

DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN

A. Profil Media

(Sumber : Iklan Koran Merapi (Terlampir))

KORAN MERAPI

(PT. BP KEDAULATAN RAKYAT)

Nama Media	: Koran Merapi
Ijin Siaran	: SIUPP 0234/SK/Menpen/SIUPP/D.2/1987
Dikeluarkan Pada	: Tanggal 22 September 1987
Terbit	: 2 Januari 2010
Bentuk	: Harian Umum
Penerbit	: PT. BP Kedaulation Rakyat Yogyakarta
Pemimpin Umum	: Drs. HM Romli

SUSUNAN REDAKSI

Pemimpin Umum	: Drs. HM Romli
Pemimpin Redaksi	: Nurhadi
Wakil Pemimpin Redaksi	: Drs. Swasto Dayanto
	: Husein Effendi, Ssi
Sekretaris Redaksi	: Erna Septi Tri Nurpeni, Amd
Redaktur Pelaksana	: Herbangun P Aji, S.Sos
	: Sutrisno, S.Sos
Redaktur Senior	: H. Sulaiman Ismail
Redaktur	: Drs. Sihono, HT, M.Si.

: JB Santoso

: Ismet Nurul Munir

: Agoes Jumianto

: Nurrohman Sodik, S.Sos

: Junianto BS, S.Sos

: M Zainuri Arifin

: Ary Budi Prasetyo

ALAMAT

Jl. P. Mangkubumi 40-46 Yogyakarta

Telp / Fax. Pemasaran : (0274) 555661

Telp / Fax. Redaksi : (0274) 555534

Website : www.koranmerapi.com

SEJARAH SINGKAT

(Sumber : Hasil wawancara dengan wakil pemimpin redaksi, Husein Effendi di kantor Koran Merapi, 23 Mei 2011 pukul 10.00-12.00 dan iklan Koran Merapi (Terlampir))

Koran Merapi merupakan Harian Umum lokal Yogyakarta yang terbit pertama kali pada tanggal 1 Maret 2003. Harian Umum ini berada di bawah KR GROUP, yang diterbitkan oleh PT. BP Kedaulatan Rakyat. Nama Merapi mengacu pada Gunung Merapi yang merupakan ikon kota Yogyakarta yang berdiri kokoh di perbatasan DIY-Jateng. Koran Merapi memiliki *tagline* yang

selalu ada di bawah logo Koran Merapi di setiap edisinya yaitu Tuntas Tanpa Tendensi. Melalui *tagline* tersebut Koran Merapi akan memberitakan realitas secara tuntas dan netral tanpa ada keberpihakan terhadap pihak-pihak yang ada di dalam sebuah pemberitaan. Koran ini beredar di seluruh wilayah Yogyakarta yaitu Kota Yogya, Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul dan juga wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya.

Latar belakang kemunculan Koran Merapi adalah pada saat itu belum ada koran yang khusus menyajikan berita-berita kriminal dan hukum yang diterbitkan oleh media di Yogyakarta. Namun ada satu media yaitu Koran Meteor yang diterbitkan oleh Jawa Pos cabang Semarang yang juga mengambil pasar di Yogyakarta. Ternyata Koran Meteor mencapai tingkat penjualan yang tinggi di Yogyakarta. Hal ini dilihat sebagai peluang untuk membuat koran yang sejenis, yaitu koran yang berkonsentrasi pada bidang kriminal dan hukum. Selain itu, kemunculan Koran ini pun sebagai pembuktian bahwa koran kriminal tidak harus menggunakan bahasa yang kasar dan vulgar seperti yang ada pada Koran Meteor saat itu dalam pemberitaan kasus-kasus kriminalnya yang berdarah-darah hingga berlendir-lendir, ungkap Husein Effendi, wakil pemimpin redaksi Koran Merapi di kantor Koran Merapi, 23 Mei 2011 pukul 10.00-12.00 WIB. Dengan menggunakan bahasa yang santun, Koran Merapi mencoba memikat hati masyarakat Yogyakarta.

Dalam iklan Koran Merapi (terlampir) disebutkan karakteristik Koran Merapi. *Pertama*, Kemunculan Koran Merapi karena masyarakat Jogja. Bukan tiba-tiba tetapi matang perhitungannya, matang pertimbangannya. Salah satu dasarnya yaitu besarnya minat masyarakat pembaca terhadap berita kriminal,

hukum, *sport*, dan supranatural. Kekuatan, keunggulan, dan daya pikat keempat bidang inilah yang menjadi sajian inti sekaligus andalan koran ini. *Kedua*, Koran Merapi ada tidak hanya sekedar *trend* juga bukan karena latah. Apalagi mengekor. Ini murni untuk memenuhi kebutuhan publik, termasuk pasar, khususnya di DIY dan Jawa Tengah.

Ketiga, Koran Merapi memiliki gaya penyajiannya jauh berbeda dengan media senada. Sajian Koran Merapi keras tapi bukan sadis, berani tapi bukan *ngawur*, bukan pula jorok atau menjijikan. Koran Merapi memang disiapkan sebagai media yang bisa diterima semua kalangan, tanpa membeda-bedakan kelas, tanpa membeda-bedakan umur, tak tabu pula dibaca ibu-ibu termasuk anak-anak. Slogan yang digunakan harian umum ini adalah “ Ketika Berita Kriminal Tersaji Lebih Santun”.

Keempat, Koran yang disajikan bagi masyarakat Yogyakarta ini mengaku sebagai koran yang berhati nyaman. Karena semua sajian Koran Merapi secara otomatis masih dalam koridor kultur Yogyakarta, yang masih menjunjung tinggi etika dan moral. Salah satu pembuktiannya juga melalui pemberitaan di bidang supranatural yang setiap hari tersuguhkan bagi masyarakat Yogyakarta. Misi ini akan semakin selaras, karena Koran Merapi dari rahim Koran berpengalaman, terpercaya dan tertua di Indonesia, yakni SKH Kedaulatan Rakyat. *Kelima*, Koran Merapi menjunjung tinggi fakta dan bukan opini. Selalu menggali fakta sedalam-dalamnya dan membedah fakta secara gamblang. Tuntas dalam membedah realitas, bersikap netral tanpa tendensi dan menyuguhkannya dengan bahasa yang mudah dicerna dan dipahami oleh setiap kalangan masyarakat. Dan terakhir, Koran Merapi bukanlah koran yang digunakan untuk menjerumuskan serta

merusak moralitas dan mentalitas anak bangsa. Karena misi penting Koran Merapi adalah turut mencerdaskan anak bangsa.

Husein Effendi di kantor Koran Merapi, 23 Mei 2011 pukul 10.00-12.00 WIB, menjelaskan kemunculan Koran Merapi sejak 1 Maret 2003 sempat terhenti peredarannya pada tanggal 1 September 2009. Karena pergantian *management* dalam perusahaan, koran ini pun berubah menjadi KR Bisnis. Namun setelah ditimbang-timbang akhirnya Koran Merapi terbit kembali pada tanggal 2 Januari 2010. Dengan tambahan kata Pembaruan pada logo Koran Merapi, koran ini tidak mengalami perubahan yang berarti. Diakui oleh Husein Effendi, wakil pemimpin redaksi yang sudah menjadi staf redaksi dari awal kemunculan Koran Merapi, perubahan selalu ada walaupun tidak secara total dilakukan oleh perusahaan atau pun redaksi. Seluruh perubahan yang terjadi pada Koran Merapi atas dasar permintaan dan kebutuhan pasar. Koran Merapi selalu berusaha menyuguhkan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Husein Effendi di kantor Koran Merapi, 23 Mei 2011 pukul 10.00-12.00 WIB, juga menjelaskan bahwa Koran Merapi sering mendapatkan penghargaan dari Pemerintah Kabupaten dan Pemerintah Kota, dan yang terakhir penghargaan dari Kementerian Pendidikan Nasional, koran ini pun tidak luput dari kritik dan saran yang berasal dari masyarakat Yogyakarta. Dengan tangan terbuka, Koran Merapi menerima segala kritikan dan saran-saran yang membangun dan akan membuat Koran Merapi lebih baik lagi agar terus kokoh berdiri untuk melayani kebutuhan masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya akan informasi.

VISI DAN MISI

Husein Effendi, wakil pemimpin redaksi Koran Merapi menjelaskan visi dan misi Koran Merapi (Kantor Koran Merapi, 23 Mei 2011, pukul 10.00-12.00). Visi Koran Merapi yaitu tidak untuk membuat masyarakat takut. Sebaliknya, masyarakat justru *melek* bahwa kriminalitas itu ada dan selalu ada di tengah-tengah masyarakat. Karenanya, masyarakat perlu paham akan modus-modus operasi kejahatan agar selalu waspada dan hati-hati. Dan misi Koran Merapi adalah menjadi bacaan sehat, menjadi bahan keluarga, dari bapak, ibu, anak sampai kakek, dan nenek.

LOGO KORAN MERAPI



PROFIL PEMBACA

(Sumber : Iklan Koran Merapi (Terlampir))

Jenis Kelamin

- Male
- Female

TABEL 3

Tingkat Umur

UMUR	PERSENTASE
10 – 14 tahun	1,41 %
15 – 19 tahun	21,13 %
20 – 29 tahun	38,03 %
30 – 39 tahun	23,24 %
40 – 49 tahun	8,45 %
50 tahun ke atas	7,74 %

TABEL 4
Tingkat Pekerjaan

PROFIL PEKERJAAN	PERSENTASE
Pekerja Kantoran	10,56 %
Buruh	22,54 %
Pengusaha	23,94 %
Pelajar / Mahasiswa	30,28 %
Ibu Rumah Tangga	2,82 %
Swasta	9,86 %

TABEL 5
Tingkat Pendidikan

PROFIL PENDIDIKAN	PERSENTASE
Tidak Lulus SD	2,82 %
Lulus SD	10,56 %
Lulus SMP	22,54 %
Lulus SMA	40,14 %
Lulus Universitas	23,84 %
Lulus S2 dan S3	0,1 %

DISTRIBUSI KORAN MERAPI

(Sumber : Iklan Koran Merapi (Terlampir))

Cara Mendapatkan KR

- Langganan : 17,61 %
- Beli : 11,27 %
- Gratis : 1,41 %
- Lain-lain : 69,72 %

Waktu Membaca

- Pagi : 55,77 %
- Siang : 36,54 %
- Sore / Malam : 7,69 %

TABEL 6

Tiras

WILAYAH	KOTA	JUMLAH
Daerah Istimewa Yogyakarta	Kota Yogya	2,860
	Sleman	5,412
	Bantul	3,322
	Kulonprogo	803
	Gunung Kidul	1,139
Daerah lain	Jawa Tengah	7,632
TOTAL SELURUHNYA		21,168

KEREDAKSIAN DAN ORGANISASI KORAN MERAPI

(Lampiran)

PROFIL RUBRIK

(Sumber : Iklan Koran Merapi (Terlampir))

- Kriminal dan Hukum
- Unggul
- Gebyar
- Kolom
- Supranatural
- Greget
- Klinik Alternatif
- Seputar Kita
- Olah Raga
- Warna – Warni

B. SELEKSI PEMBERITAAN: STUDI AWAL MELALUI DATA KUANTITATIF

Sebelum menganalisis teks, peneliti melakukan seleksi terhadap *top headline* Koran Merapi selama tahun 2010, khususnya *top headline* yang memberitakan mengenai tindak kriminal terhadap perempuan. Peneliti menemukan 32 *top headline* di tahun 2010. Tindak kriminal yang diberitakan antara lain merupakan tindak pelecehan seksual, pemerkosaan, pembunuhan dan perampokan terhadap perempuan.

Namun peneliti masih melakukan pengamatan terhadap *top headline* tersebut di setiap bulannya di tahun 2010. Di setiap bulannya, *top headline* yang memberitakan kasus kriminal terhadap perempuan berbeda-beda jumlahnya. Bulan yang paling banyak adalah bulan Ferbruari, April, dan Desember. Ada 21 *top headline* dalam tiga bulan tersebut. 21 *top headline* tersebut ada dalam tabel berikut ini :

TABEL 7

***Top Headline* Berita Kriminal Terhadap Perempuan Bulan Februari, April
Dan Desember 2010**

NO	TANGGAL	JUDUL	KOTA KEJADIAN
1.	1 Februari 2010	Pemerkosa Diringkus	Yogya
2.	7 Februari 2010	Bu Guru Dijambret	Wonosari
3.	20 Februari 2010	Wanita Dibunuh Di Sawah	Bantul
4.	24 Februari 2010	Mahasiswi Dibunuh Di Kos	Yogya
5.	25 Februari 2010	Pemilik Warung Ditembak	Sleman
6.	27 Februari 2010	Bapak Cabuli Anak	Sleman