

ANALISIS FRAMING BERITA BANJIR OLEH HUMAS DI WEBSITE PEMERINTAH KOTA SAMARINDA

Khoirul Ibad¹

Abstrak

Khoirul Ibad, Analisis Framing Berita Banjir oleh Humas di Website Pemerintah Kota Samarinda. Di bawah bimbingan Ibu Prof. Dr. Hj. Aji Ratna Kusuma, M. Sidan Bapak Drs. Ghufroon, M. Si.

Rumusan masalah yang diajukan adalah bagaimana pembingkai berita banjir oleh Humas di website Pemerintah Kota Samarinda? Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yaitu untuk mengetahui pembingkai berita banjir oleh humas di website Pemerintah Kota Samarinda. Penelitian ini mempunyai manfaat secara teoritis semoga dapat menjadi wacana keilmuan pada disiplin ilmu komunikasi khususnya dalam bidang analisis framing berita humas dan dapat bermanfaat positif bagi penelitian selanjutnya. Kemudian secara praktis diharapkan dapat bermanfaat untuk mengetahui aktifitas pemerintah dan pembingkai berita oleh Humas di website resmi pemerintah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Karena peneliti bermaksud untuk menentukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran tentang aspek tertentu dari sebuah realitas yang dibingkai oleh Humas di website Pemerintah Kota Samarinda menjadi sebuah berita. Dalam hal ini mengenai pemberitaan banjir di Samarinda. Fokus dalam penelitian ini yaitu mengacu pada konsep analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerald M yang mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. yang dijelaskan oleh (Eriyanto, 2012) bahwa, keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan framing dari suatu media.

Dapat disimpulkan bahwa humas Pemerintah Kota Samarinda telah melakukan pembingkai pesan pada berita banjir di website Pemerintah Kota Samarinda. Kegiatan pembingkai berita banjir oleh humas pada website Pemerintah Kota Samarinda tersebut merupakan kegiatan yang termasuk dalam strategi komunikasi humas dan sesuai dengan tugas dan peran jangka pendek dan peran jangka panjang humas. Kemudian dari analisis framing yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pembingkai pesan pada berita humas yang disiarkan melalui website Pemerintah Kota Samarinda mempunyai kesesuaian dengan teori informasi publik dan dari berita yang dianalisis juga diketahui bahwa humas Pemerintah Kota Samarinda melakukan kegiatan yang sesuai dengan teori Teori asimetris dua arah. Kedua teori tersebut merupakan teori komunikasi PR atau humas.

Keyword: Analisis Framing, Strategi Komunikasi Humas, Berita Humas, Humas Pemerintah

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: khoirulgonot@gmail.com

Pendahuluan

Selain membangun identitas dan citra yang positif serta mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak. Humas juga dituntut mampu menanggulangi isu atau krisis yang dapat menyebabkan citra lembaga atau perusahaan tidak lagi positif (Ruslan, 2014). Pemberitaan buruk mengenai organisasi biasanya meyebar dari mulut ke mulut dan disebarluaskan oleh media massa atau wartawan yang kesemuanya di luar kontrol praktisi humas (Morisson, 2008). News Release yang disiarkan melalui website dapat dijadikan untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan. Dengan cara membentuk berita tandingan yang mengemukakan argumentasi yang rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan (Ruslan, 2005).

Salah satu keahlian yang harus dimiliki oleh praktisi humas dalam pengolahan pesan adalah kemampuan membingkai pesan. (Morisson, 2008) mengatakan praktisi humas harus mampu memilih fakta yang paling penting dan menarik ketika melakukan komunikasi dengan khalayak sasaran sebagai bentuk kegiatan membingkai pesan. Dengan kata lain, praktisi humas harus mampu melakukan analisis terhadap seluruh fakta yang diterimanya dan memilih bagian-bagian tertentu dari fakta yang akan disampaikan kepada khalayak. Kegiatan ini disebut dengan kegiatan membingkai pesan atau analisis framing (framing analysis). Adapun dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara komunikator saat membangun pesan.

Samarinda adalah Ibu Kota Provinsi Kalimantan Timur yang kerap dilanda banjir. Dibuktikan dari pemberitaan di portal berita online Tribun Katim, yang mempunyai slogan “Independen dan Kredibel”. Tercatat setiap tahunnya Kota Samarinda mengalami banjir, yakni pada tahun 2014, mengangkat berita tentang banjir samarinda dengan judul “Derita Warga Samarinda Kebanjiran Akibat Aktifitas tambang Batu Bara”, kemudian pada tahun 2015 “Waspada, Beberapa Jalan Protokol di Samarinda Masih Tergenang Banjir” (kaltim.tribunnews.com).

Kerapnya pemberitaan mengenai banjir di Kota Samarinda dapat menyebabkan citra pemerintahan dan Kota Samarinda tidak lagi positif. Hal tersebut menjadi alasan untuk mengetahui bagaimana aktifitas pembingkai (framing) berita oleh humas sebagai bentuk strategi komunikasi humas dalam mengantisipasi berita banjir di media massa. Dengan cara memanfaatkan website Pemerintah Kota Samarinda sebagai media untuk menyiarkan berita tandingan yang berisi argumentasi rasional agar opini publik tetap dalam posisi yang menguntungkan. Pada website Pemerintah Kota Samarinda diketahui berita terkait banjir, yaitu pada Minggu, 19 juni 2016, dengan judul “Pemkot Petakan Titik Banjir” dengan sub judul “Prioritas Penanganan Tersistematis, Perawatan Drainase Dirutinkan”, berita tersebut dilaporkan pada saat Wakil Wali (Wawali) Kota Samarinda, Nusyirwan Ismail bersama rombongan pejabat Pemkot

Samarinda menghadiri Safari Ramadan di Masjid Al Hijrah Karpotek, Jalan Untung Suropati, Sungai Kunjang, Sabtu (18/6) malam lalu.

Oleh sebab itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis framing berita tentang banjir atau aktifitas pemerintah yang berkaitan dengan banjir di website Pemerintah Kota Samarinda sebagai bentuk strategi komunikasi humas. Analisis framing dilakukan, dilandasi oleh apa yang dikatakan (Morisson, 2008), bahwa analisis framing juga merupakan bentuk strategi komunikasi humas dalam pengolahan pesan dengan memilih bagian-bagian tertentu dari fakta yang akan disampaikan kepada khalayak. Adapun penelitian analisis framing yang umum dilakukan adalah mengenai pemberitaan oleh wartawan di media massa atau surat kabar. Namun ditambahkan oleh (Morisson, 2008) dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara komunikator saat membangun pesan. Dalam hal ini humas dan wartawan adalah komunikator. Jadi, dalam penelitian analisis framing ini ingin mengetahui cara-cara humas pemerintah Kota Samarinda sebagai komunikator dalam membangun pesan yang akan disampaikan oleh khalayak melalui website pemerintah. Dari penjelasan di atas rumusan masalah yang ditetapkan adalah bagaimana pembingkai berita banjir oleh Humas di website Pemerintah Kota Samarinda?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pembingkai berita banjir oleh Humas di website Pemerintah Kota Samarinda.

Manfaat Penelitian

1. Segi Teoritis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana keilmuan pada disiplin ilmu komunikasi khususnya dalam bidang analisis framing berita humas. Kemudian semoga penelitian ini dapat bermanfaat positif bagi penelitian selanjutnya.
2. Segi Praktis: Secara praktis diharapkan melalui penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengetahui aktifitas pemerintah dan pembingkai berita oleh Humas di website resmi pemerintah.

Landasan Teori

Teori Komunikasi Public Relations/Humas

Terkait dengan beberapa peran dan fungsi humas, Jim Gurnig menjelaskan ada empat tipe atau teori komunikasi yang diterapkan oleh PR/Humas. Beberapa teori yang dimaksud berkaitan dengan penelitian ialah:

1. Teori informasi publik

Dalam hal ini PR/Humas bertindak sebagai Journalist in residence, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarkan informasi kepada publik dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa. Bentuk ini lebih

baik dan mengandung lebih banyak kebenaran karena penyebarannya dilakukan melalui news letter, brosur dan surat langsung (direct mail).

2. Teori asimetris dua arah

Pada tahap ini, pihak PR dalam praktiknya melalui penyampaian pesannya berdasarkan hasil riset dan strategi ilmiah (scientific strategy) untuk berupaya membujuk publik, agar mau kerja sama, bersikap dan berpikir sesuai dengan harapan organisasi.

Komunikasi Massa

Secara umum komunikasi massa sebenarnya merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara professional menggunakan teknologi pembagi dalam menyebarluaskan pengalamannya yang melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah banyak.

Hubungan Masyarakat (Humas)

Definisi sederhana mengenai Hubungan Masyarakat (Humas). Menurut (Effendy, 2002) Hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama.

Humas Pemerintah

Humas pemerintah lebih menekankan pada public service atau demi meningkatkan pelayanan umum. (Ruslan, 2014). Sehingga, Melalui unit atau program kerja humas tersebut, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas dan kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya.

Tugas Humas Pemerintah

Adapun, tugas-tugas humas pemerintah menurut Dimock dan Koenig (1987), yaitu sebagai berikut:

1. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.
2. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.
3. Kejujuran dalam melakukan pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing. (Ruslan, 2014)

Peran Humas Pemerintah

(Ruslan, 2014) menyimpulkan peran Humas Pemerintahan terbagi menjadi dua, yakni:

1. Tugas secara taktis dalam jangka pendek, Humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sarasannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi, atau mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran instansi atau lembaga yang diwakilinya.
2. Tugas strategis (jangka panjang) Humas, yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambilan keputusan, memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja lembaga instansi atau lembaga yang bersangkutan dan hingga pelaksanaan pembangunan nasional. Terakhir bagaimana upaya untuk menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

Electronic Public Relations

Menurut (Kriyantono, 2012) Penggunaan *new media* yaitu internet yang berkaitan dengan kegiatan humas dikenal dengan istilah Public Relation on the Net atau Electronic Public Relation (e-PR) atau PR online. Contoh kegiatan e-PR misalnya, menyebarkan press-release kepada publik melalui kontak e-mail atau menyiarkan news release dalam homepage yang ada di World Wide Web.

Untuk menjelaskan lebih lanjut tentang *electronic public relation* atau e-PR, terlebih dulu dijelaskan di sini mengenai istilah yang berkaitan dengan E-PR, dalam hal ini yaitu internet dan website.

Internet menurut (Soemirat, 2008), Internet adalah jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Adapun menurut McQuail (Prayudi, 2007), internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara menggunakan, lingkup pelayanan dan isi, dan image tersendiri. Internet tidak memiliki atau dikelola oleh sebuah badan tunggal, tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi, khususnya service provider dan badan telekomunikasi berperan dalam internet.

Website atau web atau World Wide Web adalah suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep hyperlink (tautan). Yang memudahkan surfer (sebutan para pemakai komputer yang melakukan browsing atau penelusuran informasi melalui internet). (Ardhana, 2012). Adapun definisi dari website atau Situs web, menurut (Kristanti, 2008) adalah sebuah dokumen yang terdiri dari satu atau beberapa halaman berbentuk HTML, yang terdapat di internet. Untuk diketahui, HTML merupakan sebuah Bahasa pemrograman yang dipakai untuk membuat sebuah halaman situs web.

e-PR. Telah dijelaskan di atas mengenai internet dan website, yaitu suatu hal yang berkaitan dengan electronic public relations atau disebut dengan e-PR. Selanjutnya e-PR adalah aktivitas PR (Public Relations) atau Humas yang menggunakan internet. Arti dari istilah tersebut adalah:

- *e yaitu electronic (elektronik).* Sejalan dengan perkembangan revolusi online, demikian juga dengan popularitas huruf ke empat tersebut. Huruf ‘e’ dalam e-PR sama artinya dengan ‘e’ sebelum mail dan commerce yang merujuk pada medium electronic (elektronik) dunia internet. E-PR mencakup seluruh aspek internet, meliputi system e-mail termasuk juga World Wide Web.
- *P untuk Public (publik).* Ide untuk memakai kata tunggal publik saat ini telah banyak dipakai. Ada baiknya anda mempertimbangkan berbagai publik atau audien. Terutama sekali ketika pokok pembicaraan seputar dunia internet yang mengakomodasi berbagai pasar dan komunitas mikro.
- *R untuk Relation (hubungan).* Membangun hubungan antara bisnis anda dengan audien merupakan kunci keberhasilan dalam dunia internet. Ribuan hubungan satu-satu dapat dibangun secara terus menerus dalam dunia internet mengingat sifatnya yang interaktif. (Suryadi, 2007)

Berita Humas

News Release adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh humas suatu organisasi untuk dipublikasikan dalam media massa. News Release (pembritaian pers) merupakan kegiatan penulisan yang paling banyak dilakukan oleh praktisi humas untuk publikasi melalui media massa cetak (surat kabar dan majalah) dan media massa elektronik (tv dan radio) atau dalam new media (internet, website, email). (Seomirat, 2008)

Ditambahkan, pada dasarnya humas harus memahami gaya jurnalistik atau seperti halnya wartawan menulis berita langsung (straight news) dengan gaya piramida terbalik. Dimulai dengan dengan membuat lead/teras berita/kepala berita sebagai paragraf pertama yang mengandung unsur 5W+1H (What: apa yang terjadi? Where: dimana terjadinya? When: kapan peristiwa tersebut? Why: mengapa peristiwa tersebut terajdi? How: bagaimana berlangsungnya peristiwa tersebut?).Setelah menulis lead sebagai paragraf pertama, kembangkan lead itu dalam paragraf kedua untuk menjelaskan atau mendukung paragraf pertama yang perlu dijelaskan. Kemudian masuk kepada tubuh berita. Penulisan dengan gaya piramida terbalik ini berarti menulis berita dari mulai yang sangat penting (lead) sampai kepada tidak penting. Sedangkan judul diambil dari lead (berita yang sangat penting tadi). Kemudian, informasi harus memiliki nilai berita (news value) dan berharga sebagai berita (news worthy) (Seomirat, 2008).

Selanjutnya, (Ruslan, 2014) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi”, menjelaskan adapun kiat, teknik, dan tujuan penulisan berita humas sebagai berikut:

- Praktisi PR/Humas memerlukan persiapan yang cukup ketika memulai menggarap suatu tulisan, gaya bahasa, suatu topik atau isu, dan hingga merancang tujuan publikasi, serta strategi pesan yang hendak dicapai pada sebuah tulisan tersebut. Persiapannya secara garis besar menyangkut: bagaimana materi atau bobot pesannya, gaya penulisan berita, teknik publikasi dan strategi mengkomunikasikan pesannya? Siapa/Pembaca yang menjadi sasaran? Apa tujuan (object)? Efek apa yang ingin diciptakan atau citra yang ingin diperoleh?
- Segi akurasi: apakah keakuratan suatu berita, publikasi, dan informasi dapat dipercaya?
- Bahasa: Apakah kalimat-kalimat aktif, gaya bahasa formal, jargon-jargon informal, gaya penulisan yang enak dibaca, kosakata yang terpilih, padat dan singkat, tetapi cukup menarik untuk dibaca telah dipergunakan? Hal yang perlu diingat bahwa pembaca selalu menginginkan, sesuatu yang baru dan menarik dari produk publikasi dalam bentuk suatu teknik tulisan yang dibuat oleh praktisi PR atau Humas.
- Eksklusivitas dan relevansi: Produk-produk publikasi yang dirilis oleh humas tersebut mutlak mengandung hal yang penting (eksklusif) dan memiliki misi hubungan tertentu bagi kepentingan perusahaan/organisasi, pembaca atau publik dan media masa lain.

Analisis Framing

Framing merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Sudibyo, 2001:186). Dengan kata lain bagaimana realitas dibingkai, dikonstruksikan dan dimaknai oleh media (Kriyantono, 2012).

Jadi, analisis framing ini merupakan analisis untuk mengkaji pembingkai realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lain-lain) yang dilakukan media. Pembingkai tersebut merupakan proses konstruksi, yang artinya realitas dimaknai dan direkonstruksi dengan cara dan makna tertentu. Framing digunakan media untuk menonjolkan atau memberi penekanan aspek tertentu sesuai kepentingan media. Akibatnya, hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, dianggap penting, dan lebih mengena dalam pikiran khalayak. (Kriyantono, 2012)

Analisis Framing sebagai Strategi Komunikasi Humas

Strategi tindakan (action strategy) merupakan penggerak utama program humas, namun pada umumnya strategi tindakan bersifat tidak tampak atau tidak mudah dikenali oleh pihak luar. Kegiatan komunikasi merupakan komponen yang

jelas terlihat oleh siapa pun karena komunikasi memang ditujukan untuk masyarakat. Komunikasi berfungsi sebagai katalisator untuk menginterpretasikan dan mendukung strategi tindakan. Namun ada salah satu hal penting yang harus diperhatikan praktisi humas ketika berkomunikasi atau melakukan komunikasi, yaitu membingkai pesan (Morisson, 2008)

Praktisi humas harus mampu memilih fakta yang paling penting dan menarik ketika melakukan komunikasi dengan khalayak sasaran. Kemampuan dalam memilih fakta yang paling penting dan menarik ini harus dimiliki praktisi humas ketika ia melakukan kegiatan membingkai pesan. Dengan kata lain, praktisi humas harus mampu melakukan analisis terhadap seluruh fakta yang diterimanya dan memilih bagian tertentu dari fakta yang akan disampaikan kepada khalayak. Kegiatan ini disebut dengan kegiatan membingkai pesan atau analisis framing.

Prinsip pertama membingkai isi pesan pada proses komunikasi adalah mengetahui posisi manajemen dan permasalahan yang dihadapi secara mendalam. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, ketertarikan, kekhawatiran dari publik khalayak sasaran. Atau praktisi humas harus menempatkan dirinya pada posisi publik sasaran dan berusaha berpikir menurut cara mereka. Komunikasi yang efektif harus dirancang untuk situasi, waktu, tempat, dan publik tertentu. Ini berarti praktisi humas harus memilih secara cermat dan hati-hati media dan teknik komunikasi yang hendak digunakan. Pemilihan waktu yang tidak atau kurang kurang dapat menggagalkan program yang hendak dilaksanakan.

Menurut Cutlip-Center-Broom, komunikasi membutuhkan kontinuitas kegiatan yaitu upaya yang terus-menerus. Praktisi humas harus merancang pesan yang sederhana yang disampaikan berulang-ulang. Selain itu, harus ditentukan pemilihan waktu, tempat dan metode yang terbaik serta pemilihan media yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran. Praktisi humas harus menentukan khalayak sasaran dengan tepat dan harus menggunakan teknik dan strategi yang berbeda untuk mencapai tujuan-tujuan yang berbeda. Untuk ini dibutuhkan pula strategi pesan yang juga berbeda. Perhatian yang berbeda dan tingkat intensitas yang berbeda mengenai suatu isu memerlukan strategi pesan yang berbeda (Morisson, 2008).

Analisis Framing Model Zhongdan Pan and Gerald M. Kosicki

Menurut (Eriyanto, 2012) Framing model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki terdiri empat struktur besar. Pertama, struktur sintaksis; kedua, struktur skrip; ketiga, struktur tematik; dan keempat, struktur retorik. Struktur sintaksis bisa diamati dari bagian berita. sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa-peristiwa ke dalam bentuk suatu kisah berita. dengan demikian, struktur sintaksis ini bisa diamati dari berbagai berita (headline yang dipilih, lead yang dipakai, latar informasi yang dijadikan sandaran, sumber yang dikutip, dan

sebagainya). Struktur skrip melihat bagaimana strategi bercerita atau bertutur yang dipakai wartawan dalam mengemas peristiwa. Kemudian, struktur tematik berhubungan dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proporsi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan kedalam bentuk yang lebih kecil. Sedangkan struktur retorik berhubungan dengan cara wartawan menekankan arti tertentu. Dengan kata lain, struktur retorik melihat pemakaian kata, idiom, grafik, gambar, yang juga dipakai guna memberi penekanan pada arti tertentu.

Definisi Konsepsional

Definisi Konsepsional berfungsi sebagai jembatan teori dan penelitian agar tidak terjadi pengertian yang tumpang tindih dan kesalahpahaman dari konsep yang digunakan dalam penulisan skripsi ini. Definisi konsepsional dalam penulisan skripsi ini adalah framing (pembingkai) pemberitaan tentang banjir sebagai bentuk strategi komunikasi humas. Framing ini meliputi skema berita, kelengkapan berita, pembentukan teks secara keseluruhan (detail, maksud kalimat, hubungan antar kalimat, nominalisasi, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti), dan penekanan fakta (leksikon, gambar, metafora, pengandaian). Media yang digunakan yaitu website Pemerintah Kota Samarinda.

Jenis Penelitian

Tipe penelitian ini ialah deskriptif dengan menggunakan pendekatan Kualitatif. Penelitian ini digunakan untuk menggambarkan aspek tertentu dari sebuah realitas yang dibingkai oleh Humas di website Pemerintah Kota Samarinda menjadi sebuah berita. Dalam hal ini mengenai pemberitaan banjir di Samarinda. Format deskriptif kualitatif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2012).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi tentang apa saja yang akan dibahas dalam penelitian ini. Selain itu fokus penelitian juga akan membantu peneliti mendalami aspek-aspek pembahasan. Sehingga diharapkan peneliti akan mendapat kesimpulan yang lebih mendalam dan terfokus terhadap penelitian ini. Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, maka fokus penelitian ini meliputi: Struktur Sintaksis, Struktur Skrip, Struktur Tematik dan Struktur Retoris.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer: Sumber penelitian ini menggunakan teks berita yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti, yaitu teks berita tentang banjir di website Pemerintah Kota Samarinda periode Januari - Juni 2016.

Data Skunder: Merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini adalah kepustakaan, meliputi: buku, majalah, artikel, jurnal dan data yang diperoleh dari internet.

Teknik Pengumpulan Data

- **Library research**, yaitu penelitian kepustakaan, di mana di dalam penelitian peneliti menggunakan data dari literatur dan mempelajari buku-buku petunjuk teknis serta teori-teori yang dapat di gunakan sebagai bahan penelitian skripsi.
- **Field work research**, yaitu penelitian langsung ke lokasi penelitian:
Observasi: di lakukan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data yang valid untuk melengkapi data primer maupun sekunder yang di lakukan baik secara formal maupun nonformal.
Dokumentasi: merupakan kegiatan pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data berupa arsip atau dokumen, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis framing. Untuk menganalisa pembedaan berita banjir di website Pemerintah Kota Samarinda periode Januari – Juni 2016, peneliti menggunakan model framing Pan dan Kosicki dengan tahapan sebagai berikut:

Analisis Data: Model framing Pan dan Kosicki

Struktur	Perangkat <i>framing</i>	Unit yang diamati
Sintaksis	- Skema	Judul, <i>lead</i> , informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
Skrip	- Kelengkapan berita	5W + 1H
Tematik	- Detail - Koherensi - Bentuk kalimat - Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antarkalimat.
Retoris	- Leksikon - Grafis - Metafora	Kata, ungkapan, gambar/foto, grafik.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis *framing* ini dilakukan terhadap berita banjir atau aktifitas Pemerintah Kota Samrinda yang berkaitan dengan banjir yang dibuat oleh humas dan disiarkan melalui website Pemerintah Kota Samarindapada periode Januari – Juni 2016. Pada periode tersebut terdapat tiga berita yang berkaitan dengan aktifitas

pemerintah dalam upaya menanggulangi banjir, yaitu: 1) Pada Kamis, 10 Maret 2016, dengan judul Normalisasi Kanal, Wawali akan Kerahkan Alat Berat, dengan sub judul, “Jadi ‘Bolang’, Masuk Padang Ilalang Cari Penyakit Utama Genangan. 2) Rabu, 27 April 2016 dengan judul, Jaang Kagum, Risma Siap Jadi Konsultan Banjir, dengan sub judul, *Studi Banding ke Surabaya*. 3) Minggu, 19 Juni 2016 dengan judul, Pemkot Petakan Titik Banjir Prioritas, dengan sub judul, Penanganan Tersistematis, Perawatan Drinase Dirutinkan.

Definisi hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama (Effendy, 2002). Perbedaan pokok humas instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) dilihat dari fungsi dan tugasnya, humas pemerintah lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Jadi, melalui unit atau program kerja humas, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas dan kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya (Ruslan, 2014).

Terkaitan dengan penelitian ini, yaitu analisis framing berita banjir oleh humas di website pemerintah kota samarinda. Manajemen atau organisasi dalam hal ini adalah Pemerintah Kota Samarinda melalui devisi atau unit humasnya. Komunikasi yang dilakukan humas Pemerintah Kota Samarinda dalam hal ini termasuk dalam bentuk komunikasi massa, yaitu kegiatan publikasi dengan jalan pembuatan produk tulisan humas atau berita humas mengenai banjir atau kegiatan Pemerintah Kota Samarinda dalam menangani banjir yang disiarkan melalui media massa dalam hal ini new media berupa website resmi Pemerintah Kota Samarinda. Kegiatan Publikasi berita humas tersebut juga mempunyai kesesuaian dengan teori komunikasi public relation/humas yaitu *Teori Informasi Publik* yang menjelaskan bahwa, PR/Humas bertindak sebagai *Journalist in residence*, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarluaskan informasi kepada publik dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa.

Dari analisis framing diketahui Pemerintah Kota Samarinda melalui humasnya melakukan komunikasi dua arah. Hal tersebut terbukti dari analisis framing berita banjir yang berjudul “Pekot Petakan Titik Banjir Prioritas”, dan dengan sub judul, “Penanganan Tersistematis, Perawatan Drainase dirutinkan”. Lebih lanjut melalui analisis framing, diketahui bahwa dalam berita tersebut Nusyirwan mengaku mendapatkan tugas khusus dari Wali Kota Samarinda Syaharie Jaang untuk melakukan pengawasan sekaligus koordinasi terkait pengendalian banjir di kota ini, yang disampaikan saat menghadiri Safari Ramadan di Masjid Al Hijrah Karpotek, Jalan Untung Suropati, Sungai Kunjang. Dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya keterkaitan dengan Teori komunikasi public relation atau humas yakni *Teori asimetris dua arah*, yang

mengemukakan bahwa, pihak PR/humas dalam praktiknya melalui penyampaian pesannya berdasarkan hasil riset dan strategi ilmiah (scientific strategy) untuk berupaya membujuk publik, agar mau kerja sama, bersikap dan berpikir sesuai dengan harapan organisasi.

Selanjutnya analisis yang dilakukan melalui perangkat analisis framing pada truktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik, juga menunjukkan bahwa kegiatan pembingkai pesan berita humas yang dilakukan oleh humas Pemerintah Kota Samarinda tersebut mempunyai keterkaitan dengan peran humas pemerintahan yang terbagi menjadi dua, yakni: 1) tugas secara taktis dalam jangka pendek, Humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sasarnya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi, atau mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran instansi atau lembaga yang diwakilinya. 2) Tugas strategis (jangka panjang) humas pemerintah, yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambilan keputusan, memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukkseskan program kerja lembaga instansi atau lembaga yang bersangkutan. Terakhir bagaimana upaya untuk menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

Adapun terkait peran jangka pedek dan peran jangka panjang humas pemerintah yang telah dijelaskan di atas. Dari lead berita pada analisis framing, terlihat bahwa humas Pemerintah Kota Samarinda melakukan penonjolan berita dengan pemilihan kata atau kalimat sebagai berikut. *Berita pertama*. Program jumat bersih kembali bergaung di awal kepemimpinan Syaharie Jaang Nusyirwan jilid 2. Kali ini Wawali Nusyirwan Ismail rela menjadi 'bolang' sehari memasuki padang ilalang melompati semak belukar dan kanal untuk mencari penyakit utama genangan air di persimpangan Sempaja, walau pekan diguyur hujan tidak terjadi genangan lagi, tetap menjadi pekerjaan utama mengantisipasi kedepannya sehingga tidak terulang lagi. *Berita kedua*. Keseriusan dalam mengatasi banjir dan menata kota, Walikota Samarinda Syaharie Jaang bersama Forum Koordinasi Pimpinan Daerah (FKPD) diantaranya Ketua DPRD Alphad Syarif dan SKPD terkait melakukan kunjungan kerja ke Pemerintah Kota Surabaya diterima langsung Walikota Surabaya Tri Rismaharini. *Berita ketiga*. Pemkot Samarinda memastikan jika penanganan banjir kedepan bisa dilakukan secara lebih sistematis. Bahkan pemetaan juga sudah dilakukan terhadap titik-titik rawan banjir di kota ini. Berikut titik mana saja yang akan menjadi prioritas untuk mendapatkan penanganan serius.

Diketahui juga bahwa berita humas (News Release) pada website resmi Pemerintah Kota Samarinda berupa berita langsung (straight news). Hal tersebut berdasarkan bahwa humas harus memahami gaya jurnalistik atau seperti halnya wartawan menulis berita langsung (straight news) dengan gaya piramida terbalik.

Dimulai dengan dengan membuat lead/teras berita/kepala berita sebagai paragraf pertama yang mengandung unsur 5W+1H (Soemirat, 2008). Dari penjelasan tersebut diketahui ada kesesuaian dengan hasil analisis framing pada struktur sintaksis dan struktur skrip, bahwa ketiga berita yang dianalisis memenuhi unsur seperti yang dijelaskan di atas yaitu lead atau teras berita dan unsur 5W+1H.

(Morisson, 2008) mengatakan membingkai pesan merupakan strategi komunikasi humas. Pembungkai berita sebagai strategi komunikasi humas. Praktisi humas harus merancang pesan yang sederhana yang disampaikan berulang-ulang. Diketahui melalui hasil penelitian pada website Pemerintah Kota Samarinda, bahwa ditemukan sejumlah tiga berita pada periode Januari-Juni 2015. Kemudian, harus ditentukan pemilihan waktu, tempat dan metode yang terbaik. Serta pemilihan media yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran dan dengan menggunakan teknik dan strategi berbeda untuk mencapai tujuan-tujuan yang berbeda. Untuk ini dibutuhkan pula strategi pesan yang juga berbeda. Berkaitan dengan hal tersebut, dari ketiga berita yang ditemukan, kesemuanya mempunyai perbedaan dalam pemilihan waktu, tempat dan metode dalam merancang pesan. Hal tersebut diketahui dari analisis framing dengan perangkat struktur skrip, pada berita pertama, diketahui Wakil Wali Kota Nusyirwan Ismail rela menjadi “Bolang” sehari memasuki padang ilalang melompati semak belukar dan kanal untuk mencari genangan air yang pada saat melakukan program jumat bersih diawal kepemimpinannya pada periode ke-2. Kemudian, pada berita kedua, Pemerintah Kota Samarinda yaitu Wali Kota Syaharie Jaang beserta rombongan melakukan Studi banding atau kunjungan kerja dalam mengatasi banjir dan menata kota Samarinda ke Pemerintah Kota Surabaya. Selanjutnya pada berita ketiga, Nusyirwan melakukan koordinasi terkait pengendalian banjir yang dilakukan di Masjid Al Hijrah Karpotek, Jalan Untung Suropati, Sungai Kunjang, saat menghadiri Safari Ramadan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis mengenai framing analisis untuk menganalisis pembungkai berita tentang banjir oleh humas di website Pemerintah Kota Samarinda. Penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari perangkat analisis framing yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik dapat disimpulkan bahwa humas Pemerintah Kota Samarinda selaku penulis berita telah melakukan pembungkai pesan atau framing pada berita mengenai banjir yang disiarkan melalui website resmi Pemerintah Kota Samarinda.
2. Kegiatan pembungkai berita banjir oleh humas pada website Pemerintah Kota Samarinda merupakan kegiatan yang termasuk dalam strategi komunikasi humas dan sesuai dengan tugas dan peran jangka pendek dan peran jangka panjang humas.

3. Kegiatan pembimbingan pesan pada berita humas yang disiarkan melalui website Pemerintah Kota Samarinda mempunyai kesesuaian dengan teori informasi publik dan dari berita yang dianalisis juga diketahui bahwa humas Pemerintah Kota Samarinda melakukan kegiatan yang sesuai dengan teori Teori asimetris dua arah.

Saran

1. Bagi Humas, dalam penulisan perlu diperhatikan lagi, terutama disesuaikan dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Oleh karena ditemukan beberapa kesalahan dalam penulisan yang tidak sesuai dengan EYD.
2. Bagi pembaca, hendaknya dapat memahami makna yang terdapat di media massa khususnya media publikasi humas pemerintah, dengan mencermati kata, kalimat istilah, isi berita, serta validitas sumber informasi yang tersaji. Serta aktif mencari informasi yang sama dari sumber media yang berbeda, untuk mengetahui kualitas sebuah informasi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dalam penelitian mengenai analisis framing sebagai strategi komunikasi humas dapat lagi dikembangkan tidak hanya pada berita mengenai aktifitas pemerintah mengenai banjir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, YM Kusuma, 2013. *Dengan PHP Membuat Website 30 Juta Rupiah*. Indonesia: Jasakom.
- Effendy, OnongUchjana, 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Eriyanto, 2012. *Analisis Framing, Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fajar, Marhaeni, 2009. *Ilmu Komunikasi Massa: Teoridan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ibrahim, Idi Subandy dan Bachruddin Ali Akhmad, 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kristanti, Handriani, 2008. *Internet untuk Anak-Anak*. Yogyakarta: Citra Pustaka.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Fajar Interpretama.
- Nurudin, 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Morisson, 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Morisson, 2008. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Prayudi, 2007. *Penulisan Naskah Public Relations*. Yogyakarta: Andi.
- Ruslan, Rosady, 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady, 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Suryadi, 2007. *Strategi Mengelola Public Relations Organisasi*. Jakarta: Edsa Mahkota.

Dokumen-dokumen:

Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 *Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-Government*.

Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 *Tentang Keterbukaan Informasi Publik*.

Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28 F dan 28 F (2).

Sumber dari Internet:

Kaltim.tribunnews.com: Derita Warga Samarinda Kebanjiran Akibat Aktivitas Tambang Batu Bara.

<http://kaltim.tribunnews.com/2014/12/29/derita-warga-samarinda-kebanjiran-akibat-aktivitas-tambang-baru-baara> (diakses 10 Juni 2016)

Kaltim.tribunnews.com: Derita Warga Samarinda Kebanjiran Akibat Aktivitas protokol-di-samarinda-masih-tergenang-banjir (diakses 10 Juni 2016)

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

<http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/kbbi/> (diakses 27 Juli 2016)

Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. https://kominfo.go.id/content/detail/3980/kemkominfo-pengguna-internet-di-indonesia-capai-82-juta/0/berita_satker (diakses 10 Juni 2016)

Wikipedia: Media Baru

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_baru (diakses 12 Juni 2016)

Website Pemerintah Kota Samarinda

<http://samarindakota.go.id> (diakses 12 Juni 2016)