BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabinet kerja pemerintah Indonesia dibawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Muhammad Jusuf Kalla. Susunan kabinet ini berasal dari kalangan profesional, usul partai politik pengusung Jokowi-JK pada Pilpres 2014 (PDI Perjuangan, PKB, Partai Nasdem , dan Partai Hanura) ditambah PPP yang bergabung setelahnya, serta tim sukses pasangan Jokowi-Jk pada Pilpres 2014. Susunan kabinet diumumkan oleh Presiden Jokowi pada 26 oktober 2014, dan resmi dilantik sehari setelahnya. Kabinet kerja pemerintah Jokowi-JK membawa harapan baru dimasyarkat. Kinerja ekonominya disatu sisi mendapat apresiasi dari berbagi kalangan, namun langkah-langkah politiknya disisi lain mendapat kritisi dari berbagai pihak media kabinet kerja terdiri dari 4 (empat) menteri koodinator dan 30 menteri.

Media dianggap sebagai salah satu kekuatan yang mampu merintis perubahan, namun ternyata belum sepenuhnya lepas dari berbagi kepentingan. Media mampu melakukan pembentukan citra terhadap seseorang tokoh, institusi pemerintah bahkan Indonesia, citra seorang tokoh, lembaga/institusi bahkan suatu negara bisa terangkat atau jatuh karena pemberitaan media. Huddleston dalam (Buchari Alma, 2008:55) memberikan definisi atau pengertian citra dengan mengatakan sebagai berikut :*" image is a set beliefs the personal associate with an image as acquired trough experience ".* Artinya : Citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang memiliki atau

didapat dari pengalaman. Meskipun ekspos media belum tentu mewakili kinerja pemerintah,tetapi media dapat membentuk persepsi masyarakat , sehingga terciptalah citra kinerja pemerintah, terutama di kementerian.

Media selain sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian atau pembentukan citra (gambaran umum) tentang banyak hal, juga mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik. Mediapun dapat menghadirkan citra atas representasi dari pemberitaan yang diterbitkan. Media massa memiliki peran yang sangat penting. Realitas yang didapatkan melalui media media adalah *seconv hand reality* , realitas yang sudah diseleksi melalui proses yang disebut *gate-keeping* . Media massa, menampilkan sebuah isu dan meninggalkan isu yang lain. Pembacapun tidak mampu melakukan pemeriksaan dan konfirmasi ulang, sehingga menerima informasi berdasarkan apa yang dimuat dalam tampilan media massa (*taken for granted*). Adapun citra yang terbentuk adalah berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan oleh media massa. Dengan demikian seluruh isi media merupakan realitas yang telah dikonstruksikan dalam bentuk wacana yang bermakna.

B. Tujuan dan Manfaat

Kajian ini bertujuan untuk megetahui penyajian dan karakteristik pemberitaan kabinet kerja Pemerintahan Jokowi-JK pada media cetak (atau media cetak versi digital), dimana manfaat dari Analisis Isi bersama adalah menyediakan data penting yang diperlukan dalam penyusunan perencanaan dan strategi komunikasi *Goverment Public Relation* (GPR).

C. Metode Pelaksanaan

Studi Analisis Isis Media ini akan dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Isi secara Kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Agenda Setting *First level Agenda Setting.* Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam teknik Analisis Isi Media Bersama ini adalah :

1. Memilih sampel dari populasi yang pada akhirnyan nanti digunakan untuk menggeneralisir hasil Analisis Isi Media bersama.
2. Menetapkan kerangka konsep dan kategori yang akan diteliti.
3. Memilih unit analisis yang akan dipakai dan diteliti mulai setiap kalimat, pemakaian judul, *lead* tubuh berita (*cover*) serta foto/gambar yang ada di media yang akan diteliti.
4. Menyesuaikan isi dengan kerangka kategori, per-satuan unit yang dipilih.
5. Mengungkapkan distribusi menyeluruh.

BAB II

KERANGKA ANALISIS

KERANGKA analisis kajian ini mengacu pada tradisi studi *content analysis* yang ditujukan untuk memetakan isu/wacana/opini publik yang terkait dengan citra pemerintah pusat dan daerah dalam surat kabar. Setelah tahun 1990-an, banyak penelitian yang menggunakan pendekatan teori agenda setting yang menegaskan kekuatan media massa dalam mempengaruhi khalayaknya. Media massa mampu membuat beberapa isu menjadi lebih penting dari yang lainnya. Media mampu mempengaruhi tentang yang dipikirkan oleh pembaca. Lebih dari itu, kini media massa juga dipercayai mampu memengaruhi bagaimana cara kita berpikir. Para ilmuwan menyebutnya sebagai *framing*.

McCombs dan Shaw menegaskan tentang teori agenda setting, bahwa *"the media may not only tell us what to think about, they also may tell us how and what to think about it, and perhaps even what to do about it"* (McCombs,1997). Menurut teori agenda setting ,media massa memang tidak dapat memengaruhi orang untuk berubah sikap tetapi dengan fungsinya sebagai *gate-keeper* (penjaga gawang atau penyaring) yang memiliki suatu topik dan persoalan tertentu dan mengabaikan yang lain. Dengan menonjolkan suatu persoalan tertentu dan mengesampingkan yang lain, media membentuk citra atau gambaran dunia seperti yang disajikan dalam media massa (Rakhmat,1989:259-260), ini berarti media massa cukup berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan orang dan memengaruhi persepsi khalayak tentang yang dianggap penting. Bernard Coher (1963), seorang ahli politik menyatakan asumsi dasar mengenai agenda setting, menurutnya:

"media massa lebih baik sekedar memberi informasi atau opini media massa mungkin saja kurang berhasil mendorong orang untuk memikirkan sesuatu, tetapi media massa sangat berhasil mendorong khalayak untuk menentukan apa yang dipikirkan" (Rakhmat,1989:227).

Hampir satu dasawarsa McCombs dan Shaw mengemukakan agenda setting khalayak terhadap persoalan, secara ringkas apa yang dianggap penting media dianggap penting oleh masyarakat dan apa yang dilupakan oleh media massa juga akan luput dari perhatian masyarakat. Menarik, untuk melihat bagaimana peran media massa dapat memiliki andil besar dalam pembentukan citra positif seseorang atau lembaga pemerintah. Dalam realitanya, kuasa media tidak saja dapat melakukan hal tersebut, namun ia juga bisa melakukan hal yang sebaliknya tergantung pada konten pembingkaian informasi yang dilakukan media. Terlebih, jika konten yang diberitakan terkait dengan permasalahan politik yang konkret seperti isu-isu kebijakan-kebijakan pemerintah. Menurut Ramsden (Ramsden, 1992) publik kebanyakan menyadarkan informasi politik mereka kepada media, dan informasi tersebut mampu mempengaruhi persepsi publik. Maka media memiliki peran tersendiri dalam menumbuhkan tingkat kepercayaan publik kepada pemerintahan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, studi ingin menyoroti tidak hanya bagaimana pemerintah Kabinet Kerja Jokowi diberitakan oleh media massa. Studi ini juga hanya membatasi pada pemberitaan yang ada pada media cetak (surat kabar). Media cetak surat kabar dipilih karena dengan asumsi, ia mampu merepresentasikan kesinambungan dan dinamika isu-isu kebijakan dalam satu

rentang waktu. Dengan begitu bisa dilihat dinamika serta penekanan atas suatu isu yang terjadi. Karena ingin melihat konten pemberitaan dan dinamikanya, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Pemilihan media cetak surat kabar dilakukan dengan pendekatan teori agenda setting pada *first level agenda setting.* Media cetak surat kabar yang dipilih adalah surat kabar yang *powerfull,* yang menjadi acuan masyarakat. Salah satu indikatornya dilihat dari angka sirkulasi yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan surat kabar lainnya. Hal ini menjadi penting mengingat semakin banyak pembaca artinya semakin besar pula media itu memberikan pengaruh secara luas. Sedangkan dari sisi *content,* suratkabar termasuk penyedia informasi yang menjadi salah satu rujukan masyarakat dalam mengikuti pemberitaan terkait kebijakan pemerintahan.

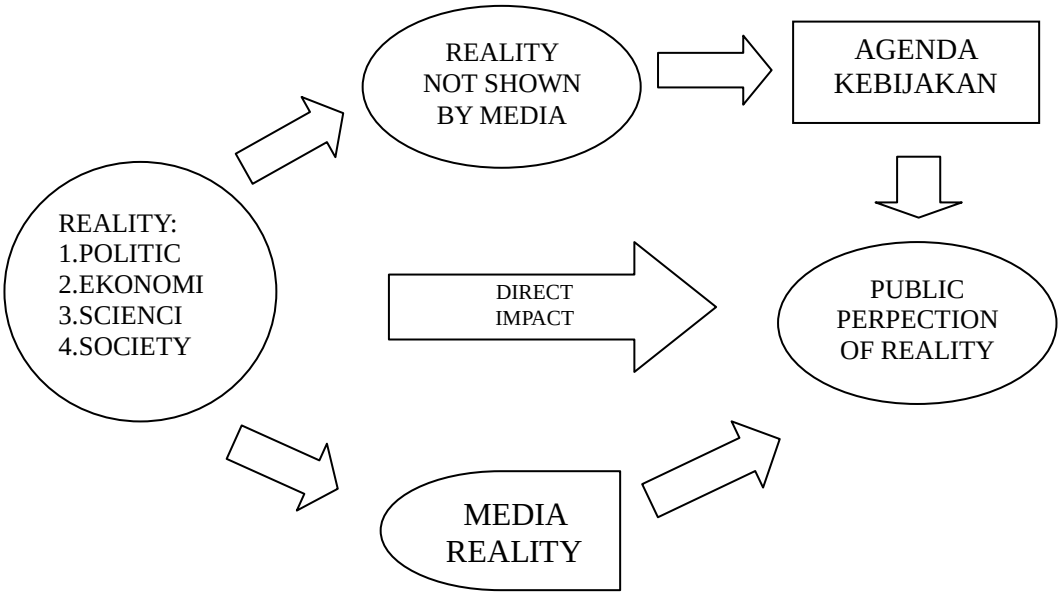
Teori agenda setting pertama kali dikemukakan oleh Walter Lippman (1965*)* pada konsep *"the world outside and the picture in our head"* yang sebelumnya telah menjadi bahan pertimbangan oleh Bernard Cohen (1963) dalam konsep *"the mass media may not be successful in telling us what to think, but they are successful in telling us what to think about"*. Maxwell E. McCombs dan Donald L.Shaw meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Mereka mengatakan., walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang di sinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita. Itu terjadi ketika mereka melaksanakan tugas keseharian mereka dalam menonjolkan berita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu

masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa.

Dampak media dalam kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu telah dijuluki sebagai fungsi agenda setting dan komunikasi massa. Disinilah terletak efek komunikasi, yang terpenting kemampuan media untuk strukturisasi dunia untuk kita. Teori agenda setting dimulai dengan media massa untuk strukturisasi dunia untuk kita. Teori agenda setting dimulai dengan asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel, tulisan yang akan disiarkan, setiap kejadian atau isu diberi bobot tertentu dengan panjang peyajian (ruang dalam surat kabar atau waktu televisi dan radio) dan cara penonjolan (ukuran judul pada surat kabar atau waktu televisi dan radio). Agenda setting sendiri baru menunjukkan keampuhannya jika agenda media menjadi agenda publik. Terlebih lagi jika agenda publik menjadi agenda kebijakan. Bernard C. Cohen (1963) mengatakan bahwa pers mungkin tidak berhasil banyak pada saat menceritakan orang-orang yang berfikir, tetapi berhasil mengalihkan para pemirsa dalam berfikir tentang apa. Kita bisa memakai media apa saja untuk membangun opini, tapi jika tidak sejalan dengan selera publik, maka isu yang dibangun dengan intensitas sekuat apa pun belum tentu efektif. Akibat dari opini yang di bangun publik mengenai dua kasus di atas, pemerintah turun tangan dalam memberikan kebijakan terhadap kasus-kasus ini. Dalam agenda setting dikenal tiga agenda yaitu : **1) agenda medis ; 2) agenda publik; 3) agenda kebijakan.** Masing-masing agenda saling mempengaruhi, khususnya antara agenda kebijakan dan agenda media. Pemerintah berupaya mengedepankan agenda kebijakan

melalui media agar sampai ke publik. Sementara media melalui pemberitannya berupaya mendesakkan agendanya kepada pemerintah guna mempengaruhi dan atau mengubah kebijakannya yang sesuai dengan aspirasi publik (agenda publik). Proses agenda setting tersebut digambarkan dalam diagram berikut;

PROSES AGENDA SETTING OLEH MEDIA



Kegiatan ini pada satu sisi hanya melakukan analisis isi terhadap pemberitaan yang ada di surat kabar, dimana analisis ini menggunakan rujukan Teori Agenda Setting pada *First Level Agenda Setting*. Bentuk media massa itu sendiri terbagi menjadi dua jenis yakni cetak dan elektronik. Dalam konteks analisis isi ini, media massa yang dimaksud adalah media massa cetak lokal yang terbit di daerah / wilayah kerja UPT (BBPPKI / BPPKI) dan media massa cetak nasional dengan objek (subjek) penelitiannya terdiri dari :

1. Populasi untuk analisis isi dalam penelitian ini adalah seluruh surat kabar harian Nasional dan Lokal yang terbit di Indonesia. Pengambilan sampel

dilakukan dengan teknik simple random sampling untuk memilih satu edisi dalam setiap minggunya dari setiap media cetak.

2. Unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh rubrikasi yang berkaitan dengan pemberitaan terkait pemerintahan (Kementrian/lembaga) baik Pusat dan Daerah dalam bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Politik dan Pertahanan Keamanan yang terdapat di halaman pertama surat kabar yang dianalisis, pada Periode 1 Januari 2015 sampai dengan 31 Oktober 2016.
3. Media yang dipilih adalah yang *powerfull* dengan minimal setiap wilayah kerja mengambil satu surat kabar sebagai perbandingan antarmedia. Media yang dipilih adalah representasi dari media cetak/online yang terbit di 33 Provinsi pada wilayah kerja Balai Pengkajian Pengembangan Komunikasi dan Informatika. Alternatif surat kabar yang terbit dalam wilayah kerja (selain diambil media versi cetaknya, juga setiap UPT dapat mengambil surat kabar versi online-nya. Setiap wilayah kerja mengambil sampling media surat kabar minimal per-wilayah kerja/provinsi yang diwakili 1 (satu) surat kabar lokal. Sementara Tim Pelaksana Analisis Isi Pusat yang dianalisis adalah surat kabar Nasioanal.
4. Surat kabar yang dianalisis tidak digunting, setiap berita akan dianalisis dengan *coding sheet.*
5. Laporan resmi setiap UPT BBPPKI/BPPKI Tim Pusat dilakukan setiap bulan dan dikompilasi per-tahun.
6. Unit analisis adalah lingkup pemberitaan yang bersinggungan dengan kinerja Kementrian/Lembaga Pemerintahan Jokowi-JK melalui Kabinet Kerja

Periode 2015 – 2019 yang meliputi penjabaran dari 3 (tiga) Dimensi Pembangunan yang mencakup :

a. **Dimensi Pembangunan Manusia yaitu** : Bidang Pendidikan, Kesehatan, Perumahan, dan Mental/Karakter.
b. **Dimensi Pembangunan Sektor Unggulan yaitu** : Kedaulatan Pangan, Kedaulatan Energi dan Ketenagalistrikan, Kemaritiman dan Kelautan, Parawisata dan Industri.
c. **Dimensi Pemerataan dan Kewilayahan yaitu :** Antarkelompok Pendapatan, Antarwilayah : (1) Desa, (2) Pinggiran, (3) Luar Jawa, (4) Kawasan Timur.

7. Ketiga dimensi tersebut dijabarkan ke dalam berbagai program dengan Koordinator Perencanaan adalah BAPPENAS dan sebagai Koordinator Pelaksana adalah Mentri Koordinator terkait (Penjabaran Program dan Kementrian/Lembaga Pelaksana Program).

BAB III

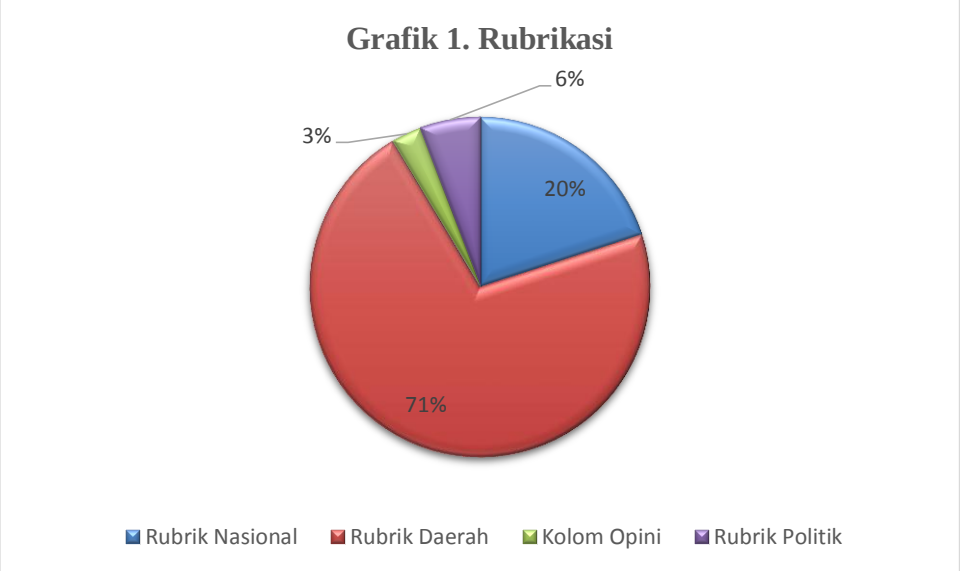
HASIL KAJIAN

A. Kecenderungan Pemberitaan

Berdasarkan kategori pemberitaan yang digunakan dalam kajian ini, maka data yang dihimpun mencakup data **Kolom Rubrikasi, Format Berita, Sifat Berita, Kategori Berita, Posisi Halaman, dan Posisi Paragraf.**

1. Rubrikasi

Kecenderungan pemberitaan Surat Kabar Harian Fajar yang di kaji pada bulan Juni 2016 untuk kolom rubrikasi memiliki jumlah pemberitaan sebanyak 29 berita, dimana kategori kolom rubrikasi terdiri dari dari : **Rubrik Daerah, Rubrik Nasional, Rubrik Politik dan Kolom Opini.** Adapun kecendrungan berita yang sering muncul Adapun jumlah pemberitaan surat kabar yang diteliti tergambar pada

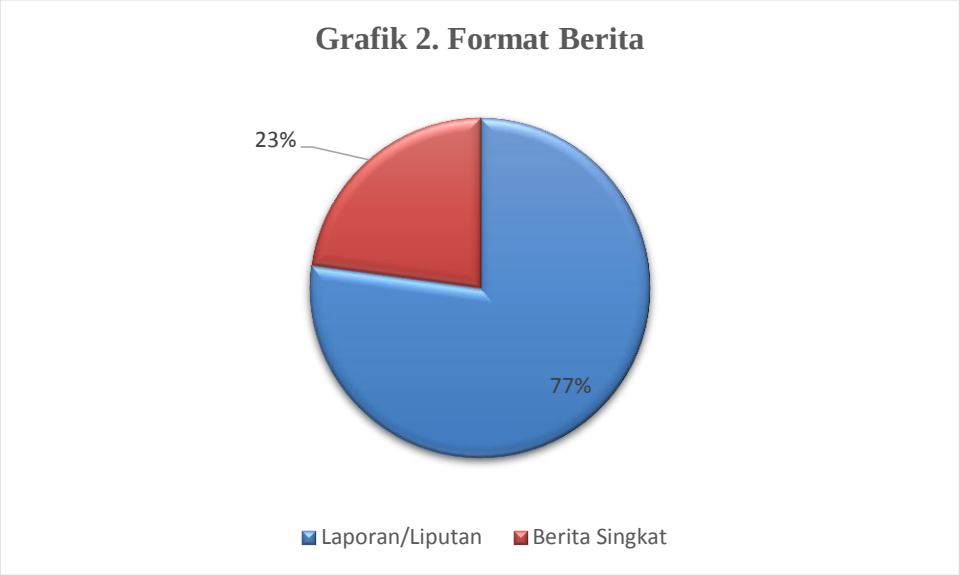


Sumber: Data Olahan Kajian Analisis Isi Media, 2016

Berdasarkan data pemetaan surat kabar harian (SKH) seputar pemberitaan bidang : **Politik, Nasional, Daerah, dan Opini** seperti yang tergambar pada grafik 1, diketahui bahwa pemberitaan surat kabar harian Fajar masing-masing sebanyak : P = 6%, N = 20%, D = 71 %, O = 3%, pemberitaan. Berdasarkan teori agenda setting, maka data pemetaan media tersebut dapat diinterpretasikan bahwa media pemberitaan yang berkaitan dengan penjabaran 3 dimensi pembangunan yang paling banyak pemberitaannya adalah bidang **Rubrik Daerah** sebanyak 71% dimana berita ini merupakan yang paling konsen memperhatikan persoalan yang terkait dengan berbagai sektor pembangunan di daerah.

2. Format Berita

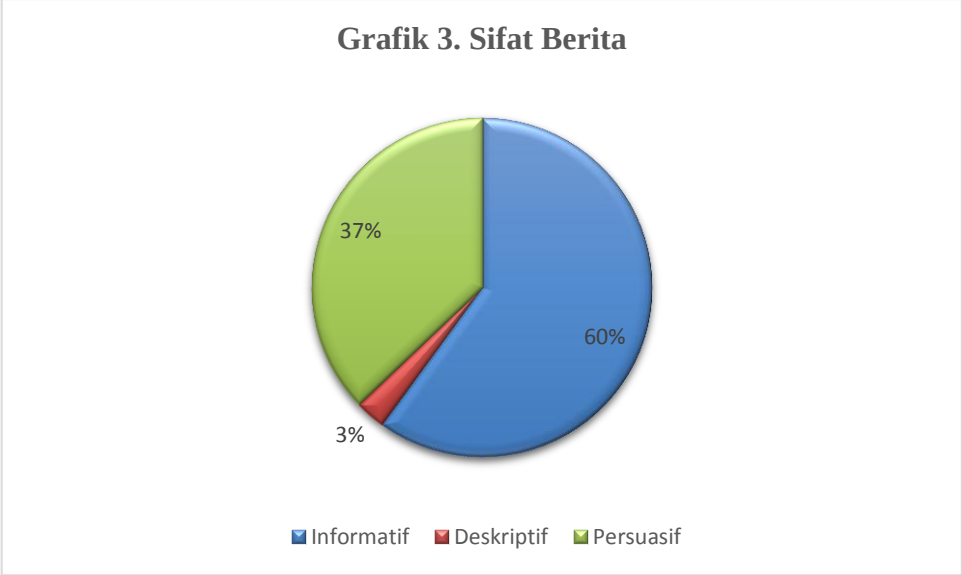
Data yang dihimpun dalam kajian analisis isi ini pada periode Juni 2016, yaitu pemberitaan yang meliputi kategori: (1) Rubrik Nasional (2) Rubrik Daerah (3) Rubrik Politik dan (4) Kolom Opini. Kecenderungan pemberitaan berdasarkan tema pemberitaan seperti yang tergambar pada grafik 2, menunjukkan bahwa pada periode Juni 2016, ternyata persoalan Rubrik Daerah menjadi tema pemberitaan yang muncul sebanyak 71% pemberitaan. Kemudian disusul dengan pemberitaan menyangku Bidang Nasional sebanyak 20% pemberitaan, menyusul pemberitaan menyangkut Bidang Politik sebanyak 6% pemberitaan dan Bidang Kolom Opini sebanyak 3% pemberitaan.



Sumber: Data Olahan Kajian Analisis Isi Media, 2016

3. Sifat Berita

Berdasarkan data yang dihimpun dari pemberitaan Surat kabar Harian (SKH) Fajar yang menjadi objek kajian pada periode Juni 2016, terdapat beberapa sumber yang terlibat sebagai sumber pemberitaan. Sifat pemberitaan yang dimaksud dalam kajian Analisis Isi Media ini yaitu gaya pemberitaan surat kabar harian dalam menyajikan peristiwa ataupun persoalan yang diberitakan. Dalam hal ini, sifat pemberitaan diklasifikasikan menjadi informatif, argumentatif dan Netral. Pemberitaan dinilai bersifat informatif jika berita disajikan apa adanya dan tidak melibatkan sumber yang pro-konra. Sedangkan pemberitaan yang bersifat argumentatif yaitu pemberitaan yang melibatkan sumber pro-kotra dan atau interpretasi wartawan.



Sumber: Data Olahan Kajian Analisis Isi Media, 2016

Berdasarkan hasil pengumpulan data pada bulan Juni 2016 yang telah dilaksanakan oleh Tim kajian Analisis Isi Media, diketahui bahwa kecenderungan pemberitaan surat kabar harian (SKH) Fajar yang menjadi objek kajian ternyata mayoritas bersifaf Informatif sebanyak 21 kali pemberitaan. Menyusul berita yang bersifat Persuasif hanya 13 kali pemberitaan. Data hasil kajian Analisis Isi Media tersebut menunjukkan bahwa Surat Kabar Harian (SKH) Fajar cenderung lebih mengedepankan upaya peningkatan pengetahuan pembaca terkait dengan objek pemberitaan yang bersifat Informatif.

Pemberitaan yang bersifaf Informatif lebih banyak menyangkut pemberitaan tentang Bidang Pemerintahan dan Ekonomi khususnya yang terkait dengan berbagai macam isu dan gejolak yang menjadi topik kajian Analisis Isi Media yang sedang hangat diberitakan oleh berbagai media massa di tanah air.

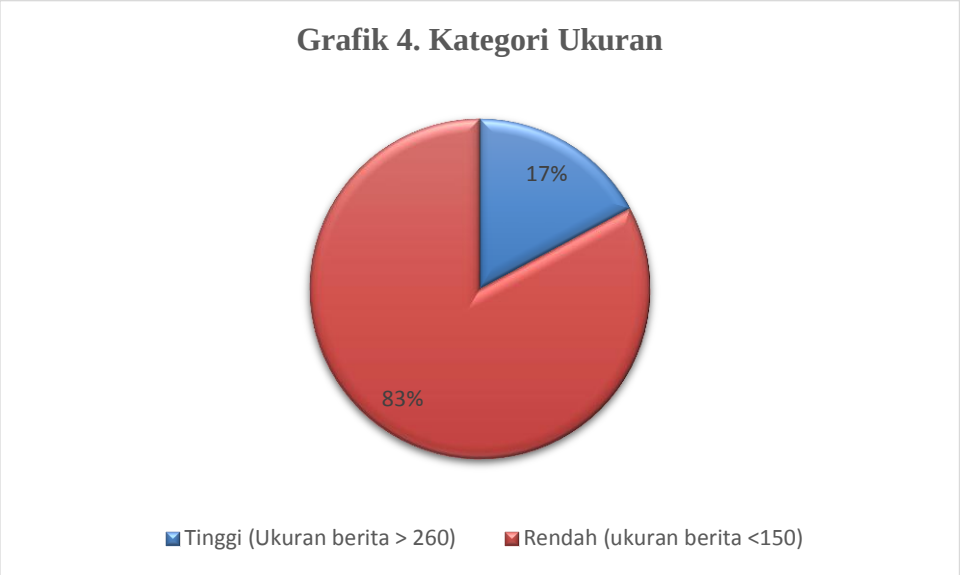
Sedangkan masalah Politik, Hukum, Sosial dan Pendidikan masih dikeleilingi oleh nuansa masing-masing permasalahan yang melingkarinnya.

4. Kategori Berita

Pengkategorisasian sifat pemberitaan dalam kajian Analisis Isi Media pada bulan Juni 2016 ini juga memberikan penilaian terhadap sikap pemberitaan yang meliputi kategori *favourable* (mendukung), *unfavourable* (tidak mendukung), dan netral. Suatu berita dikategorikan favourable jika berita tersebut cenderung mendukung objek pemberitaan, misalnya berita tentang Bidang Pemerintahan yang sangat hangat diperbicangkan dan diperdebatkan oleh berbagai macam elemen masayrakat dari berbagai bidang profesi yang ada di tanah air. Berdasarkan data yang dihimpun oleh tim kajian Analisis Isi Media ini, diketahui bahwa pemberitaan Surat Kabar Harian (SKH) Fajar periode Juni 2016 tentang pembangunan di berbagai bidang sektor kehidupan masyarakat seperti : Politik, Ekonomi, Pemerintahan, Pendidikan, Sosial dan Hukum. Hal itu terlihat dari jumlah pemberitaan Surat Kabar Harian (SKH) Fajar selama periode Juni 2016 yang hanya 29 kali pemberitaan atau judul Surat Kabar Harian (SKH) SKH Fajar,

Terkait dengan fokus analisis kajian ini yaitu tentang tema pemberitaan, dapat dijelaskan bahwa tema pemberitaan tentang Kategori berita ternyata persoalan Bidang Pemerintahan menjadi tema pemberitaan yang paling menonjol masing-masing sebanyak 12 kali pemberitaan. Dalam hal ini disusul dengan pemberitaan menyangkut Bidang Ekonomi sebanyak 7 kali pemberitaan dan menyusul tema pemberitaan menyangkut Bidang Politik sebanyak 5 kali

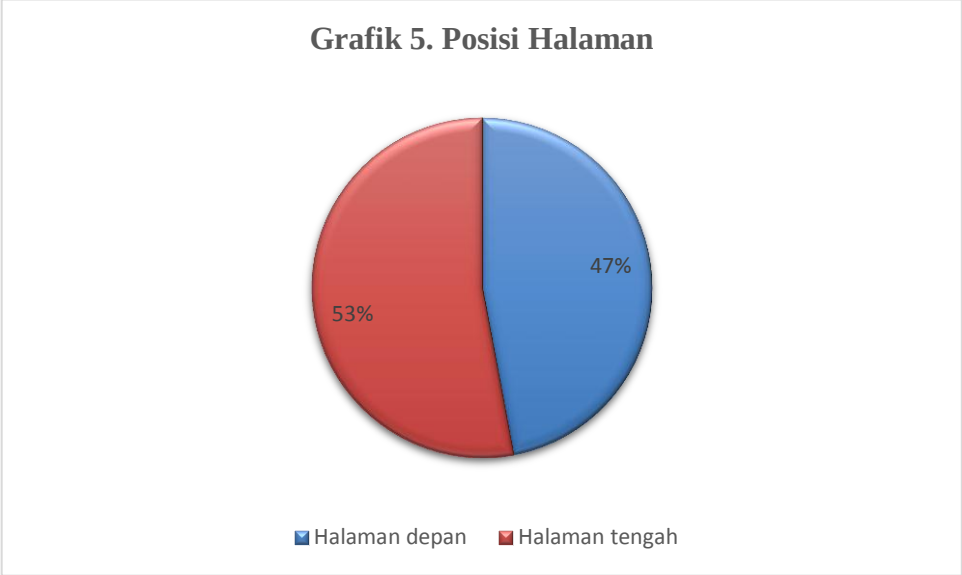
pemberitaan. Hasil pengumpulan data yang telah dilaksanakan oleh tim kajian Analisis Isi Media, diketahui bahwa kecendrungan penilaian terhadap sikap beritaan meliputi kategori *favourable* (mendukung) sebanyak 29 kali pemberitaan.



Sumber: Data Olahan Kajian Analisis Isi Media, 2016

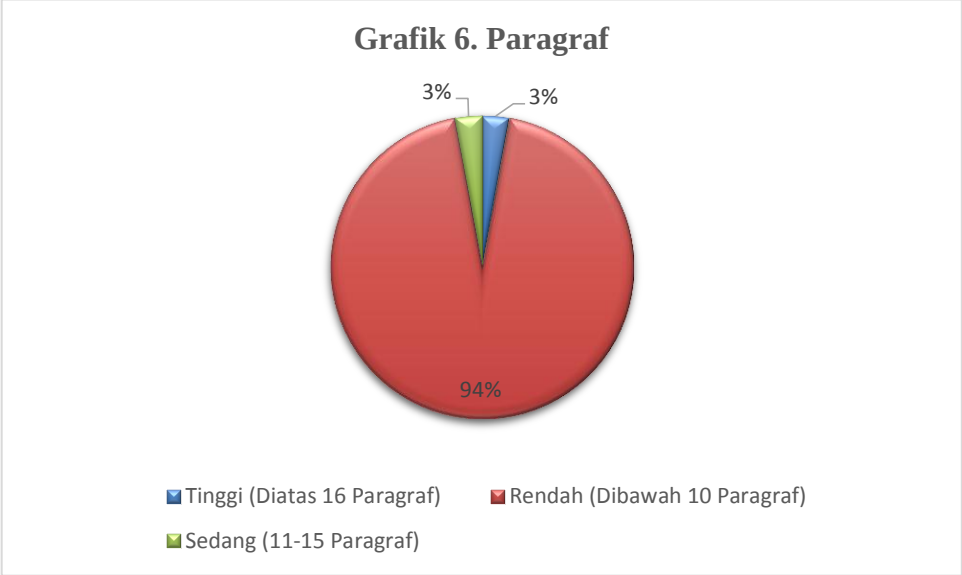
5. Posisi Halaman Berita

Pada tampilan untuk posisi halaman berita yang terkait dengan pemberitaan SKH fajar tersebut, dapat digambarkan bahwa untuk penempatan pada posisi **Halaman Depan** sebanyak 47% pemberitaan, untuk posisi **Halaman Tengah** sebanyak 53% pemberitaan. Ini menunjukkan bahwa *Headline* yang paling sering muncul dalam bidang posisi halaman tersebut.



6. Posisi Paragraf Berita

Pada posisi pemberitaan yang menyangkut paragraf berita, hasil kajian yang dilaksanakan oleh Tim Kajian Analisis Isi Media menggambarkan sebagai berikut : pada posisi berita dengan intensitas **Tinggi** diatas 16 paragraf (94%) terdapat pemberitaan bidang pemberitaan Pemerintahan dan Ekonomi untuk posisi paragraf dengan intensitas pemberitaan **Sedang** sebanyak 11 – 15 paragraf (3%) untuk bidang pemberitaan Politik dan pemberitaan dengan intensitas **Rendah** dibawah 10 paragraf Bidang Parawisata sebanyak (3%)


Grafik 6. Paragraf
3%
3%
94%
Tinggi (Diatas 16 Paragraf)
Rendah (Dibawah 10 Paragraf)
Sedang (11-15 Paragraf)

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Media (surat kabar) tampaknya belum maksimal menjalankan fungsinya untuk membentuk Kajian Analisis Isi Media, industri media masih terikat oleh struktur pasar yang hanya menguntungkan pihak tertentu. Pemberitaan Surat Kabar Harian (SKH) Fajar pada periode Juni 2016 yang telah diamati terutama Rubrikasi, Sifat Berita dan Format Berita. Adapun kategori berita yang menonjol dalam kajian ini adalah Bidang Pemerintahan dan Ekonomi Serta Bidang Politik. Sedangkan sifat berita seperti Persuasif terdapat 13 kali pemberitaan dan menyusul Sikap Berita yang sangat dominan beritanya seperti Informatif sebanyak 21 kali pemberitaan. Data tersebut menujukkan bahwa media baik surat kabar telah melaksanakan fungsinya dengan baik yaitu fungsi sosial dan kontrol, terutama pemberitaan dari unsur pemerintah maupun masyarakat.

Dalam Kajian Analisis Isi Media ini, yang banyak diangkat media adalah berbagai sektor bidang pembangunan mulai dari Pemerintahan, Politik, Pendidikan, Ekonomi, Sosial dan Hukum yang saat ini masih dalam tahap pembenahan dan peningkatan kualitas dan kuantitas masyrakat untuk menuju kepada kesejahteraan dan kemakmuran dari sektor pembagunan diatas. Selanjutnya, hasil kajian ini juga menunjukkan bahwa Konten Pemerintahan hingga saat ini masih pro-kontra dalam masyarakat, walaupun dalam kenyataannya bahwa berbagai persoalan yang terjadi dalam bidang tersebut

merupakan salah satu dampak dari regulasi bidang pembangunan khususnya pada citra pemerintah pusat dan daerah.

B. Rekomendasi

Pembagunan pada berbagai dimensi pembangunan pada beberapa sektor yang dianggap prioritas oleh pemerintah baik di Pusat maupun Daerah saat ini yang begitu cepat, memberikan kontribusi dan keuntungan bagi manusia sekaligus digunakan menjadi sarana yang efektif. Untuk mencapai hal ini agar para penyelenggara media (surat kabat) di Indonesia dapat bekerja secara profesional. Demikian juga dengan persoalan Bidang Pemerintahan, agar secepatnya bisa diselesaikan sehingga tidak berlarut-larut sebagai ajang perdebatan publik.