

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Provinsi DIY yang dikenal nyaman baik oleh masyarakat maupun wisatawan tanpa diduga diguncang gempa tektonik berkekuatan 5,8 Skala Richter pada tanggal 27 Mei 2006 pukul 05.30. Kawasan gempa mencakup Kabupaten Bantul, Kota Yogyakarta, Kabupaten Kulonprogo dan Kabupaten Gunung Kidul. Saat terjadi gempa, umumnya penduduk masih berada di dalam rumah. Banyak bangunan mengalami kerusakan baik sebagian maupun keseluruhan sehingga menimbulkan jatuhnya korban jiwa, khususnya di kabupaten Bantul.

Perekonomian di kawasan tersebut pasca gempa, mencapai titik terendah. Demikian pula kegiatan sosial masyarakat, tersendat karena terkonsentrasi pada penyelamatan korban gempa. Situasi ini diperberat padamnya penerangan listrik, tidak berfungsinya fasilitas komunikasi khususnya telepon diperparah turunnya hujan yang terus menerus di malam hari.

Secara spontan reaksi positif berdatangan dari berbagai pihak, dalam maupun luar negeri. Aksi sosial kemanusiaan ini mencakup kegiatan penyelamatan korban, bantuan pangan, tenda, medis dan obat-obatan, dana serta relawan yang dalam pelaksanaannya dikoordinasikan dengan pemerintah daerah. Berbagai program pascagempa atau program rekonstruksi dirancang dan dilaksanakan oleh pemerintah dengan melibatkan masyarakat khususnya di daerah gempa. Program rekonstruksi mencakup pembangunan kembali fasilitas umum dan permukiman penduduk.

Bantuan dana rekonstruksi permukiman diberikan kepada korban gempa. Sebelum dana diberikan, dilakukan pendataan korban gempa diberbagai lokasi di propinsi DIY. Selang beberapa waktu akhirnya dana tersebut dibagikan, tetapi berbagai masalah muncul yang bermuara pada ketidakpuasan korban gempa terhadap kinerja pemerintah dan kemungkinan konflik horizontal di kalangan korban sendiri.

Gelombang ketidakpuasan terjadi karena banyaknya penyaluran dana bantuan yang tidak sesuai ketentuan dan tidak tepat sasaran serta regulasi yang diterapkan dianggap tidak sesuai keinginan masyarakat. Bahkan sampai tahap dua pencairan bantuan pun masih ada keluhan-keluhan warga. Meski pemerintah memberi penjelasan pada masyarakat, tetap saja masih terjadi kekeliruan dan kelambanan dalam melaksanakan program tersebut. Puncaknya terjadi pada aksi unjuk rasa besar-besaran korban gempa yang dilakukan berulang kali menuntut kejelasan soal dana rekonstruksi. Mereka datang dengan berbagai modal transportasi ke gedung Kepatihan, tempat di mana Gubernur DIY Sri Sultan HB X berkantor.

Kejadian ini pada dasarnya berkait dengan masalah pengelolaan dana rekonstruksi yang tidak selaras dengan keinginan masyarakat korban gempa. Hal ini selaras dengan pernyataan Megantoro.B bahwa pelaksanaan pengelolaan dana rekonstruksi memang perlu diperbaiki agar kepercayaan masyarakat pada pemerintah serta konflik horizontal tidak terjadi secara berkelanjutan¹. Dengan demikian isu dana rekontruksi pasca gempa ini termasuk pemberitaannya cukup penting untuk diperhatikan. Perbedaan dalam pemberitaan akan menimbulkan efek beda dalam membentuk pandangan/sikap masyarakat.

¹ Megantoro Bagas. Manajemen Pemerintah Dalam Penanganan Bencana“Birokratisasi Penyaluran Dana Rekonstruksi”; 2011;www.scribd.com, hal 6

Serangkaian kejadian ini menjadi komoditi berbagai media massa. Tak terkecuali dua media lokal, *Harian Kedaulatan Rakyat* dan *Harian Pagi Bernas Jogja*. Kedua koran yang tumbuh seiring perjalanan tanah air ini secara kontinyu menyajikan berita tentang perkembangan para korban gempa., situasi mereka, dan khususnya perihal dana rekonstruksi yang dijanjikan pemerintah.

Meski keduanya menyajikan tema yang sama, tetapi keduanya memiliki ciri khas tersendiri dalam mengemas berita dan menyajikannya kepada publik. Perbedaan konstruksi realitas korban gempa dua media dan latar belakangnya inilah yang akan menjadi bahan penelitian.

Berita yang disajikan oleh media massa mempunyai pengaruh yang besar terhadap pikiran pembaca. Pembaca dengan sendirinya akan mengikuti arus perkembangan berita yang disajikan sesuai dengan ideologi yang tertanam masing-masing media. Tidak mengherankan jikalau khalayak setiap hari secara terus-menerus menyaksikan bagaimana peristiwa yang sama bisa diperlakukan secara berbeda oleh media.

Sebagai salah satu sarana penyampai informasi, media adalah agen konstruksi. Pandangan konstruksionis menilai media bukanlah sekedar saluran yang bebas, tetapi media juga melakukan konstruksi terhadap realitas yang ada. Media memiliki pandangan sendiri, bias dan pemihakan dalam sebuah berita.

Apa yang terbaca dari sebuah pemberitaan, bukan hanya sebuah realitas seperti apa adanya.² Di sana ada pendapat narasumber, serta pendapat media itu sendiri terhadap realitas yang diberitakan. Hal itu bisa tercermin dari berbagai

² Eriyanto. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS. 2002. hal 23

instrumen yang dimiliki, bagaimana realitas itu disajikan, apa yang ditonjolkan dan seterusnya.

Dalam hal dana rekonstruksi pasca gempa, ada kemungkinan terjadi perbedaan antar media dalam pemberitaannya. Baik dalam proses seleksi maupun penonjolan elemen berita tertentu. Media sebagai agen konstruksi berita memiliki otoritas dalam membingkai berita dan mungkin akan selaras pula dengan ideologi yang dianutnya.

Untuk memahami perbedaan bingkai pengemasan berita perihal dana rekonstruksi pascagempa, dalam penelitian ini dipilih dua media cetak lokal yaitu, harian Kedaulatan Rakyat dan Harian Pagi Bernas Jogja. Dua media cetak ini mempunyai latar belakang sejarah perkembangan dan orientasi ideologi yang berbeda. Dengan demikian tentu ada perbedaan konstruksi realitasnya dalam penyajian berita. Sebagai sesama media cetak yang berada di satu daerah, perbedaan dalam mengemas dan menyajikan pemberitaan seputar kasus dana rekonstruksi korban gempa di propinsi DIY menarik untuk diteliti. Selanjutnya penelitian akan menggunakan kajian pisau analisis framing dengan metode Robert N Entman.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan ungkapan dalam latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini merumuskan masalah penelitian sebagai berikut,

1. bagaimana perbedaan konstruksi Harian Kedaulatan Rakyat dan Harian Pagi Bernas Jogja dalam membingkai berita tentang dana rekonstruksi pasca gempa di DIY?

2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembingkai berita oleh dua media lokal tersebut?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan konstruksi Harian Kedaulatan Rakyat dan Harian Pagi Bernas Jogja dalam membingkai berita tentang dana rekonstruksi pasca gempa di DIY.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembingkai berita oleh dua media lokal tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan sebagai bahan kajian dan referensi untuk penelitian perihal analisis framing, serta sebagai masukan bagi intern media obyek penelitian khususnya mengenai frame pemberitaan.

E. Kerangka Teori

E.1 Konstruksi Media atas Realitas

Media merupakan sarana untuk berkomunikasi. Media massa, menurut Onong Uchjana Effendy, adalah media komunikasi yang mampu menimbulkan keserempakan penerimaan dalam arti jumlah khalayak yang relatif sangat banyak secara bersama-sama memperhatikan pesan yang dikomunikasikan melalui media tersebut³. Informasi sangat diperlukan oleh masyarakat. Oleh karena itu peran media sangat dibutuhkan.

³ Effendy, Onong Uchjana. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju. 1989. hal 217

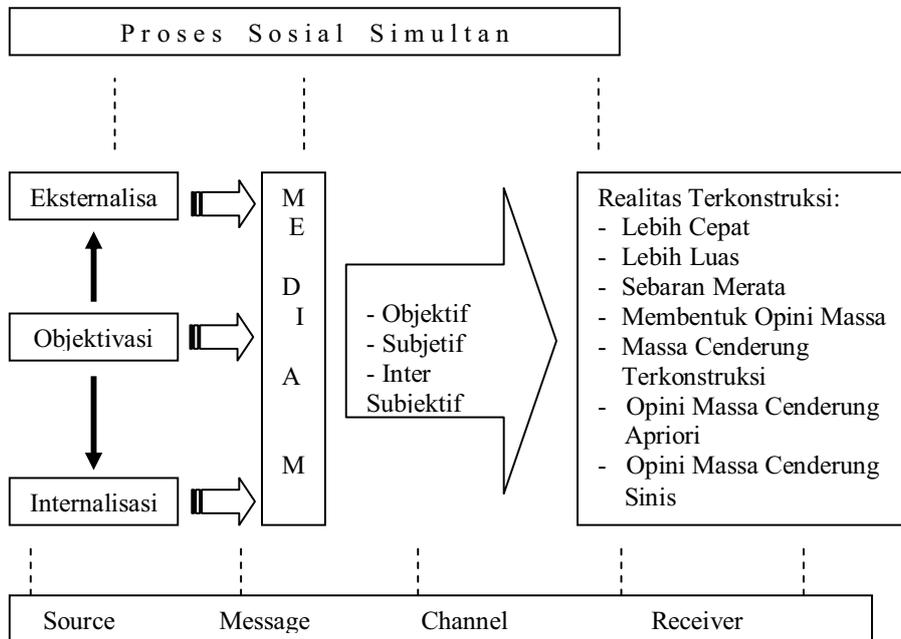
Dalam pandangan konstruktivis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan yang berbeda.⁴

Dalam memproduksi informasi yang disampaikan kepada publik, media tidak bisa dipandang menyajikan informasi sesuai realita di lapangan. Sebab, sebelum menjadi informasi yang dikemas dalam sebuah berita, media terlebih dahulu mengkonstruksi informasi tersebut dalam bentuk konstruksi realita. Media massa adalah subyek yang mengkonstruksi realitas berdasarkan pandangan dan keberpihakannya. Pandangan dan keberpihakan media ini tentu tidak lepas dari ideologi media. Karena itu tak jarang sebuah peristiwa disajikan berbeda kepada publik antara satu media dengan media lainnya, seperti tersirat didalam revisi model Peter L.Beger dan Luckman yang memasukkan media massa dalam eksternalisasi subyektivasi dan internalisasi⁵. Model ini kemudian dikenal sebagai “Konstruksi sosial media massa”, yang tergambarkan dalam Bagan 1.

⁴ Eriyanto. Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media. Yogyakarta: LKiS.2002. Hal 22

⁵ Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat; (Jakarta : Kencana, 2007), hlm. 188-189

Bagan I.
Proses Konstruksi Sosial Media Massa⁶



Model konstruksi sosial media massa ini mempunyai tiga tahapan yaitu, tahap 1 menyiapkan materi konstruksi, tahap 2 sebaran konstruksi, dan tahap 3 pembentukan konstruksi realitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap menyiapkan materi konstruksi; tahap ini merupakan tugas dari redaksi dan perangkatnya yang dikenal sebagai *desk editor*. Pada tahap ini isu penting setiap hari menjadi fokus media massa terutama yang berkaitan dengan: a. keberpihakan media massa pada pemilik modal, b. keberpihakan semu pada masyarakat dan c. keberpihakan pada kepentingan umum.
2. Tahap sebaran konstruksi; yang dilaksanakan dengan strategi yang berbeda untuk setiap media massa dengan prinsip yang sama yaitu *real time* (harian, mingguan, atau

⁶ Ibid 204

bulanan), tetapi aktualitas tetap sebagai pertimbangan utama agar tepat waktu tetap dirasakan oleh pembaca dalam memperoleh berita. Prinsip yang mendasar dari sebaran konstruksi ini adalah semua informasi sampai pada pembaca secara cepat dan tepat berdasarkan agenda media.

3. Tahap pembentukan konstruksi realitas, yang mencakup:

a. pembentukan konstruksi realitas, melalui tiga sub tahap yaitu: konstruksi realitas membenaran, kesediaan dikonstruksi oleh media massa, dan sebagai pilihan konsumtif. Konstruksi realitas membenaran merupakan suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun dalam masyarakat dengan kecenderungan sajian di media massa sebagai suatu bentuk realitas kebenaran dalam hal ini tampak media massa mempunyai otoritas untuk membenarkan suatu kejadian. Kesediaan dikonstruksi oleh media massa merupakan kelanjutan dari konstruksi membenaran dengan pengertian pilhan menjadi pembaca media massa berdasarkan kesediaan pikirannya dikonstruksi oleh media massa. Pilhan konsumtif diartikan bahwa, konsumsi media massa menjadi pilhan *audience*. Dalam hal ini audience atau pembaca mempunyai kebiasaan tergantung pada media massa atau dengan lain kata dapat dipahami bahwa media massa menjadi kebiasaan hidupnya. Seolah *audience* atau pembaca berkebiasaan harus membaca koran terlebih dahulu agar mampu beraktivitas

b. Pembentukan konstruksi citra, konstruksi ini dibangun oleh media dalam dua model yaitu model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* diartikan sebagai suatu bentuk konstruksi tentang pemberitaan yang baik dengan citra terkesan

lebih baik dari sesungguhnya. Model *bad news* sebagai suatu bentuk konstruksi tentang pemberitaan yang tidak baik dengan citra lebih jelek dari yang sesungguhnya

4. Tahap konfirmasi, pada tahap ini media massa dan pembaca memberikan argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya agar terlibat dalam pembentukan konstruksi. Tahapan ini diperlukan oleh media untuk menjelaskan tentang keterlibatan dan kesediaan hadir seseorang dalam proses konstruksi sosial. Tiga alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini yaitu a. kehidupan modern yang menghendaki kehidupan terus berubah serta menjadi bagian produksi media massa, b, kedekatan pribadi dengan media massa sebagai gaya hidup orang modern yang suka popularitas khususnya sebagai subyek media massa, dan c. media massa sebagai bagian dari seseorang dengan pengertian sebagai sumber pengetahuan yang setiap waktu dapat diakses.⁷

Dari ulasan perihal konstruksi realitas tersebut, kiranya perlu dipahami lebih lanjut perihal media berita wartawan dan berita.

Menurut Ibnu Hamad (2004), media sajian berita melalui proses yang disebut konstruksi realita dan yang diartikan sebagai upaya menyusun realitas satu atau sejumlah peristiwa yang semula terpenggal penggal (acak) menjadi tersistematis hingga membentuk cerita atau wacana yang bermakna⁸. Berita adalah kontruksi realitas, media dan wartawan agen konstruksi realitas⁹. Hal ini selaras dengan James W Carey (1989) yang menyatakan bahwa realitas bukanlah sesuatu yang terjadi atau seakan-akan ada, tapi realitas itu disusun/diproduksi. Karena fakta itu diproduksi

⁷ Ibid hal 14

⁸ Ibnu Hamad .(2004), Media dan demokrasi di Asia Tenggara Kasus Indonesia.ibnu@gmail.com

⁹ Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.2002. Hal 30-34

maka realitas tergantung pada bagaimana ia dilihat dan bagaimana fakta itu dilihat dan dikonstruksi. Pikiran dan konsepsi media atau wartawanlah yang membentuk dan mengkreasikan fakta¹⁰.

Media sebagai saluran untuk menyampaikan fakta di lapangan kepada publik, dengan sendirinya juga sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas berdasarkan pandangan dan keberpihakannya. Dalam hal ini media dipandang sebagai agen saluran konstruksi sosial karena mengembangkan pengertian realitas. Sebuah aksi unjuk rasa dan rekonstruksi pasca gempa 2006 akan dikonstruksi oleh media sebelum disajikan kepada publik. Hal yang diberitakan selanjutnya merupakan hasil konstruksi media atas realitas. Media dapat melakukan itu dengan cara memilih mana yang akan ditampilkan dan tidak serta tokoh mana yang akan diangkat dan dihilangkan. Karena itu dalam pandangan ini, sebuah berita tidak dapat disebut sebagai refleksi realitas melainkan konstruksi dari realitas.

Berita dapat dipahami sebagai laporan perihal atau peristiwa yang baru saja terjadi, menyangkut kepentingan umum, dan kemudian disiarkan secara cepat oleh media.¹¹ Berita atau informasi dari media massa yang seyogyanya secara objektif disampaikan tetapi pada kenyataannya tidak bisa terlepas dari subyektivitas pembingkai suatu realitas yang terjadi dan selanjutnya diramu menjadi suatu pemberitaan yang dibaca oleh pembaca. Dengan demikian subjektivitas dipertimbangkan oleh media massa dalam proses konstruksi realitas yang rumit dan selanjutnya disusun sehingga membentuk suatu berita. Wartawan sebagai pengumpul

¹⁰ Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.2002. Hal 24

¹¹ Efendy, Onong Uchjana. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju. 1989. hal 238

fakta di lapangan, dan editor sebagai pengolah fakta yang terkumpul, serta kebijakan dari redaksi media adalah faktor yang berpengaruh dalam proses pemberitaan.

Menurut Fishman, berita bukanlah refleksi atas distorsi dari realitas yang seakan berada diluar sana. Yang perlu diperhatikan bukan perihal berita merefleksikan realitas atau distorsi atas realitas, serta Kesesuaian berita dengan kenyataan ataukah bias terhadap kenyataan yang digambarkannya. Hal ini karena dipandang tidak ada realitas dalam arti nyata berada diluar wartawan. Kalaulah berita itu merefleksikan sesuatu maka refleksi itu adalah oleh pekerja dalam organisasi yang memproduksi berita. Berita adalah apa yang pembuat berita buat.¹²

Lebih lanjut Fishman menyatakan, ada dua kecenderungan studi tentang bagaimana proses produksi berita dipahami. Pertama, pandangan seleksi berita (*selectivity of news*), yang memahami proses produksi berita sebagai proses seleksi. Di lapangan wartawan akan memilih peristiwa yang terjadi dan diberitakan atau tidak. Selanjutnya, redaktur akan melakukan seleksi lagi dan menekankan bagian mana yang perlu dibentuk baik dikurangi atau ditambah. Kedua, pandangan pembentukan berita (*creation of news*), yang memahami bahwa peristiwa itu bukan diseleksi, melainkan dibentuk atau dikonstruksi. Wartawan membentuk peristiwa mana yang disebut berita. Dalam bekerja mereka tidak merekam secara pasif pada saat mencatat hal yang terjadi dan apa yang dikatakan seseorang. Tetapi sebaliknya, wartawan aktif berinteraksi dengan realitas dan sumber serta juga sedikit banyak menentukan bentuk dan isi berita. Dengan demikian berita dihasilkan dari pengetahuan dan pikiran, dan bukan karena ada realitas obyektif yang berada di luar,

¹² Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.2002. Hal 100

melainkan karena mereka mengorganisasikan realitas yang abstrak ini menjadi koheren dan beraturan serta mempunyai makna.¹³

Berita merupakan produk akhir dari proses kompleks melalui kegiatan memilah dan menentukan peristiwa serta tema tertentu berdasarkan kategori tertentu.

Hal ini selaras dengan pernyataan McDougall:

*“At any given moment billions of simultaneous events occur throughout the world [...] all of these occurrences are potentially news. They do not become so until some purveyor of news given an account of them. The news, in other words, is the account of the event, not something intrinsic in the event itself.”*¹⁴

”Setiap hari ada jutaan peristiwa di dunia ini, dan semuanya secara potensial dapat menjadi berita. Peristiwa-peristiwa itu tidak serta merta menjadi berita karena batasan yang disediakan dan dihitung, mana berita dan mana bukan berita. Berita, karenanya peristiwa yang telah ditentukan sebagai berita, bukan peristiwa itu sendiri.”

Frank Luther Mott, menyebutkan bahwa seorang penulis jurnalistik kenamaan dalam bukunya *New Survey of Journalism*, menyatakan bahwa paling sedikit ada delapan konsep berita yang perlu diperhatikan atau dipertimbangkan yaitu:

1. Berita sebagai laporan tercepat
2. Berita sebagai rekaman
3. Berita sebagai fakta objektif (*news as objective facts*)
4. Berita sebagai Interpretasi (*news as Interpretation*)
5. Berita sebagai sensasi (*news a sensation*)
6. Berita sebagai minat insani (*news as human Interest*)
7. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*)
8. Berita sebagai gambar (*news as picture*)¹⁵

Delapan konsep berita ini biasanya ada didalam benak para wartawan baik dalam mencari, menyusun dan menyiarkan berita serta saling lingkup-melingkupi

¹³ Mark Fishman. *Manufacturing News dalam Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS. 2002. Hal 100-101

¹⁴Eriyanto. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS. 2002. hal 102

¹⁵Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT . Citra Aditya Bakti. 2003. hal 133-134

yang terangkum dalam satu pola perpaduan antara berita penting dan berita patut/layak dibaca. Oleh karena itu pada akhirnya berita dapat diklasifikasikan menjadi berita yang berat (*Hard News; solid news*) dan berita ringan (*softnews; light news*). Pola pemberitaan dalam suatu surat kabar pada umumnya mengkombinasikan berita berat dan berita ringan dengan harapan dapat memberikan bacaan yang masuk akal.¹⁶

Walaupun dengan prinsip atau pola pemberitaan yang sama, namun demikian proporsi berita berat dan berita ringan itu tergantung pada masing-masing surat kabar. Artinya terdapat keragaman porsi berita berat dan ringan antar media dalam pola pemberitaannya. Hal ini tidak lepas dari kondisi/faktor intra media dan juga ekstramedia. Salah satu faktor intramedia yang mempunyai peran penting dalam pilihan berita adalah ideologi yang dianut oleh media.

Perbedaan penyajian realitas oleh media massa melalui berita bukan hanya karena latar belakang ragam teknis jurnalistik. Perbedaan penyajian berita menunjukkan gambaran tentang ideologi dan kepentingan masing-masing media. Dengan demikian posisi media massa yang netral dan objektif sepatutnya dapat dipertanyakan. Media massa pada jaman modern lebih terbuka sebagai ruang pertarungan ragam ideologi. Ideologi yang dominan akan menjadi pemenang dan menguasai praktik pemberitaan media. Berita yang tersajikan memberikan gambaran kecenderungan keberpihakan media pada kepentingan tertentu. Hal ini selaras dengan pernyataan Ahmad Muttaqin (2011) tentang ideologi dan keberpihakan media massa.

¹⁶ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT . Citra Aditya Bakti. 2003. Hal 134

Dalam proses konstruksi realitas juga berperan ideologi yang dianut oleh perangkat media baik redaksi maupun wartawan. Namun demikian berita yang termuat dalam media sebenarnya belum tentu merupakan hasil peran ideologi yang dominan dari perangkat media itu sendiri, tetapi ada kemungkinan juga dipengaruhi oleh ideologi eksternal yang mungkin mempunyai pengaruh kuat terhadap perangkat media¹⁷. Hal ini selaras dengan pernyataan Gramsci dalam Ahmad Muttaqin (2011) yang mengemukakan bahwa hubungan pemilik modal dan pekerja yang dalam konteks media massa antara wartawan dan pemilik industri media merupakan hubungan yang bersifat hegemonik. Melalui hubungan hegemonik ini, pemilik media melakukan kontrol atas produksi berita yang dijalankan oleh media agar tetap memberikan kepastian bagi ideologi dan kepentingan kapitalnya.

Menurut Novel Ali (2010), dikatakan bahwa ideologi media massa yang takluk dibawah cengkeraman kapitalisme pers membentuk sikap dan perilaku pekerja pers yang memposisikan informasi semata-mata sebagai komoditas¹⁸. Dengan demikian dapat dipahami kalau media massa tidak dalam cengkeraman kapitalis maka media dapat dengan bebas menyajikan berita selaras dengan ideologi yang dianut. Pernyataan Ie Ciel (2008) menyebutkan bahwa ideologi media tidak lepas dari sistem ekonomi, sosial, dan politik yang berlaku kala itu. Perubahan sistem politik berpeluang memunculkan dominasi ideologi media yang berkembang. Ideologi media cenderung bersifat dinamis. *Lewat teks media, sebuah ideologi bisa ditengarai bagaimana ia dikonstruksi, ditantang, ataupun berubah.* Cara pandang media 'membantu' masyarakat merumuskan konsep-konsep relasi dan norma sosial.

¹⁷ Ahmad Muttaqin *Ideologi Dan Keperihakan Media Massa*; ejournal.stainpurwokerto.ac.id. Akses 2 mei 2012

¹⁸ Novel Ali. *Ideologi-Media-Massa*; gagasanhukum.wordpress.com. Akses 2 mei 2012

Media tak sekadar menjadi penghantar arus informasi tapi menghadirkan kembali realitas yang terjadi di masyarakat lewat sudut pandangnya. Dari realitas yang dibangun media, konsep-konsep relasi dan norma sosial di masyarakat dibangun¹⁹.

E.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi berita

Atas dasar pengertian berita sebagai hasil dari proses konstruksi realitas, maka peran ideologi dan faktor-faktor dari luar maupun dalam sangat mungkin berpengaruh dalam proses pemberitaan.

Untuk studi media, ada tiga pendekatan yang menjelaskan isi media. *Pertama*, pendekatan politik-ekonomi (*the political-economy approach*), yang menyatakan bahwa media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik diluar pengelola media. *Kedua*, pendekatan organisasi (*organizational approach*), menyatakan bahwa, pengelola media aktif dalam proses pengemasan dan produksi berita. Dengan demikian berita dilihat sebagai hasil kerja profesionalitas redaksi dan tata aturan yang ada dalam ruang organisasi yang pada akhirnya berpengaruh dalam pemberitaan. *Ketiga*, pendekatan kulturalis (*culturalist approach*), yang melibatkan faktor internal media (*rutinitas organisasi media*), sekaligus juga faktor eksternal dalam media yaitu dalam organisasi media dan kekuatan ekonomi, politik dari luar media. Mekanisme yang rumit ini menunjukkan perdebatan yang terjadi dalam ruang pemberitaan, karena pada dasarnya media memang mempunyai mekanisme untuk menentukan pola aturan dalam organisasi,

¹⁹ Ie Ciel. *Media-Dan-Ideologi*.ceritaciel.wordpress.com. Akses 2 mei 2012

tetapi berbagai pola yang dipakai untuk memaknai realitas tidak dapat dilepaskan dari kekuatan-kekuatan ekonomi politik di luar diri media.²⁰

Dari pendekatan ketiga, bisa dilihat ada kecenderungan di ruang pemberitaan bukan pada situasi yang netral, dan seakan-akan hanya menyalurkan informasi yang didapat. Berita yang disajikan media, pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, mengidentifikasi ada empat faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi.²¹

Pertama, faktor individual, yang memperhatikan aspek-aspek personal dari pengelola media yang akan berpengaruh terhadap berita yang ditampilkan antara lain jenis kelamin, umur, agama. *Kedua*, level rutinitas media (*media routine*). yang berhubungan dengan mekanisme proses pemberitaan misalnya, cara peliputan sebuah peristiwa penting bentuk pembagian tugasnya dan tangan siapa saja sebuah tulisan sebelum proses cetak, siapa penulisnya, siapa editornya, dan seterusnya. Mekanisme tersebut berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi media yang berada di dalamnya.

Ketiga, level organisasi, yang berhubungan dengan struktur organisasi dan secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan selain bagian redaksi misalnya bagian pemasaran, bagian iklan, bagian sirkulasi, bagian umum, dan seterusnya. Jadi sebenarnya pengelola media dan wartawan hanya sebagian kecil dan bukan orang tunggal yang ada dalam organisasi berita. Semua komponen dalam organisasi media berkecenderungan mempunyai kepentingan sendiri. Keempat, level ekstramedia, yang berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media yang dan dalam banyak

²⁰ Agus Sudibyo. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKiS. 2001. Hal 2-4

²¹ Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam Agus Sudibyo, *Ibid*, hal 7-10

kasus mempengaruhi pemberitaan media. Level ekstramedia berhubungan dengan hal-hal diluar organisasi media tersebut adalah:

a), sumber berita. yang bukan merupakan pihak yang netral. Tetapi mempunyai kepentingan untuk memenangkan opini publik dan memberi citra pada khalayak dengan mempengaruhi media. Lewat teknik yang canggih orientasi pemberitaan telah diarahkan untuk menguntungkan sumber berita, tanpa disadari pengelola.

b), sumber penghasilan media. Yang biasanya berasal dari iklan. Media harus survive untuk bertahan hidup. Kadang media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka. Misalnya, jika media tidak memberitakan kasus tertentu yang berhubungan dengan pengiklan, maka akan ada strategi untuk memaksakan versinya pada media dengan cara mengembargo berita yang buruk mengenai mereka.

c), Pihak eksternal seperti pemerintah dan lingkungan bisnis dengan corak masing-masing mempengaruhi media misalnya, pemerintah mendominasi dalam orientasi pemberitaan. Kalau media ingin tetap terbit ia harus mengikuti batas-batas pemberitaan yang telah ditentukan oleh pemerintah terutama berita buruk harus dibatalkan, daripada nasib media yang bersangkutan mendapat sikap otoriter dari si penguasa negara dan ini berbeda dengan negara yang demokratis dan menganut liberalisme. Pengaruh terbesar terhadap media terletak pada lingkungan pasar dan bisnis

d) Level ideologi. Dalam hal ini ideologi diartikan sebagai kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh media/individu untuk melihat

realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Hal ini berbeda dengan elemen sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Ia berhubungan dengan persepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pada level ideologi dapat dilihat lebih kepada yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana media menentukan.

Dalam praktek, cara pandang media massa pada akhirnya menjadi cara pandang masyarakat dalam melihat realitas, karena lambat laun media massa mempengaruhi opini publik terhadap realitas yang terjadi. Oleh sebab itu, berita yang disajikan media baik menyangkut sudut pandang dalam melihat realitas, sikap media terhadap realitas maupun dianggap penting atau tidaknya sebuah realitas melalui pemberitaannya terhadap realitas yang terjadi di masyarakat akan banyak mempengaruhi opini publik dalam menyikapi realitas tadi. Dan opini publik terhadap realitas ini akan selalu beragam karena sudut pandang media terhadap realitas juga bermacam-macam berdasarkan ideologi wartawan maupun media, serta kepentingan-kepentingan lingkup intern dan ekstern media itu sendiri.

E.4. Analisis Framing

Berdasarkan berbagai ulasan tersebut dapat dipahami bahwa dalam proses konstruksi realitas juga dicakup proses pembingkai berita (framing).

Analisis Framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai teknik untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkai tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Dalam

proses ini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa dipahami sebagai bentukan tertentu.²²

Framing dipahami sebagai metode penyajian realitas dengan kebenaran suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dengan menggunakan istilah-istilah tertentu, bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya.²³

Gagasan framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas.²⁴

Ada beberapa definisi mengenai framing. Meskipun berbeda dalam penekanan dan pengertian, ada titik singgung utama dari definisi framing tersebut.

Menurut Entman, framing adalah sebagai proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.²⁵ Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Entman dengan menggunakan perangkat framing dalam menganalisis teks berita dibagi menjadi empat elemen besar, yaitu: *define problems, diagnose causes, mMake moral judgement, treatmen recommendation.*

²² Loc. it. Hal 3

²³ Sudibyo dalam Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2006. hal 251.

²⁴ Sudibyo, 1999:22

²⁵ Op.Cit hal 67

Menurut Gamson, framing adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu berbentuk dalam sebuah kemasan (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.²⁶ Dalam pandangan Gamson, framing dipahami sebagai seperangkat gagasan atau ide sentral ketika seseorang atau media memahami dan memaknai suatu isu. Ada dua perangkat bagaimana ide sentral ini diterjemahkan dalam teks berita. Pertama, framing device (*perangkat framing*), perangkat ini berhubungan dan berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat framing ini ditandai dengan pemakaian kata, kalimat, grafik/gambar, dan metafora tertentu. Kedua, reasoning devices (*perangkat penalaran*).

Kalau yang pertama berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat, atau metafora tertentu yang menunjuk pada gagasan tertentu maka perangkat penalaran berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks tersebut yang merujuk pada gagasan tertentu. Sebuah gagasan tidak hanya berisi kata atau kalimat, gagasan itu juga selalu ditandai oleh dasar pembenar tertentu, alasan tertentu, dan sebagainya.

Berbeda dengan Entman dan Gamson, Pan dan Kosicki berpendapat bahwa framing adalah strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. Dalam pendekatan ini, perangkat framing dapat dibagi ke dalam empat struktur besar. Pertama, struktur sintaksis.

²⁶ Loc.it hal 67

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa-peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Kedua, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Ketiga, struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Keempat, struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan framing dari suatu media. Meski banyak istilah dan definisi berbagai konsep framing namun intinya mempunyai satu titik temu kesamaan.

Konsep framing yang diungkapkan Etman, Gamson, Pan dan Kosicki secara umum membahas mengenai bagaimana media cetak membentuk realitas, menyajikan dan menampilkannya pada pembaca.

Pilihan konsep framing untuk studi tertentu dapat didasarkan pada kepentingan/tujuan studinya disamping kemampuan atau penguasaan peneliti atas konsep itu sendiri.

E. Metode Penelitian

E.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pengertian memberikan gambaran/deskripsi tentang fenomena, baik yang alamiah maupun karya manusia dengan aneka ragam bentuk, kegiatan, karakter, kesamaan, dan perbedaan antar

fenomena²⁷. Dalam penelitian ini fenomena yang dimaksud adalah perihal peningkatan berita dan rekonstruksi pasca gempa Mei 2006 di propinsi DIY yang dilakukan oleh dua harian lokal yaitu, Harian Kedaulatan Rakyat dan Harian Bernas jogja.

E.2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah mengenai pemberitaan dan rekonstruksi pasca gempa di propinsi DIY, selama kurun waktu 1 Agustus s/d 30 September 2006. Dengan pertimbangan bahwa selama kurun waktu 2 bulan tersebut pemberitaan di media mulai menunjukkan banyaknya opini dari berbagai kalangan pemerintah, komunitas tertentu, dan reaksi-reaksi keras dari masyarakat terhadap pemerintah.

E.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi dan studi pustaka. Teknik dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen dan catatan-catatan yang ada/dimiliki oleh unit analisis. Data yang terkumpul dikelompokkan menjadi 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder

E.4. Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan pada awal penelitian yaitu ingin mengungkap bagaimana kedua media massa lokal (Harian Bernas dan Kedaulatan Rakyat) tersebut melakukan konstruksi realitas atas kasus yang terjadi (kasus dan rekonstruksi gempa di propinsi DIY) maka, penelitian ini menggunakan analisis model Robert N Etman dengan pertimbangan bahwa ada kesesuaian dengan tuntutan tujuan penelitian dan

²⁷ Sukmadinata, 2006:72. *Penelitian Deskriptif*; initialdastroroy.wordpress.com. Akses 4 mei 2012

dapat secara tepat dan rinci untuk mengulas konstruksi realitas tentang masalah dana rekonstruksi pasca gempa 2006. Menurut Eriyanto (2011) Entman melihat framing dalam dua dimensi besar.

“Seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas / isu. Penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak. Realitas yang disajikan secara menonjol atau mencolok mempunyai kemungkinan yang lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas. Dalam prakteknya, framing dijalankan oleh media dengan menseleksi isu tertentu dan mengabaikan isu yang lain; dan menonjolkan aspek dari isu tersebut dengan menggunakan berbagai strategi wacana-penempatan yang mencolok (penempatan di headline depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang / peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan lain-lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak.”²⁸

Kerangka analisis framing model Robert N Entman yang memposisikan framing sebagai langkah seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas dengan empat elemen untuk mendefinisikan sebuah fakta yang ada dalam pemberitaan media.

Dengan demikian pada dasarnya Entman memandang *framing* dalam dua dimensi besar, yaitu *pertama*, seleksi isu. Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek yang mana diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu tercakup didalamnya bagian berita yang dimasukkan (*included*), dan juga berita yang dikeluarkan (*excluded*). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan artinya, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu. *Kedua*, penonjolan aspek tertentu dari isu. yang berhubungan dengan penulisan fakta ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih,

²⁸ Eriyanto. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS. 2002, hal 221

dan bagaimana aspek tersebut ditulis. Hal ini berkaitan dengan penggunaan kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Selanjutnya dalam menganalisis teks berita Entman menggunakan empat elemen besar yaitu:

1. Define Problems (*Pendefinisian Masalah*)

Elemen framing yang dirumuskan pertama kali untuk dapat melihat teks berita. Elemen ini merupakan master frame / bingkai paling utama yang menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan ketika ada masalah atau peristiwa, dan bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda. Bingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda pula.

2. Diagnose Causes (*memperkirakan penyebab masalah*)

Merupakan elemen framing untuk membingkai apa/siapa yang dianggap sebagai aktor/faktor penyebab terjadinya peristiwa. Penyebab disini berarti apa (what), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Oleh karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula.

3. Make Moral Judgement (*membuat pilihan moral*)

Adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan / memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi

yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

4. Treatment Recommendation (*menekankan penyelesaian*)

Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

Dari empat elemen di atas, jika dikaitkan pada kasus dalam penelitian realitas pemberitaan dana rekonstruksi gempa di Propinsi DIY maka dapat diartikan sebagai tindak lanjut pemerintah untuk memperbaiki bangunan yang sudah hancur dan tidak layak pakai salah satunya dengan cara memberikan dana tersebut kepada warga korban gempa. Atau apakah realita ini didefinisikan sebagai kurangnya persiapan pemerintah dalam pembagian dana rekonstruksi sehingga terjadi keterlambatan pencairan dana yang akan diberikan ke masyarakat. Yang kedua adalah diagnose causes untuk melihat apa atau siapa pelaku dan korban dari isu yang sedang terjadi tersebut. Kemudian make moral judgement menunjukkan penilaian apa yang diberikan atas isu yang terjadi. Yang terakhir adalah treatment recommendation yaitu saran apa yang diberikan terhadap permasalahan yang terjadi. Secara tidak langsung jika dari awal pendefinisian masalah (*Define Problems*) telah berbeda sudut pandang maka sudah barang tentu penentuan isi dari elemen-elemen selanjutnya juga akan berbeda. Secara sistematis dapat kita lihat kerangka analisisnya seperti pada bagan berikut:

Tabel I
Kerangka Analisis Framing Robert N Etnman²⁹

Define Problems (<i>pendefinisian masalah</i>)	Bagaimana suatu masalah / isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
Diagnose Causes (<i>memperkirakan masalah atau sumber masalah</i>)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai suatu penyebab dari suatu masalah? Siapa aktor yang dianggap sebagai penyebab masalah?
Make Moral Judgement (<i>membuat keputusan moral</i>)	Nilai moral apa yang dijelaskan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi dan mendelegitimasi suatu tindakan?
Treatment Recommendation (<i>menekankan penyelesaian</i>)	Penyelesaian masalah apa yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah itu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

F.5. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini tersusun atas empat bab yang dapat dijelaskan dengan rincian sebagai berikut:

Bab I ; meliputi lima sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metode penelitian. Latar belakang masalah menjelaskan tentang dasar-dasar permasalahan penelitian. Rumusan masalah berisi tentang pertanyaan dasar yang akan dijawab dalam penelitian ini. Tujuan penelitian berisi pernyataan tentang tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Kerangka teori adalah tahap ulasan secara teoritik

²⁹ Eriyanto. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS. 2002, hal 223-224

tentang obyek penelitian untuk menjawab pernyataan pernyataan dalam tujuan penelitian. Dalam hal ini tentunya adalah pembahasan mengenai pengertian konstruksi realitas, media massa, perihal berita serta faktor-faktor yang mempengaruhi. Sub bab terakhir pada bab I adalah metode penelitian, yang mencakup penjelasan mengenai jenis penelitian, obyek penelitian, tahap penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Pada teknik analisa data, dijelaskan tentang kerangka analisis framing yang dipakai dan alasan pemilihannya.

Bab II; bab ini menjelaskan tentang deskripsi profil yang berkaitan dengan obyek penelitian dan mencakup sejarah dan profil harian Kedaulatan Rakyat dan harian Bernas Jogja.

Bab III; bab ini menyajikan analisis data yang telah didapat dengan menggunakan kerangka analisis yang telah disebutkan dalam teknik analisa data. Kerangka analisis framing yang dipilih adalah kerangka analisis framing model Robert N Etman.

Bab IV; bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian.

BAB II

PROFIL SURAT KABAR

A. SKH Kedaulatan Rakyat (KR)

Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat merupakan koran tertua di DIY. Koran ini terbit untuk pertama kalinya 27 September 1945. SKH KR kini menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat Yogyakarta. Munculnya Koran baru tak membuat posisinya goyah dan hingga kini masih mantap menjadi “penguasa” di rumahnya sendiri. SKH KR didirikan oleh H Samawi dan Madikin Wonohito. SKH yang memiliki slogan Suara Hati Nurani Rakyat berpusat di Jalan P Mangkubumi.³⁰

Madikin Wonohito sendiri lebih sering berperan sebagai reporter selama tahun 1946-1948 sebelum akhirnya menempati posisi Pemimpin Redaksi, sedangkan H Samawi sendiri memegang jabatan sebagai Pemimpin Umum hingga tahun 1980.

Saat terjadi Agresi Militer Belanda II pada tahun 1949, keadaan sangat genting sehingga terjadi peperangan fisik dan penangkapan tokoh revolusi dan aktivis pers perjuangan. Madikin Wonohito menjadi salah satu yang dipenjara. Di dalam penjara, Madikin Wonohito membuat surat kabar ‘Suara Tapa’ sebagai bentuk upaya menjaga nyala api perjuangan di antara para tahanan. Tidak hanya itu, jajaran redaksi membentuk “Gerdak” (*Gerakan Rakyat Dalam Kota*). Selanjutnya, setelah diakui secara resmi kedaulatan Indonesia oleh Belanda, maka Madikin Wonohito pun

³⁰ _____
www.kr.co.id. Akses 7 November 2008

bebas dari penjara dan kembali berduet memimpin bersama H Samawi. Beliau berdua wafat pada tahun 1984.³¹

KR betul-betul dapat mencurahkan kedaulatan seluruh rakyat, menjadi pimpinan dalam menyalurkan kehendak, kedaulatan rakyat banyak. Kedekatan KR dengan para pemimpin nasional, bukan saja sejak lahir tetapi sampai sekarang tetap terjaga. Budaya silaturahmi saling ‘karuh kinaruh’ antara pemimpin dan KR tersebut tetap lestari. Tidak hanya para pemimpin nasional, tetapi juga lokal, regional sampai ‘wong cilik’.

Secara periodik, harian ini menampilkan ‘Suara Akar Rumput’ sebagai wujud kepedulian terhadap kondisi masyarakat bawah. Kolom ini berisi aspirasi rakyat kecil. Masalah sosial, semangat persatuan kesatuan bangsa sampai soal kritik keras terhadap pemimpin yang dinilai menistai nilai-nilai luhur Pancasila, perjuangan bangsa dan ‘mereka’ yang menyakiti hati rakyat.³²

Hal menarik lainnya, koran lokal ini mampu bertahan di tengah gempuran koran nasional di tanah Jawa. Seperti Jawa Tengah yang menjadi ‘milik’ Suara Merdeka, atau Jawa Timur yang merupakan “wilayah” Jawa Pos.

Harian Kedaulatan Rakyat memiliki moto *Migunaging Tumraping Liyan* yang berarti bermanfaat bagi orang banyak. Nama harian “Kedaulatan Rakyat” diambil dari UUD 1945 alinea 4.³³

Pada tahun 1949 harian ini kadang-kadang terbit 8 halaman, bahkan pada saat tertentu juga terbit pagi dan siang (terbit 2 kali). Ukuran kertas yang dipakai juga

³¹ Ki Bambang Widodo. *63 Tahun Berjuang dan Mengabdikan*; www.kr.co.id 30 Oktober 2008, dan 27 September 2008.

³² Marsono, Gatot, MM. *KR Tetap Konsisten Memimpin Kehendak Rakyat*; www.kr.co.id. Akses 27 September 2008

³³ www.kr.co.id. Akses 8 Maret 2009.

berbeda-beda, kadang-kadang 31 x 41 cm atau 42 x 55 cm. Dicitak dengan layout 5 sampai 8 kolom dengan ukuran kolom 5 cm. Kertas yang dipakai jenis pastur yang mudah robek, bahkan harian ini pernah dicetak di atas kertas merang. Bukti fisik bahwa KR pernah memakai kertas merang belum diperoleh, mungkin sudah hancur.

Tata Muka harian ini tahun 1945-1949 Nama (logo) Kedaulatan Rakyat terpampang di atas yang ditulis dengan huruf kapital tegak dan menempati hampir 80% dari lebar koran. Tulisan (logo) semacam ini berlangsung dari tanggal 27 September 1945 sampai 18 Oktober 1945, selanjutnya terjadi perubahan logo dengan huruf kursif seperti yang terlihat sekarang ini.

Pada kiri kanan logo, tidak terdapat nama-nama pengelola dan informasi lainnya, baru setelah penerbitan tahun 1949 dicantumkan nama Pemimpin Umum dan Pemimpin Redaksi. Diduga hal itu dilakukan untuk menghindari penangkapan oleh Belanda. Isi halaman pertama biasanya berupa Tajuk Rencana 1 kolom dan kolom lainnya berupa berita yang kadang-kadang diselipi iklan (*advertensi*). Halaman 2 kurang lebih 50% berupa berita dan tulisan/rubrik, selebihnya berupa iklan.

Jika dihitung secara persentase dari luas halaman, maka KR 1945-1949 sebagai berikut: berita +70%, tajuk 5%, tulisan 7%, foto 2% dan + 15% dipenuhi dengan iklan. Sumber berita yang digunakan untuk membuat koran pada saat itu kurang lebih 21% dari sumber sendiri, 52% dari Kantor Berita dan 27% iklan dari luas halaman. Sumber berita sendiri masih terbatas karena kekurangan sumber daya reporter dan yang ada pun kadang-kadang harus pergi bergerilya.

Pernah diumumkan permintaan maaf pengelola KR yang akan pergi ke medan juang, pamitan yang demikian mengharukan. Berbagai jenis iklan sudah muncul tahun 1945-1949. Iklan baris, iklan kolom dan iklan display sudah mulai ada. Space yang terpakai rata-rata mencapai 25% dari luas halaman. Perbandingannya kalau saat ini terbit 24 halaman berarti 6 halaman terisi iklan, halaman 32 halaman berarti ada 8 halaman iklan.

Yang menarik, Bung Karno dan Bung Hatta pernah memasang iklan di KR tentang kelahiran Megawati dan Meutia Hatta. Wartawan senior Rosihan Anwar saat bertunangan dengan Zuraida Sanawi juga memasang iklan di KR. Harga langganan tahun 1945 f 2,5 per bulan ditambah f 1,-, untuk fonds perjuangan. Harga iklan (advertensi) f 2,50 sebaris.

Saat ini harga langganan hanya Rp 65.000 per bulan. Tahun 1946 harga langganan menjadi f 4,- sebulan ditambah f 1,- untuk fonds kemerdekaan, sedangkan harga iklan tetap f 2,50 sebaris. Pada tahun 1947 harga langganan R 7,50 sebulan ditambah R 0,10 untuk fonds perjuangan. Selanjutnya tahun 1948 harga langganan R 125,- per 3 bulan atau R 45,- per bulan (mulai 1 Oktober 1948).

KR juga memuat berbagai tulisan dari tokoh-tokoh tentang berbagai hal yang menyangkut politik, ekonomi, makanan pokok dan sebagainya.³⁴

Salah satu ciri khas KR adalah bentuk kepedulian sosialnya yang tinggi. Jika ada warga yang terkena musibah atau penyakit yang memerlukan biaya tinggi untuk pengobatan, KR selalu membuka dompet amal.

KR yang sudah berusia 40 tahun, dipimpin oleh Soemantoro sebagai pemimpin redaksi (pemred). Ketika itu dia kerap mendampingi Ibrahim Tan Malaka

³⁴ Sapuan Gafar. *Profil Kedauletatan Rakyat*; www.kr.co.id. Akses 11 Agustus 2008.

yang tengah menggalang persatuan perjuangan sebagai oposisi terhadap kabinet Sjahrir yang melaksanakan kebijakan diplomasi dan perjuangan dalam menghadapi Belanda. Soemantoro pula yang membawa Tan Malaka ke Solo untuk berbicara di konferensi pembentukan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) 9 Februari 1946.

Setelah Wonohito, mantan mahasiswa Sekolah Hukum Tinggi (RHS) di Batavia memegang kendali redaksi, KR menjadi koran yang mendukung pemerintah dan bersikap moderat. Karena itu, KR selamat melalui badai politik.

KR menjadi satu di antara barisan terdepan untuk bisa dijadikan contoh penerbitan yang sehat. Salah satu pendukung agar penerbit tetap bisa eksis, apalagi menjadi barisan terdepan adalah pasokan iklan. Dewasa ini banyak penerbitan media massa masih berani terbit pada umumnya dilandasi idealisme yang membara dan mungkin sedikit cita-cita luhur ikut mendidik dan mencerdaskan bangsa.

KR dengan gaya jurnalistiknya yang lembut mampu menenteramkan hati yang panas, iri, cemburu.³⁵

KR kini sudah lepas dari posisi dinasti ketiga keluarga Wonohito. Karena KR kini dipegang sepenuhnya oleh dinasti Samawi. Mirip-mirip dengan Suara Merdeka, yang kini juga tengah bertransisi menuju pewaris tahta ketiga. Setiap zaman akan melahirkan generasi (dan pemimpinnya) sendiri.³⁶

Selama ini penghargaan yang pernah diterima harian Kedaulatan Rakyat antara lain adalah Koran terbaca terbanyak ke 7 di Indonesia berdasarkan Nelson Media Riset Harian Kedaulatan Rakyat juga tercatat sebagai koran harian yang

³⁵ Kusworo., FX. *KR Terbukti Konsekuensi Mengawal NKRI*. www.kr.co.id. Akses 25 September 2008.

³⁶ Asmono. *KR di Era Fajar Kusumawardhani*; www.kr.co.id. Akses 9 Oktober 2008

memuat iklan terbanyak ke 4 dari seluruh Koran harian yang diterbitkan di Indonesia.³⁷

Struktur organisasi media Bernas Jogja mencakup beberapa hirarkhis dari Direksi, Redaksi hingga wartawan dengan rincian sebagai berikut: Berikut Susunan redaksi SKH KR:

Komisaris Utama : Drs HM Romli
Direktur utama : dr. Gun Nugroho Samawi
Direktur keuangan : Imam Satriadi
Direktur Pemasaran : Fekar Kusumawardhani SE.
Direktur Produksi: HM Wirmon Samawi SE MIB
Direkstur Litbang : Sugeng Wibowo SH

Pemimpin umum : Dr Gun Nugroho Samawi
Pemimpin Redaksi
/penanggung jawab: Drs Octo Lampito Mpd
Wakil Pemimpin
Redaksi: Drs Ahmad Luthfi, Ronny Sugiantoro Spd,SE,MM
Redaktur Pelaksana: Mussahada, Drs Hudono SH, Joko Budhiarto
Manager Litbang
Diklat redaksi: Wismoko Purnomo
Manager
Produksi Redaksi : Ngabdul Wakid
Redaktur : Drs Suhadi Sukarno SU, Nurhadi, Drs Widyo Suprayogi, Drs Sihono HT, Theo Sutiyono, H Soeparno S Ady, Dra Esti Susilarti Mpd, Yon Haryono Hadi, Dra HJ Fadmi Sustiwi, Dra Prabandari, Isnawan, Beny Kusumawan, Primaswolo Sudjono Spt, Drs Swasto Dayanto, Hanik Atfiati, MN Hassan, Herry Sugito, Drs Jatadi K Kastari, Sutopo Sgh, M Arief Budiarto, Bambang Murdoko, Subchan Mustafa, Sulisty Sutopo, Drs Hasto Sutadi, Eko Boediantoro, Muhammad Fauzi Ssos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari Ssos, H Chaidir, M Sobirin, Linggar Sumukti, Agung Purwandono, Isdiyanto SIP (**Pjs Ka Biro Semarang**), Syaifullah Hadmar (**Pjs ka Biro jakarta**), Anjar Hari Wartono (**Ka Biro Surakarta**), Edhi Romadhon (**ka Biro Purwokerto**), Drs M Thoha (**ka Biro Kedu Utara**), Gunarwan (**Ka Biro Kedu Selatan**), R Agussutata (**Ka Sub Biro Kulonprogo**), Sri Warsiti (**Ka Sub Biro Klaten & Boyolali**), Y Agus Waluyo (**Ka Sub Biro Gunung Kidul**), Sukaryono BA (**Pjs Waka Biro Semarang**)
Fotografer: Yuwono, Effy Widjono Putro
Sekretaris Redaksi: Dra H Supriyatin.
Wartawan : H ishaq Zubaedi raqib, J Imong Dewanto, Muchis Ibrahim, Alfons Suhadi, H Margono Herwoto, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.
Alamat Redaksi :Jalan P Mangkubumi 40-42 Yogyakarta

³⁷ Mario. *Harian Kedaulatan Rakyat*; www.kr.co.id. Akses 8 Maret 2009.

Alamat Homepage:<http://www.kr.co.id>
Alamat e-mail:redaksi@kr.co.id, naskah@gmail.com

Susunan organisasi media Kedaulatan Rakyat ini menunjukkan bahwa skala kegiatan media ini cukup luas dan besar dengan tarif langganan Rp 65.000/bulan untuk 7 kali terbit per minggu. Dalam susunan redaksi terlihat jumlah personalia yang cukup banyak dan ada personalia khusus untuk sembilan daerah tertentu yaitu, Semarang, Surakarta, Purwokerto, Kedu Utara, Kedu Selatan, Klaten & Boyolali di Jawa Tengah, Kulonprogo dan Gunung Kidul di DIY, dan Jakarta.

Kegiatan periklanan Harian Kedaulatan Rakyat mencakup 9 jenis iklan yaitu:

1. Iklan umum : Rp. 19.000/mm klm
 2. Iklan Keluarga : Rp. 10.000/mm klm
 3. Iklan baris : Rp. 11.000/baris
 4. Iklan satu kolom : Rp. 10.000/mm klm
 5. Iklan khusus : Rp. 175.000/ukuran 1 klm x 45 mm
 6. Iklan warna : Rp. 35.000/mm klm
 7. Iklan kuping : 500% dari tarif
 8. Iklan Halaman : 300% dari tarif
 9. Iklan Halaman : 200% dari tarif
- Terakhir

Dengan demikian dapat diperkirakan kemampuan perusahaan media ini dari sisi finansial cukup besar dan memberikan dukungan pada penyajian berita dengan skala kemampuan yang lebih besar pula.

B. Harian Pagi Bernas Jogja.

Sejarah Berdirinya Kepindahan Ibukota Republik Indonesia dari Jakarta ke Yogyakarta pada tanggal 4 Januari 1946 akibat invasi Belanda, menandai kelahiran beberapa media baru di kota ini, baik yang berbentuk surat kabar maupun majalah.

Beberapa diantaranya yaitu; *Nasional, Kedaulatan Rakyat, Suara Ummat, Suara Ibukota, Suara rakyat, Buruh, Massa dan Revolusioner.*

Surat kabar Harian Umum Nasional, yang didirikan oleh Mr. Soemanang, lahir pada tanggal 15 November 1946. Pada awal berdirinya, Nasional diterbitkan oleh BP. Nasional dengan alamat di Jalan Tanjung Nomor 21 Yogyakarta. Tokoh-tokoh pers yang duduk dalam jajaran direksi Harian Umum Nasional pada saat itu antara lain; Mashoed Hardjokoesoemo, Bob Maemun, Drs. Marbangoen, Mohammad Soepandi, Darsyaf Rahman, dan RM Soetio yang sekaligus juga menjadi pimpinan perusahaan.

Mr. Soemanang selain sebagai pendiri Harian Umum Nasional, merupakan tokoh pergerakan dan wartawan senior, juga merupakan salah seorang pendiri Kantor Berita Antara bersama Adam Malik, Sipahutar, dan Pandu Kartawiguna. Mr. Soemanang juga pernah menjadi wartawan dan Pimpinan Redaksi Pemandangan dan Pimpinan Umum Asia Raya. Pada saat Pusat Tenaga Rakyat (*PUTERA*) didirikan, Mr Soemanang diberi kepercayaan untuk memegang jabatan sebagai tenaga juru penerangan *PUTERA*.

Setelah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia tanggal 17 Agustus 1945 dikumandangkan, Mr. Soemanang dan Mashoed Hardjokoesoemo, dari Jawa Shimbun Kai, bertekad menerbitkan surat kabar harian. Setelah kertas dan tinta dipersiapkan dan percetakan sederhana diperoleh, maka diputuskan untuk segera menerbitkan surat kabar daerah di Yogyakarta. Yogyakarta yang saat itu menjadi Ibukota Pemerintahan Indonesia menjadi tempat diterbitkannya Surat Kabar Harian dengan nama *Nasional* dan mingguan *Reveu Politik*.

Pada awal kemerdekaan yang juga dikenal sebagai jaman revolusi, surat kabar Nasional terbit dengan jumlah halaman yang terbatas dan tidak menentu, dua atau empat halaman saja. Bahkan tidak jarang terjadi jika persediaan kertas habis, Nasional terbit dengan kertas merang. Nasib serupa juga dialami oleh beberapa penerbitan lain pada saat itu yang terpaksa terbit dengan kertas payung. Sebagai surat kabar harian umum, sejak awal berdirinya Nasional selalu mengutamakan kepentingan nasional. Maka sekalipun pendirinya adalah seorang nasionalis, anggota Partai Nasional Indonesia (PNI), namun ada pula wartawan-wartawan yang merupakan anggota partai-partai lain, misalnya H Ahmad Basuni dan Bahtiar Ilyas. Dalam perkembangannya, Harian Nasional juga memuat banyak sekali tulisan-tulisan dari tokoh-tokoh pergerakan nasional Indonesia. Ki Hadjar Dewantara, banyak menulis artikel di Nasional, baik mengenai masalah sosial, politik, kebudayaan, kesenian dan pendidikan. Tulisan Ki Hadjar Dewantara yang pernah dimuat di Nasional antara tahun 1949-1951, terhimpun secara rapi di dalam buku yang berjudul *Pendidikan dan Kebudayaan*, yang diterbitkan oleh Majelis Luhur Tamansiswa.

Sekitar tahun 1958-1961, pada rubrik Ruang Budaya Nasional banyak seniman dan budayawan yang menyumbangkan tulisan-tulisannya, antara lain, Koesnadi, Abbas Ali Basyah, Soedarmadji, Soebagio Sastrowardojo, Wisnu Wardha, Bodi Darma, M Tahar, Soemargono dan Suwarjono dan lain-lain. Tidak ketinggalan tokoh pendidikan seperti Soetedjo Brodjonegoro dan Prof. N Drijarkoro ikut banyak menyumbangkan tulisannya di koran Nasional.

Perkembangan kondisi politik tanah air juga turut berpengaruh terhadap harian Nasional. Pada tahun 1965 Menteri Penerangan melalui Keputusan Menpen No. 29/SK/M/65 tertanggal 26 Maret 1965, yang kemudian disempurnakan dengan Surat Keputusan No. 112/SK/M/65, memutuskan bahwa setiap penerbitan harus berafiliasi (mendapat dukungan) dari partai politik atau organisasi massa anggota Fron Nasional atau Pancatunggal. Kebijakan ini diikuti dengan berafiliasinya harian Nasional dengan Partai Nasional Indonesia (PNI). Kebijakan ini membawa konsekuensi bergantinya nama surat kabar *Nasional* menjadi *Suluh Indonesia (Sulindo)*, edisi Yogyakarta. Kemudian karena *Suluh Indonesia* edisi Jakarta (nasional) berganti nama menjadi *Suluh Marhaen*, sejak 1 Juni 1966 *Suluh Indonesia* edisi Yogyakarta berganti nama menjadi *Suluh Marhaen* edisi Yogyakarta.

Tragedi nasional, Peristiwa Penghianatan G-30S/PKI, yang didahului gegap gempitanya kompetisi *Manipolis* antara tiga kekuatan politik yang beraliran Nasionalis-Agama-Komunis, mempunyai akibat yang luas dalam perikehidupan politik di Indonesia. Surat Kabar Nasional yang telah berganti nama menjadi *Suluh Marhaen* edisi Yogyakarta mendapat ujian yang berat. Dampak perubahan politik yang dirasakan oleh seluruh rakyat Indonesia pada saat itu, juga dialami oleh surat kabar ini. Ada satu hal yang perlu dicatat, dan menjadi sebuah kesan yang mendalam sekaligus membanggakan bagi pengasuh penerbitan ini, yaitu *Suluh Marhaen* edisi Yogyakarta tidak pernah ikut menyiarkan pembentukan dan susunan Dewan Revolusi.

Pimpinan Redaksi dan segenap staf redaksi menolak dengan tegas perintah untuk memuat pengumuman Dewan Revolusi yang dipaksakan oleh oknum militer

pengikut G30S/PKI yang mendatangi secara langsung kantor redaksi di jalan Tanjung 21. Pemimpin dan segenap staf redaksi justru memilih untuk tidak terbit, daripada memuat pengumuman tersebut. Dalam suasana jatuh bangun, menghadapi berbagai kendala dibidang bisnis surat kabar, sejak berdirinya *Nasional* tanggal 15 November 1946 kemudian nama *Sulindo* edisi Yogyakarta dan *Suluh Marhaen* edisi Yogyakarta hanya sehari saja surat kabar ini tidak terbit.

Dalam perkembangan selanjutnya, dengan adanya SK No. 01/MENPEN/1069 yang mencabut segala ketentuan mengenai perusahaan pers termasuk mengenai ketentuan afiliasi dengan partai politik, maka *Suluh Marhaen* edisi Yogyakarta sejak tahun tersebut berganti nama menjadi *Harian Umum Berita Nasional* sampai tahun 1990.

Sejak 13 Agustus 1990, *Berita Nasional* mengadakan kerjasama dengan Kelompok Kompas Gramedia (*KKG*), sebuah kelompok usaha penerbitan media terbesar di tanah air. Dengan manajemen baru, *Berita Nasional* mengalami pembaharuan dan mencapai banyak kemajuan sekaligus menandai kelahiran nama baru untuk koran ini menjadi *BERNAS*. Sejak tanggal 10 November 1991, bertepatan dengan hari pahlawan, secara resmi koran ini berganti nama menjadi *BERNAS* yang berarti padat berisi (mentes).

Dengan tetap menggunakan motonya “Membangun Berdasar Pancasila”, pergantian nama ini dilakukan sepenuhnya untuk menyongsong masa depan, dalam pengertian bahwa, sebagai koran daerah *BERNAS* harus mendekati realita. Informasi regional dan lokal akan menjadi titik beratnya. Dengan teknologi cetak jarak jauh, seluruh koran dari manapun akan bisa dicetak dan diedarkan pada waktu yang

bersamaan termasuk di Yogyakarta. *Berita Nasional* berganti nama untuk menunjukkan identitas yang baru sebagai koran daerah yang lengkap sekaligus bervisi nasional. Bernas harus muncul sebagai koran daerah yang “mentes” banyak isinya sekaligus dapat dipercaya. *BERNAS*, yang muncul dalam manajemen baru menandai pula kehadirannya yang lebih lengkap dengan muatan dan jumlah halaman bertambah dari sebelumnya 8 halaman sejak saat itu *BERNAS* terbit dalam 12 halaman.

Pada tanggal 29 Agustus 2004 koran yang selama ini dikenal dengan nama *BERNAS* yang semula diterbitkan oleh PT. *BERNAS* dilahirkan kembali oleh manajemen baru yang lebih mandiri yaitu PT. Media Bernas Jogja. Tujuannya tak lain untuk eksistensi ke depan dan memuaskan pembaca koran kebanggaan warga Jogja dan sekitarnya ini.

Re-inventing dilakukan dengan pertama, mengubah nama dan logo koran ini dari *BERNAS* menjadi *Bernas Jogja*. Kedua, jika *BERNAS* menggunakan kertas 9 kolom, mulai edisi 29 Agustus 2004 dan seterusnya *Bernas Jogja* hadir dalam kemasan ukuran 7 kolom. Ketiga, *Bernas Jogja* tampil lebih berwarna. Bila selama ini hanya punya dua halaman warna kini menjadi 4 halama. Tampilan koran ini juga akan menjadi 2 sesi. Sesi pertama disebut Koran Utama, yang memuat berita umum sedangkan sesi kedua atau koran 2, seratus persen menyajikan berita lokal Jogja dan sekitarnya.

Keempat, untuk sementara *Bernas Jogja* terbit 16 halaman. Namun, dalam waktu yang tak terlalu lama siap hadir 20 halaman atau dengan inovasi-inovasi baru dalam rubrikasi. Selain keempat hal tadi, *Bernas Jogja* juga akan melakukan

perubahan paradigma. Pertama, tampil lebih independen alias tidak memihak kepada siapa pun, dan hadir semata-mata untuk memuaskan pembaca khususnya dan masyarakat Jogja umumnya.

Pro bisnis menjadi sikap *Bernas Jogja*. Artinya, koran ini akan tetap mengedepankan prinsip-prinsip koran modern dalam lingkup industri persurat kabaran yang sehat dan bermartabat. Pasti, penampilan dan sajian akan tetap berlandaskan pada kemauan pasar.

Bernas Jogja, menganut asas jurnalisme kesetiakawanan. Artinya, akan menyajikan berita-berita, tulisan-tulisan gambar maupun foto yang sejuk, damai dan menyenangkan semua warga Jogja. Yang terakhir, sumber daya manusia akan terus diasah untuk menjaga profesionalisme para wartawan dan karyawan. Langkah pertama adalah memerangi wartawan amplop, karena dengan langkah ini visi dan misi *Bernas Jogja* sebagai koran independen, pro bisnis dan sejuk tersebut akan terwujud. Langkah awal ini akan tercapai jika masyarakat juga ikut mendukungnya. Dengan segala perubahan ini diharapkan *Bernas Jogja* akan dicintai serta menjadi kebanggaan masyarakat Jogja.

Struktur organisasi media *Bernas Jogja* mencakup beberapa *hirarkhis* dari Direksi, Redaksi hingga Manager Keuangan dengan rincian sebagai berikut:

Direktur Utama : Bimo Sukarno
Direktur : Sudiyarta
Pemimpin umum/Redaksi: Bimo Sukarno
Pemimpin Perusahaan : Bambang Sukoco
Sekretaris Korporat : Tedy Kartyadi
Redaktur Senior : Jh Arie Giyarto, YB Margantoro
Redaktur Pelaksana : Sugeng Prayitno
Wakil Redaktur
Pelaksana : Philipus Jehamun

Redaktur : A Juvintarto
 Asisten Redaktur : Sholihul Hadi, Warjono
 Staf redaksi : Nila hastuti, Sukendar, Sariyati, Y Putu palupi, Robertus Sumiarno, Herman Rio Itawan, Sutartono, Sri Widodo, Z Bambang Darmadi. **Klaten**; Masal Gurusinga, **Temanggung**; Endi Yarsana. **Kebumen**; Nanang W Hartono. **Jakarta**; Sumbono.
 Manajer Iklan :Zubaedi.
 Manager Sirkulasi :Catur Nugroho.
 Manager PSDM/Umum :Wisnu Wardaya.
 Manager Keuangan :Roby Indra Mardany.
 Alamat Redaksi :Jl. IKIP PGRI Sonosewu Yogyakarta
 Alamat Homepage :http://www.bernasjogja.com
 Alamat e-mail :bernasjogja@yahoo.com
 editor@bernasjogja.com,
 iklan_bernas jogja@yahoo.com

Susunan organisasi media Bernas Jogja ini menunjukkan bahwa skala kegiatan media ini lebih terbatas, dengan tarif langganan Rp 40.000/bulan dan 7 kali terbit per minggu. Dalam susunan redaksi terlihat jumlah personalia yang tidak begitu banyak dan ada personalia khusus untuk empat daerah tertentu yaitu, Klaten, Temanggung, Kebumen, dan Jakarta.

Kegiatan periklanan Bernas Jogja mencakup 6 jenis iklan yaitu:

1. Iklan Keluarga : Rp 6000/mmk
2. Iklan baris : Rp 6000/baris
3. Iklan satu kolom : Rp 6000/mmk
4. Iklan warna : Rp 22.000 & Rp 12.000 /Hitam Putih
5. Advertorial : Rp 9000
Hitam putih
6. Advertorial : Rp 18000
Berwarna

Dengan demikian dapat diperkirakan kemampuan perusahaan media ini dari sisi finansial lebih terbatas dan memberikan dukungan pada penyajian berita dengan skala kemampuan yang lebih terbatas pula.