

## KECENDERUNGAN AGENDA PEMBERITAAN TRIBUN TIMUR TERKAIT ISU BUDAYA UANG PANAI

*Tendency in Tribun Timur Reporting Agenda Related to Cultural Issues of Uang Panai*

Muh. Medriansyah Putra Kartika<sup>1\*</sup>, Turnomo Rahadjo<sup>2</sup>

<sup>1\*</sup>Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang. Email: iannkartika@gmail.com

<sup>2</sup>Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang. Email: turnomorahadjo@gmail.com

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

Quantitative Content Analysis, Mass Media, Uang Panai'.

#### Kata kunci:

Analisis Isi Kuantitatif; Media Massa; Uang Panai'

#### How to cite:

Kartika, M. M. P., & Rahadjo, T. (2021). Kecenderungan Agenda Pemberitaan Tribun Timur Terkait Isu Budaya Uang Panai. Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(2), 102-113

### ABSTRACT

Indonesia is a country that has a variety of cultures. Various tribes in Indonesia still maintain their customs or habits, one of which is the custom of marriage. Marriage customs in Indonesia have their own processions and what is discussed this time is the Bugis-Makassar marriage custom known as the Panai Money. However, the phenomenon of panai money has now become a polemic among young people, especially since several media reported on marriages whose nominal bills are quite high, ranging from hundreds of millions to billions of rupiah. This study aims to find out and describe how the trend of the news agenda in Tribun-Timur is in reporting the culture of panai'. The method used is quantitative content analysis in order to analyze the tendency of the East Tribune in reporting the issue of panai culture which is analyzed based on the Agenda Setting Theory. The results of the research show that the Tribun-Timur reporting agenda on the issue of Uang Panai' culture mostly uses a straight news reporting style and tends to be informative and the tone of the news also tends to be positive.

#### Abstrak

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam kebudayaan. Berbagai suku yang ada di Indonesia masih tetap mempertahankan adat atau kebiasaannya, salah satunya adalah adat perkawinan. Adat perkawinan di Indonesia memiliki prosesi masing-masing dan yang dibahas kali ini yaitu adat Perkawinan suku Bugis-Makassar yang dikenal dengan adanya Uang Panai'. Namun, fenomena uang panai, kini menjadi polemik dikalangan anak muda apalagi semenjak beberapa media memberitakan pernikahan yang nominal uang panainya cukup tinggi mulai dari ratusan juta hingga miliaran rupiah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana kecenderungan agenda pemberitaan di Tribun-Timur dalam memberitakan budaya uang panai'. Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif agar dapat menganalisis kecenderungan Tribun Timur dalam memberitakan isu budaya uang panai yang dianalisis berdasarkan Teori Agenda Setting. Hasil penelitan menunjukkan bahwa agenda pemberitaan Tribun-Timur terhadap isu budaya Uang Panai' kebanyakan menggunakan gaya pemberitaan straight news dan cenderung bersifat informatif serta nada pemberitaannya juga cenderung positif.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam kebudayaan. Hal inilah yang menjadi pembeda antara tiap suku yang ada, karena dapat menjadi pedoman suatu masyarakat dalam bagaimana menjalani kehidupan, tata krama, norma-norma atau adat istiadat sehingga tiap-tiap daerah memiliki identitasnya masing-masing. Beberapa suku yang ada di Indonesia masih tetap mempertahankan adat atau kebiasaannya, salah satunya adalah adat perkawinan (Andriani, Sirajuddin, & Iba, 2016, hal. 2).

Adat perkawinan di Indonesia menarik untuk dibahas karena memiliki tata cara yang berbeda-beda. Salah satu contoh adat perkawinan yang ada di Indonesia adalah budaya uang panai suku Bugis-Makassar. Mustafa & Syahriani (2020, hal. 218) menjelaskan bahwa tradisi pernikahan pada masyarakat suku Bugis-Makassar memiliki beberapa tahapan panjang termasuk dalam menentukan jumlah uang panai' yang akan diserahkan oleh pihak laki-laki kepada pihak keluarga perempuan. Uang panai' dianggap sebagai elemen yang penting dalam melaksanakan pernikahan karena hal tersebut dapat menentukan kelancaran proses pernikahan. Nominal dari uang panai' dapat lebih tinggi dari mahar dan bahkan kebanyakan masyarakat menganggap kedudukan uang panai' lebih penting dibandingkan mahar. Uang panai' merupakan suatu tradisi yang unik suku Bugis-Makassar dan masih tetap dilestarikan oleh masyarakat hingga saat ini.

Uang panai mengandung nilai sosial, akan tetapi yang terjadi saat ini yaitu telah mengalami pergeseran nilai yang dipahami oleh masyarakat saat ini. Awal mula uang panai diperuntukkan kepada perempuan Bugis-Makassar yang berasal dari kalangan bangsawan. Jadi, ketika seorang laki-laki ingin menikahi perempuan yang berasal dari kalangan bangsawan, maka laki-laki tersebut wajib membawa uang panai sebagai salah satu bentuk penghargaannya. Sebaliknya, apabila perempuan yang ingin dinikahi bukan berasal memiliki status bangsawan, maka pihak laki-laki tidak perlu membawa uang panai. Pada saat ini, uang panai telah berlaku kepada semua perempuan bugis-makassar. Status bangsawan bukan lagi faktor utama dalam menentukan tinggi rendahnya uang panai', tingkat Pendidikan, pekerjaan, dan status ekonomi perempuan juga ikut menentukan nominal uang panai'. (Mustafa & Syahriani, 2020, hal. 218-219)

Pada dasarnya, uang panai' bukanlah penghalang seseorang jika ingin melangsungkan suatu pernikahan karena uang panai merupakan hasil dari kesepakatan bersama antara kedua belah pihak. Fenomena uang panai kini menjadi polemik dikalangan anak muda apalagi semenjak beberapa media memberitakan pernikahan yang nominal uang panainya cukup tinggi mulai dari ratusan juta hingga miliaran rupiah. Kekuatan dari media massa memang memiliki pengaruh yang sangat luar biasa kepada para khalayaknya karena salah satu proses dari komunikasi massa menurut Bungin (2011, hal. 74-75) yaitu dengan melakukan distribusi pesan atau informasi dengan skala yang besar dan luas sehingga pemberitaan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak yang besar. Ketakutan-ketakutan pemuda bugis-makassar mulai muncul akibat viralnya pemberitaan uang panai di media. Tradisi uang panai juga dapat memicu terjadinya perilaku menyimpang seperti *silariang* (kawin lari).

Pemberitaan terhadap suatu fenomena atau peristiwa yang sama dapat dihadirkan secara berbeda-beda di media massa karena dalam menuliskan berita, wartawan menggunakan sudut pandangnya masing-masing. Pemberitaan uang panai yang muncul di media massa juga menimbulkan terjadinya perbedaan persepsi kepada khalayaknya. Menurut Bungin (2011, hal. 76), informasi atau pemberitaan yang disampaikan oleh media massa dapat diterima oleh seluruh masyarakat diberbagai tempat, oleh karena itu audiens dari media massa tersebar diberbagai tempat atau terpencar. Hal yang serupa juga diungkapkan oleh Effendy (2019, hal. 25) yang mengatakan bahwa khalayak dari komunikasi massa bersifat heterogen, keberadaannya berada dimana-mana atau terpencar-pencar.

Peran dari media massa terkait dengan fenomena budaya uang panai' seharusnya menjadi media

yang mengedukasi. Media massa semestinya memberikan lebih banyak penjelasan mengenai uang panai' agar dapat memberikan pencerahan terhadap masyarakat mengingat bahwa audiens dari media massa sangat luas dan tersebar dimana-mana. Menurut Bungin (2011, hal. 85), selain dari peran media massa yang menjadi media penyebaran informasi, media massa juga merupakan media yang setiap saat mendidik masyarakat, menjadikan mereka masyarakat yang cerdas, berpikiran terbuka dan maju. Menurut Muttaqin (Mas'udi, 2013, hal. 212) peran media massa terkait isu keragaman budaya dapat memberikan kontribusi dalam penyebarluasan dan memperkuat kesepahaman masyarakat dan dapat memberikan pemahaman terhadap adanya keanekaragaman sehingga dapat melahirkan penghargaan terhadap budaya lain. Sedangkan media massa menurut Halik (2015, hal. 90) berperan dalam mengembangkan, mewariskan, serta melestarikan kebudayaan dengan cara yang sangat luas dan terbuka.

Media massa memiliki peran strategis dan sangat penting dalam pembentukan opini publik. Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sikap masyarakat terhadap suatu isu tertentu. Selain itu, media massa juga bukan hanya menggambarkan suatu realitas dan menunjukkan sumber berita, tetapi juga dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Media ikut membentuk realitas yang disajikan dalam beritanya melalui berbagai macam instrument yang dimiliki (Muslim, 2013, hal. 75-76).

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka fokus penelitian yang ingin dikaji oleh peneliti adalah bagaimana kecenderungan agenda pemberitaan di Tribun-Timur dalam pemberitaan budaya uang panai. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kecenderungan agenda pemberitaan di Tribun-Timur dalam memberitakan budaya uang panai'.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi memiliki peran penting terhadap kehidupan sosial, budaya, politik, maupun Pendidikan yang sejak dulu telah disadari oleh para cendekiawan dimana komunikasi hanya berkisar pada retorika dalam lingkungan kecil. Namun pada pertengahan abad ke-20, adanya revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik, para cendekiawan mulai menyadari bahwa komunikasi sangat penting untuk ditingkatkan yang awal mulanya hanya pengetahuan (*knowledge*) menjadi ilmu (*science*). (Effendy, 2019, hal. 9)

Komunikasi memiliki beberapa tingkatan, salah satunya adalah komunikasi massa. Secara singkat, komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi atau penyampaian pesan melalui media massa (media cetak atau media elektronik). Menurut Bungin (2011, hal. 71) komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi yang dilakukan dengan berbagai tujuan komunikasi melalui media massa dan pesan atau informasi yang disampaikan ditujukan kepada khalayak yang luas. Menurut Paxon (2010, hal. 2-3) komunikasi massa berarti proses penyampaian pesan-pesan dengan khalayak luas yang jumlahnya bisa sampai jutaan orang secara bersamaan dengan melalui media massa. McQuail (2011, hal. 61-62) menjelaskan bahwa pesan dari komunikasi massa biasanya merupakan hasil yang telah terstandarisasi, pesan yang disampaikan bersifat satu arah, serta pesan yang disampaikan kepada khalayak telah kehilangan keaslian dan keunikannya karena telah melalui tahap reproduksi yang berlebihan.

Setelah melihat beberapa definisi komunikasi massa yang telah dijelaskan oleh beberapa ahli, terdapat pula ciri-ciri khusus dari komunikasi massa yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya yang dipaparkan oleh Devito (Effendy, 2019, hal. 21-25) antara lain: komunikasi massa berlangsung

satu arah, komunikator pada komunikasi massa melembaga, pesan pada komunikasi massa bersifat umum, media komunikasi massa menimbulkan keserempakan, serta komunikasi dari komunikasi massa bersifat heterogen.

### **Komunikasi Massa dan Budaya**

Carey (McQuail, 2011, hal. 127) mendefinisikan komunikasi sebagai proses simbolik yang mencoba untuk menjelaskan bagaimana sebuah realitas dapat diproduksi, dipelihara, diperbaiki, serta diubah. Sedangkan definisi budaya yang dijelaskan oleh Carey merupakan sebuah proses, namun juga dapat merujuk pada atribut bersama sekelompok manusia, serta budaya juga dapat merujuk kepada teks dan artefak simbolik yang dapat digambarkan dengan makna tertentu yang ditujukan kepada orang-orang dengan ciri-ciri budaya tertentu pula.

Salah satu fungsi dari komunikasi massa adalah sebagai fungsi transmisi budaya. Fungsi ini dapat dikatakan fungsi yang paling luas namun paling sedikit dibahas. Fungsi transmisi budaya ini tidak dapat dihindari karena selalu muncul dalam berbagai bentuk komunikasi dan memberikan dampak kepada individu yang menerimanya. Akibatnya, pengalaman serta pengetahuan individu yang dituangkan ke berbagai bentuk komunikasi telah menjadi bagian yang sulit terpisahkan. Transmisi budaya mengambil tempat dalam dua tingkatan, yaitu kontemporer dan historis. Kedua tingkatan tersebut telah terjalin secara konstan dan tidak dapat dipisahkan. Tingkatan kontemporer, media massa berperan dalam memperkuat konsensus nilai masyarakat, dengan selalu memperlihatkan perubahan yang terjadi secara berkesinambungan. Sedangkan secara historis, manusia telah mendapatkan banyak pengalaman baru seiring perjalanannya, sehingga manusia tidak sekedar mengakumulasi pengalamannya melainkan ikut serta dalam menyaring di antara ingatan mereka, membuang tidak dianggap tidak perlu, dan pemesanan istirahat untuk kesenangan dalam transmisi baik kepada teman sebayanya ataupun kepada keluarga mereka. (Nurudin, 2007, hal. 74-76)

Effendy (2019, hal. 26) menjelaskan bahwa kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih yang dipacu oleh perkembangan masyarakat menyebabkan pengaruh yang besar terhadap kemerdekaan media massa. Akan tetapi, tanpa disadari secara bersamaan dapat menimbulkan dampak yang kuat terhadap masyarakat. Bungin (2011, hal. 80) menyebutkan adanya fungsi transformasi budaya dalam fungsi komunikasi massa. Komunikasi massa menjadi proses dalam terjadinya transformasi budaya yang dilakukan oleh seluruh komponen dari komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa.

### **Agenda Setting**

Agenda *Setting* menurut Littlejohn & Foss (2011, hal. 416) terjadi karena dalam melaporkan suatu berita, media harus bersikap selektif. Saluran berita sebagai *gatekeeper* (penjaga gerbang) informasi harus dapat menentukan apa saja yang dapat dan seharusnya dilaporkan. Menurut Dearing & Rogers (1992, hal. 1-2) proses agenda *setting* merupakan kompetisi yang berkelanjutan agar mendapatkan perhatian dari media maupun publik. Agenda *setting* juga dapat memberikan penjelasan mengenai bagaimana suatu isu dipilih kemudian disebarkan kepada publik, serta bagaimana pesan yang disampaikan dapat membentuk opini publik. Sedangkan agenda *setting* menurut Severin dan Tankard (2014, hal. 229) adalah suatu hipotesis kausal yang dapat menunjukkan bahwa konten yang disajikan media memiliki pengaruh terhadap persepsi publik mengenai pentingnya suatu isu.

Terdapat dua tingkatan dalam agenda *setting* dan kedua tingkatan tersebut memiliki kedudukan yang sama pentingnya. Pertama yaitu media berupaya menentukan isu-isu umum yang dianggap penting, kemudian yang kedua yaitu menentukan aspek atau bagian dari isu-isu tersebut yang dianggap penting. Kedua hal tersebut memberikan kita pemahaman tentang bagaimana cara untuk membuat suatu kerangka isu yang menjadi dasar dalam penentuan agenda masyarakat dan media (Littlejohn & Foss,

2011, hal. 416).

Dearing & Rogers (1992, hal. 5) mengemukakan bahwa terdapat tiga komponen utama dalam proses agenda *setting*, yaitu; Agenda Media, Agenda Publik, dan Agenda Kebijakan. Ketiga elemen tersebut saling memiliki keterkaitan antara agenda yang satu dengan agenda yang lainnya. Agenda yang pertama adalah agenda media. Secara sederhana, agenda media dapat memengaruhi agenda masyarakat, dan agenda masyarakat dapat memengaruhi agenda kebijakan.

### **Agenda Media**

Media berperan dalam memberitakan atau mengangkat pentingnya suatu isu di benak publik yang dapat dilakukan secara berulang-ulang. Media memiliki pengaruh yang sangat besar kepada masyarakat karena media dapat mengatakan apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media juga dapat mengatur apa saja yang harus dikonsumsi oleh masyarakat. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa agenda media secara otomatis akan menjadi agenda masyarakat.

Mannheim (Nurudin, 2007, hal. 198) membagi tiga model agenda berdasarkan dari teori agenda *setting* dan model tersebut memiliki dimensi masing-masing. Pertama yaitu agenda media (*visibility, audience salience, valence*), kedua yaitu agenda khalayak (*familiarity, personal salience, favorability*) dan yang ketiga adalah agenda kebijakan (*support, likelihood of action, freedom of action*).

Diantara ketiga model yang telah dipaparkan diatas, penelitian yang akan dilakukan dalam mengkaji pemberitaan Tribun-Timur mengenai isu budaya uang panai' akan berfokus pada agenda media. Agenda media dapat mempengaruhi agenda publik atau kepentingan isu tertentu terhadap masyarakat dalam berbagai hal. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pembentukan agenda media terdiri dari tiga hal, yaitu Visibilitas (*Visibility*), Tingkat menonjol bagi khalayak (*Audience Salience*), dan Valensi (*Valence*) (Nurudin, 2007, hal. 198).

1. Visibilitas (*Visibility*) yaitu jumlah atau tingkat menonjolnya berita. Pemberitaan mengenai isu budaya mendapatkan porsi yang sedikit di media massa. Nurudin (2007, hal. 74-76), mengemukakan bahwa dapat berfungsi sebagai transmisi budaya. Transmisi budaya berperan untuk memperkuat nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat sehingga dapat menimbulkan dampak oleh khalayak ketika menerima sebuah pesan. Pada penelitian ini terdapat 21 berita yang telah ditetapkan berdasarkan jenjang waktu yang ditentukan. Merujuk pada fungsi komunikasi massa sebagai transmisi budaya, sehingga fokus penelitian ini yaitu melihat bagaimana gaya pemberitaan, sumber pesan, serta sifat pesan yang digunakan dalam memberitakan isu budaya uang panai.
2. Tingkat Menonjol Bagi Khalayak (*Audience Salience*) yaitu relevansi dari isi berita dengan kebutuhan khalayak, dalam hal ini dapat diukur melalui nilai berita (*prominence, Human Interest, Conflict/Controversy, Unusual, and Proximity*).
3. Valensi (*Valence*) yaitu pemberitaan suatu isu atau peristiwa yang menyenangkan atau tidak menyenangkan. Hal ini dapat diukur melalui nada pemberitaan yang ditonjolkan dalam suatu pemberitaan, apakah positif (*favorable*), netral, atau negatif (*unfavorable*).

### **Analisis Isi**

Analisis isi telah banyak digunakan dalam bidang ilmu komunikasi sehingga hal tersebut membuatnya menjadi salah satu metode yang paling banyak digunakan terutama untuk melihat atau menganalisis isi media (cetak atau elektronik). Selain dari itu, analisis isi juga banyak digunakan untuk semua jenis konteks komunikasi seperti komunikasi antarpribadi, kelompok, maupun organisasi. Analisis isi dapat diterapkan selama masih terdapat dokumen yang tersedia (Eriyanto, 2013, hal. 10).

Terdapat sejumlah definisi yang telah dikemukakan mengenai analisis isi. Seperti yang dijelaskan

oleh Neuendorf (2017, hal. 19) menyebutkan bahwa analisis isi secara sederhana dapat dikatakan sebagai analisis yang sistematis, objektif, dan kuantitatif dari karakteristik pesan. Selain itu, Riffe, dkk. (2019, hal. 23) menjelaskan mengenai analisis isi kuantitatif sebagai pemeriksaan simbol komunikasi yang sistematis dan dapat direplikasi, dan telah diberi nilai-nilai numerik sesuai dengan aturan pengukuran yang valid, serta menggunakan metode statistik agar dapat menganalisis hubungan-hubungan yang melibatkan nilai-nilai tersebut untuk menggambarkan komunikasi dan menarik kesimpulan tentang maknanya, atau menyimpulkan dari komunikasi ke konteksnya, baik produksi maupun konsumsi.

Terdapat tiga aspek yang terdapat dalam penggunaan analisis isi. Pertama sebagai metode utama, kedua digunakan sebagai salah satu metode dalam penelitian, dan ketiga digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menguji kesahihan dari kesimpulan yang ditemukan dari metode lain. Melalui analisis isi, peneliti dapat mempelajari mengenai isi, karakteristik pesan, dan perkembangan dari suatu isi atau bahan yang sedang dikaji. (Eriyanto, 2013, hal. 10-11).

Analisis isi kuantitatif berbeda dengan berbagai jenis analisis isi lainnya seperti semiotika, framing, naratif, wacana, dan yang lainnya. Analisis isi digunakan agar dapat menunjukkan atau mengidentifikasi isi komunikasi yang tampak (*manifest*) secara sistematis, dilakukan secara objektif (*objective*), sah (*valid*), dapat diandalkan (*realible*), dan dapat direplikasi (*replication*). (Eriyanto, 2013, hal. 15).

McQuail (Kriyantono, 2014, hal. 233-234) mengatahan bahwa terdapat sejumlah manfaat atau tujuan dari penggunaan analisis isi terhadap isi pesan komunikasi, yaitu:

1. Mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media
2. Membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial
3. Isi media merupakan cerminan dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat
4. Mengetahui fungsi dan efek media
5. Mengevaluasi kinerja media
6. Mengetahui apakah ada bias media

Analisis isi dapat menggambarkan deskripsi dari suatu pesan secara detail. Analisis isi dapat digunakan hanya untuk menggambarkan suatu pesan (teks), dan ada juga yang dirancang untuk melakukan perbandingan (komparatif). Analisis isi dapat digunakan untuk melihat atau menggambarkan pesan dari sumber yang sama namun dalam waktu yang berbeda. Analisis isi pada umumnya digunakan untuk menggambarkan karakteristik pesan, antara lain digunakan untuk melihat kecenderungan dari suatu pesan komunikasi, serta dapat digunakan untuk pesan pada situasi yang berbeda berupa budaya, sosial, dan politik (Eriyanto, 2013. hal. 33-35).

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan di media daring Tribun Timur ([makassar.tribunnews.com](http://makassar.tribunnews.com)). Tribun Timur dipilih dengan pertimbangan bahwa media ini merupakan salah satu media arus utama yang hadir di Makassar dan penyebaran informasinya meliputi hampir ke seluruh wilayah kabupaten/kota di provinsi Sulawesi Selatan hingga ke Sulawesi Barat. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif agar dapat menganalisis kecenderungan Tribun Timur dalam memberitakan isu budaya uang panai.

Fokus dari penelitian ini adalah ingin mengkaji pemberitaan mengenai isu budaya khususnya mengenai pemberitaan uang panai yang terjadi mulai dari Februari 2019 – Mei 2021. Penulis memilih rentang waktu tersebut karena pada tahun seringkali muncul pemberitaan mengenai uang panai di

beberapa media termasuk di Tribun Timur. Selain itu, terdapat sumber lain seperti kajian kepustakaan agar dapat memperkaya data dalam penelitian ini serta menggunakan lembar koding agar dapat mempermudah dalam menganalisis data. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 21 berita. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode *total sampling* atau sampling jenuh dalam penarikan sampelnya. Hal tersebut dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini relatif kecil maka semua populasi dijadikan sampel. Sugiyono (2013, hal. 85) juga menjelaskan bahwa sampling jenuh merupakan teknik yang digunakan apabila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel karena jumlah dari populasinya relatif kecil atau kurang dari 30 sehingga peneliti dapat membuat generalisasi dengan kesalahan yang minim.

Agar dapat menjaga keobyektifan penelitian, maka terdapat dua orang *coder* yang dilibatkan dalam penelitian ini agar dapat menguji reliabilitas dari berita-berita yang telah dikumpulkan. Setelah mendapatkan hasil koding dari kedua koder, kemudian dilakukan uji reliabilitas. Kriyantono (2014, hal. 238) menjelaskan bahwa untuk dapat mengetahui tingkat reliabilitas, dapat diuji dengan menggunakan rumus Holsti sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

CR = Koefisien Reliabilitas  
M = Jumlah pertanyaan yang disetujui *coder 1* dan *coder 2*  
N1 = Jumlah pernyataan yang dihitung *coder 1*  
N2 = Jumlah pernyataan yang dihitung *coder 2*

Angka minimum reliabilitas yang harus dipenuhi dalam uji reliabilitas adalah sebesar 0,75 atau 75%. Apabila kedua pernyataan dari koder tidak memenuhi angka 0,75 atau 75%, maka dikatakan tidak reliabel dan perlu untuk dilakukan penyusunan ulang pedoman dan lembar koding.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Reliabilitas

Agar dapat melihat bagaimana kecenderungan dari Tribun-Timur (makassar.tribunnews.com), peneliti terlebih dahulu melakukan uji reliabilitas terhadap lembar *coding* yang telah disusun sebelum melakukan tahap pengkodean. Uji reliabilitas ini menggunakan dua orang *coder*, yaitu Muhammad Ihlusul Amal dan Evita Puspita Sari Efendi. Beberapa kategori dengan masing-masing memiliki indikator tersendiri telah ditetapkan dalam lembar *coding* telah diuji reliabilitasnya melalui dua *coder* tersebut. Hasil uji reliabilitas dari kedua *coder* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1** Hasil Uji Reliabilitas

Kategorisasi	Indikator	Reliabilitas
Gaya Pemberitaan (Jenis-jenis berita)	<i>Straight News</i>	0,76
	<i>Investigate News</i>	1,00
	<i>Dept News</i>	0,95
	<i>Feature News</i>	0,81
Sifat Pesan	Informatif	1,00
	Persuasif	1,00

Kategorisasi	Indikator	Reliabilitas
Sumber Berita	Edukatif	0,95
	Koersif	1,00
	Wawancara	1,00
	Konferensi Pers / Keterangan Pers	1,00
	Rilis Pers	0,95
	Liputan Langsung	0,86
	Mengutip Media Lain	0,81
Sumber Lainnya	0,86	
Nilai Berita	<i>Prominence</i>	0,90
	<i>Human Interest</i>	1,00
	<i>Conflict/Controversy</i>	0,81
	<i>Unusual</i>	0,81
	<i>Proximity</i>	1,00
Nada Pemberitaan	<i>Favourable</i>	0,81
	<i>Neutral</i>	0,76
	<i>Unfavourable</i>	1,00

Sumber: Hasil olah data penelitian

Berdasarkan tabel tersebut, hasil dari uji reliabilitas diantara kedua coder menunjukkan derajat reliabilitas berada pada angka 0,76 hingga 1. Angka tersebut menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas diantara kedua coder telah mencapai tingkat keterpercayaan karena menurut Kriyantono (2014, hal. 240) ambang penerimaan yang digunakan dalam melakukan uji reliabilitas yakni sebesar 0,75 atau setara dengan 75%. Apabila terdapat kategori yang telah ditetapkan tidak mencapai angka 0,75 dari hasil uji reliabilitas, maka perlu untuk dilakukan perumusan ulang yang lebih spesifik lagi karena dianggap belum mencapai tingkat keterandalan atau keterpercayaan.

### **Kecenderungan Pemberitaan Tribun-Timur Terhadap Isu Budaya Uang Panai'**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agenda pemberitaan Tribun-Timur terhadap isu budaya Uang Panai' kebanyakan menggunakan gaya pemberitaan straight news. Hampir seluruh berita mengenai uang panai menggunakan jenis berita straight news dengan persentase 90.5%. Pemberitaan mengenai uang panai juga kebanyakan bersifat informatif. Tribun-Timur hanya mencoba untuk menjelaskan suatu peristiwa atau fenomena yang berkaitan dengan uang panai'. Selain itu, pemberitaan Tribun-Timur juga ada yang bersifat edukatif. Namun persentasenya hanya berkisar 14,3%, berbanding jauh dengan beritanya yang bersifat informatif. Berita yang dihasilkan oleh Tribun-Timur kemudian disajikan kepada khalayak rata-rata merupakan hasil dari wawancara, baik itu wawancara secara langsung maupun tidak langsung. Berita yang dibuat juga ada yang dikutip dari media lain dan sumber lainnya seperti media sosial. Setiap berita yang dihadirkan tentunya memiliki news value atau nilai berita. Nilai berita dapat muncul secara bersamaan dalam satu berita, begitu pula dengan pemberitaan



uang panai' yang disajikan oleh Tribun Timur. Nilai berita yang mendominasi dari pemberitaan pemberitaan uang panai' Tribun Timur adalah proximity. Seluruh pemberitaannya dianggap mengandung nilai proximity. Lalu dari seluruh pemberitaan mengenai uang panai pada Tribun Timur juga banyak mengandung nilai unusual, human interest, kemudian ada juga yang mengandung controversy, dan yang paling sedikit mengandung *prominence*. Kecenderungan nada berita yang disajikan oleh Tribun Timur terkait dengan pemberitaan uang panai dominan *favourable* (positif).

Adapun sajian tabel kecenderungan pemberitaan Tribun Timur terhadap isu budaya uang panai' yang telah dinilai berdasarkan kategori dan indikator-indikator yang telah ditetapkan sebagai berikut:

**Tabel 2** Kecenderungan Pemberitaan Tribun-Timur Terhadap Isu Budaya Uang Panai'

<b>Kategorisasi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Persentase</b>
Gaya Pemberitaan (Jenis-jenis berita)	<i>Straight News</i>	90.5%
	<i>Feature News</i>	9.5%
Sifat Pesan	Informatif	85.7% %
	Edukatif	14.3%
Sumber Berita	Wawancara	48%
	Liputan Langsung	5%
	Mengutip Media Lain	14%
	Sumber Lainnya	19%
	Wawancara + Liptan Langsung	5%
	Wawancara + Mengutip Media Lain	5%
	Liputan Langsung + Sumber Lainnya	5%
Nilai Berita	Prominance + Proximity	5%
	Unusual + Proximity	29%
	Conflict + Proximity	5%
	Prominance + Conflict + Proximity	5%
	Human Interest + Conflict + Proximity	5%
	Conflict + Unusual + Proximity	5%
	Human Interest + Unusual + Proximity	48%
Nada Pemberitaan	<i>Favourable</i>	57%
	<i>Neutral</i>	24%
	<i>Unfavourable</i>	19%

Sumber: Hasil olah data penelitian

Konsep agenda media menjelaskan bahwa suatu peristiwa yang disajikan oleh media telah terseleksi dan dianggap penting sehingga peristiwa yang sama dapat ditonjolkan secara berbeda-beda tergantung dari sudut pandang medianya. Sehingga dapat mengarahkan pemikiran atau pendapat khalayak yang berbeda-beda apalagi jika diberitakan secara terus-menerus. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa jenis berita *straight news* lebih mendominasi pada berita isu budaya uang panai' di Tribun Timur. Hal tersebut berdasarkan pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persentase dari *straight news* sebesar 90.5%. *Straight news* itu sendiri terbagi menjadi dua yaitu *hard news* dan *soft news*. Peristiwa mengenai uang panai' ini termasuk kedalam *soft news*, biasanya ini merupakan hal atau peristiwa yang dianggap tidak terlalu penting namun memiliki keunikan dan menarik untuk dibahas. Hal tersebut ditandai dengan jumlah pemberitaan mengenai uang panai' di Tribun Timur memiliki porsi yang sedikit dari Februari 2019 – Mei 2021. Hampir seluruh pemberitaan mengenai peristiwa uang panai' cenderung mengarah ke *soft news* dan hanya beberapa yang tergolong ke dalam *hard news* karena pemberitaan uang panai' karena peristiwa mengenai uang panai' bukan berita yang harus segera disampaikan kepada khalayak. Beritanya dapat diakses kapan saja dan tidak termakan oleh waktu. Berita yang dihasilkan dari peristiwa uang panai' kebanyakan merupakan hasil dari wawancara, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut ditandai dengan adanya kutipan langsung maupun tidak langsung dari seorang tokoh atau masyarakat yang berkaitan dengan peristiwa uang panai'.

Isu mengenai budaya memang mendapat porsi yang sedikit dalam komunikasi massa. Namun, hal tersebut tidak dapat diabaikan begitu saja. Seperti yang dijelaskan dalam Nurudin (2007, hal. 74-76) bahwa salah satu fungsi dari komunikasi massa adalah transmisi budaya dimana fungsi ini merupakan fungsi yang sangat luas namun paling sedikit dibahas. Sifat pesan mengenai uang panai' di Tribun Timur bersifat informatif. Selain itu, terdapat pula berita yang bersifat edukatif sekitar 14.3%. Berita yang bersifat edukatif sangat penting dalam pembahasan budaya karena dapat memberikan penjelasan serta pemahaman kepada khalayaknya karena cakupan dari media massa sangat luas sehingga dapat menimbulkan perbedaan pendapat atau *misunderstanding*. Pemberitaan yang muncul di media massa dapat memberikan dampak kepada penerimanya. Terkait dengan pemberitaan uang panai', tentunya orang-orang yang bukan berasal dari suku Bugis-Makassar tidak paham mengenai budaya tersebut. Hal ini juga sejalan dengan dampak yang dapat ditimbulkan oleh media yang dijelaskan oleh McQuail (Priyadi, 2014, hal. 265) yang terbagi kedalam beberapa bentuk seperti kognitif (berhubungan dengan hal opini dan pengetahuan), affektual (berhubungan dengan sikap dan perilaku), serta behavioral (berkaitan dengan perilaku).

Nilai berita dari peristiwa uang panai' di Tribun Timur mengandung unsur *proximity* karena peristiwa mengenai uang panai' mengandung unsur kedekatan dengan audiens atau target khalayak dari Tribun Timur berupa kedekatan geografis maupun emosional. Berdasarkan hasil olah data pada tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh pemberitaan mengenai peristiwa uang panai' mengandung unsur *proximity*. Peristiwa mengenai uang panai' yang ada di Tribun Timur diberikan dengan berbagai nada pemberitaan. Walaupun nada pemberitaannya lebih cenderung positif, namun tidak dapat dihindari pastinya ada pula yang bernada negatif karena masih ada ditemukan pemberitaan tindak kriminal yang terjadi dan terkait dengan uang panai'.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas terkait dengan pemberitaan isu budaya Uang Panai' yang disajikan media daring Tribun Timur, dapat dilihat bahwa pemberitaan Tribun Timur

lebih banyak menggunakan gaya atau jenis *straight news* sebanyak 90.5%. Berita-berita mengenai uang panai' tersebut disajikan berdasarkan hasil wawancara langsung maupun tidak langsung dengan tokoh atau masyarakat yang berkaitan dengan peristiwa yang diberitakan. Akan tetapi, pemberitaannya kebanyakan bersifat informasi, yakni hanya melaporkan suatu peristiwa yang sedang terjadi yang memiliki kaitan dengan uang panai'. Sebaiknya pemberitaan yang memiliki kaitan dengan unsur budaya memiliki sifat edukatif karena media massa memiliki peran dalam pelestarian budaya. Pentingnya media massa memberikan lebih penjelasan mengenai isu budaya khususnya uang panai' agar dapat memberikan pencerahan kepada audiensnya tentang seperti apa itu uang panai' dalam perkawinan adat Bugis-Makassar. Hal tersebut juga penting dilakukan karena audiens dari media massa sangat luas dan tersebar dimana-mana.

Untuk nilai berita terkait dengan isu budaya uang panai' cenderung mengandung unsur *proximity* atau memiliki unsur kedekatan karena Tribun Timur merupakan salah satu media yang berasal dari Sulawesi Selatan dan Budaya Uang Panai' merupakan salah satu budaya yang ada di Sulawesi Selatan khususnya bagi Suku Bugis-Makassar. Kemudian untuk nada pemberitaannya, berita mengenai peristiwa uang panai di media daring Tribun Timur cenderung positif (*favourable*).

Penelitian ini masih belum sempurna karena peneliti hanya dapat memberikan gambaran mengenai kecenderungan pemberitaan isu budaya dalam media daring. Perlu juga dilakukan redefinisi mengenai konsep agenda media terutama dalam dimensi visibilitas (*visibility*), karena kebanyakan referensi mengenai konsep agenda media menggunakan media massa konvensional yakni media cetak (koran).

## REFERENSI

- Andriani, K., Sirajuddin, & Iba, L. (2016). Lobby Dalam Prosesi Dui Menre Pada Perkawinan Suku Bugis di Desa waemputtang Kecamatan Poleang Selatan Kabupaten Bombana. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi & Informasi*, 1(2), 1-17. doi:<http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v1i2.1439>
- Bungin, B. (2011). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1992). *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. California: SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2013). *Analisis Isi: Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Halik, A. (2015). Peran Media Massa Dalam Komunikasi Antarbudaya. 2(1). *Al-Khitabah*, 83-92. Diambil kembali dari <http://103.55.216.56/index.php/Al-Khitabah/article/view/2621>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Pranadamedia Group.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories Of Human Communication. Edisi ke-9. Edisi Terjemahan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mas'udi. (2013). Peranan Media dalam Membentuk Sosio-Kultural dan Agama Masyarakat. 1(2). *At-Tabsyir*, 211-231. doi:10.21043/at-tabsyir.v1i2.434

- McQuail, D. (2011). *Mass Communication Theory. Edisi ke-6. Edisi Terjemahan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muslim. (2013). Konstruksi Media Tentang Serangan Israel Terhadap Libanon (Analisis Framing Terhadap Berita Tentang Peperangan Antara Israel dan Libanon dalam Surat Kabar Kompas dan Republika). 17(2). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 75-92. doi:<http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170104>
- Mustafa, M., & Syahriani, I. (2020). Pergeseran Makna Pada Nilai Sosial Uang Panai' Dalam Perspektif Budaya Siri'. 6(2). *Jurnal Yaqzhan*, 217-231. doi:10.24235/jy.v6i2.7250
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook*. California: SAGE Publication.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Paxson, P. (2010). *Mass Communications and Media Studies: an introduction*. New York: The Continuum International Publishing Group.
- Priyadi, C. (2014). Agenda Media Mengenai Pilpres Pemilu 2014: Analisis Isi Terhadap Pemberitaan Mengenai Setatus Pencalonan Jokowi Dalam Surat Kabar Kompas. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. 13(3), 256-276. doi:<https://doi.org/10.32509/wacana.v13i3.153>
- Riffe, D., Lacy, S., Watson, B. R., & Fico, F. (2019). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. New York: Routledge.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in Mass Media*. London: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.