

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sudah bukan hal yang tabu jika menjumpai hal dimana *stackholder* tertentu atau *pers* saja yang bisa menyediakan informasi (*subsides information*) untuk suatu khalayak tetapi instansi berupa humas. Hal yang dimana sudah media yang menentukan atau menyediakan informasi bagi khalayak atau lebih dikenal dengan pendistribusian informasi, hal ini menjadi sebuah masalah baru yang ditemukan yang dimana seperti yang dijelaskan diatas bahwa sudah bukan *pers* yang menyediakan informasi namun suatu instansi dalam hal ini *media center* mereka sudah menentukan informasi apa saja yang diberikan kepada khalayak, terlihat dengan jelas bahwa adanya pangalihan fungsi atau hal baru dalam dunia pendistribusian informasi.

Bentuk pendistribusian informasi sendiri dalam *media center* untuk pemenuhan informasi publik merupakan suatu bentuk komunikasi yang harus didukung dalam pengelolaan informasi publik yang handal dalam mencangkup proses dan prosedur lembaga negara dalam mengumpulkan informasi, mengelola dan menyebarluaskan informasi yang perlu diketahui. Penyebarluasan suatu informasi publik yang dibangun melalui jalinan kemitraan tersebut dilakukan melalui, media penyiaran berupa sarana diseminasi informasi berupa audio yakni lembaga penyiaran maupun audio visual yaitu lembaga penyiaran lokal, media cetak, media baru, media tatap muka, media luar ruangan dan media pertunjukan rakyat. Dari hal ini dapat dilihat bahwa instansi ini dalam pendistribusian menjalin

kerjasama dengan media dalam menyebarkan informasi ini menjadi suatu masalah yang menarik yang tadinya *pers* yang akan mencari informasi dari instansi tersebut malah hal tersebut menjadi kebalikannya.

Segala bentuk informasi yang dibuat oleh *media center* dapat ditemukan didalam platform yang menyediakan informasi, hal ini terjadi pada salah satu lembaga pemerintah yang memiliki beberapa kekuatan media dalam menyebarkan informasi, lembaga tersebut menggunakan berbagai media dalam menyebarkan informasi daerah kepada masyarakat luas. *Media center* telah melakukan pekerjaan *pers* yang dimana mereka memiliki tim produksi dalam mengelola suatu informasi yang menjadi kepentingan publik, mereka akan mengakat dari berbagai sisi, dan mengelolahnya hingga pada akhirnya akan masuk pada tahap pembentukan yang informasi ataupun berita.

Informasi yang disebarkan melalui *platform digital*, melalui *Instagram*, *Facebook*, *youtube* dan lain sebagainya, bukan hanya *new media* saja yang digunakan lembaga ini untuk menyebarkan informasi tetapi media konvensional juga turut andil dalam menyebarkan informasi, lembaga pemerintahan ingin memberi tahukan informasi yang terjadi didaerah, agar masyarakat tahu apa yang sedang terjadi didaerahnya sendiri. Salah satu bentuk bukti bahwa *media center* Komunikasi Informasi dan Statistik yaitu, mereka memiliki cara seperti mempunyai akun media sosial “Pemerintah Gorontalo Prov” merekalah yang telah melakukan pendistribusian informasi untuk media. Ini yang akan menjadi bukti dalam proses pendistribusian *media center* ke *media pers* padahal *media pers* yang akan menyebarkan informasi tersebut melalui akun media sosial dari

masing-masing perusahaan *pers* tersebut. Nantinya *pers* akan mengambil berita yang sudah disediakan oleh *media center* ini.

Dalam pembentukan berita ini *media center* akan memilih sudut apa yang layak untuk dapat disampaikan kepada publik, mereka berusaha untuk dapat membingkai informasi yang akan di distribusikan ke mitra yang telah bekerja sama dengan media tersebut. *Media center* dalam kelembagaan tidak akan membuat suatu lembaga yang bekerja sama akan mendapatkan sandungan dari informasi yang akan membahayakan citra, maka dari itu *media center* akan melakukan *framing* dengan motif untuk mendapatkan pencitraan yang baik dimata publik. Ditemukan bahwa *media center* telah melakukan pekerjaan *pers* yang dimana bentuk pendistribusian hampir sama dengan *agenda setting* dalam media yang dimana mengagendakan pemberitaan *pers* untuk diberikan kepada publik. Dapat dilihat dengan jelas bahwa yang tadinya proses pembentukan berita yang biasa dibuat oleh *pers* kini telah dilakukan oleh *media center*.

Untuk dapat melihat agenda *building* sendiri dia berangkat dari penerepan agenda setting namun perbedaannya terletak pada penempatannya yang dimana agenda *setting* digunakan oleh suatu media pemberitaan dalam memproduksi sampai pada penerbitan informasi itu dilakukan oleh media pemberitaan. Sedangkan agenda *building* atau agenda media yang dimaksud yakni suatu instansi berupa humas ataupun media center dari instansi tertentu sudah mengelola atau menentukan informasi yang akan diberikan kepada khalayak seperti apa yang kemudian diberikan kepada media pemberitaan. Hal ini menjadi seperti adanya pengalihan fungsi dari suatu bentuk pekerjaan media.

Dari beberapa penjelasan tersebut terdapat pertanyaan seperti apa alur pendistribusian informasi pada *media center* kelembagaan dimulai. Apakah dimulai dengan mengikuti jadwal yang telah menjadi tentative dari pihak-pihak tertentu yang kemudian tentative tersebut akan dijalankan nantinya hingga bagaimana proses masuk pada tahap produksi, seperti apa pembuatan berita baik secara tertulis ataupun dalam bentuk *audio visual* banyak pertanyaan hingga sampai pada *editing*, apakah masih dilakukan. Dan pada akhir bagaimana pendistribusian *media center* dalam penyediaan informasi.

Dalam kegiatan *media center* yang menjelaskan bahwa *media center* telah mengerjakan apa yang menjadi pekerjaan dari *pers* dalam penyediaan informasi untuk publik yang dimana mereka menggunakan *agenda setting* dalam mengelola informasi dalam agenda *pers*, dan kini pada *media center* hal tersebut dinamakan dengan *agenda building*, proses *agenda building* ini apakah nantinya akan menyerupai pekerjaan dari *pers* atau sudah tidak, bagaimana proses pendistribusian yang terjadi, apakah benar sudah ada pengalihan fungsi pekerjaan didalamnya jika sampai terbukti benar adanya akan seperti apa bentuknya nanti.

Media dapat membentuk agendanya sendiri yaitu menyusun berita yang tidak perlu disampaikan kepada publik. Tahap ini disebut juga dengan tahapan *agenda building* hal ini akan semakin membuktikan bahwa media mampu melakukan filter pada media *pers*. Mulai dari bagaimana berita diambil diolah tujuan seperti apa yang ingin didapatkan dari pemberitaan ini hingga muncul pertanyaan bagaimana suatu isu dipilih untuk diberitakan oleh *media center* motif seperti apa yang terjadi didalamnya. Inilah yang menjadi suatu hal yang menarik,

suatu hal baru yang ditemukan yang dimana sudah bukan media pemberitaan seperti media massa, media *online*, ataupun media secara langsung, tetapi sudah organisai ataupun instansi seperti *media center*.

Kominfo membentuk *media center* sendiri karena di latar belakang oleh UU No. 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), yang dimana seluruh publik berhak mendapatkan informasi baik dari dalam daerah maupun nasional, *media center* kominfo ini sendiri awalnya berada pada naungan Humas Provinsi Gorontalo namun, berdasarkan perundang-undangan PP No. 38/2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintah antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota. Dan Peraturan Menteri Kominfo No. 17/PER/M. KOMINFO/10/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kominfo. Dan juga pada PP No. 18 tahun 2016 tentang penggabungan Humas ke Kominfo. Maka dari itu terjadi peleburan *media center*, yang awalnya berada pada Humas Provinsi Gorontalo dilebur ke Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Gorontalo.

Media center yang berada pada Komunikasi Informasi ini dalam melakukan pendistribusian informasi dimulai dari tentative yang akan menjadi acuan dalam jadwal harian yang nantinya akan masuk pada produksi informasi yang pada ujungnya akan masuk pada tahap pendistribusian. Pendistribusian sendiri pada *media center* menggunakan beberapa media yakni media konvensional seperti TV, Radio, kemudian menggunakan juga media cetak seperti Koran, tidak ketinggalan *media center* ini juga menggunakan media dalam jaringan seperti media sosial *instagram*, *facebook*, *youtube* dan juga menggunakan

website. Pada pendistribusian ini media center yang berada pada Komunikasi Informasi dan Statistik ini lebih banyak menggunakan media dalam jaringan dikarenakan informasi mengalir secara cepat begitu juga tanggapan yang didapatkan sangat cepat. Terdapat dua puluh dua media yang digunakan dalam pendistribusian informasi salah satunya pada koran yakni Harian Gorontalo, untuk tv ada TVRI, pada radio ada poliyama dan juga pada media dalam jaringan yakni ada 60detik.com, Gopos.id dan lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berangkat dari latarbelakang masalah yang menjadi titik tolak dari latarbelakang masalah tersebut, maka dengan ini peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a) Terdapat media yang telah membentuk agendanya sendiri, mulai dari memproduksi informasi atau berita.
- b) Adanya pengalihan fungsi media massa telah diambil alih oleh media dari suatu instansi dalam hal ini media center ataupun pihak tertentu
- c) Penyediaan informasi sudah bukan hanya dilakukan oleh media pers tapi juga sudah dilakukan oleh media dari suatu instansi
- d) Adanya agenda *building* dalam penyediaan informasi dari suatu instansi berupa *media center*

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan peneliti dalam penelitian ini maka rumusan masalah yang ditemukan ialah : “Bagaimana proses agenda

building Media Center Komunikasi Informasi dan Statistik dalam pendistribusi informasi pada media *pers*”

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah peneliti memiliki tujuan untuk dapat mengetahui beberapa hal yang menjadi landasan dalam penyusunan penelitian ini, yaitu :

- a) Untuk dapat mengetahui seperti apa agenda media (*agenda building*) dalam melakukan penyediaan informasi kepada khalayak
- b) Dan juga untuk mengetahui bagaimana suatu media dapat merancang ataupun menentukan isu dalam pemberitaan yang biasanya dilakukan oleh media *pers*

1.5 Manfaat Penelitian

Dari latar belakang sampai pada tujuan penelitian peneliti menemukan manfaat dari penelitian ini yaitu :

- a) Secara Teoritis
 1. Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang agenda *building* atau agenda media dalam penyedia informasi
 2. Dapat dijadikan sebagai sebuah bahan penelitian awal yang akan mendasari suatu penelitian yang lebih luas cakupannya nanti
 3. Dapat dijadikan suatu pengembangan keilmuan terutama dalam bidang ilmu komunikasi.
- b) Secara Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan nantinya dapat menjadi sebuah pengalaman pribadi yang luar biasa dalam menyikapi hal baru yang terjadi dari suatu media massa yang fungsinya tidak hanya bisa di jalan olehnya saja tetapi bisa pihak tertentu
2. Dapat memberikan gambaran bagaimana suatu agenda *building* dalam suatu instansi menyediakan informasi untuk memenuhi informasi khalayak.