4. ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Radio Suara Surabaya

Suara Surabaya FM 100,55 MHz, mengudara bersamaan dengan momentum Gerhana Matahari Total pada tanggal 11 Juni 1983 dari lokasi di kawasan berbukit jalan Wonokitri Besar 40, Surabaya, Jawa Timur.

Suara Surabaya radio di Indonesia yang sejak awal kelahirannya secara sadar menerapkan format 'Radio *News* atau Informasi' dan bermotto *FM News* dan *Music Hit*.

Menyadari konsekuensi dari penerapan format 'Radio *News* atau Informasi' dari awal kelahirannya, yaitu dengan membentuk 'Tim Redaksi' tahun 1983, kemudian mengembangkan 'Tim Reporter' pada tahun 1987, dan ketika tahun 1995 dikembangkan Konsep Interaktif maka muncul 'Tim Redaksi Interaktif atau *Gate Keeper*' dengan motto *News* - Interaktif- Solutif.

Tahun 2000 Suara Surabaya mengembangkan diri memasuki era *Cyberspace* : suarasurabaya.net. Akhir 2002, meluncurkan majalah bulanan Mossaik, tentang informasi dan gaya hidup. Pertengahan 2003 Giga FM 99.85 menjadi bagian dari Suara Surabaya Media.

Tepat pada tanggal 3 Mei 2004 pukul 00.00 WIB, Radio Suara Surabaya FM 100.55 Mhz berpindah kanal frekuensi menjadi Radio Suara Surabaya FM 100 Mhz. Giga FM 99.85 Mhz juga turut berpindah kanal frekuensi baru yaitu Giga FM 99.6 Mhz.

4.1.2 Visi dan Misi Radio Suara Surabaya

4.1.2.1 Visi

Suara Surabaya adalah sumber pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

4.1.2.2 Misi

a. Suara Surabaya, perusahaan media massa yang dituntut berkembang dengan mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.
b. Suara Surabaya, sentra informasi tentang Surabaya dan Jawa Timur.
c. Suara Surabaya menyelenggarakan berbagai kegiatan pemberdayaan proses demokratisasi masyarakat.
d. Suara Surabaya, sumber kehidupan dan kesejahteraan seluruh unsur karyawan yang bekerja untuk kemajuan bersama.

4.1.3 *Open Format*

Suara Surabaya, format *News* untuk masyarakat "Dewasa, Intelektual, Peduli dan Berkepribadian". Komoditi Pemberitaan *Local News* berwawasan global, sumber informasi selain dari liputan Tim Reporter, internet Kantor Berita ANTARA, Kantor Berita Perancis AFP, maupun dekoder satelit *Deutsche Welle*. Tahun 1995, Suara Surabaya mengembangkan 'Jurnalisme Interaktif' dengan strategi *Open Format*, yang akhirnya mempengaruhi bentuk program siar keseluruhan menjadi satu *core program*, yaitu Kelana Kota.

4.1.4 *Corporate value*

SS MEDIA:

Solidaritas antar unit sebagai kesatuan bisnis.

Sikap dan etos menghasilkan yang terbaik.

Memiliki integritas dan independensi.

Efisien dan efektif.

Dedikasi terhadap profesi.

Inovatif dan kreatif dalam berkarya.

Aktif dan selalu mengembangkan diri.

Corporate Value ditujukan pada setiap karyawan, termasuk karyawan radio Suara Surabaya agar memahami dan memiliki kebanggan atas perusahaan

tempat mereka bekerja. Seperti yang dinyatakan dalam *corporate value*, bahwa Suara Surabaya Media adalah perusahaan yang:

a. Memiliki solidaritas antar unit bisnis, yaitu bahwa Suara Surabaya Media adalah sebuah kesatuan yang terdiri dari beberapa unit bisnis, yaitu antara radio Suara Surabaya, suarasurabaya.net, Mossaik, dan Giga FM. Meskipun secara bisnis, keempat unit ini harus tetap bersaing, namun persaingan itu tidak sampai menghancurkan internal perusahaan.
b. Memiliki sikap dan etos menghasilkan yang terbaik, yaitu bahwa di Suara Surabaya Media setiap karyawan yang bekerja dengan baik tidak perlu mendapat pujian karena hal itu sudah seharusnya, tetapi lebih dari itu, setiap karyawan dituntut menghasilkan yang terbaik untuk perusahaan.
c. Memiliki integritas dan independensi, bahwa Suara Surabaya adalah sebuah perusahaan media yang tidak bisa dibeli atau disuap. Dalam konteks radio Suara Surabaya, reporter adalah orang yang tidak bisa disuap, dan selalu berpihak pada kebenaran.
d. Efisien dan efektif yaitu bahwa Suara Surabaya Media mengharuskan karyawannya bekerja dengan efisien dan efektif.
e. Dedikasi terhadap profesi, bahwa di Suara Surabaya Media para karyawan harus menganggap jam bekerjanya merupakan saat “bermain”, sehingga setiap karyawan akan dapat menghasilkan karya sesuai divisi masing-masing, yang bermanfaat untuk internal maupun eksternal perusahaan.
f. Inovatif dan kreatif dalam berkarya, dimana setiap karyawan Suara Surabaya Media harus selalu menciptakan sesuatu yang baru, inovatif, dan kreatif dalam berkarya.
g. Aktif dan selalu mengembangkan diri, dimana setiap karyawan Suara Surabaya Media harus membangun kompetensi diri dengan menunjukkan kemampuan mereka dalam berbagai hal pada rekan kerja yang lain. Kompetensi masing-masing karyawan diukur dengan *performance appraisal*, yang dilakukan dua kali dalam

setahun. Dalam *performance appraisal*, masing-masing karyawan dinilai oleh dirinya sendiri, atasan langsung, atasan tidak langsung, dan sesame rekan kerja, yang hasilnya akan dibandingkan.

4.1.5 Profil Radio Suara Surabaya

4.1.5.1 Identitas Radio Suara Surabaya

Identitas Radio ini berdasarkan badan hukumnya adalah PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya, dan nama stasiun radionya sendiri adalah Radio Suara Surabaya atau biasa disebut sebagai SSFM (*stasion call*) yang beralamat di Jl. Wonokitri Besar 40 C dengan menggunakan frekuensi FM 100 Mhz.

4.1.5.2 Filosofi Logo dan *Positioning Statement* Radio Suara Surabaya

Gambar 4.1. Logo Suara Surabaya

a. Dua buah not balok, menggambarkan musik Radio Suara Surabaya yang serius, dan ketika dilihat terbalik, gambar not balok itu terlihat seperti semula, ini menggambarkan harapan agar radio Suara Surabaya tetap tegar di segala situasi dan apa pun rezim yang berkuasa.
b. Warna ungu: ungu dianggap sebagai warna yang tidak nge-pop atau terbawa *trend* sesaat. Warna ini menggambarkan keabadian dan kesetiaan, jadi sifatnya *long life* dengan harapan agar radio Suara Surabaya bisa tetap eksis sampai kapanpun.
c. *Font* Suara Surabaya, jenis tulisan ini dipilih karena pada tahun 1983 ketika logo ini dibuat, *font* ini adalah yang paling baru dan mencerminkan karakter jaman itu.

Sementara itu *positioning statement* radio Suara Surabaya yang berbunyi *News* Interaktif Solutif muncul karena kebutuhan dan proses alami, dimana ada perubahan karakter pendengar. Pada awal berdiri, radio Suara Surabaya adalah

radio informasi atau *news*, dimana pendengar hanya menjadi penikmat siaran, tetapi kemudian muncul konsep interaktif dimana pendengar dapat ikut memberi materi berita dan berinteraksi langsung di semua program secara *on-air*. Pada perkembangan berikutnya, pendengar tidak boleh hanya sekedar berkomentar atau mengeluh tentang suatu masalah, namun juga harus dapat memberi solusi untuk masalah tersebut (konsep solutif).

4.1.5.3 *Coverage* Area Radio Suara Surabaya

Wilayah yang bisa dijangkau oleh siaran radio Sara Surabaya antara lain:

a. Arah Utara : Gresik, Lamongan, Bojonegoro, Tuban.
b. Arah Timur : Pasuruan, Probolinggo, Lumajang, Situbondo
c. Arah Selatan : Pandaan, Lawang, Batu
d. Arah Barat : Mojokerto, Jombang, Nganjuk, Kediri

Secara teresterial, tidak semua kota di Jawa Timur bisa terjangkau oleh siaran radio Suara Surabaya karena keterbatasan fasilitas untuk bisa menjangkau semua kota. Namun Kota-kota di atas diharapkan bisa memberi gambaran tentang luas jangkauan siaran radio Suara Surabaya.

4.1.5.4 Sistem Teknologi Radio Suara Surabaya

Radio Suara Surabaya adalah pionir atau radio pertama di Indonesia yang menggunakan sistem teknologi digital. Sistem ini digunakan pada perangkat siaran berupa *mixer* digital produksi Klotz dari Jerman. Dengan penggunaan *mixer* digital ini, memudahakan pengoperasian karena sudah terkomputerisasi, serta suara yang dihasilkan sangat jernih dan *detail*, sehingga *noise* (gangguan) dari suara radio lain bisa diminimalisasi bahkan bisa dihilangkan. *Player* yang digunakan di ruang siaran untuk memutar lagu serta iklan, menggunakan *Back System Office* (BOS) yang otomatis terhubung dengan *personal computer* (PC) divisi lain, diantaranya *marketing* dan *music programmer*, untuk memudahkan pengerjaan materi iklan dan materi lagu yang harus diputar, dan sebaliknya memudahkan sistem laporan dari penyiar tentang iklan dan lagu yang sudah diputar, tanpa perlu melaporkan secara manual.

Pemancar yang digunakan berkekuatan 10 ribu watt terletak di Bukit Darmo Golf, sehingga siaran di studio dikirim untuk dipancarkan dengan menggunakan satelit Telkom1, dengan antena setinggi 120 meter.

4.1.5.5 Format Radio Suara Surabaya

Suara Surabaya adalah radio pertama di Indonesia yang sejak pertama kali mengudara, menerapkan format "radio *news* atau informasi" dan memiliki motto *FM News & Music Hit*. Karena itulah, Suara Surabaya membentuk "Tim Redaksi" pada tahun 1983, kemudian mengembangkan "Tim Reporter" pada tahun 1987.

Pada tahun 1994, radio Suara Surabaya mulai mengembangkan format siaran dengan konsep interaktif. Pada awalnya hanya dilakukan interaksi dengan narasumber dan reporter, dimana pihak narasumber hanya menunggu dihubungi untuk dimintai pendapat. Tapi pada tahun 1995, format siaran diperluas menjadi "*open format*", yaitu interaksi dengan narasumber, reporter, dan bahkan dengan pendengar. Dimana kedua pihak sama-sama proaktif, narasumber boleh langsung menghubungi untuk menyampaikan opini, tanpa menunggu dihubungi, begitu juga dengan reporter dan pendengar. Dengan konsep "*open format*" ini, maka dibentuk "Tim Redaksi Interaktif" atau "*Gate keeper*" yang berfingsi meng-*handle* informasi yang masuk dalam siaran.

4.1.6 Pendengar Suara Surabaya

Laki-laki usia 30 / 50 tahun berpendidikan S1 / S2, kelas menengah atas - Dewasa, matang, mapan, profesional dan charming - Pintar, kritis, intelek, sangat memperhatikan *detail* - Sangat peduli lingkungan, peduli pada rakyat, rela mengurusi orang lain , bisa bersikap netral / tidak memihak. (Hasil riset kualitatif /FGD - 2001)

4.1.7 *Radio on-line*

Fasilitas yang ada di suarasurabaya.net untuk mendengarkan Radio Suara Surabaya FM 100 secara *on-line* melalui internet secara live 24 jam. Dengan *radio on-line*, siaran Radio Suara Surabaya FM 100 bisa didengarkan dimanapun selama ada koneksi internet.

4.1.8 *Radio on Demand*

Radio On Demand merupakan dokumentasi siaran Radio Suara Surabaya selama 24 jam penuh berupa kumpulan audio clip dengan durasi per 10 menit . Dengan Radio On Demand memberikan fasilitas untuk memilih dan menentukan sendiri terhadap program acara yang dikehendaki secara berulang-ulang kapan saja.

4.1.9 Rubrikasi Suara Surabaya

Kelana Kota, *core program* Suara Surabaya, yang juga didokumentasikan dalam bentuk *WebNews*, muatan lokal, nasional dan internasional yang mempunyai dampak terhadap perilaku sosial bisnis ekonomi dan politik di Surabaya dan Jawa Timur.

Ekonomi Bisnis, berita seputar kegiatan ekonomi dan bisnis di Surabaya dan sekitarnya.

Olahraga, berita-berita olahraga dengan muatan lokal Surabaya dan Jawa Timur.

Pernik Khatulistiwa, artikel dan berita tentang seni, budaya dan wisata yang memiliki nilai *human interest* tinggi.

Kuliner, artikel tentang makanan dan jajanan di Surabaya dan sekitarnya.

Potret Kelana Kota, kumpulan dokumentasi foto-foto sebagai bentuk visual kota Surabaya dan sekitarnya, memuat peristiwa atau kondisi kota melalui gambar.

4.1.10 Profil Pendengar Radio Suara Surabaya

Sex

- Pria = 56 persen
- Wanita = 44 persen

Pendidikan

- SLTA: 58 persen
- Diploma / Akademi dan S1: 38 persen
- Pasca Sarjana: 4 persen

Usia

- 20 s/d 29 tahun: 24 persen
- 30 s/d 39 tahun: 33 persen
- 40 s/d 49 tahun: 16 persen
- 50 tahun keatas: 27 persen

S E S

- A1 > Rp. 1.500.000 = 15 persen
- A2 Rp. 1.000.000 - Rp.1.500.000 = 32 persen
- B Rp. 700.000 - Rp. 1.000.000 = 30 persen
- C Rp. 350.000 - Rp. 700.000 = 23 persen

Pekerjaan

- *White collar* : 25 persen
- *Blue collar* : 9 persen
- *Enterprenuer*: 24 persen
- *Student* : 17 persen
- *Housewife* : 15 persen
- *Other* : 10persen

Sumber : AC Neilsen 2002

4.1.11 Program Siaran Radio Suara Surabaya

Program siaran radio Suara Surabaya (FM 100) dibagi menjadi dua bagian yaitu acara rutin dan juga acara khusus. Berikut ini adalah siaran radio Suara Surabaya setiap harinya:

- Kelana Kota : 4 jam
- Lintasan Informasi : Pk.01.00 - 03.00 - 04.00 – 10.00 – 11.00 - 12.00 – 14.00 – 15.00 – 17.00 – 19.00 – 20.00 – 22.00 – 23.00 (kecuali hari besar nasional)
- Lintasan Olahraga : Pk.10.30 – 12.30 – 14.30 – 16.00 – 18.00 (kecuali hari Minggu dan hari besar nasional)

- Berita Suara Surabaya : Pk.06.00 – 13.00 – 00.00 (kecuali hari Minggu)
- *Suara Surabaya Magazine*: Pk.18.30 (kecuali hari besar nasional)
- Sari Info : Pk.11.30 – 15.30 – 21.30
- Memorabilia : Minggu & jumat pk.19.00-22.00
- Wawasan : Senin, Rabu, Kamis & Jumat pk.06.30-09.00
- *Jazz Traffic* : Senin, Selasa, Rabu, & Kamis Pk.19.00-21.00
- Musik Klasik : Kamis pk.21.00-22.00
- Klasik Rock : Sabtu pk.21.00-23.00

Program khusus radio Suara Surabaya FM 100:

- Halo Polisi : Senin pk.10.00-11.00
- Perilaku Sehat : Senin pk.12.00-13.00
- Dialog Otoda : Selasa pk.07.00-08.00
- LKM : Selasa pk.15.00-16.00
- Bincang Otomotif : Rabu pk.15.00-16.00
- Wawasan Kadin Jatim dan Dewan Kota Surabaya: Kamis pk.07.00-09.00

- Dialog Prospektif *Enciety Business Consult* : Jumat pk.08.00-09.00
- Dialog Nara Qualita Ashana : Jumat pk.09.30-10.30
- Dialog Dunia Manajemen bersama AMA Surabaya : Sabtu pk.08.00-09.00
- Ragam Perempuan : Sabtu pk.10.00-11.00

4.1.12 Program Suara Surabaya *Magazine*

Suara Surabaya sebagai salah satu radio terkemuka di Surabaya serta memiliki pendengar yang cukup banyak di Jawa Timur, Suara Surabaya radio

pertama di Indonesia yang sejak awal kelahirannya secara sadar menerapkan format 'Radio *News* atau Informasi' dan bermotto *FM News* dan *Music Hit*. Tahun 1995, Suara Surabaya mengembangkan 'Jurnalisme Interaktif' dengan strategi *Open Format*, yang akhirnya mempengaruhi bentuk program siar keseluruhan menjadi satu *core program*, yaitu Kelana Kota. Menurut HRD Suara Surabaya, Bapak Rudi, tahun 2008 Suara Surabaya merupakan radio News dengan pendengar terbanyak di Surabaya yakni dengan 704.000 pendengar.

Bagi program Suara Surabaya *Magazine*, konsep menyampaikan sesuatu di radio itu singkat, padat, dan jelas. Sehingga yang dilaporkan oleh reporter radio hanya mengambil *angle* yang sekiranya paling dibutuhkan masyarakat. Atas dasar itulah, membuat majalah udara yang lebih *in-depth* tentang persoalan yang sama, dengan sudut pandang berbeda dari pihak-pihak yang terkait. Suara Surabaya *Magazine* merupakan sebuah rangkuman peristiwa yang terjadi selama sehari yang telah dikumpulkan oleh para reporter dan disarikan sehingga berisi berbagai peristiwa serta berita yang patut dijadikan bahan wacana. Program berita yang dimulai sejak tahun 2000 ini tayang setiap hari pada pukul 18.30-19.00 WIB. Disela-sela penayangan Suara Surabaya *Magazine* ini disisipi program kelana kota yang melaporkan keadaan *traffic* namun sisipan ini hanya sekitar 5 menit.

4.2. Hasil Temuan dan Analisa Data

4.2.1. Uji Reabilitas

Dalam uji reabilitas untuk mengukurnya digunakan rumus Ole R. Hostly, (Kriyantono, 2006, p.188) yaitu :

$$C.R. = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

Keterangan :

C.R = *Coeficient reliability*

M = Jumlah item yang disetujui oleh dua orang pengkode (peneliti dan hakim)

N_1 = Jumlah obyek yang dikategori oleh pengkoding 1

N_2 = Jumlah obyek yang dikategori oleh pengkoding 2

Berikut adalah perhitungan yang diperoleh untuk masing-masing indikator :

Indikator Akurasi Pemberitaan :

Pernyataan yang disetujui oleh kedua pengkode = 360

Pernyataan yang diberi kode oleh pengkode dan peneliti = 720

C.R. = $\frac{2M}{N_1+N_2} = \frac{2\,(360)}{360+360} = \frac{720}{720} = 1$

Indikator Kelengkapan Isi Berita :

Pernyataan yang disetujui oleh kedua pengkode = 360

Pernyataan yang diberi kode oleh pengkode dan peneliti = 847

C.R. = $\frac{2M}{N_1+N_2} = \frac{2\,(360)}{424+423} = \frac{720}{847} = 0{,}85$

Indikator *Balance* :

Pernyataan yang disetujui oleh kedua pengkode = 360

Pernyataan yang diberi kode oleh pengkode dan peneliti = 837

C.R. = $\frac{2M}{N_1+N_2} = \frac{2\,(360)}{418+419} = \frac{720}{837} = 0{,}86$

Indikator Netralitas :

Pernyataan yang disetujui oleh kedua pengkode = 360

Pernyataan yang diberi kode oleh pengkode dan peneliti = 847

C.R. = $\frac{2M}{N_1+N_2} = \frac{2\,(360)}{424+423} = \frac{720}{847} = 0{,}86$

4.2.2. Perolehan data

Perolehan data dilakukan dengan mengkode tiap variabel yang digunakan pada lembar koding akurasi pemberitaan

Setelah dilakukan pengkodean dan dihitung frekuensinya didapati data sebagai berikut untuk indikator akurasi pemberitaan :

Tabel 4.1. Indikator Akurasi Pemberitaan

Akurasi Pemberitaan	Frekuensi	Persentase
Tidak Akurat	72	40
Akurat	108	60
Total	180	100

Sumber : Olahan peneliti

Dari perolehan data yang diambil dari edisi selama bulan Agustus 2008 tampak bahwa akurasi pemberitaan Suara Surabaya *Magazine* adalah 108 berita dinyatakan akurat dimana tidak ada pencampuran fakta dan opini dalam berita Suara Surabaya *Magazine* yang tayang selama Agustus 2008 dengan persentase 60 persen. Sedangkan berita yang dinyatakan tidak akurat atau dengan kata lain terdapat pencampuran antara fakta dan opini ada sejumlah 72 berita yang terdapat adanya pencampuran antara fakta dan opini dengan persentase 40 persen.

Pencampuran antara fakta dan opini dapat diketahui dari beberapa kata yang menunjukkan adanya berita yang tidak akurat. Kata-kata tersebut antara lain adalah tampaknya, diperkirakan, seakan-akan, seolah, agaknya, sayangnya, diramalkan dan sejenisnya (Kriyantono, 2006). Kata-kata ini memberikan sebuah keragu-raguan atau tidak pasti akan data yang diberikan sehingga ketika kata-kata ini muncul maka digolongkan sebagai berita yang tidak akurat. Sedangkan untuk berita yang dinyatakan akurat adalah berita yang tidak terdapat kata-kata diatas. Namun, pada setiap pernyataan reporternya diikuti oleh pernyataan dari sumber yang bersangkutan.

4.2.2.2. Kelengkapan Isi Berita

Setelah dilakukan pengkodean dan dihitung frekuensinya didapati data sebagai berikut untuk indikator kelengkapan isi berita :

Tabel 4.2. Indikator kelengkapan Isi Berita

Kelengkapan Isi Berita	Frekuensi	Persentase
Tidak Lengkap	61	34
Lengkap	119	66
Total	180	100

Sumber : Olahan peneliti

Dari perolehan data yang diambil dari edisi selama bulan Agustus 2008 tampak bahwa kelengkapan isi berita, yakni diantaranya terdapat 5W+1H, yang ada di Suara Surabaya *Magazine* adalah 119 berita dinyatakan lengkap sebagaimana dinyatakan bahwa kategori lengkapnya berita adalah terdapat 5W+1H dalam berita Suara Surabaya *Magazine* yang tayang selama Agustus 2008. Sedangkan berita yang dinyatakan lengkap atau dengan kata lain tidak lengkap atau tidak terdapat 5W+1H sebanyak 61 berita yang tidak lengkap.

Kelengkapan isi dari sebuah berita dikatakan lengkap jika terdapat salah satu elemennya yakni 5W+1H yakni siapa, apa, kapan, dimana, mengapa, serta bagaimana. Dengan kata lain sebuah kelengkapan berita ditentukan oleh proses terjadinya sebuah berita yakni dengan menceritakan secara lengkap kepada para pendengarnya. Pada berita Suara Surabaya *Magazine* ini biasanya diceritakan secara lengkap dan terperinci serta sistematis namun jika ada berita yang tidak lengkap bukan berarti berita tersebut sepenuhnya kurang lengkap namun berita tersebut biasanya langsung diambil pada hari yang sama dengan penayangan sehingga pembawa berita tidak menyebutkan secara langsung.

4.2.2.3. *Balance*

Setelah dilakukan pengkodean dan dihitung frekuensinya didapati data sebagai berikut untuk indikator *Balance* :

Tabel 4.3. Indikator *Balance*

Balance	Frekuensi	Persentase
Tidak Balance	89	49
Balance	91	51
Total	180	100

Sumber : Olahan peneliti

Dari perolehan data yang diambil dari edisi selama bulan Agustus 2008 tampak bahwa sebuah berita dikatakan *Balance* ketika berita tersebut memandang sebuah permasalahan yang ada dari dua sudut pandang yang masing-masing pihak. Dimana dari hasil pengkodingan ditemukan sebanyak 91 berita dinyatakan *Balance* atau seimbang dalam penayangan berita Suara Surabaya *Magazine*

selama Agustus 2008. Sedangkan berita yang dinyatakan tidak *balance* atau tidak seimbang hanya selisih sedikit sebanyak 89 berita.

Sebuah berita digolongkan menjadi sebuah berita yang seimbang ketika berita tersebut dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda atau dapat juga dikatakan bahwa sebuah permasalahan dipandang secara luas. Hal ini juga yang dipakai dalam SS Magazine dimana ketika sebuah permasalahan sedang muncul maka berita Suara Surabaya *Magazine* akan melakukan sebuah *cross check* dengan masing-masing pihak yang bersangkutan. Namun, perbedaan selisih yang tipis ini banyak dikaenakan beberapa narasumber tidak dapat dihubungi ataupun juga belum ada klarifikasi dari yang bersangkutan.

4.2.2.4. Netralitas

Setelah dilakukan pengkodean dan dihitung frekuensinya didapati data untuk indikator netralitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4. Indikator Netralitas

Netralitas	Frekuensi	Persentase
Tidak netral	76	42
Netral	104	58
Total	180	100

Sumber : Olahan peneliti

Dari perolehan data yang diambil dari edisi selama bulan Agustus 2008 tampak bahwa sebuah berita dikatakan netral jika tidak memihak salah satu pihak atau dengan kata lain masing-masing pihak yang ada diberikan kesempatan yang sama dalam sebuah pemberitaan. Dimana dari hasil pengkodingan ditemukan sebanyak 104 berita dinyatakan netral dalam penayangan berita Suara Surabaya *Magazine* selama Agustus 2008. Sedangkan berita yang dinyatakan tidak netral sebanyak 76 berita.

Sedangkan sebuah berita dikatakan netral jika tidak memihak salah satu pihak atau dengan kata lain masing-masing pihak yang ada diberikan kesempatan yang sama. Hampir sama dengan keseimbangan, namun masalah netral berbicara tentang keberpihakan. Dalam Suara Surabaya *Magazine* ditemukan bahwa Suara

Surabaya memberikan porsi yang sama dalam hal ini mereka memberikan kesempatan yang sama antar kedua belah pihak untuk saling memberikan komentar dan pernyataan.

4.2.3. Analisis Obyektivitas pemberitaan dalam Suara Surabaya *Magazine*

Dalam sebuah pemberitaan pastilah memiliki format yang berbeda satu dengan yang lain. Demikian juga halnya dengan pemberitaan yang ada di Radio Suara Surabaya, sebagai sebuah stasiun radio yang mengusung format Radio *News* atau Informasi, Suara Surabaya juga membuat sebuah program pemberitaan. Salah satu yang diproduksi oleh Suara Surabaya adalah Suara Surabaya *Magazine*. Bagi program Suara Surabaya *Magazine,* konsep menyampaikan sesuatu di radio itu singkat, padat, dan jelas (Wawancara dengan pihak Suara Surabaya). Sehingga yang dilaporkan oleh reporter radio hanya mengambil *angle* yang sekiranya paling dibutuhkan masyarakat. Atas dasar itulah, membuat majalah udara yang lebih *in-depth* tentang persoalan yang sama, dengan sudut pandang berbeda dari pihak-pihak yang terkait.

Suara Surabaya *Magazine* merupakan jenis proses produksi sebuah berita yakni sebagai Majalah Udara Berita Aktual *(Current Affairs Magazine)* Suara Surabaya magazine termasuk jenis *indepth news*. Karena majalah udara ini memperluas penjelasan tentang berita dengan memberikan latar belakang sehingga pendengar dapat mengerti mengapa sesuatu terjadi, atau mengeksplorasi berita dengan memberikan pandangan-pandangan dan pendapat mereka yang terlibat (Gough, 1999). Majalah udara ini bertujuan untuk menindak lanjuti berita-berita di hari yang sama. Suara Surabaya *Magazine* juga menghadirkan konsep yang sama yakni menyajikan sebuah berita yang baru, di hari yang sama juga langsung tayang, bahkan ada yang langsung *live report.* Format ini juga yang akhirnya menjadi sebuah ciri khas dari setiap program yang bertajuk majalah udara.

Selain itu, Suara Surabaya *Magazine* juga memberikan sisipan aktualitas pada sela-sela programnya. Sisipan itu meliputi materi dari berbagai sumber selain tuturan penyiar berita itu sendiri, dan ada juga laporan bersuara oleh wartawan berisi ringkasan pidato-pidato wawancara, konferensi berita dan bunyi atmosfer

kejadian sebagaimana aslinya. Sisipan ini memberikan sebuah warna yang berbeda sehingga mampu membawa pendengar seakan berada di tempat kejadian tempat para wartawan meliput.

Suara Surabaya *Magazine* dibuat dengan format berita yang bersifat mendalam serta memberikan pernyataan dari narasumber yang bersangkutan. Dengan demikian maka pemberitaan yang dilakukan adalah pemberitaan yang akurat, sebagaimana dari temuan data diatas dapat dilihat bahwa mengenai akurasi pemberitaan, hampir tidak terjadi percampuran antara fakta dengan opini dalam penyajiannya yakni sebanyak 108 berita dari 180 berita yang dinyatakan akurat atau sebesar 60 persen. Akurasi ini dapat terjadi karena dalam penyampaiannya para reporter melakukan sebuah wawancara dengan narasumber yang bersangkutan sehingga para reporter hanya akan mengulangi pernyataan yang dikemukakan oleh narasumber. Mereka hanya akan menyampaikan *statement* tersebut.

Sementara jika melihat kelengkapan isi dari berita yang ditampilkan dalam Suara Surabaya *Magazine* sudah menampilkan sebuah berita yang akan memberikan kelengkapan dengan cukup jelas misalnya mengenai siapa, apa, mengapa, di mana, kapan serta bagaimana sudah disampaikan dengan jelas yakni sebanyak 119 berita. Sedangkan mengenai berita yang dikategorikan tidak lengkap dapat disebabkan antara lain karena beberapa hal dinataranya adalah karena berita yang tayang setiap harinya adalah berita yang baru sehingga ada beberapa berita yang tidak perlu disebutkan waktu kapan terjadinya kecuali jika ada sebuah peristiwa yang merupakan *flash back*. Ada juga yang disebabkan karena belum adanya penjelasan dari pihak yang bersangkutan sehingga 5W+1H hanya ditampilkan beberapa.

Kemudian mengenai keseimbangan dalam menyampaikan sebuah berita maka diperlukan sebuah pandangan yang menyeluruh terhadap sebuah permasalahan. Pada temuan data diatas ditemukan bahwa sebesar 91 berita digolongkan kepada berita yang berimbang karena menyajikan pendapat dari kedua belah pihak yang saling terkait terhadap sebuah permasalahan. Sebagai contoh pada tanggal 26 Agustus 2008 Suara Surabaya *Magazine* mengangkat berita tentang DPC PKB Surabaya pimpinan Ali Burhan mengancam akan

menggugat KPU Surabaya kalau menetapkan PKB Rauf yang berhak mencalonkan caleg asal Surabaya. Dari berita ini muncul statement dari kedua belah pihak dimana ada penjelasan dari pihak dimana masing-masing pihak diberikan kesempatan yang sama mengenai sebuah permasalahan yang ada disini yakni antara PKB kubu Ali Burhan dengan perwakilan dari KPU Jawa Timur. Keseimbangan yang dilakukan dalam pemberitaan dirasa sangat perlu khususnya jika menyangkut tentang pertikaian antar kedua belah pihak maka haruslah dicari kebenaran tentang permasalahan yang ada.

Sedangkan untuk berita yang tidak seimbang atau tidak *balance* penyajian Suara Surabaya *Magazine* adalah menyajikan permasalahan hanya dengan konfirmasi dari satu nara sumber saja. Misalnya pada tanggal yang sama yakni 26 Agustus 2008 memuat berita tentang Dinas Sosial Surabaya membentuk pos khusus untuk antisipasi gelandangan dan pengemis jelang Ramadhan. Dalam berita ini narasumber yang diwawancarai hanya kepala Dinas Sosial Surabaya saja bukan dibandingkan dengan sumber yang lain sehingga berita yang didapat terkesan hanya memberikan pandangan dari satu sudut saja.

Mengenai kenetralan pemberitaan yang ada di Suara Surabaya *Magazine* bisa dikatakan netral. Hal ini tampak pada temuan data diatas dimana sebanyak 104 berita bisa dikategorikan sebagai berita yang netral atau sebesar 58 persen dan hanya 76 berita atau sekitar 42 persen dikatakan sebagai berita yang tidak netral. Meskipun dalam keseimbangan juga terdapat berita yang tidak *balance* namun secara keseluruhan berita yang ditampilkan di Suara Surabaya *Magazine* bisa dikatakan cukup netral. Netralitas sebuah berita ditentukan dari tidak memihak salah satu pihak atau dengan kata lain masing-masing pihak yang ada diberikan kesempatan yang sama dalam pemberitaannya. Berita yang ditayangkan dalam Suara Surabaya *Magazine* adalah sebuah berita yang mengandalkan sisipan aktualitas dimana hampir semua berita selalu disertai dengan pernyataan langsung dari narasumber sedangkan reporter hanya mengucapkan kembali apa yang dikatakan oleh narasumber yang mereka wawancarai sehingga netralitas pemberitaan tetap terjaga dan tidak memihak salah satu pihak.

Sedangkan untuk berita yang tidak netral biasanya ditemui berupa info bisnis. Sebagai contoh pada tanggal 27 Agustus 2008 mengangkat info bisnis

tentang Telkomsel yang menggarap serius pasar Madura, dengan penambahan 2 gerai HALO di Bangkalan dan Sampang. Dari berita tersebut pastinya hanya akan mewawancarai pihak dari Telkomsel dan bukan membandingkan dengan pihak kompetitor yang lainnya. sehingga tampak dengan jelas berita yang disampaikan tidaklah netral karena hanya memihak dari kubu Telkomsel. Contoh lain yang dapat ditemui adalah pada tanggal 20 Agustus 2008 mengangkat berita tentang pemain *hypermarket* asing akan kembali main menggarap pasar Indonesia.