

KOMUNITI

Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi

APLIKASI TEORI NICHE MELALUI IKLAN DISPLAY
SURAT KABAR SOLO POS DAN JOGLOSEMAR PERIODE
17 DESEMBER 2012 – 15 JANUARI 2013 65-73

Luthfi Wafiyati

KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM PADA
PEMERIKSAAN LAPORAN KEUANGAN PERUSAHAAN
BERBUDI BOWO LAKSONO, NOOR AKHMAD SETIAWAN 74-85

Berbudi Bowo Laksono, Noor Akhmad Setiawan

IDENTITAS SEKSUALITAS REMAJA DALAM FILM
SEKAR DWI MARLIANA 84-95

Sekar Dwi Marliana

ANALISIS TRAFFIC JARINGAN DENGAN ALGORITMA
ERLANG TANPA DELAY 94-95

Heni Rahayu, Fatah Yasin, Jatmiko

KAJIAN TEORI NICHE TERHADAP RUBRIK BERTITA PADA
SURAT KABAR HARIAN SOLO POS DAN JOGLOSEMAR
PERIODE JANUARI 2013 96-104

Riska Septiana

RANCANG BANGUN APLIKASI PENGENALAN
ASMAA UL HUSNA BERBASIS WINDOWS PHONE
MENGUNAKAN VISUAL BASIC.NET 105-112

Bambang Subakti, Umi Fadlillah, Yusuf Sulistyo N

KONSTRUKSI PERGURUAN TINGGI DI MEDIA MASSA
BUDI SANTOSO 113-120

Budi Santoso

SELEKSI SEKOLAH MENENGAH LANJUTAN
MENGUNAKAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS 121-130

Yusuf Sulistyo Nugroho, Agus Ulinuha, Nuruddin Nova Sekti Aji

KOMUNITI

Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi

SUSUNAN REDAKSI

Ketua Penyunting	: Endah Sudarmilah, M.Eng
Penyunting Pendamping	: Agus Triyono, M. Si Fauzan Natsir, S.Kom
Penyunting Ahli	: Prof. Budi Murtiyasa, M.Kom Prof. Abdul Ngalm, M.Hum Agus Ulinuha, Ph.D Husni Thamrin, Ph.D Dr. Udi Rusadi Dr. Billy Sarwono
Distributor	: Hemi Suseno

Jurnal KomuniTi diterbitkan oleh Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta dimaksudkan sebagai media komunikasi, informasi dan forum pembahasannya terutama bidang studi ilmu komunikasi dan teknik informatika. Jurnal KomuniTi menerima tulisan ilmiah, ringkasan hasil penelitian, hipotesis atau pemikiran orisinal bersifat kritis, kreatif dan aktual. Naskah diketik dalam MS Word, Font Times New Roman ukuran 12, spasi ganda, kertas A-4, jumlah halaman 10 - 15. Naskah dikirim dalam bentuk soft file dan cetak.

Naskah disusun dengan urutan :1) Judul artikel; 2) Nama Penulis (lengkap dengan alamat rumah dan instansi; 3) Abstrak disertai kata kunci ditulis dalam Bahasa Inggris; 4) Pendahuluan, mencakup prumusan masalah, mengapa hal tersebut diteliti, tinjauan pustaka, tujuan, manfaat penelitian; 5) Metode penelitian; 6) Hasil dan Pembahasan; 7) Kesimpulan /saran/rekomendasi/tindak lanjut; 8) Ucapan terima kasih kepada pemberi dana dan pihak yang dianggap berperan; 9) Daftar Pustaka; 10) Lampiran-lampiran.

Alamat redaksi :

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Jl. A Yani Pabelan Tromol Pos I Surakarta 57102, telpon (0271) 717417 ext 437

Fax: (0271) 715448, email: komuniti@ums.ac.id atau website:<http://fki.ums.ac.id/komuniti>

PENGANTAR REDAKSI

Alhamdulillah *rabbi'l'alamiin*, segala puji dan syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah atas segala nikmat dan ijinnya sehingga Jurnal KomuniTi Vol. V No. 2 September 2013 dapat kita nikmati bersama. Tanpa melupakan dasar filosofis ihwal penerbitan jurnal ini, pada edisi kali ini kami sajikan beberapa tema penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Teknologi Informasi.

Pada edisi kali ini, kajian dan hasil penelitian Ilmu Komunikasi lebih menekankan pada analisis terhadap media massa, baik dalam bentuk media cetak maupun televisi. Ulasan tersebut terlihat dalam Aplikasi Teori Niche melalui Iklan Display Surat Kabar Solo Pos dan Joglosemar, Identitas Seksualitas Remaja dalam Film, Kajian Teori Niche Terhadap Rubrik Berita pada Surat Kabar Harian Solo Pos dan Joglosemar Periode Januari 2013. Pada tulisan terahir diulas tentang Konstruksi Perguruan Tinggi Di Media Massa.

Dalam bidang Teknologi Informasi, kami sajikan hasil riset berkaitan dengan Knowledge Management System pada Pemeriksaan Laporan Keuangan Di BPK RI, Analisis Traffic Jaringan dengan Algoritma Erlang tanpa Delay, Rancang Bangun Aplikasi Pengenalan Asmaaul Husna Berbasis Windows Phone Menggunakan Visual Basic.Net dan yang terakhir adalah Seleksi Sekolah Menengah Lanjutan Menggunakan *Analytic Hierarchy Process*.

Rangkaian tema yang dikedepankan pada edisi kali ini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi yang senantiasa berkembang dinamis menuju perubahan peradaban yang lebih baik. Terima kasih setulusnya disampaikan kepada dewan editor pelaksana, dan segenap tim pengelola jurnal atas segala jerih payah, kerja keras, dan sumbangan pemikirannya sehingga Jurnal KomuniTi Volume V No. 2 September 2013 ini dapat terbit. Semoga dapat memberikan kemanfaatan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Surakarta, September 2013

Redaksi

KOMUNITI

Volume V, No. 2, September 2013

DAFTAR ISI

- | | |
|--|---------|
| APLIKASI TEORI NICHE MELALUI IKLAN DISPLAY SURAT KABAR SOLO POS DAN JOGLOSEMAR PERIODE 17 DESEMBER 2012 – 15 JANUARI 2013
<i>Luthfi Wafiyati</i> | 65-73 |
| KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM PADA PEMERIKSAAN LAPORAN KEUANGAN DI BPK RI
<i>Berbudi Bowo Laksono, Noor Akhmad Setiawan, Surjono</i> | 74-81 |
| IDENTITAS SEKSUALITAS REMAJA DALAM FILM
<i>Sekar Dwi Marlina</i> | 82-89 |
| ANALISIS TRAFFIC JARINGAN DENGAN ALGORITMA ERLANG TANPA DELAY
<i>Heni Rahayu, Fatah Yasin, Jatmiko</i> | 90-95 |
| KAJIAN TEORI NICHE TERHADAP RUBRIK BERITA PADA SURAT KABAR HARIAN SOLO POS DAN JOGLOSEMAR PERIODE JANUARI 2013
<i>Riska Septiana</i> | 96-104 |
| RANCANG BANGUN APLIKASI PENGENALAN ASMAA UL HUSNA BERBASIS WINDOWS PHONE MENGGUNAKAN VISUAL BASIC.NET
<i>Bambang Subakti, Umi Fadlillah, Yusuf Sulistyono</i> | 105-112 |
| KONSTRUKSI PERGURUAN TINGGI DI MEDIA MASSA
<i>Budi Santoso</i> | 113-120 |
| SELEKSI SEKOLAH MENENGAH LANJUTAN MENGGUNAKAN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS
<i>Yusuf Sulistyono Nugroho, Agus Ulinuha, Nuruddin Nova Sekti Aji</i> | 121-130 |

KONSTRUKSI PERGURUAN TINGGI DI MEDIA MASSA (ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN PLAGIASI OLEH GURU BESAR UMS PADA HARIAN SOLO POS EDISI 26-30 APRIL 2012)

Budi Santoso

E-mail : budisan_86@yahoo.com

ABSTRAK

Citra merupakan suatu hal yang sangat penting bagi seorang individu maupun kelompok. Bisa dikatakan bahwa hampir setiap individu maupun kelompok yang ada dalam masyarakat memiliki citra tersendiri. Begitu juga dengan lembaga, atau juga perguruan tinggi. Citra bagi perguruan tinggi dapat berpengaruh pada respon masyarakat terhadapnya. Suatu perguruan tinggi dengan citra baik dapat dipastikan akan mendapatkan respon baik seperti kepercayaan dari masyarakat. Berkaitan dengan hal tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa peran media massa dalam membentuk citra suatu perguruan tinggi sangatlah penting. Media massa yang merupakan alat penyalur informasi atau realitas kepada masyarakat memiliki pengaruh atau efek yang cukup kuat bagi pembentukan opini publik yang akan berdampak pada citra objek yang diberitakan. Media yang mengkonstruksikan realitas dalam pemberitaannya akan diterima dan dicerna masyarakat dalam konstruksi yang mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu hal atau objek. Dalam hal ini, media yang mengkonstruksikan realitas akan berpengaruh dalam pembentukan citra seorang, kumpulan orang, maupun lembaga, termasuk juga universitas atau perguruan tinggi. Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dalam pemberitaan Solo Pos mengenai kasus plagiasi yang dilakukan oleh salah satu guru besarnya menjadi salah satu cermin bagaimana media mengkonstruksikan fakta melalui pemberitaannya. Lebih lanjut, konstruksi-konstruksi yang diciptakan tersebut akan menimbulkan citra tertentu terhadap UMS.

Kata Kunci : Konstruksi, Citra, Perguruan Tinggi

A. PENDAHULUAN

Pers adalah sebuah lembaga media yang mempunyai massa dan *credible* (terpercaya). Berdasarkan sifat kredibilitasnya tersebut, pers mampu meneruskan sebuah informasi untuk kepentingan tujuan serta strategi *public relations* yang mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas (Ruslan, 2003:31). Secara manusiawi, maka kecenderungan media dalam melakukan sebuah peliputan bertujuan untuk menaikkan oplah surat kabarnya. Pemberitaan

media massa khususnya media cetak surat kabar, dapat merekayasa sebuah realitas yang ada berdasarkan kepentingan media itu, namun demikian pers tetap mempunyai tanggung jawab kepada publik akan isi dari realitas tersebut.

Organisasi yang tumbuh besar umumnya menjadi "incaran" pers, karena organisasi tersebut menyanggah perilaku yang berhubungan dengan kepentingan orang banyak. Namun demikian, hanya sedikit organisasi yang menyadari hal ini dan banyak pula yang tidak

tahu bagaimana berhubungan yang baik dengan pers. *Public relations* dapat membantu organisasi membina hubungan yang harmonis dengan pers, mengatur pertemuan dengan pers dan memberitahu haknya sebagai sumber berita. Dengan bantuan ini, pers dan perusahaan dapat lebih bersifat terbuka dan saling memahami satu sama lain. Sehingga, dalam hal ini tujuan pencitraan, dapat dilakukan dengan mudah sebagai akibat hubungan yang baik pula.

Pada bulan April 2012, kalangan akademisi di Surakarta dikejutkan oleh berita di Solo Pos tentang adanya tindakan plagiasi karya ilmiah yang dilakukan oleh salah seorang guru besar dari Universitas Muhammadiyah Surakarta. Di dalam berita tersebut disajikan tentang adanya tindakan yang tidak etis dilakukan oleh seorang guru besar dengan menampilkan beberapa nara sumber yang mempunyai kredibilitas dalam dunia akademik, baik berasal dari internal UMS maupun dari eksternal UMS selama kurang lebih 5 hari. Pemberitaan yang berlangsung lama tersebut, tentunya merugikan UMS sebagai sebuah perguruan tinggi swasta yang mana pada bulan tersebut sedang melakukan penerimaan mahasiswa baru.

Penelusuran yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan keanehan. Hal ini karena hanya Solo Pos lah satu-satunya media di Surakarta yang memberitakan kasus tersebut, sedangkan media lain sama sekali tidak memberitakannya. Untuk itulah, pada penelitian kali ini peneliti bermaksud untuk mencari bagaimanakah citra UMS di Solo Pos terkait dengan pemberitaan tentang plagiasi yang dilakukan oleh guru besar UMS.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Berbicara mengenai konstruksi realitas, ada tiga tindakan yang biasa dilakukan pekerja

media ketika melakukan konstruksi realitas, yakni: (1) pemilihan simbol (fungsi bahasa); (2) pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi framing) dan terakhir (3) kesediaan memberi tempat (agenda setting) (Ibnu Hamad, 2004:15-25).

Dalam hal pilihan kata (simbol), simbol dipakai diantaranya dalam komunikasi politik dengan bertujuan untuk bertukar makna-makna dan citra tertentu yang akan diinterpretasikan oleh pihak penerima pesan melalui lambang politik tersebut. Sedangkan dalam komunikasi massa, dalam konteks ini di mana media melakukan kutipan langsung atau menjadikan komunikator politik sebagai sumber berita, media tetap memiliki keterlibatan dalam pemilihan simbol yang digunakan oleh sumber tersebut. Ini dikarenakan media memiliki banyak pilihan ucapan dari narasumber yang dikutip, dan ada pertimbangan tertentu dalam memilih suatu narasumber. Terlebih ketika media massa membuat sebuah ulasan, katakanlah editorial, pilihan kata (simbol) itu ditentukan oleh komunikator massa tersebut.

Kedua, melakukan pembingkaihan (*framing*) peristiwa. Hal ini di antaranya dilakukan karena adanya tuntutan teknis seperti keterbatasan kolom dan halaman (pada media cetak) atau waktu (pada media elektronik), sehingga jarang ada media yang membuat berita sebuah peristiwa secara utuh mulai dari menit pertama kejadian hingga menit akhir. Atas nama kaidah jurnalistik, peristiwa yang panjang, lebar dan rumit, dicoba untuk "disederhanakan" melalui mekanisme pembingkaihan (*framing*) fakta-fakta dalam bentuk berita sehingga layak untuk dikonsumsi oleh khalayak. Oleh sebab itu, apa yang diberitakan oleh media hanyalah hal-hal yang dianggap penting atau memiliki nilai berita saja.

Dari segi ini, maka dapat ditebak ke arah mana pembentukan (formasi) sebuah berita. Selain itu, faktor kepemilikan kepentingan juga akan mempengaruhi konstruksi realitas yang disajikan dalam media. Kepentingan tersebut bisa saja dimiliki oleh media maupun pihak lain yang mempunyai hubungan khusus dengan media tersebut. Pembuatan frame itu sendiri didasarkan atas berbagai kepentingan internal maupun eksternal media, baik teknis, ekonomis maupun ideologis. Sehingga pembuatan sebuah berita tidak saja mengindikasikan adanya kepentingan-kepentingan tersebut, akan tetapi juga bisa mengarahkan hendak dibawa kemana isu yang diangkat dalam berita tersebut.

Ketiga, menyediakan ruang atau waktu untuk sebuah peristiwa (fungsi agenda setting). Pada konteks ini media memiliki fungsi *agenda setter* sebagaimana dikenal dalam teori Agenda Setting. Bagaimana besarnya perhatian masyarakat terhadap sebuah isu dipengaruhi oleh seberapa besar media memberikan perhatian pada isu tersebut. Jika misalnya satu media atau bahkan sejumlah media menaruh sebuah kasus sebagai *headline*, maka akan diasumsikan bahwa berita tersebut memperoleh perhatian yang besar dari khalayak. Hal ini tentu berbeda jika berita tersebut dimuat di halaman dalam pojok dan paling bawah. Padahal dalam realita yang ada, media jarang memperbincangkan kasus yang tidak dimuat oleh media, padahal bisa jadi kasus tersebut justru sangat penting untuk diketahui oleh masyarakat.

Dalam teori ini, media massa dipandang berkekuatan besar (*powerfull*) dalam mempengaruhi masyarakat. Apa yang disajikan oleh media, maka itulah yang menjadi ingatan publik. Salah satu dampak utama dari fungsi agenda setting adalah lahirnya gambaran realitas

yang menempel dalam benak masyarakat, sebagaimana media mengkonstruksikannya. Dengan tiga tindakan di atas, gambaran sebuah realitas universitas amat bergantung bagaimana media memberi julukan, mengurutkan fakta-fakta dan memberi kesempatan pengkomunikasiannya kepada publik. Disini keberadaan media massa dan peranan bahasa serta teknik membahasakannya menentukan citra universitas yang akan menempel dibenak masyarakat.

Menurut Ruslan (2003:79), citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek akan ditentukan oleh citra objek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya. Cara pandang atau citra yang terbentuk dalam masyarakat tidak bisa sama karena citra dipengaruhi oleh cara pandang individu dan beberapa faktor. *Pertama*, efek kognitif. Yakni sesuatu yang menambah pengetahuan dalam otak kita yang akan mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. Sehingga berpengaruh terhadap perubahan tingkah laku yang ditimbulkan dari apa yang kita amati dan alami sehingga menimbulkan kesamaan sikap tentang sesuatu baik itu positif maupun negatif.

Kedua, persepsi. Yakni pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan berdirinya suatu perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, maka akan membawa beberapa perubahan yang terkadang mencolok bagi masyarakat sekitar perusahaan (Fariaty, 2003:23). Masyarakat dengan pengamatannya yang didapat dari aktifitas organisasi, memberikan penilaian dari persepsinya yakni positif maupun negatif.

Media massa pada dasarnya adalah media diskusi publik tentang suatu masalah yang melibatkan tiga pihak : wartawan, sumber berita dan khalayak. Ketiga pihak itu mendasarkan keterlibatannya pada peran sosial masing-masing dan hubungan diantara mereka melalui operasionalisasi wacana yang mereka konstruksi. Kemudian, sebuah media massa dilihat sebagai forum bertemunya pihak-pihak dengan kepentingan, latar belakang dan sudut pandang yang berbeda-beda. Setiap pihak berusaha untuk menonjolkan basis penafsiran, klaim atau argumentasi masing-masing berkaitan dengan persoalan yang sedang dibicarakan (Nugroho, 26).

Kalangan pemerintah, universitas, aktivitas sosial dan pihak yang berkepentingan saling berpacu menggunakan media massa untuk menonjolkan klaim mereka terhadap sesuatu, konstruksi sosial dan definisi masing-masing tentang peristiwa atau masalah itu. Keputusan atau kecenderungan media diantaranya juga dipengaruhi oleh sumber yang diwawancarai. Polemik yang terjadi dalam media ini bisa jadi menimbulkan efek mendukung yang dalam bentuk konkritnya adalah penggambaran positif dirinya sendiri dan penggambaran negatif pihak lawan. Dengan mengedepankan perspektif, pandangan dan pendapat tertentu, masing-masing kelompok berusaha untuk menarik dukungan dari publik. Namun, dalam proses konstruksi berita yang ada, kembali lagi kepada bagaimana media tersebut memaknai sebuah peristiwa.

Sebuah teks yang dihasilkan oleh media massa, khususnya berkaitan dengan sebuah universitas, setidaknya mempunyai dua fungsi sekaligus, yakni sebagai teks media yang dapat dinikmati oleh khalayak dan sebagai teks *public relations* yang merupakan tujuan dari universitas

sebagai upaya untuk membentuk citra kepada khalayak. Dengan adanya teks berita yang dibingkai secara positif, maka secara tidak langsung memberikan keuntungan tersendiri bagi sebuah universitas. Sehingga pembentukan citra yang dilakukan oleh universitas dapat tercapai dengan maksimal. Dalam konteks ini lah, framing dipergunakan oleh perusahaan media untuk mengkonstruksi sebuah teks yang kemudian disajikan kepada khalayak.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis framing. Analisis framing adalah bagaimana media membingkai suatu peristiwa atau realitas dalam konstruksi tertentu dengan melakukan penonjolan-penonjolan pada penyeleksian isu. Metode ini tepat digunakan untuk mengetahui kecenderungan sikap media dalam pemberitaannya. Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk mengetahui cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi sebuah fakta. Analisis mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2005 : 255-266), framing adalah proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain, sehingga khalayak lebih tertuju pada informasi tersebut. Zhongdang dan Kosicki melihat ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. Pertama, konsepsi psikologi yang lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Kedua, konsepsi sosiologis

dimana lebih menekankan konstruksi sosial terhadap sebuah realitas yang ada.

Dalam analisis ini, Pan dan Kosicki membagi perangkat framing dalam empat struktur besar. Pertama, sintaksis yaitu susunan kata atau frase dalam kalimat. Kedua yaitu skrip. Bentuk umum dari skrip adalah pola 5W + 1H (*who, what, where, when, why* dan *how*). Ketiga, tematik yakni menunjukkan gambaran umum dari suatu teks, hal ini berhubungan dengan

bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber kedalam teks berita secara keseluruhan. Keempat, retorik dimana ia menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan (Eriyanto, 2005: 255-266).

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki merumuskan kerangka framing sebagai berikut:

Tabel 1. Kerangka Framing Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	5 W + 1 H <i>What</i> (apa), <i>When</i> (kapan), <i>Who</i> (siapa), <i>Where</i> (di mana), <i>Why</i> (mengapa), <i>How</i> (bagaimana)
TEMATIK Cara wartawan menulis Fakta	3. Detail 4. Maksud kalimat, hubungan 5. Normalisasi antar kalimat 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proposisi
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan perangkat analisis framing Zhongdang dan Kosicky untuk melihat bagaimana Solo Pos mengkonstruksikan pemberitaan kasus plagiaris oleh guru besar UMS. Penelitian akan melihat bagaimana Solo Pos membangun informasi serta fakta-fakta mengenai kasus tersebut hingga membentuk konstruksi tertentu. Hingga kemudian disimpulkan, konstruksi-konstruksi yang terbentuk itu akan menciptakan citra tertentu oleh pembaca atau masyarakat terhadap UMS dalam kasus tersebut.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan beberapa temuan yang berhubungan dengan konstruksi pemberitaan plagiaris guru besar Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam Solo Pos terhadap citra Universitas Muhammadiyah Surakarta.

1. UMS Tidak Tegas Tangani Plagiasi

Temuan pertama dari hasil analisis penulis adalah konstruksi Solo Pos yang mengarah pada lemahnya pihak UMS dalam menyikapi

serta menindak kasus plagiarisi. Hal tersebut ditunjukkan dengan beberapa pemberitaan tentang pihak yang kontra atas pemberian sanksi dalam kasus tersebut. Konstruksi diantaranya dibentuk melalui judul yang menggunakan kata-kata tertentu untuk menggambarkan lemahnya sikap UMS dalam penjatuhan sanksi terhadap Harsono. Begitu juga dengan pemilihan narasumber serta kutipan atau pendapat yang dilayangkan dari narasumber yang merupakan pihak yang kontra dengan sikap UMS tersebut. Penggunaan kata-kata tertentu yang membentuk kalimat atau frase juga membentuk konstruksi ini. Begitu juga dengan detil yang disajikan Solo Pos untuk semakin menguatkan konstruksi ini. Bahkan dalam sebuah berita disajikan grafis berupa data-data beberapa universitas yang memecat guru dosennya karena melakukan plagiarisi. Hal ini bisa diartikan bahwa Solo Pos menyajikan data tersebut sebagai bahan perbandingan antara keputusan sanksi UMS dan universitas lain yang pernah mengalami kejadian serupa.

Solo Pos cenderung menampilkan dan mengkonstruksi UMS dalam pemberitaan tersebut sebagai pihak yang kurang tegas dalam mengambil putusan sanksi terhadap Harsono, profesor pelaku plagiarisme. Analisis ini didasarkan pada beberapa bentuk kontra oleh beberapa pihak yang mengeluhkan ringannya sanksi yang dijatuhkan pada Harsono, dan bagaimana pihak UMS yang berwenang dalam penjatuhan sanksi bersikap. Sedangkan pihak UMS yang cenderung mendapat protes atau dianggap paling bertanggung jawab atas ringannya sanksi tersebut adalah rektor UMS, Bambang Setiaji. Konstruksi seperti ini menimbulkan citra UMS yang lemah atau tidak tegas dalam menindak kasus plagiarisi yang menimpa kampus tersebut.

2. UMS Tertutup dalam Kasus Plagiasi Harsono

Konstruksi mengenai sikap tertutup UMS dalam kasus plagiarisi Harsono dibentuk Solo Pos melalui informasi fakta-fakta yang menunjukkan bahwa UMS cenderung menutup-nutupi kasus dan tidak membagi kasus ini dengan pihak luar. Indikasi dari adanya sikap UMS yang menutup-nutupi kasus ini terlihat dari beberapa informasi dari pihak luar UMS seperti Kopertis Wilayah setempat yang tidak tahu dengan adanya kasus tersebut karena tidak mendapat laporan dari pihak UMS. Sedangkan Kopertis adalah pihak yang memiliki kewenangan untuk tahu hal semacam kasus plagiarisi karena ranah kerja organisasi tersebut di bidang pendidikan perguruan tinggi. Dalam salah satu berita juga terdapat detil yang menyatakan bahwa pihak Kopertis tidak tahu dengan adanya kasus plagiarisi UMS karena tidak mendapat laporan dari pihak UMS. Sementara mereka juga menyatakan akan menunggu laporan dari UMS terkait permasalahan itu.

Pihak UMS yang dalam hal ini lebih banyak diwakili oleh Bambang Setiaji seakan tidak ingin kasus tersebut dicampuri oleh pihak luar. UMS juga seakan ingin kasus tersebut segera hilang dari pembicaraan publik dengan tidak mau memberi banyak komentar mengenai pro kontra yang ada dan terkesan menghindar dari pertanyaan seputar hal tersebut ketika menegaskan bahwa kasus sudah selesai. Terlihat dari beberapa pemilihan kata dan detil yang digunakan Solo Pos untuk menyatakan keengganan UMS untuk menjawab pertanyaan mengenai pro kontra. Begitu juga dengan keengganan untuk menjawab apakah mereka akan melaporkan kasus plagiarisi itu ke Kopertis atau tidak.

3. Harsono *Keukeuh* Tidak Bersalah

Konstruksi ini merujuk pada Harsono yang bersikap *keukeuh* tidak bersalah dan terus berpendapat bahwa plagiarisi yang dilakukannya murni karena kelalaian. Sejak awal berita kasus plagiarisi yang dilakukannya muncul di berita Solo Pos, Harsono langsung diberi tempat sebagai narasumber dan berkomentar mengenai kasus yang menimpanya dan membuatnya sebagai tersangka. Dalam beberapa berita, Harsono ditampilkan sebagai pihak "tersangka" yang seakan berusaha dengan kuat bahwa ia sebenarnya tidak melakukan kesalahan dengan sengaja. Pembelaan yang dilakukan oleh Harsono sendiri bahkan dilakukan Solo Pos dengan memberi informasi mengenai Harsono yang telah menyusun buku untuk mengklarifikasi kasusnya tersebut.

4. Kapabilitas dan Loyalitas Profesor Diragukan

Konstruksi ini muncul ketika ada informasi yang disajikan melalui pendapat-pendapat dari narasumber yang mengacu pada kelemahan Harsono sebagai dosen. Dalam sebuah berita, konstruksi ini dibentuk melalui pendapat narasumber yang merupakan salah satu mahasiswa yang diajar oleh Harsono. Mahasiswa tersebut menyatakan ketidakpuasannya terhadap Harsono terkait kualitas dan loyalitasnya sebagai dosen karena sering absen dalam mengajar dan menunjuk asistennya untuk menggantikannya di kelas. Konstruksi tersebut tersaji dalam beberapa detil baik kutipan langsung maupun tidak langsung dari si mahasiswa tersebut.

Bisa dikatakan, konstruksi ini berkebalikan dengan konstruksi sebelumnya. Konstruksi seperti ini yang muncul di tengah kasus plagiarisi yang menimpa Harsono, dapat menimbulkan

citra buruk untuknya yang diragukan kualitas serta loyalitasnya sebagai dosen, apalagi ia adalah seorang guru besar. Hal tersebut dapat dikaitkan pembaca dengan kasus plagiarisi yang menimpa Harsono. Ini mungkin memang sengaja ditampilkan oleh Solo Pos untuk membentuk konstruksi tertentu untuk Harsono. Lebih jauh lagi, masyarakat dapat mencitrakan Harsono sebagai seorang guru besar yang tidak kapabel dan loyal. Sehingga jika konstruksi ini dikaitkan dengan kasus plagiarisi yang dilakukannya, masyarakat mungkin akan lebih yakin jika memang Harsono melakukan plagiarisi karena melihat sisi buruknya sebagai dosen yang dikonstruksikan oleh Solo Pos dalam beritanya.

E. KESIMPULAN

Dari beberapa konstruksi pemberitaan kasus plagiarisi oleh guru besar UMS pada surat kabar Solo Pos yang berdampak pada citra UMS pada analisis dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konstruksi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang tidak tegas dalam penanganan serta penjatuhan sanksi terhadap kasus plagiarisi dapat menimbulkan citra buruk pada diri UMS sendiri. Masyarakat bisa menilai negatif terhadap UMS dengan memandangnya sebagai kampus yang tidak tegas dalam menindak kasus plagiarisi
2. Konstruksi mengenai UMS yang anti-plagiasi yang muncul di tengah-tengah isu tersebut serta banyaknya kontra akan sanksi yang terlalu ringan justru dapat dipandang masyarakat sebagai sebuah pengalihan dan inkonsistensi UMS dalam merealisasikan antiplagiasi.

3. Citra buruk profesor pelaku plagiarasi yang berdampak pada citra UMS sendiri terkait dengan konstruksi pemberitaan tentang keburukan si profesor, seperti ngotot tidak bersalah atau tidak sengaja telah melakukan plagiarasi. Meski di waktu yang sama citra baik si profesor juga ditampilkan.
4. Beberapa pembelaan untuk Harsono dari pihak dalam kampus seperti mahasiswa, dosen, hingga rektor juga sikap yang terkesan menutup-nutupi kasus dan tidak ingin dicampuri pihak lain dapat

dilihat sebagai pengingkaran atas tindakan plagiarasi yang dilakukan oleh Harsono. Citra UMS bisa saja menjadi negatif dengan adanya sikap yang dikonstruksikan oleh media seperti ini.

F. PERSANTUNAN

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada LPPM UMS yang telah mendanai kegiatan penelitian kali ini. Disamping itu, kami juga mengucapkan terimakasih kepada humas UMS yang telah berkenan menjadi subyek dalam penelitian kali ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmastuti, Rini, 2012, *Media Relations: Konsep, Strategi dan Aplikasi*, Yogyakarta : Andi
- Djuroto, Totok, 2000, *Manajemen Penerbitan Pers*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto, 2005, *Analisis Framing*, Yogyakarta : LkiS.
- Hamad, Ibnu, 2004, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa : Sebuah Study Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*, Jakarta : Granit.
- Hidayat, Dedy N, Effendi Gazali, dkk (ed), 2000, *Pers Dalam "Revolusi Mei", Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Gramedia: Jakarta.
- Kasali, Rhenald, 2000, *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* , Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kusumaningrat, Hikmat, Purnama Kusumaningrat, 2005, *Jurnalistik : Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mc Quail's, Denis, 2002, *Mass Communication Theory (4th Editon)*, London-Thousand Oaks-New Dehli : SAGA Publications.
- Nurudin, 2003, *Komunikasi Massa*, Malang : Cespur.
- Pareno, Sam Abede , 2005, *Media Massa antara Realitas dan Mimpi*, Surabaya : Papyrus.
- Sudibyoy, Agus, 2006 (Cetakan Kedua), *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, Yogyakarta : LKiS