

16

**ANALISIS ISI DALAM KEGIATAN MEDIA MONITORING PROGRAM
NASIONAL PNPM MANDIRI PEDESAAN YANG DIPUBLIKASIKAN
MELALUI MEDIA DARING**

M. Ismail Alif, Azhar Hutomo, Priatna, Adianta Sebayang
Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 Januari 2020, disetujui: 1 Februari 2020)

Abstract

The purpose of this study is to show how the method of Content Analysis is used in Media Monitoring activities which is the task of Public Relations in maintaining the image and maintaining the reputation of an organization, in this case the National Program of PNPM Mandiri Rural, through monitoring and analysis of the content of PNPM Rural publications submitted through news published through online media (online) for a period of one year in 2013.

Keywords: *media monitoring, media daring.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperlihatkan bagaimana metoda Analisis Isi digunakan dalam kegiatan Media Monitoring yang menjadi tugas Public Relations untuk menjaga citra dan memelihara reputasi sebuah organisasi, dalam hal ini Program Nasional PNPM Mandiri Pedesaan, melalui pemantauan dan analisis isi publikasi PNPM Mandiri Pedesaan yang disampaikan melalui pemberitaan yang dipublikasikan melalui media on line (daring) selama periode satu tahun pada tahun 2013

Katakunci: *media monitoring, media daring.*

I. PENDAHULUAN

Era gelombang revolusi komunikasi, sebagaimana dikatakan A. Toffler (1984) semakin menglobal dewasa ini. Semua itu membuat bumi seakan menjadi sebuah kampung kecil (Mc. Luhan, 2005). Melalui teknologi informasi, manusia terkoneksi satu sama lain. Mereka membangun persepsi dan saling mempengaruhi satu sama lain. Media massa dan warga jurnalis (*journalist citizen*) memberikan dampak dan pe-

ngaruh dalam membangun persepsi publik mengenai organisasi, intitusi dan korporasi sehingga seolah tak ada lagi katup yang mampu menghalangi. Kondisi tersebut tersebut tentunya bertambah peka dan semakin krusial bila organisasi tersebut bergerak dalam program sosial yang menggunakan dan mengelola dana pemerintah dalam usaha mengentaskan kemiskinan di pedesaan, sebagaimana yang dilakukan oleh Program Nasional PNPM Mandiri Pedesaan. Akibatnya transparansi dan akunta-

bilitas menjadi kata kunci untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Kini organisasi, institusi dan perusahaan tidak bisa lagi menilai dirinya sendiri dalam menjalankan kegiatannya, melainkan harus memperhatikan aspek publik dalam menilai dan mengawasinya yang sebagian besar dapat terlihat melalui publikasi (pemberitaan) media massa. Karena publikasi melalui media massa dianggap memiliki kribilitas dan lebih mendapat kepercayaan publik karena disampaikan oleh pihak ketiga (*third party endorsement*). Menyadari semua itu kegiatan media relation dan media monitoring menjadi signifikan untuk dilakukan petugas Kehumasan (Public Relations) di setiap organisasi, institusi dan perusahaan.

II. KAJIAN TEORI

Peranan teknologi informasi dan komunikasi sangat dominan dewasa ini dan sering dianggap sebagai tulang punggung (*backbone*) bagi setiap intitusi atau organisasi modern. Website perusahaan, *chat-room*, fasilitas *e-mail* respon pelanggan dan pendistribusian siaran pers dan telah menjadi kebutuhan di dalam iklim persaingan usaha yang begitu kompetitif saat ini.

Public Relations (Kehumasan) merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap dan perilaku khalayak (*public*) dan mengidentifikasi kebijaksanaan organisasi yang menjadi perhatian publik, serta merumuskan dan mengeksekusi program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan dari publik (Cutlip, Centre dan Broom, 1996). Selanjutnya Cutlip mengatakan petugas Public Relations akan berguna bagi manajemen perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan atau apa yang ditetapkan oleh manajemen tersebut. Bila manajemen berpikir Public Relations beroperasi di suatu tempat dengan cara yang kecil, maka kontribusi yang diberikannya juga akan kecil. Sebaliknya bila manajemen berpikir Public Relations itu penting, maka dia akan memberikan kontribusi yang signifikan (Cutlip, 2000).

Seperti diketahui Grunig dan Hunt (1984) untuk pertamakalinya menjelaskan empat model *Public Relations: press agency / publicist; public information; two-way asymmetric* dan *two-way symmetric*. Berdasarkan *system theory*, model ini diciptakan berdasarkan pemahaman terhadap praktik manajemen dan organisasi. Sesuai dengan definisi *Public Relations* yang mereka sebutkan bahwa kegiatan *Public Relations* merupakan bagian

dari *management of communication* antara suatu organisasi dengan publiknya (Grunig dan Hunt, 1984: 7-8).

Dalam kenyatannya, Phillips dan Young (2009) serta Solis dan Breakenridge (2009) mengatakan dalam pelaksanaan kegiatan Public Relations kenyataannya masih bersifat sebagai *press agency* dan *public information* (PR Web 1.0). Karena itu model ini, terutama *two-way symmetric communication* mendapat sejumlah kritik sebagai sebagai hal yang sulit untuk dipraktikkan dan karena itu cenderung utopis (Piezcka, 1996). Namun kritik ini muncul ketika komunikasi *online* belum marak dan website 2.0 masih belum dikenal. Namun saat ini kemungkinan terciptanya komunikasi dua arah yang simetris sangat mungkin terjadi, terutama di dunia *online*, di mana penggunaanya dapat meninggalkan komentar di *web*, *blog*, *facebook* atau *tweeter*. Perkembangan teknologi website 2.0 yang memungkinkan terjadinya interaksi komunikasi antara pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*) memperlihatkan piranti ini dapat dimanfaatkan untuk tahap yang lebih maju dalam praktik *Public Relations*.

Menurut Spooner (2008) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemudahan bagi pengguna dalam mencari informasi pada

website, antara lain: kualitas informasi yang tersedia pada website, kemudahan penggunaan website, adanya *feedback* pada website adanya sarana percakapan atau dialog pada website, yang mencerminkan komunikasi dua arah. Hal ini juga dikritisi oleh Holzschlag (2001) yang mengatakan, banyak pengembang website mempunyai pengetahuan akan fungsi, design dan tampilan halaman depan tapi hanya sedikit pengembang website yang memperhatikan interaktivitas.

Dengan semakin pesatnya teknologi informatika di Indonesia berdampak dengan berkurangnya publikasi melalui media mainstream (konvensional) khususnya melalui media cetak. Hal ini disebabkan rumitnya pengelolaan jaringan distribusi, semakin mahalnya harga kertas dan percetakan dan semakin mudah masyarakat dalam mengakses berita melalui media on line (*daring*) yang dapat menyampaikan berita terkini serta memiliki kelebihan selalu terbaharui (*up to date*), juga dapat dibaca oleh siapa saja, kapan saja dan di mana saja selama mereka memiliki akses dengan jaringan internet. Adapun menciptakan publisitas positif bagi institusi merupakan bagian yang strategis dari tugas Public Relations dalam membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan di sebuah organisasi.

Publisitas sendiri pada dasarnya dimulai berdasarkan berita (*news*) yang dibangkitkan oleh kegiatan perusahaan yang disebarakan melalui pemberitaan di media massa (Belch dan Belch, 2007).

Studi terdahulu menunjukkan bahwa usaha Public Relations melalui pembangkitan publisitas dapat meningkatkan persepsi penerima pesan sebesar 2,5 kali hingga 8 kali dibandingkan pesan-pesan periklanan (Weiner dan Bartholemew, 2006). Hal ini dapat terjadi karena pesan yang disebarakan melalui publisitas memiliki kredibilitas yang dibangun melalui dukungan pihak ketiga (*Third party endorsement*). Dengan demikian publisitas dapat menyebarkan informasi yang lebih memiliki kredibilitas dan lebih mempengaruhi jika dibandingkan komunikasi yang dikontrol perusahaan (Bond dan Kirshenbaum, 1998). Adapun publisitas dapat digolongkan menjadi dua dimensi (Deephouse, 2000), *favorable publicity* adalah pemberitaan mengenai perusahaan yang disampaikan secara positif dan *unfavorable publicity* yang merupakan pemberitaan negative mengenai organisasi, institusi atau perusahaan. Sementara publisitas yang tidak masuk ke dalam kedua golongan kategori tersebut dinamakan *neutral publicity* yakni publisitas netral yang tidak mengindikasikan pebe-

ritaannya baik ke arah pemberitaan negative maupun positif.

Sebuah publisitas negative dapat menjadi sebuah tendensi atas perbuatan negative suatu institusi di dalam evaluasi khalayak mengenai suatu objek atau idea yang akan mempengaruhi kredibilitas institusi (Mizerski, 1982). Sayangnya, media lebih menyukai menyampaikan berita-berita buruk (Dennis dan Merrill, 1996) dan karena itu lebih memungkinkan perusahaan menerima pemberitaan buruk dari pada pemberitaan positif. Berbagai studi menunjukkan gencarnya pemberitaan negative dapat mendorong sebuah organisasi, institusi dan perusahaan terjerumus ke dalam krisis manajemen, sebagaimana terlihat dengan kasus Penistaan Agama dalam pemilihan Gubernur DKI baru lalu, Lumpur Lapindo, atau kasus Prita dengan OMNI International Hospital serta sederet kasus *management crisis* lainnya. Sebaliknya, publisitas positif dapat membangun citra dan reputasi (*image and reputation*) seseorang atau perusahaan, sebagaimana terlihat dalam kisah sukses film Jurassic Park dan bagaimana meroketnya penjualan handphone Black Berry di Indonesia yang mampu mendongkel Nokia sebagai pemimpin pasar Handphone di Indonesia (saat itu). Padahal sebelumnya Nokia sudah dike-

nal publik sebagai user friendly atau hand-phone yang mudah digunakan. Menyadari semua itulah maka praktisi Publik Relations dewasa ini semakin menganggap penting kegiatan Media Monitoring sebagai bagian dari tugas Public Relations.

Fungsi Public Relations seharusnya dapat memelihara dan membangun jalur komunikasi yang baik antar semua komponen pemangku kepentingan (*stakeholders*) tersebut, baik eksternal maupun internal. Jadi sasaran Public Relations sebenarnya adalah mempengaruhi kebiasaan sekelompok orang untuk saling berhubungan dengan baik. Upaya Public Relations dalam berkomunikasi secara strategis dengan seluruh pemangku kepentingannya menjadikannya upaya jangka panjang dan berkesinambungan. Dengan membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, Public Relations dipercaya dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Oleh karena itu sebuah organisasi dikatakan efektif apabila memiliki kemampuan dan keahlian dalam merespon peluang dan ancaman, baik yang datang dari dalam organisasi maupun dari luar organisasi menjadi peran penting *Public Relations* sebagai

kunci utama kesuksesan komunikasi organisasi dengan pihak internal maupun eksternal (Grunig, Grunig dan Dozier, 2002). Pentingnya peran Public Relations dalam membangun hubungan yang baik dan harmonis dengan pemangku kepentingan, kemampuan petugas Public Relations perusahaan dalam merespon peluang dan ancaman, baik yang datang dari dalam maupun dari luar organisasi, serta penempatan posisi strategis Public Relations sebagai bagian koalisi permanen dalam manajemen organisasi telah mendorong paradigma Public Relations untuk berubah (Ananto, 2006).

Media monitoring semakin penting dilakukan mengingat semakin banyak publikasi negative, isu negative dan berita tanpa didukung fakta (hoax) disebar. Hal itu disebabkan iklim persaingan usaha yang semakin tajam di era persaingan global dewasa ini. Menurut Al & Laura Ries dalam buku *The Fall of Advertising and The Rise of PR*, untuk dapat memenangi kompetisi atau satu-satunya cara untuk mengalahkan kompetitor adalah dengan cara memenangkan “pertempuran” di media massa.

Analisis isi berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi, dalam studi ini kegiatan analisis isi adalah menganalisis berita

yang disampaikan melalui media on line (daring). Adapun logika dasar dalam komunikasi, bahwa setiap komunikasi selalu berisi pesan dalam sinyal komunikasinya itu, baik berupa verbal maupun nonverbal. Sejauh ini, makna komunikasi menjadi amat dominan dalam setiap peristiwa komunikasi. Gagasan untuk menjadikan analisis isi sebagai teknik penelitian justru muncul dari orang seperti Bernard Berelson (1959). Ia telah menaruh banyak perhatian pada analisis isi. Berelson mendefinisikan analisis isi dengan: *content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication*. Tekanan Berelson adalah menjadikan analisis isi sebagai teknik penelitian yang objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif dari apa yang tampak dalam komunikasi. Kendatipun banyak kritik yang dapat kita sampaikan pada definisi Berelson sehubungan perkembangan analisis isi sampai hari ini, namun catatan mengenai objektif dan sistematis dalam menganalisis isi komunikasi yang tampak dalam komunikasi, menjadi amat penting untuk dibicarakan saat ini.

Analisis Isi (*Content Analysis*) berangkat dari anggapan dasar dari ilmu-ilmu sosial bahwa studi tentang proses dan isi komunikasi

adalah dasar dari studi-studi ilmu sosial. Deskripsi yang diberikan para ahli sejak Janis (1949), Berelson (1952) sampai Lindzey dan Aronso (1968) tentang Content Analysis, selalu menampilkan tiga syarat, yaitu: objektivitas, pendekatan sistematis, dan generalisasi. Analisis isi dapat di pergunakan pada teknik kuantitatif maupun kualitatif, tergantung pada sisi mana peneliti memanfaatkannya. Dalam penelitian kualitatif, Analisis Isi ditekankan pada bagaimana peneliti melihat kejelasan isi komunikasi secara kualitatif, pada bagaimana peneliti memaknakan isi komunikasi, membaca simbol-simbol, memaknakan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi. Penggunaan analisis isi untuk penelitian kuantitatif tidak jauh berbeda dengan pendekatan lainnya. Awal mula harus ada fenomena komunikasi yang dapat diamati, dalam arti bahwa peneliti harus lebih dulu dapat merumuskan dengan tepat apa yang ingin diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut. Langkah berikutnya adalah memilih unit analisis yang akan di uji, memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis. Kalau objek penelitian berhubungan dengan data-data verbal (hal ini umumnya ditemukan dalam analisis isi), maka perlu disebutkan tempat, tanggal, dan alat komuni-

kasi yang bersangkutan. Namun, kalau objek penelitian berhubungan dengan pesan-pesan dalam suatu media, perlu di lakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang mengantarkan pesan itu.

Penggunaan analisis isi dapat dilakukan sebagaimana Pual W. Missing melakukan studi tentang “The Voice of America”. Analisis isi didahului dengan melakukan coding terhadap istilah-istilah atau penggunaan kata dan kalimat yang relevan, yang paling banyak muncul dalam media komunikasi. Dalam hal pemberian coding, perlu juga di catat konteks mana istilah itu muncul. Kemudian, dilakukan klasifikasi terhadap coding yang telah dilakukan. Klasifikasi dilakukan dengan melihat sejauh mana satuan makna berhubungan dengan tujuan penelitian. Klasifikasi ini dimaksudkan untuk membangun kategori dari setiap klasifikasi. Kemudian, satuan makna dan kategori dianalisis dan di cari hubungan satu dengan lainnya untuk menemukan makna, arti, dan tujuan isi komunikasi itu. Hasil analisis ini kemudian dideskripsikan dalam bentuk draf laporan penelitian sebagaimana umumnya laporan penelitian.

Ada beberapa bentuk klasifikasi dalam analisis isi. Janis menjelaskan klasifikasi sebagai berikut:

1. Analisis isi pragmatis, dimana klasifikasi dilakukan terhadap tanda menurut sebab akibatnya yang mungkin. Misalnya, berapa kali suatu kata diucapkan yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap produk sikat gigi A.
2. Analisis isi semantik, di lakukan untuk mengklasifikasikan: tanda menurut maknanya. Analisis ini terdiri dari tiga jenis sebagai berikut:
 - a) Analisis penunjukan (*designation*), menggambarkan frekuensi seberapa sering objek tertentu (orang, benda, kelompok, atau konsep) dirujuk.
 - b) Analisis penyifatan (*attributions*), menggambarkan frekuensi seberapa sering karakterisasi dirujuk (misalnya referensi kepada ketidakjujuran, kenakalan, penipuan, dan sebagainya).
 - c) Analisis pernyataan (*assertions*), menggambarkan frekuensi seberapa sering objek tertentu dikarakteristikkan secara khusus. Analisis ini secara kasar di sebut analisis tematik. Contohnya, referensi terhadap perilaku nyontek di kalangan

mahasiswa sebagai maling, pembohong dan sebagainya

3. Analisis sarana tanda (*sign-vehicle*), dilakukan untuk mengklasifikasi isi pesan melalui sifat psikofisik dari tanda, misalnya berapa kali kata cantik muncul, kata seks muncul.

Adapun subjek penelitian analisis isi dilakukan pada saat penulis berkerja sebagai Konsultan/Tenaga Ahli Komunikasi di dalam unit Komunikasi, Informasi dan Edukasi (IEC/Information, Education, Communication) Program Nasional PNPM Mandiri Pedesaan. Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan atau PNPM Rural merupakan salah satu mekanisme program pemberdayaan masyarakat yang digunakan PNPM Mandiri dalam upaya mempercepat penanggulangan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja di wilayah perdesaan. PNPM Mandiri Perdesaan mengadopsi sepenuhnya mekanisme dan prosedur Program Pengembangan Kecamatan (PPK) yang telah dilaksanakan sejak 1998. PNPM Mandiri sendiri dikukuhkan secara resmi oleh Presiden RI, Susilo Bambang Yudoyono pada 30 April 2007 di Kota Palu, Sulawesi Tengah. Program ini selesai diakhir tahun 2014 setelah diterbitkan UU Desa No. 6 tahun 2014.

Program pemberdayaan masyarakat ini dapat dikatakan sebagai program pemberdayaan masyarakat terbesar di tanah air. Dalam pelaksanaannya, program ini memusatkan kegiatan bagi masyarakat Indonesia paling miskin di wilayah perdesaan. Program ini menyediakan fasilitasi pemberdayaan masyarakat / kelembagaan lokal, pendampingan, pelatihan, serta dana Bantuan Langsung untuk Masyarakat (BLM) kepada masyarakat secara langsung. Besaran dana BLM yang dialokasikan sebesar Rp750 juta sampai Rp3 miliar per kecamatan, tergantung jumlah penduduk. Dalam PNPM Mandiri Perdesaan, seluruh anggota masyarakat diajak terlibat dalam setiap tahapan kegiatan secara partisipatif, mulai dari proses perencanaan, pengambilan keputusan dalam penggunaan dan pengelolaan dana sesuai kebutuhan paling prioritas di desanya, sampai pada pelaksanaan kegiatan dan pelestariannya. Pelaksanaan PNPM Mandiri Perdesaan berada di bawah binaan Direktorat Jenderal Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (PMD), Kementerian Dalam Negeri. Program ini didukung dengan pembiayaan yang berasal dari alokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), alokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), dana pinjaman /

hibah luar negeri dari sejumlah lembaga pemberi bantuan dibawah koordinasi Bank Dunia.

Salah satu prinsip PNPM Mandiri Pedesaan (PNPM Rural) adalah transparansi dan akuntabilitas karena terkait dengan sejumlah dana bantuan yang digulirkan ke pedesaan. Kondisi tersebut tentunya sangat membuka peluang untuk terciptanya publikasi negative mengenai program yang disampaikan melalui pemberitaan (publikasi). Untuk itu dilakukan berbagai strategi komunikasi yang dilakukan KIE sebagai unit komunikasi yang baru dibentuk (2012) dalam Program Nasional PNPM Mandiri Pedesaan, baik KIE Nasional (NMC) dan KIE Provinsi (SMC) antara lain melakukan revitalisasi konten web-site PNPM Mandiri Pedesaan, melakukan kegiatan media relation dengan wartawan, baik di tingkat nasional, provinsi, kabupaten hingga ke desa. Menerbitkan advertorial PNPM Mandiri Pedesaan secara periodik di media cetak yang ada di setiap provinsi, pembuatan blog PNPM Mandiri Pedesaan di setiap Kabupaten dan memediasi kerjasama dengan website pemerintah Kabupaten, penyebaran pesan melalui Papan Informasi di setiap desa, melakukan serangkaian pelatihan dan Monev (Monitoring dan Evaluasi) mengenai penyebaran pesan dan informasi di setiap tingkatan wilayah di Indo-

nesia termasuk mengawasi kerjasama pelaku program dengan stakeholder, melakukan berbagai event dan pameran di setiap provinsi dan kabupaten termasuk pemberian Award, event dan pameran nasional, menerbitkan buku Best Practice dan pembuatan film Dokumenter PNPM Mandiri Pedesaan. Untuk itu agar penyebaran informasi PNPM Mandiri Pedesaan dapat terkelola dan terpantau dengan baik maka dilakukan kegiatan media monitoring. Kegiatan Media Monitoring sendiri dilakukan baik oleh pihak Bank Dunia (World Bank), maupun oleh unit KIE (NMC) PNPM Mandiri Pedesaan dalam hal ini dilakukan oleh penulis sendiri.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian sendiri menggunakan Analisis Isi (Content Anaysis) terhadap publikasi (pemberitaan) PNPM Mandiri Pedesaan yang disampaikan melalui media massa. Terkait dengan sumberdaya yang tersedia, kegiatan Media Monitoring unit KIE hanya mengkhusus pada studi anlisis isi berita yang disampaikan melalui media on line (daring). Adapun tujuan Media Monitoring adalah sebagai berikut:

1. Mengawasi pemberitaan mengenai PNPM Mandiri Perdesaan, baik program, kegiatan, para pelaku dan para pemangku kepenti-

ngan (*stake holder*) serta dampak yang ditimbulkannya melalui pemberitaan di media massa, khususnya pemberitaan melalui media on-line.

2. Mengetahui pandangan dari pihak ketiga (*three partied endorsement*) mengenai PNPM Mandiri Perdesaan melalui berita / pelaporan dan opini di media massa, khususnya di media on-line.
3. Sebagai salah satu sumber data dan bahan evaluasi (*early warning system*) bagi program PNPM Mandiri Perdesaan dalam melakukan dan melaksanakan tugas organisasi sesuai garis yang ditentukan.
4. Sebagai cara untuk mendorong aktifitas para pelaku PNPM Mandiri Perdesaan di berbagai wilayah untuk mampu membina relasi dan saling pengertian dengan media massa, serta semakin giat menyampaikan informasi dan sosialisasi PNPM Mandiri Perdesaan melalui peran media massa.
5. Sebagai panduan bagi para pelaku PNPM Mandiri Perdesaan di berbagai wilayah bagaimana cara melakukan kegiatan pemantauan media (*media monitoring*) secara sederhana.

Hal itu disebabkan Analisis isi adalah "teknik penelitian untuk tujuan, deskripsi sistemik dan kuantitatif dari kandungan isi ko-

munikasi (Bereson, 1974). Analisis isi didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian yang secara sistematis dapat direplikasi untuk membatasi banyak kata dari teks ke dalam kategori kandungan isi yang lebih sedikit berdasarkan aturan eksplisit pengkodean (Krippendorff, 2004 dan Webber, 1990), Ini yang mendorong kegiatan Media Monitoring untuk membuat eksekutive summary.

Adapun objek penelitian meliputi berbagai informasi mengenai PNPM Mandiri Pedesaan yang disampaikan melalui media on line (*daring*) yang dikelompokan (diklasifikasikan) sebagai berikut:

1. Publikasi PNPM Mandiri Pedesaan yang disampaikan melalui Portal Berita web nasional, seperti Detik.com, Kompas.com, Tribunews.com, Poskota.com, sapa.com Republikaonline dan sebagainya
2. Publikasi PNPM Mandiri Pedesaan yang disampaikan melalui portal berita/ web-site daerah, seperti tribunpekanbaru.com, gor-iau, antarasumbar.com dan sebagainya.
3. Publikasi PNPM Mandiri Pedesaan yang disampaikan institusi terkait seperti Kemendagri.com, PNPM Mandiri Pedesaan.co.id, PNPM Mandiri.co.id, pemerintah kabupaten.co.id

4. Publikasi PNPM Mandiri Pedesaan yang disampaikan melalui blogspot, baik yang dikelola internal PNPM Mandiri Pedesaan (pelaku program), maupun blogspot eksternal yang ikut menyampaikan informasi mengenai PNPM Rural.

Rentang kegiatan penelitian media monitoring dilakukan dalam periode selama satu tahun (2013) Untuk melakukan kegiatan media monitoring dilakukan sejumlah pengkodean (koding) dan unit kategori penelitian sesuai analisis isi (*content analysis*), antara lain:

1. Klasifikasi media online (daring) yang menyampaikan pesan PNPM Mandiri Pedesaan, yaitu:
 - a. Portal Berita Eksternal seperti portal berita nasional dan daerah, seperti Detik.com, Kompas.com, Tribunews.com, Poskota.com, sapa.com Republika-online dan sebagainya Portal berita/web-site daerah, seperti tribunpekanbaru.com, goriau, antarasumbar.com dan sebagainya.
 - b. Website institusi atau web-blog interna terkait seperti Kemendagri.com, PNPM Mandiri Pedesaan.co.id, PNPM Mandiri.co.id, pemerintahkabupaten.co.id, blogspot PNPM Mandiri Pedesaan yang

dikelola internal PNPM Mandiri Pedesaan (pelaku program)

- c. Pemberitaan PNPM Mandiri Pedesaan melalui web-site Pemerintah Kabupaten
 - d. Website dan web-blog lainnya yang tak terkait dengan ketiga kategori di atas.
2. Menentukan unit analisis isi (*content analysis*) yang akan digunakan. Tujuannya agar realibilitas informasi yang dipantau antara peneliti yang satu dengan yang lain sama dan seragam. Sistem kategori yang diberlakukan pada analisis isi juga harus dapat diandalkan atau reliable. Karena itu diperlukan dua orang coder yang mengerti tujuan penelitian dan system kategori yang ditetapkan untuk memberikan coding untuk setiap unit analisis. Untuk itu coder yang berbeda harus melakukan kesamaan pandangan jika ditemukan coding yang berbeda. Persetujuan ini secara kuantitatif dapat dilakukan dalam bentuk intercoder reliability yang tak boleh kurang dari 80 persen (Krippendorff, 2004). Unit analisis isi dalam pemberitaan PNPM Mandiri Pedesaan yang digunakan untuk pemantauan berita PNPM Mandiri Pedesaan terbagi atas dua kategori, yakni Jenis topik Pemberitaan, 8 item dan Tone, 3 item (Deepphouse, 2000), sebagai berikut:

- a. Topik Pemberitaan
 - 1) Mengenai organisasi secara umum
 - 2) Mengenai kebijakan yang dilakukan organisasi
 - 3) Mengenai pelaku program dan Fasilitator
 - 4) Mengenai pelaksanaan aktifitas atau event yang dilakukan
 - 5) Mengenai penyimpangan yang dilakukan pelaku dan pelaksana PNPM Mandiri Pedesaan
 - 6) Mengenai penyajian data kongkrit mengenai PNPM Mandiri Pedesaan
 - 7) Mengenai pendapat dari berbagai narasumber/stakeholder (pendapat internal, pendapat ahli/ekspert, pendapat ormas/LSM, pemerintah dan legeslati)
 - 8) Mengenai pemberitaan yang berkaitan dengan pelaporan perkembangan di pedesaan atau mengenai kebijakan dan regulasi mengenai pedesaan.
- b. Nada pemberitaan (tone)
 - 1) Positif
 - 2) Netral
 - 3) Negatif

Tabel 1 Matrik Topik Berita dan Nada pemberitaan

Topik Berita	TONE		
	Positif	Netral	Negatif
Mengenai organisasi	Ditemui kata/kalimat yang memberikan pujian dan atau pandangan positif	Dalam pemberitaan hanya berupa laporan sebagaimana adanya mengenai organisasi	Ditemui kata/kalimat yang memberikan sanggahan, penentangan atau kritik terhadap jalannya organisasi
Mengenai Kebijaksanaan organisasi	Ditemui kata/kalimat yang mendukung, tanggapan positif atau pujian.	Pelaporan hanya memberitakan pelaksanaan kebijakan organisasi.	Ditemui kata/kalimat sanggahan, penentangan atau tudingan/kritik
Mengenai pelaku program dan Fasilitator	Ditemui kata/kalimat yang memberikan pujian, tanggapan positif atau dukungan mengenai pelaku	Hanya melaporkan mengenai pelaku dan fasilitator organisasi	Ditemui kata/kalimat tudingan/kritik atau tanggapan negative mengenai aktifitas pelaku/fasilitator
Mengenai pelaksanaan aktifitas (event) yang dilakukannya	Ditemui kata/kalimat yang memberikan pujian, tanggapan positif atau dukungan pada pelaksanaan event/kegiatan	Hanya melaporkan mengenai aktifitas/event sebagaimana adanya.	Ditemui kata/kalimat seperti terjadi keributan, tudingan/kritik, tanggapan negative mengenai aktifitas (event) organisasi.
Mengenai penyimpangan; tak ada penyelewengan atau ada penyelewengan yang dilakukan para pelaku dan pelaksana PNPM Mandiri Pedesaan	Ditemui kata/kalimat yang melaporkan rendahnya penyelewengan atau tak ditemuinya penyelewengan sama sekali.	Tidak ditemui berita yang menyampaikan penyelewengan atau memuji terjadinya rendahnya/tak ada penyelewengan dalam aktifitas organisasi	Ditemui kata/kalimat yang menyebutkan tentang tindak penyelewengan yang dilakukan.
Mengenai penyajian data kongkrit mengenai PNPM Mandiri Pedesaan	Ditemui penyajian list, table, grafik, gambar, karikatur, foto-foto yang menunjukkan keberhasilan program/ pelaksanaan PNPM MPd	Hanya data-data umum organisasi yang perlu diketahui masyarakat mengenai PNPM Mandiri Pedesaan	Ditemui penyajian data, table, grafik, gambar, karikatur, foto-foto yang menunjukkan kegagalan /ketidak berhasilan program /pelaksanaan PNPM MPd

Mengenai pendapat dari berbagai nara sumber/ stake holder (pendapat internal, pendapat ahli/expert, pendapat ormas/LSM, pemerintah, legeslatif)	Ditemui pendapat/ statement nara sumber berita yang memberikan respons positif terhadap organisasi atau kegiatan yang dilakukannya	Tidak ditemui pendapat /statement nara sumber berita yang memberikan pendapat positif maupun negative mengenai organisasi maupun kegiatannya	Ditemui pendapat/ statement dari nara sumber yang memberikan respon negative terhadap organisasi atau pelaksanaan kegiatannya.
Pemberitaan yang berkaitan dengan pelaporan perkembangan di perdesaan atau kebijaksanaan dan regulasi mengenai perdesaan	Ditemui pelaporan mengenai perdesaan yang mengalami pertumbuhan dan peningkatan ekonomi dan lebih berdaya/mandiri atau kebijaksanaan/regulasi yang mendukung program PNPM di perdesaan.	Hanya pelaporan mengenai perdesaan tanpa kaitan dengan program PNPM MPd baik secara positif maupun negative	Ditemui kata/kalimat dalam pelaporan di perdesaan yang menyatakan desa atau perdesaan tidak mengalami kemajuan, mengalami ketertinggalan, atau kesulitan dan atau kebijaksanaan/regulasi yang berlawanan dengan program PNPM

3. Prosedur Penelitian

a. Mencari/mengumpulkan (searching);

b. Mengklasifikasikan / Memilih dan memilah;

c. Mengkliping;

d. Executive summary;

e. Tone;

f. Tabulasi;

g. Resume and report

Table 2 Matriks Media Monitoring Media Daring

NO	SUMBER / MEDIA		TONE			EXECUTIVE SUMMARY
	Sumber / tanggal	Judul / Penulis	+	0	-	
1	http://www.sumenep.go.id 3 - 1 - 2013 4 - 1 - 2013 20:26 WIB	211 Desa Terima PNPM Mandiri Pedesaan Pen: <i>Sri Wahyunik</i>	+			Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pedesaan (PNPM-MPd) sangat terasa oleh masyarakat, terutama di daerah pedesaan/kelurahan karena sangat membantu dalam memaksimalkan infrastruktur Desa/Kelurahan. Hal tersebut disampaikan Koordinator BKM Kelurahan Karangduak Kecamatan Kota Sumenep, Unip Sawandi. http://www.sumenep.go.id/mainx.php?smnp=Z289YmVyaXRhJnhrZD0xODI3OA%3D%3D

2. Rentang Periode Pemantauan Berita (Media Monitoring)

Data yang dikumpulkan merupakan pemberitaan mengenai PNPM Mandiri Pedesaan yang dikumpulkan melalui pemberitaan media on line (daring) dalam periode satu

tahun (2013) sesuai pengelompokan sumber berita yang ditemui spesiikasi yang telah ditentukan mengenai pelaporan berita (publikasi) PNPM Mandiri Pedesaan melalui media online (daring).

Penghitungan dilihat dari isu yang disampaikan dalam berita. Hal ini disebabkan tidak jarang ada tiga atau lebih media yang menyampaikan berita yang sama dalam tempo

IV. HASIL PENELITIAN

Jumlah media daring yang mempublikasikan informasi mengenai PNPM Mandiri Perdesaan disebabkan keterbatasan sumberdaya tidak semua situs yang mempublikasikan informasi PNPM Mandiri Perdesaan dapat dijangkau. Selain itu tidak semua informasi dan publikasi PNPM Mandiri Perdesaan dalam satu situs diambil seluruhnya setiap bulan, melainkan hanya tulisan yang dianggap penting dan signifikan sesuai tujuan kegiatan pemantauan media. Untuk itu terpantau sebanyak 233 situs, yang dapat dibagi atas 4 kategori yakni: portal berita eksternal 124 situs atau 53%, website/webblog internal PNPM Mandiri Perdesaan 35 atau 15%, website Pemerintah Kabupaten 54 situs atau 23% dan website lainnya sebanyak 20 situs atau 9 %.

Dari situ terlihat penyebaran publikasi dan informasi mengenai PNPM Mandiri Perdesaan lebih didominasi oleh media eksternal, yakni portal berita eksternal dan website lainnya yang total jumlah keduanya 144 situs atau 62% dari total situs media daring yang

yang sama atau berbeda. Untuk itu dalam penelitian ini dan sebagai penunjang laporan media monitoring hanya dihitung satu.

mempublikasikan informasi mengenai PNPM Mandiri Perdesaan. Masing-masing situs internet tersebut mempublikasikan informasi mengenai PNPM Mandiri Perdesaan dengan jumlah yang bervariasi, seperti Portal berita eksternal mempublikasikan 253 pemberitaan atau 38%, website/webblog internal PNPM Mandiri Perdesaan 239 pemberitaan atau 36%, website Pemerintah Kabupaten 82 pemberitaan atau 13% dan website lainnya 84 pemberitaan atau 13%, sehingga total keseluruhan pemberitaan PNPM Mandiri Perdesaan yang terpantau adalah 658 pemberitaan (jumlah ini tidak termasuk dengan media daring yang menyampaikan pemberitaan yang sama yang kadang disampaikan lebih dari tiga sampai lima media) atau dengan kata lain akan menambah jumlah berita yang berhasil di monitoring.

Dari 658 tulisan yang dipublikasikan oleh 233 situs internet tersebut, teridentifikasi pemberitaan terbanyak terjadi pada Bulan Februari yakni 72 tulisan, diikuti Bulan Desember 71 tulisan dan November 70 tulisan, sementara pemberitaan terendah pada

September 29 tulisan. Berikut disampaikan matrik jumlah pemberitaan PNPM Mandiri Perdesaan yang dipublikasikan oleh 233 situs internet tersebut selama 2013.

Jika dikelompokkan ke dalam nada (*tone*) pemberitaan, maka dari 658 tulisan tersebut, teridentifikasi 87 pemberitaan atau 13% memiliki nada (*tone*) positif dan sebanyak 90 pemberitaan atau 14% bernada negatif. Sementara dari keseluruhan pemberitaan pada 2013 tersebut didominasi oleh pemberitaan bernada (*tone*) netral dengan jumlah 481 pemberitaan atau 73%. Berikut diagram nada (*tone*) pemberitaan PNPM Mandiri Perdesaan selama 2013.

Dari 658 tulisan yang dipublikasikan oleh 233 situs internet tersebut, teridentifikasi pemberitaan terbanyak terjadi pada Bulan Februari yakni 72 tulisan, diikuti Bulan Desember 71 tulisan dan November 70 tulisan, sementara pemberitaan terendah pada September 29 tulisan. Berikut disampaikan matrik jumlah pemberitaan PNPM Mandiri Perdesaan yang dipublikasikan oleh 233 situs internet tersebut selama 2013.

Sepanjang 2013, publikasi informasi PNPM Mandiri Perdesaan yang bernada positif terbanyak ditemui pada Bulan Maret, yakni 12 tulisan atau 18% dan terendah di

Bulan September sebanyak 3 tulisan atau 10% dari jumlah keseluruhan pemberitaan yang teridentifikasi di bulan yang sama. Sementara pemberitaan dengan nada (*tone*) negatif jumlah terbanyak ditemui pada Bulan Maret yakni sebanyak 17 pemberitaan atau 26%, dan terendah pada Bulan November sebanyak 3 tulisan atau 4%. Pemberitaan dengan nada (*tone*) netral terbanyak ditemukan pada Bulan November yakni 58 pemberitaan atau 83% dan terendah di Bulan Maret sebanyak 41 tulisan atau 55%.

Keseluruhan tulisan yang dipublikasikan oleh 233 situs internet tersebut dapat dikelompokkan dalam 5 issue pemberitaan utama, yaitu : 1) Pemberitaan alokasi dan pendistribusian dana PNPM Mandiri Perdesaan, sebanyak 105 pemberitaan, 2) Aktivitas kegiatan PNPM Mandiri Perdesaan, 256 pemberitaan, 3) Hasil-hasil kegiatan PNPM Mandiri Perdesaan, 126 pemberitaan, 4) Issue negatif PNPM Mandiri Perdesaan, 87 pemberitaan, 5) Kebijakan, Regulasi dan atau Prinsip PNPM Mandiri Perdesaan, 77 pemberitaan, dan 6) Lain-lain (tidak termasuk pada kelima issue tersebut diatas) sebanyak 7 pemberitaan.

Publikasi dan penyebaran informasi PNPM Mandiri Perdesaan mengenai Aktivitas kegiatan/ pelaksanaan PNPM Mandiri Perde-

saan mendominasi pemberitaan selama tahun 2013 yakni 249 tulisan atau 38%. Sementara itu publikasi hasil-hasil kegiatan yang sebenarnya mampu mendorong terbentuknya nada (tone) positif dalam penyebaran informasi mengenai PNPM Mandiri Perdesaan jumlahnya lebih rendah yakni 123 tulisan atau 19%, yang mana dalam penyampaian juga kurang mengupas lebih dalam manfaat-manfaat yang bisa dirasakan masyarakat terhadap hasil-hasil PNPM Mandiri Perdesaan. Selain itu juga ditemui tulisan yang mengkritisi hasil-hasil kegiatan yang dibuat PNPM Mandiri Perdesaan dan menyampaikan hasil-hasil kegiatannya sebagaimana adanya. Hal itu bisa jadi lebih disebabkan karena dari total publikasi dan informasi melalui media daring yang teridentifikasi, situs internet yang mempublikasikan PNPM Mandiri Perdesaan lebih banyak adalah portal berita eksternal, selain itu penyampaian publikasi dan informasi melalui media website internal juga minim memberi ulasan tentang manfaat hasil-hasil program.

Umumnya portal berita eksternal ditemui kehadirannya di wilayah Indonesia Barat dan Tengah di sejumlah provinsi dan sedikit di wilayah Indonesia Timur. Misalnya saja kelompok (group) kantor berita Tribun, kelompok (group) Berita Radar dan kelompok

(group) Kantor Berita Antara yang berada di berbagai wilayah, ditemui sering menampilkan pemberitaan PNPM Mandiri Perdesaan. Sementara untuk website internal PNPM Mandiri Perdesaan, pemberitaan terbanyak dipublikasikan oleh situs PNPM Mandiri Perdesaan Jawa Barat, sebanyak 86 tulisan dan diikuti oleh situs PNPM Mandiri Perdesaan Provinsi Jambi. Selain itu juga teridentifikasi penyebaran informasi PNPM Mandiri Perdesaan oleh sejumlah media internal PNPM Mandiri Perdesaan kecenderungannya menurun, tidak sebagaimana penyampaian informasi dan publikasi yang begitu gencar di awal-awal peluncurannya.

Sejumlah situs internal seperti situs internet PNPM Mandiri Jawa Timur, PNPM Mandiri Perdesaan Kepri dan PNPM Mandiri Perdesaan Riau memberikan ruang untuk dialog interaktif dalam menyampaikan informasinya. Sementara penyebaran informasi yang sudah menggunakan penyebaran informasi dalam bentuk audiovisual (video) ditemui di PNPM Mandiri Perdesaan Banten. Selain itu juga ditemui ada 4 situs internet PNPM Mandiri Perdesaan yang dikelola oleh Ruang Belajar Masyarakat (RBM), yakni rbmpes-sel.com, rbm-majalengka.or.id, rbmlombokutatablospot.com, dan rbmjembrana.com. Dari

ketiga situs internet tersebut, teridentifikasi situs internet RBM Pesisir Selatan Sumatera Barat frekuensi penyampaian publikasi dan informasi PNPM Mandiri Perdesaan lebih banyak dibandingkan 3 situs internet lainnya dengan jumlah 30 tulisan, sementara publikasi oleh RBM Majalengka 1 tulisan, RBM Lombok Utara 2 tulisan, dan RBM Jembrana Bali 2 tulisan. Kehadiran pokja Media RBM dalam mengelola website merupakan angin segar disaat menurunnya aktifitas RBM setelah dihentikan dana DOK RBM di wilayah PNPM Mandiri Perdesaan pola regular.

V. KESIMPULAN

Kegiatan media monitoring semakin dibutuhkan dalam membantu tugas Public Relations dalam menjaga citra (*image*) dan reputasi (*reputation*) sebuah organisasi atau perusahaan. Dengan melakukan kegiatan Media Monitoring petugas Public Relations dapat memonitor seluruh elemen media massa, baik itu koran, majalah, dan media daring, sebagai langkah awal untuk menganalisa kondisi terkini dari sebuah perusahaan, instansi pemerintah, partai politik maupun perorangan. Selain itu dapat mengetahui, mengarahkan dan mengontrol opini masyarakat terhadap isu, kampanye, promosi, atau sosialisasi yang sedang dilakukan.

Hasil kegiatan Media monitoring dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengendalian isu yang berkembang seputar perusahaan, instansi, atau perorangan, juga sebagai kontrol atas implementasi kebijakan-kebijakan instansi atau perusahaan. Kegiatan Media Monitoring dapat digunakan untuk mengantisipasi berbagai berita negative yang menerpa perusahaan, mengetahui derajat citra organisasi atau perusahaan dari sudut pandang media dan dapat menelusuri tingkat keberhasilan sebuah event perusahaan. Kegiatan Media Monitoring juga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan-keputusan strategis dan menjadi paramater perusahaan, institusi, atau perorangan dalam membentuk citra di masyarakat. Hasil kegiatan Media Monitoring menghasilkan report harian, mingguan, bulanan hingga tahunan, berikut analisisnya. Laporan berbagai berita yang masuk dalam pantauan akan berguna dalam proses pengambilan keputusan untuk menetapkan langkah-langkah strategis.

Hal ini terlihat dari keberhasilan PNPM Mandiri Pedesaan yang mampu terlepas dari ranjau dominasi publikasi negative melalui pemberitaan yang disebarkan media massa. Tingkat keberhasilan program terlihat dari banyak Negara-negara di dunia ketiga yang

mengadopsinya dalam usaha menyelesaikan persoalan kemiskinan dan peberdayaan masyarakat di negaranya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, Elizabeth Gunawan. 2006. *Change Paradigm Public Relations*. University of Trisakti.
- Belch, George E dan Michael Belch 2007. *Advertising and Promotion*. fifth Editions. McGraw-Hill/Irwin.
- Blair, Mark, Richard Armstrong dan Mike Murphy. 2003. *The 360 Degree Brand in Asia*, John Willy & Son, Asia.
- Cutlip, Scot M. Center Glen Allen dan M. Brom. 2000. *Effective Public Relations* (Eight Edition), Prentice Hall
- Dennis dan Wilcox 1995, *Public Relations, Strategy and Tactic*
- Duncan, Tom dan Sandra E. Moriarty 2 April 1998 "A Communication Base Model for Managing Relationship", *Jurnal of marketing* 62, pp 28 – 12
- Giligan, Carol. 1982. *Excelent in Public Relations and Management Communication*. Hilldale, N.J. Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J.E. (Ed). 1992. *Excellent in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, N.J. Lawrence Erlbaum.
- Grunig, Larisa A, James E. Grunig dan David M. Dozzier. 2002. *Exellent in Public Relations*. The Institute Public Relations: University of Florida
- Moore, Frazier. 2004. *Humas Membangun Citra Dengan Komunika*. PT Remaja Rondakarya: Bandung.
- Michaelson dan Griffin. 2005. "A New Model for Media Content Analysis". Institute for Public Relations.
- Ries, A dan Laura Ries. 2002. *The Fall of Advertising and the Rise of Public Relations*. New York. Collins.
- Schultz, Don E. 1993 "Integrated Marketing Communications: Maybe definition Is a Point of View", *Marketing News*, January 18
- Silverman, George 2001:16, *The Sreet o Word of Mouth Marketing: How to Triger Exponential Sales Through Runeway of Mouth*, New York, AMA Publication
- Singarimbun, Nasri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survay*, Jakarta LP3S
- Wimmer, Roger D. dan Joseph R. Dominick 1987. *Mass Media Research An Introduction, Second Edition*, Wadworth Publishing Company, Belmonth California