

## **FRAGMENTASI SEMIOTIK MEDIA CETAK LOKAL BERBASIS LOCAL WISDOM NEWS DI BALI (2018)**

**Made Yeni Sudaryati**

**Universitas Pendidikan Nasional**  
*made\_yenis@yahoo.com*

**Kadek Devi Kalfika**

**Universitas Pendidikan Nasional**  
*devikalfika@ymail.com*

### **ABSTRAK**

*Berdasarkan data yang dirilis Nielsen Media Research, persentase pembaca koran meningkat dari 13,4% pada awal 2011 menjadi 13,7% pada akhir tahun 2011. Hal ini mengindikasikan bahwa fragmentasi semiotik pada media cetak sepertinya tidak hanya dimaksudkan untuk menarik minat pembaca, tetapi juga menyampaikan identitas atau ciri khas dari sebuah media cetak. Fenomeni ini menjadi sebuah obyek yang menarik untuk diteliti dan dikembangkan dalam bidang ilmu komunikasi. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa unsur semiotik yang terdapat pada media cetak lokal, serta mengetahui karakteristik dan cara media cetak lokal dalam mengadopsi dan mengolah informasi fenomena sosial yang berbasis local wisdom. Secara definitif local wisdom memiliki pengertian yang sama dengan kearifan lokal yang memiliki kecenderungan kelekatan pada budaya dan nilai-nilai kemasyarakatan, khususnya pada masyarakat lokal. Metode penelitian yang relevan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis framing dengan pendekatan teknik penelitian diskriptif kualitatif. Prosedur penelitian menggunakan pendekatan primer melalui wawancara dengan narasumber, observasi lapangan, analisis dokumen dan arsip, serta melakukan aktivitas focus grup discussion pada beberapa kalangan tertentu sebagai konsumen media cetak di Bali. Melalui metode ini diharapkan dapat mengungkap unsur semiotik pada konten media cetak lokal, karakteristik media cetak lokal berbasis local wisdom, dan cara media cetak mengubah fenomena sosial menjadi konten berbasis local wisdom news. Kesimpulan, Bahwa rata-rata media cetak lokal di Bali menggunakan unsur semiotik berupa bahasa atau kata-kata dalam konten judul dan sub judul beritanya. Sedangkan penggunaan unsur semiotik berupa simbol hanya terdapat empat media lokal yang menggunakan ikon kartun sebagai karakter yang memperkuat ciri khas medianya. Ditemukan bahwa unsur semiotik dalam berita mampu mendongkrak nilai berita khususnya pada media lokal Bali yang kental kaitannya dengan unsure budaya, tradisi, kesenian, dan spiritualitas. Ketertarikan pembaca pada media cetak lokal masih dipengaruhi dengan unsure simbolisme dan karakter yang dimunculkan. Diketahui bahwa media cetak lokal di Bali masih memiliki nilai berita yang berbasis local wisdom news pada pengembangan karakteristik*

*medianya melalui rubrik atau kolom-kolom yang khusus diperuntukkan pada berita-berita lokal atau kedaerahan. Diketahui bahwa dalam mengadopsi dan mengolah fenomena menjadi berita yang berbasis local wisdom news, media lokal Bali lebih banyak menggunakan media dalam bentuk straight new dan feature. Hal ini memungkinkan untuk dapat menarik minat pembaca karena dapat menjelaskan secara rinci dan praktis.*

---

**Kata Kunci:** Media Cetak, Semiotika, Local Wisdom News

### ABSTRACT

*Based on data released by Nielsen Media Research, the percentage of newspaper readers increased from 13.4% at the beginning of 2011 to 13.7% at the end of 2011. This indicates that semiotic fragmentation in print media is not only intended to attract readers, but also convey the identity or characteristic of a print media. This phenomenon becomes an interesting object to be researched and developed in the field of communication science. This research is aimed at analyzing the semiotic elements found in local print media, as well as knowing the characteristics and ways of local print media in adopting and processing information on social phenomena based on local wisdom. Definitely local wisdom has the same meaning as local wisdom which has a tendency to stick to cultural and social values, especially in local communities. The relevant research method in this study uses the method of framing analysis with a qualitative descriptive research technique approach. The research procedure uses a primary approach through interviews with resource persons, field observations, analysis of documents and archives, and conducting activities focusing on discussion groups in certain groups of consumers as print media consumers in Bali. Through this method, it is hoped that it can reveal the semiotic elements in local print media content, the characteristics of local print media based on local wisdom, and the way the print media converts social phenomena into content based on local wisdom news. Conclusion, that the average local print media in Bali uses semiotic elements in the form of language or words in the content of the title and the headline. While the use of semiotic elements in the form of symbols, there are only four local media that use cartoon icons as characters that strengthen their media characteristics. It was found that the semiotic element in the news was able to boost the value of the news especially in the local Balinese media which was closely related to the elements of culture, tradition, art, and spirituality. The reader 's interest in local print media is still influenced by elements of symbolism and the characters that appear. It is known that local print media in Bali still have news values based on local wisdom news on developing their media characteristics through rubric or columns specifically intended for local or regional news. It is known that in adopting and processing phenomena into news based on local wisdom news, Balinese local media uses more media in the form of straight new and features. This makes it possible to attract the interest of readers because it can explain in detail and practically.*

---

**Keyword :** Print Media, Semiotics, Local Wisdom News

### **Latar Belakang Masalah**

Budaya merupakan salah satu media komunikasi yang paling dekat kaitannya dengan masyarakat. Berbicara tentang budaya, banyak hal yang dapat digali dan diamati sebagai sumber berita. Komunikasi pada dasarnya tidak bisa lepas dari konteks sosial budaya masyarakat, sebab segala fenomena sosial, dan komunikasi merupakan fenomena budaya. Selain menjadi salah satu unsur budaya, komunikasi juga merupakan sarana untuk mengekspresikan nilai-nilai budaya itu sendiri. Misalkan fenomena yang diangkat ke media massa, sudah tentu membawa nilai-nilai dan aspirasi dari masyarakat setempat. Keunikan dan keanekaragaman budaya adiluhung Bangsa Indonesia tidak terlepas dari rekaman-rekaman pemberitaan pada media massa. Seluruh peristiwa yang terekam oleh media terpublikasi secara massal dan diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat.

Seperti halnya media cetak yang merupakan salah satu media komunikasi massa yang berperan sebagai media publikasi jurnalisme. Media cetak ini terdiri dari beberapa lembar kertas yang berisi gambar atau foto-foto dan tulisan yang merupakan pesan atau kumpulan informasi singkat, padat, dan jelas kepada pembacanya. Jenis media jurnalisme cetak merupakan jenis media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Pesan yang dipublikasikan merupakan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, dan foto-foto jurnalistik.

Persaingan dalam media massa saat ini semakin ketat karena keberadaan media online dan elektronik dalam kehidupan masyarakat. Hal semacam ini justru membuat media cetak semakin mengembangkan ragam bentuk, jenis, dan kontennya. Dibandingkan dengan media online dan media elektronik, media cetak memiliki karakteristik yang lebih spesifik dan memberi banyak keuntungan karena fleksibilitas medianya yang tinggi. Dalam mengemas informasinya juga sangat menarik sehingga pembaca seolah-olah diajak untuk berada dalam situasi yang sama pada peristiwa yang disajikan. Banyak yang beranggapan bahwa media cetak sudah ketinggalan jaman, namun hingga saat ini keberadaan media cetak di Indonesia khususnya di Bali justru semakin memperluas jangkauan dan sasaran pembacanya. Berikut jenis-jenis media cetak beserta jangkauan publikasi dan karakteristiknya

**TABEL. 1**  
**RAGAM MEDIA JURNALISTIK CETAK**

NO	NAMA MEDIA	JENIS MEDIA	KARAKTERISTIK MEDIA
1.	KORAN (Surat Kabar Harian)	a. Internasional b. Nasional c. Lokal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodesitas: menunjukkan keteraturan terbit (setiap hari)</li> <li>• Universalitas: menunjukkan isi yang beragam</li> <li>• Aktualitas: menunjukkan keadaan yang sebenarnya, faktual peristiwa yang terjadi di masyarakat kepada khalayak dan bersifat <i>covet boot side</i> (tidak berpihak)</li> <li>• Terdokumentasi: kumpulan informasi dan fakta yang disajikan dalam bentuk berita dan artikel</li> </ul>
2.	MAJALAH	a. Umum b. News c. Khusus d. Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyajian informasi lebih dalam</li> <li>• Nilai aktualitas berita lebih lama</li> <li>• Gambar atau foto yang disajikan lebih banyak</li> <li>• Cover dibuat sebagai daya tarik</li> </ul>
3.	TABLOID	a. Umum b. Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Waktu terbit beragam (mingguan, dua minggu, bulanan)</li> <li>• Bentuk dan isi merupakan perpaduan antara koran dan majalah</li> <li>• Konten yang disajikan lebih bersifat hiburan</li> <li>• Pembacanya kalangan tertentu</li> </ul>
4.	BULETIN	a. News b. Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terbit secara berkala (1-2 bulan)</li> <li>• Design, foto-foto, atau ilustrasi bersifat formal</li> <li>• Sasaran pembacanya merupakan kalangan khusus yang lebih sempit</li> <li>• Informasi yang disajikan secara formal, singkat dan padat</li> </ul>
5.	BUKU TEKS	a. Buku Ajar b. Studi Ilmiah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyesuaikan dengan minat pembaca</li> <li>• Memiliki gaya penulisan naratif, tidak komunikatif dan padat</li> <li>• Tidak ada mekanisme mengumpulkan umpan balik</li> </ul>
6.	NEWSLETTER	a. Famplet b. Poster	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laporan yang dicetak untuk menyampaikan informasi atau berita</li> </ul>

		c. Booklet d. Brosur	tertentu • Bersifat singkat dan padat • Isi disesuaikan berdasarkan kebutuhan sasarannya • Topik publikasi umumnya bersifat yang menarik
--	--	-------------------------	---

Penggunaan kata-kata pada setiap kalimat berita yang disajikan ringan dan langsung pada konteks permasalahannya. Sehingga khalayak mudah memahami pesan yang disampaikan dalam pelaporan suatu peristiwa. Untuk mendapatkan sebuah berita yang menarik, jurnalis dituntut untuk dapat menyajikan kata-kata yang menarik dari peristiwa yang diliputnya. Beberapa media khususnya pada media-media lokal, penggunaan bahasa atau kata-kata yang cenderung vulgar justru menjadi khasanah dalam media tersebut. Dalam peraturan tentang kode etik jurnalistik, masyarakat mulai diresahkan dengan vulgarism media cetak yang lebih mengedepankan “laku” dipasaran dibandingkan menekankan pada unsur edukatif.

Dasar tentang kode etik jurnalistik tercantum pada surat keputusan Dewan Pers nomor: 03/sk-dp/III/2006 dalam pasal 4 yang mengatakan bahwa wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul. Dalam penafsiran pasal tersebut diantaranya : a. bohong berarti sesuatu yang sudah diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi. b. Fitnah berarti tuduhan tanpa dasar yang dilakukan secara sengaja dengan niat buruk. c. Sadis berarti kejam dan tidak mengenal belas kasihan. d. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi. e. Dalam penyiaran gambar dan suara dari arsip, wartawan mencantumkan waktu pengambilan gambar dan suara.

Sesuai dengan ketentuan Dewan Pers 2006 diatas menegaskan bahwa penggunaan grafis, gambar, foto, suara, maupun tulisan sudah memiliki aturan yang jelas dan tidak diperkenankan untuk menggunakan segala bentuk erotisme penyiaran dan penerbitan dalam sebuah berita. Makna erotisme itu sendiri masih cukup rancu dalam media massa, sehingga penting dan perlu dijelaskan secara detil mengenai batasan-batasan makna erotis dalam media massa khususnya agar khalayak mampu membeakan mana yang terkait dengan erotis yang menggugah hawa nafsu itu sendiri serta yang mana merupakan pembelajaran terutama dalam bidang seni dan budaya. Media massa sebagai sebuah media informasi dan pengetahuan pada masyarakat, memiliki peran sangat penting untuk membangun generasi muda yang berwawasan dan memiliki pengetahuan

yang luas serta jauh dari konotasi negatif pornografi dan kekerasan. Sehingga, dalam pelaksanaannya media massa di era globalisasi saat ini benar-benar dituntut untuk lebih waspada pada kebenaran berita dan bukan sekedar berita sensasional.

### **Perumusan Masalah**

Media massa cetak seperti Koran (Surat Kabar), Majalah, Buletin, dan Tabloid hingga saat ini masih didistribusikan diseluruh wilayah di Indonesia. Bahkan jauh sebelum keberadaan media massa elektronik berbasis lokalitas, media massa cetak sudah terlebih dahulu hadir ditengah-tengah masyarakat lokal daerah-daerah di Indonesia. Kekuatan media massa cetak lokal terletak pada muatan beritanya. Sistem lokalitas yang dianut masing-masing media di Daerah memiliki ragam ciri khas, mulai dari kearifan budaya lokal hingga pembuatan ikon-ikon yang banyak berkaitan dengan kehidupan masyarakat setempat. Oleh sebab itu, maka rumusan masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Bagaimanakah sistem media cetak lokal dalam penggunaan unsur semiotik pada konten beritanya?
- 2) Bagaimanakah fungsi media cetak dalam pengembangan karakteristik media cetak lokal berbasis *local wisdom news*?
- 3) Bagaimanakah media cetak dapat mengadopsi dan mengolah fenomena sosial menjadi berita yang berbasis *local wisdom news* di Bali?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian pada artikel ini adalah untuk menganalisa unsur semiotik yang terdapat pada media cetak lokal, serta mengetahui karakteristik dan cara media cetak lokal dalam mengadopsi dan mengolah informasi fenomena sosial yang berbasis *local wisdom*.

### **Kajian Teori**

Semiotika merupakan salah satu bidang ilmu sosial yang mempelajari tentang tanda. John Fiske (2007) berpendapat bahwa semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda bekerja. Pada perkembangan dan pola pikir manusia merupakan sebuah bentuk yang mendasari terbentuknya pemahaman yang merujuk pada terbentuknya sebuah makna. Manusia memikirkan

bentuk dan wujud benda kemudian mengetahui apa nama benda tersebut. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Pierce (dalam Sobur, 2006), bahwa semiotik merupakan suatu konsep tentang tanda yang memiliki arti bahwa tidak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan termasuk juga di dalamnya dunia sendiri. Dijelaskan pula sejauh hal tersebut masih berkaitan dengan pemikiran manusia yang seluruhnya terdiri atas tanda-tanda. Jika hal tersebut tidak saling dihubungkan satu dengan yang lainnya, maka manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.

Pada ilmu komunikasi, semiotika difokuskan pada teori produksi tanda yang salah satu diantaranya mengangsumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran, dan acuan (hal yang dibicarakan) kemudian pemberian tekanan terhadap teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Dalam semiotika secara signifikan tidak mempersoalkan tentang adanya tujuan berkomunikasi, namun mengutamakan segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisi pada penerima tanda lebih diperhatikan daripada proses komunikasinya.

Oleh sebab itu, berbicara mengenai kajian ilmu komunikasi, terutama terkait dengan analisis teks media tidak terlepas dari pembahasan mengenai semiotika. Dalam kajian populer yang digunakan oleh ilmuan komunikasi, semiotika menjadi piasau analisis dalam penelitian-penelitian yang berkaitan dengan media massa. Hal ini tentu erat kaitannya dengan penggunaan tanda dan petanda dalam proses penulisan atau produksi media massa itu sendiri. Seperti pada media cetak, penggunaan foto, grafis, gambar dan kata-kata akan lebih menegaskan gambaran suatu peristiwa kepada khalayak. Melalui proses ini, media cetak sering menggunakan istilah-istilah atau ikon-ikon sebagai suatu tanda untuk menjelaskan suatu peristiwa kepada pembacanya. Sehingga pembaca cenderung memperhatikan ikon-ikon atau istilah yang digunakan dalam penulisan berita menjadi suatu image yang diidentikkan pada suatu media. Kecenderungan penggunaan tanda pada pembuatan berita pada media cetak tidak hanya terjadi pada media lokal semata, hal ini juga sering terjadi pada media-media nasional sebagai salah satu upaya eksistensi media tersebut.

Semakin pesatnya perkembangan media cetak disertai dengan munculnya beragam jenis seperti majalah dan Koran. Surat kabar atau Koran merupakan salah satu media cetak jurnalisme yang isinya memuat berbagai hal mulai dari artikel-artikel mengenai kehidupan sosial

masyarakat, politik, kesehatan, hukum, ekonomi, hingga periklanan. Qohar (2012), mengenai sejarah komunikasi atau media cetak mengatakan bahwa “*Media baru tersebut lebih efektif sebagaimana dikatakan Charles Horton Cooley sebagai: Pertama, membawa perluasan gagasan dan perasaan. Kedua, mengatasi waktu. Ketiga, mengatasi ruang. Keempat, jalan masuk ke kelas-kelas yang ada dalam masyarakat*”.

Sebelum adanya media cetak perkembangan komunikasi sangat lambat. Buku-buku dijual terbatas, sehingga hanya kalangan tertentu saja yang dapat memilikinya. Menurut Sandi (2012), dalam era komunikasi di Indonesia media cetak dan media radio dipergunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi kemerdekaan. Selain itu, adanya media cetak dapat sebagai alat pembelajaran dan mendapat ilmu pengetahuan. Jenis produk media cetak terus bertambah, dari awalnya hanya berupa Koran lembaran dan buku dengan tinta hitam putih berbahan mudah sobek dan mengotori tangan. Kini tampilan media cetak sudah memiliki halaman yang full colour di atas kertas mengkilap dan bersi, walau terasa lebih berat jika dipegang dalam waktu yang lama. Contohnya majalah, tabloid, booklet, buku, novel, komik, brosur, dan yang serupa.

Fungsi media cetak sendiri merupakan media komunikasi dengan jenis-jenis media cetak seperti Koran, majalah, poster, flier, novel, buku, booklet, tabloid, bulletin, dan brosur yang memerlukan sumber informasi dengan kemampuan dalam hal bahasa yang baik, menulis yang baik, dan menguasai peralatan sehingga dapat membuat pesan yang disampaikan ditangkap dengan baik oleh pembaca. Lebih lanjut pembaca yang berasal dari berbagai golongan tanpa membuat persepsi yang berbeda akibat segala macam gangguan (baik semantik, maupun perbedaan SARA) dalam saluran media cetak.

Media cetak biasanya menyediakan berbagai informasi yang sedang hangat dibicarakan di public, atau yang dianggap menarik sehingga konsumen tertarik untuk membaca. Hal tersebut dikarenakan media cetak atau media massa ini bersifat massal (menyeluruh) dan memiliki jaringan luas. Sehingga, jumlah masyarakat yang membacanya bukan hanya seorang atau dua orang saja, melainkan bisa mencapai puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca.

Secara garis besar diketahui bahwa masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah memiliki ketergantungan dan kebutuhan terhadap media massa yang lebih tinggi dari pada masyarakat dengan ekonomi yang tinggi. Hal ini dikarenakan oleh pilihan yang terbatas akan adanya hiburan dan sumber informasi terutama dalam media cetak. Hamidjojo (dalam Latuheru, 1993), member batasan media sebagai semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk

menyampaikan pendapat, sehingga dapat sampai ke penerima yang dituju dengan baik. Seperti halnya yang tercantum pada UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Bahwa Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafis maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Menurut Keraf (2002), *local wisdom* sering disebut dengan kearifan lokal merupakan bentuk pengetahuan, keyakinan, pengalaman, atau wawasan serta adat kebiasaan atau dapat disebut dengan etika yang menuntun perilaku manusia dalam kehidupan di komunitas ekologis. Sedangkan menurut Gobyah (2009), mendefinisikan *local wisdom* sebagai kebenaran yang telah mentradisi atau ajeg dalam suatu daerah. *Local wisdom* dalam kehidupan suatu masyarakat dapat berupa nilai-nilai, norma, etika, kepercayaan, adat-istiadat, hukum adat, dan aturan-aturan khusus. Secara substansi dapat berupa kelembagaan dan sanksi sosial, ketentuan tentang pemanfaatan ruang dan perkiraan musim bercocok tanam, pelestarian dan perlindungan terhadap kawasan yang dikategorikan sebagai kawasan yang sensitive, serta bentuk adaptasi dan mitigasi tempat tinggal (terhadap iklim, bencana, atau ancaman lainnya).

Selain itu pakar lainnya Rahyono (2009), mengatakan bahwa *local wisdom* merupakan suatu hasil dari kecerdasan manusia yang dimiliki oleh sekelompok etnis tertentu yang diperoleh melalui pengalaman suatu masyarakatnya. Sehingga dalam kehidupan masyarakat, *local wisdom* merupakan suatu fenomena yang konferhensif. *Local wisdom* juga mencakup nilai-nilai kearifan lokal yang cukup banyak dan beragam sehingga sulit dibatasi oleh ruang. Biasanya *local wisdom* atau kearifan lokal ini menekankan pada tempat dan lokalitas, sehingga tidak harus merupakan warisan dari generasi ke generasi. Oleh karena itu, *local wisdom* dapat dikatakan memiliki beberapa fungsi yang diantaranya : a. untuk konservasi dan pelestarian sumber daya alam, b. untuk pengembangan sumber daya manusia seperti yang berkaitan dengan upacara daur hidup, c. untuk mengembangkan kebudayaan dan ilmu pengetahuan misalnya upacara-upacara suatu adat tertentu, d. dikatakan sebagai petuah, kepercayaan, sastra, dan pantangan yang dilakukan pada suatu masyarakat.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang sumber datanya dapat mencakup hampir semua data non-numerik. Data yang dimaksud berupa kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati. Sumber data merupakan data primer yang dikumpulkan dan dianalisis sendiri oleh peneliti, yang diantaranya dapat melalui observasi, wawancara dengan narasumber, dokumentasi arsip, dan *focus grup discussion* (FGD).

Data primer Penelitian ini menggunakan data dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan dari hasil observasi lapangan disusun sebagai laporan yang kemudian dikembangkan menjadi *interview guide* pada wawancara dengan narasumber. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan penjelasan dan informasi terkait dengan obyek yang diamati. *Interview guide* ini sangat penting disertakan, agar keterangan dari narasumber tidak jauh dari apa yang akan diteliti. Sehingga mendapatkan informasi yang lebih terarah dan spesifik. Dokumen arsip dan FGD diperlukan sebagai bahan kajian dan bukti bahwa keterangan dari sumber data sesuai dengan faktanya. Hal ini untuk menghindari adanya rekayasa informasi atau kesalahan dalam pemaknaan.

Metode analisis data menggunakan metode analisis *framing*, yang merupakan salah satu metode analisis media. Metode analisis *framing* merupakan metode yang paling tepat digunakan, sebab analisis media menggunakan pendekatan teori semiotika. Secara sederhana *framing* merupakan suatu metode penyajian realitas terkait dengan kebenaran tentang suatu kejadian yang tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus dengan menonjolkan aspek tertentu. Aspek-aspek ini yang kemudian digunakan sebagai bingkai dalam mengkaji realitas. Analisis *framing* ini termasuk ke dalam paradigma konstuksionis, sehingga memiliki posisi dan pandangan terhadap media dan teks berita yang dihasilkan.

## **Pembahasan**

Media cetak yang terbit di provinsi Bali memiliki beberapa segmen yang diantaranya segmen harian, yakni Koran Bali Post, DenPost, BisnisBali, NusaBali, Radar Bali, Fajar Bali, Koran Bali, dan Patroli Post. Diantara nama-nama media tersebut hanya Bali Post, DenPost, dan BisnisBali yang merupakan media dalam satu grup yaitu Media Bali Post, sedangkan untuk Koran lain diterbitkan oleh masing-masing perusahaan. Selain Koran harian juga terdapat media cetak lainnya, yaitu Bali Travel News (media pariwisata mingguan berbahasa Inggris), Tokoh

(tabloid mingguan wanita dan keluarga), Bali Aga (tabloid mistik mingguan), Galang (tabloid berita dua minggu), Suar Bali (tabloid mingguan budaya), Bali Times (koran mingguan bahasa Inggris), Tabloid Ajeg Bali (tabloid berita bulanan), Majalah Sarad dan Majalah Raditya (menulis tentang masalah agama Hindu dan adat Bali). Setiap media yang diterbitkan sudah tentu hidup dari oplah yang didapatkan. Dari beberapa media cetak harian (Koran) lokal Bali yang memiliki oplah yang tertinggi adalah media Bali Post, kemudian DenPost, NusaBali, Radar Bali, dan Warta Bali. Ditinjau dari sisi ekonomi bisnis, surat kabar memiliki peranan yang sangat penting sebagai fasilitator perdagangan karena mempromosikan konsumerisme melalui iklan dan menjalankan berbagai kepentingan bisnis pemodal atau pemiliknya. Model bisnis surat kabar harian adalah penjualan dua produk utama, yaitu isi berita yang dibaca oleh pembaca dan akses ke pembaca itu sendiri.

Media cetak merupakan salah satu dari jenis media massa atau dikenal dengan istilah printed medium, yaitu media massa yang dicetak pada lembaran kertas. Adapun beberapa format dan ukuran kertas dari media cetak antara lain : Koran atau surat kabar (ukuran kertas broadsheet atau  $\frac{1}{2}$  plano); tabloid (ukuran kertas  $\frac{1}{2}$  broadsheet); majalah ( $\frac{1}{2}$  tabloid atau kertas ukuran folio/kwarto); buku (ukuran kertas  $\frac{1}{2}$  majalah); newsletter (folio atau kwarto, jumlah halaman lazimnya 4-8); bulletin (ukuran kertas  $\frac{1}{2}$  majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8). Karakteristik dari media cetak secara umum ada tujuh belas yang dapat dijadikan ciri khas atau keunggulan dibandingkan dengan media lain. Diantaranya, 1) praktis, cepat, dan murah, 2) daya jangkauan yang luas, 3) tahan lama, 4) informative, 5) bersifat massal, 6) fleksibel, 7) lebih mahal dari media massa, 8) masa singkat, 9) kesalahan cetak, 10) media pasif, 11) media statis, 12) minat baca, 13) judul singkat, 14) topik actual dan menarik, 15) berita cepat, 16) umur berita pendek, 17) bahan referensi berita.

Berdasarkan pada hasil analisis mengenai penggunaan unsur semiotik pada konten berita dapat ditarik garis besar mengenai penggunaan unsure semiotik pada media cetak lokal di Bali, bahwa setiap media cetak yang diantaranya berupa Koran, Majalah, dan Buletin memiliki ideologi masing-masing dalam mengemas suatu fenomena menjadi berita yang layak terbit dan berbeda antara media satu dengan media yang lain. Unsur semiotik itu sendiri diketahui tidak semua media menggunakannya secara eksplisit, sebab pada dasarnya setiap media memiliki

ideologi dan ciri khas masing-masing dalam menentukan gaya bahasa dan konten berita walaupun dalam konteks peristiwa yang sama. Kajian semiotika sendiri menyampaikan bahwa terdapat enam faktor dalam komunikasi yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan). Berita dalam media massa khususnya media cetak dapat menimbulkan bias. Pada dasarnya bias berita terjadi karena media massa tidak terjadi pada ruang vakum. Sesungguhnya media berada ditengah-tengah realitas sosial yang sarat dengan berbagai kepentingan. Bahasa sebagai sistem simbol dalam berita sering terjadi kesalahan akibat karena masyarakat tidak memahami simbol-simbol lokal. Untuk itu penggunaan bahasa sebagai suatu simbol dalam berita sebagai kombinasi mewakili ide, pikiran, perasaan, benda, dan tindakan arbitrer, konvensional, dan representative-interaktif.

Sebagaimana yang banya digunakan pada media cetak selain berita berupa kalimat dan kata-kata juga berupa ikon. Media seperti Bali Post yang konsisten dengan menampilkan karikatur sebagai bentuk kritik pada peristiwa yang sedang hangat dibicarakan. Radar Bali menggunakan ikon kartun “Pan Simbing” sebagai karakter orang Bali yang kritis dalam menyoroti fenomena-fenomena yang diangkat sebagai berita. Post Bali menggunakan ikon kartun “Pak Tut” yang juga memiliki karakter orang Bali yang kritis dalam menyinggung berita-berita yang sedang viral. Bali Express menggunakan “Mr. Senggol” sebagai ikon kartun yang menggambarkan ciri anak muda Bali yang ekspresif dalam menanggapi fenomena sosial dan berita yang sedang hangat diperbincangkan. Rata-rata judul berita pada media lokal di Bali menggunakan simbol dalam bentuk bahasa dan kata-kata dalam beritanya. Hal ini bertujuan untuk menarik minat pembaca dan membuat rasa penasaran pada apa yang diberitakan.

Berdasarkan pada hasil analisis pengembangan karakteristik media cetak lokal berbasis local wisdom news, diketahui bahwa media lokal di Bali didominasi dengan adanya karakteristik media yang berbasis local wisdom news. Hal ini membuktikan, bahwa media lokal Bali masih memiliki kesadaran akan pentingnya mengangkat nilai lokalitas pada setiap terbitannya. Dikarenakan media ini besar dan ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen pembaca lokal, maka memiliki karakter lokalitas menjadi sangat penting ditengah persaingan keberadaan Koran berbasis Nasional, Internasional, dan online. Pada stuktur sosial media massa masyarakat yang merupakan konsumen dari media dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu golongan masyarakat pusat (core), masyarakat pinggiran (periphery), dan masyarakat semi pinggiran (semi-periphery).

Dari akar penggolongan pada masyarakat, terdapat basis masyarakat umumnya menyukai kesenian sebagai bagian dari kebudayaan yang ada dalam masyarakat itu sendiri. Sehingga karakteristik media yang mengusung nilai dan unsur lokalitas akan mendapat lebih banyak perhatian dibandingkan yang tidak sama sekali. Pengembangan karakteristik media cetak lokal yang berbasis local wisdom news, sama halnya dengan citra atau imajinasi yang melahirkan simbolisme. Pengembangan karakteristik ini tidak terlepas dari adanya inovasi-inovasi redaksi dalam mengemas berita kedalam bentuk-bentuk yang menarik dan mudah dibaca oleh konsumen pembaca media cetak. Selain itu konten dalam berita yang disajikan tidak terlepas dari budaya dan karakteristik masyarakat lokal yang ada di Bali. Dikarenakan sasaran pembacanya adalah masyarakat lokal dan tidak menutup kemungkinan masyarakat umum maupun pendatang, maka karakteristik yang dimunculkan tentunya bernuansa Bali dan informative bagi masyarakat umum. Sehingga keberadaan media lokal ini masih diterima keberadaannya di kalangan masyarakat umum.

Berdasarkan analisis diatas, diketahui seluruh media Koran harian mengolah beritanya menjadi berita straight news. Namun tidak sedikit pula konten yang diberitakan merupakan tajuk dan juga feature. Straight news merupakan bentuk berita langsung yang isunya masih hangat diberitakan. Tajuk merupakan tulisan dari pengamatan para ahli pada suatu fenomena atau peristiwa dan dibuat menjadi tulisan berupa ringkasan yang lebih ilmiah sebagai bagian dari berita. Sedangkan feature merupakan tulisan ringkasan yang menjelaskan suatu fenomena, peristiwa, atau isu yang diangkat dan diberitakan di media massa. Jika tulisan berbentuk straight news, beritanya mudah basi atau mudah berganti. Sedangkan tajuk dan feature beritanya lebih fleksibel mengikuti perkembangan berita media itu sendiri. Pada dasarnya Koran harian didominasi dengan berita-berita yang berbentuk straight news, sedangkan majalah dan bulletin lebih dominan berbentuk tajuk dan feature. Hal ini dikarenakan Koran harian setiap hari menyajikan berita yang terbaru dan mengupdate informasi yang bernilai bagi pembacanya. Sedangkan majalah dan bulletin beritanya mengcover tentang fenomena atau peristiwa yang notabene bertahan lebih lama. Majalah durasi beritanya selama satu bulan, dan bulletin surasi beritanya berupa mingguan (per minggu, atau dua minggu). Untuk itu baik majalah maupun bulletin tidak memiliki konten berita yang berbentuk straight news.

Sebagai media yang mampu mengadopsi dan mengolah fenomena sosial menjadi berita berbasis lokal wisdom news, media-media lokal di Bali seperti yang tercantum pada kolom diatas menunjukkan bahwa adanya rubrik atau artikel berita yang khusus membahas tentang kearifan lokal. Hal itu dibuktikan dari adanya konten-konten berita kedaerahan, yang dikelola dan dikemas menjadi ciri berita yang berbasis local wisdom news. Seperti berita seputar Desa Pakraman, potensi daerah, pariwisata, politik, kesenian, dan artikel kerohanian. Sebagian besar media cetak lokal memiliki kadar pengelolaan berita yang berbasis pada local wisdom news.

### **Kesimpulan**

1. Bahwa rata-rata media cetak lokal di Bali menggunakan unsur semiotik berupa bahasa atau kata-kata dalam konten judul dan sub judul beritanya. Sedangkan penggunaan unsur semiotik berupa simbol hanya terdapat empat media lokal yang menggunakan ikon kartun sebagai karakter yang memperkuat ciri khas medianya.
2. Ditemukan bahwa unsur semiotik dalam berita mampu mendongkrak nilai berita khususnya pada media lokal Bali yang kental kaitannya dengan unsure budaya, tradisi, kesenian, dan spiritualitas.
3. Ketertarikan pembaca pada media cetak lokal masih dipengaruhi dengan unsure simbolisme dan karakter yang dimunculkan
4. Diketahui bahwa media cetak lokal di Bali masih memiliki nilai berita yang berbasis local wisdom news pada pengembangan karakteristik medianya melalui rubric atau kolom-kolom yang khusus diperuntukkan pada berita-berita lokal atau kedaerahan
5. Diketahui bahwa dalam mengadopsi dan mengolah fenomena menjadi berita yang berbasis local wisdom news, media lokal Bali lebih banyak menggunakan media dalam bentuk straight new dan feature. Hal ini memungkinkan untuk dapat menarik minat pembaca karena dapat menjelaskan secara rinci dan praktis.

### **Daftar Pustaka**

Bungin, Burhan H.M. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup.

\_\_\_\_\_ 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- 2011. *Analisis Isi :Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta. Prenada Media Group.
- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies: Suatu Pengantar Paling Komprehensif*. Terj.Yosal Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Jalasutra.
- Gobyah, I Ketut. 2003. *Berpijak Pada Kearifan Lokal*.
- Ilmu Komunikasi I Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. 2012. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Malang: Brawijaya.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Cetakan Ketujuh. Depok: Rajagrafindo Persada
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media Pengantar Analisis Wacana Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*.Cetakan Keempat. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 2013. *Semiotika Komunikasi*. Cetakan Kelima. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Tinarbuko, Sabo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra

**Internet:**

Balipost.co.id