja
1.	Lokal	1419	1292
2.	Regional	52	323
3.	Nasional	433	494
4.	Internasional	559	429
	Total	2463	2538

Sumber: Hasil Koding Peneliti pada November 2013

Gambar 3.7.4 Diagram Sirkulasi Berita pada Surat Kabar Harian Jogja Edisi Terbit Mei 2013



Tabel 3.7.5 Kesimpulan Seluruh Tabel Perbedaan Harian Jogja dan Tribun Jogja dengan Aplikasi Teori Niche

No.	Kategori	Harian Jogja	Tribun Jogja
1.	<i>Niche Breadth</i> Kategori Berita	3,4512987	3,23373432
2.	<i>Niche Breadth</i> Kategori Sirkulasi Berita	3,447705207	3,22645174
3.	<i>Niche Overlap</i> Kategori Berita	0,000146908	
4.	<i>Niche Overlap</i> Kategori Sirkulasi Berita	0,000173977	

Sumber: Hasil Koding Peneliti pada November 2013

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat persaingan antar industri surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja berdasarkan kepada kategori berita dan sirkulasi berita melalui perhitungan teori niche dengan *Niche Breadth* dan *Niche Overlap* pada edisi terbit 1 Mei-31 Mei 2013 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada edisi terbit 1 Mei-31 Mei 2013 surat kabar Harian Jogja dan surat kabar Tribun Jogja dengan hasil perhitungan *Niche Breadth* pada kategori berita, Harian Jogja dengan *Niche Breadth* 3,4512987 dan Tribun Jogja dengan *Niche Breadth* 3,23373432. Melihat pada hasil dari kedua surat kabar tersebut, maka kedua surat kabar merupakan spesialis yaitu bergantung pada satu sumber kehidupan, yaitu pada kategori berita olahraga dari 21 jumlah kategori berita yang ada pada kedua surat kabar tersebut.
2. *Niche Breadth* pada surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja pada edisi terbit 1 Mei-31 Mei 2013 melihat pada kategori sirkulasi berita. Pada surat kabar Harian Jogja memiliki nilai 3,447705207 dan surat kabar Tribun Jogja dengan nilai 3,22645174, sehingga kedua surat kabar tersebut merupakan generalis dengan tidak bergantung pada satu sumber kehidupan. Kedua surat kabar tersebut bergantung pada dua sumber kehidupan berita, pada surat kabar Harian Jogja yaitu pada berita berita lokal dan berita Internasional sedangkan pada surat kabar Tribun Jogja yaitu pada berita lokal dan berita Nasional. Perbandingan hasil pada kedua surat kabar, menunjukkan bahwa surat kabar Harian Jogja memiliki nilai sirkulasi berita lebih tinggi dari pada surat kabar Tribun Jogja yaitu 3,447705207 pada periode Mei 2013.
3. *Niche Overlap* pada kategori berita pada surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja pada edisi terbit 1 Mei-31 Mei 2013 menunjukkan nilai 0,000146908. Angka tersebut menunjukkan bahwa derajat ketumpangtindihan pada surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja sangat tinggi karena mendekati 0. Artinya, kedua surat kabar tersebut bersaing ketat dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupan pada kategori berita olahraga.
4. *Niche Overlap* pada kategori sirkulasi berita pada surat kabar Harian Jogja dan surat kabar Tribun Jogja pada edisi Mei 2013 yaitu menunjukkan nilai 0,000173977. Berdasarkan perhitungan, derajat ketumpangtindihan pada surat kabar sangat tinggi

karena mendekati 0, sehingga kedua surat kabar tersebut bersaing sangat ketat untuk memperebutkan sumber penunjang kehidupan pada kategori sirkulasi berita yaitu berita lokal.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka saran yang diberikan peneliti terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi media massa, khususnya bagi surat kabar agar melakukan riset untuk mengetahui informasi apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh para pembaca lokal Yogyakarta. Sehingga perusahaan dapat tepat menyajikan berita kepada masyarakat dan pembaca di kota Yogyakarta, tidak hanya menyajikan berita-berita tersebut karena meniru surat kabar lokal lainnya. Tidak dapat dipungkiri, setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri dan masyarakat memiliki dan membutuhkan informasi yang berbeda untuk memenuhi keinginannya guna memperoleh informasi sehingga surat kabar perlu lebih selektif menilai berita mana yang dibutuhkan pembaca melalui riset terkait.
2. Untuk melihat persaingan antara kedua surat kabar lokal di Yogyakarta, yaitu surat kabar Harian Jogja dan surat kabar Tribun Jogja. Jika dilihat dari penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu hanya menggunakan *type of content* yaitu melihat pada penyajian konten berita. *Type of capital* dan *type of audience* diharapkan dilakukan oleh penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat melihat bagaimana surat kabar ini bersaing dengan detail dan lengkap.
3. Berdasarkan hasil penelitian maka direkomendasikan kepada para pengiklan surat kabar untuk memilih surat kabar Harian Jogja dan Tribun Jogja sebagai pilihan surat kabar lokal di Yogyakarta. Dapat dilihat dari penyajian konten sirkulasi berita lokal yang mendominasi. Selain berita lokal, penyajian berita juga meliputi berita regional, nasional dan internasional sehingga pembaca surat kabar dapat sesuai dengan keinginan yang ingin dicapai oleh pengiklan. Untuk penyajian berita, kedua surat kabar ini menyajikan berbagai macam kategori berita, yaitu diantaranya berita olahraga, ekonomi, politik, pendidikan dan beragam berita lainnya yang dapat menunjang kehidupan kedua surat kabar tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Abrar, Ana Nadhya. (2011). *Analisis Pers: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.

Barus, Sedia Willing. (1996). *Jurnalistik: Petunjuk Praktis Menulis Berita*. Jakarta: CV. Mini Jaya Abadi.

Budi HH, Setio. (2011). *“Ekologi Media”*: Penerapan Teori Niche dalam Penelitian Kompetisi Media dalam Ishak, Aswad dkk [ed] 2011. *Mix Methodology: dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis; Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Martono, Nanang. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sumarwotto, Otto. (1991). *Ekologi Lingkungan Hidup dan Pembangunan*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri.

Suryawati, Indah. (2011). *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal:

Haryati. (2012). *Ekologi Media di Era Konvergensi*. Bandung: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI).

Mosco, Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication*. Global Media Journal. Queen’s University, Canada.

Penelitian terdahulu:

Nuramalasari, Dian. (2011). *Citra Seksual Perempuan dalam Surat Kabar (Analisis framing pada Rubrik “Nah Ini Dia” di Harian Umum Pos Kota Periode Juli 2010)*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Septiana, Riska. (2013). *Kajian Teori Niche Terhadap Rubrik pada Surat Kabar Harian Solopos dan Joglosemar Periode Januari 2013*. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sudiby, AG. (1998). *Kompetisi Antar Media Televisi (Analisis dan Aplikasi Teori Niche Atas Dasar Data Sekunder terhadap Tingkat Kompetisi antar Lima Stasiun Televisi Swasta di Indonesia)*. Jakarta: Universitas Indonesia.