ANALISIS ISI MEDIA DALAM ISU KONSERVASI SPESIES LAUT DI INDONESIA(STUDI LIPUTAN MEDIA DARING UNTUK HIU DAN PARI MANTA)

Ridzki Rinanto Sigit MM[1], **Frengki Napitupulu M.Si** [2]
[1]Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sahid Jakarta
[2]Sekolah Pasca SarjanaUniversitas Sahid Jakarta
rrsigit@gmail.com

ABSTRAK

Narasi penting tentang hiu dan pari manta yang diungkapkan kepada publik seharusnya menyoroti kerentanan hiu karang di ekosistem pesisir Indonesia. Diantaranya menunjukkan, dorongan alat tangkap, perawatan sirip hiu di habitatnya, dan betapa mendesaknya perlindungan berbagai spesies hiu dan manta dari laju perdagangan saat ini. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media Indonesia belum memberikan kontribusi yang optimal dalam peliputan konservasi hiu dan pari manta di Indonesia, karena masalah pemilihan "nilai berita" dan keterbatasan pengetahuannya. Hal ini terkait juga dengan proses pemilahan berita atau yang dikenal dengan media gatekeeping. Opsional untuk agenda masa depan narasi media perlu bertujuan untuk menelusuri rantai perdagangan hiu dan pari yang ada, dan untuk memantau penegakan hukum dan efektivitas kebijakan. Identifikasi jalur perdagangan menjadi prioritas penting, karena dengan mengetahui seluruh jalur produsen, pengumpul hingga konsumen, narasi lengkap di setiap tahap dapat ditampilkan dengan lebih baik.

Kata kunci: Analisis Isi, Agenda Media, Hiu dan Parimanta

ABSTRACT

Important narratives about sharks and manta rays that are disclosed to the public should highlight the vulnerability of reef sharks in Indonesia's coastal ecosystem. Among them are to show, encouragement of fishing gear, care of shark fins in their habitat, and how urgent the protection of various shark and manta species is from the current rate of trade. From the results of this study, we conclude that Indonesia media has not an optimal contribution coverages of shark and manta ray conservation in Indonesia, due to issues of selecting "news value" and its limited knowledge. This is related also to the process of sortingnews or what is known as gatekeeping media.
The optional for future agenda media narrative needs to aim to tracing the existing shark and manta ray trade chain, and to monitor law enforcement and policy effectiveness.Identification of trade routes becomes an important priority, because by knowing the whole path of producers, collectors to consumers, the complete narrative in each stage can be bettershown.

Keywords: Content Analysis, Media Agenda, Sharks and Manta Rays

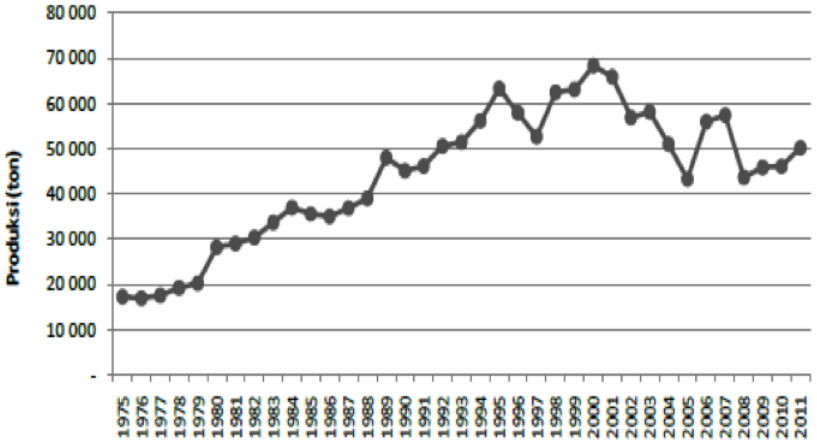
PENDAHULUAN

Usaha perikanan hiu di Indonesia telah berlangsung sangat pesat sejak tahun 1970-an. Meskipun perikanan hiu di Indonesia ini hanyalah sebagai tangkapan sampingan (*by catch*) dari usaha perikanan lainnya, akan tetapi produksi yang dihasilkannya menunjukkan nilai yang signifikan. Sejak tahun 1988 ketika harga sirip hiu di pasaran dunia meningkat, usaha perikanan hiu pun berkembang cukup pesat. Bahkan di beberapa daerah sentra nelayan di Indonesia menjadikan komoditi ini sebagai hasil tangkapan utamanya (Fahmi dan Dharmadi, 2005).

Empat negara di Asia, yaitu Indonesia, India, Jepang dan Pakistan yang berkontribusi sekitar 75% dari total tangkapan ikan hiu dan pari di wilayah Asia. Indonesia, merupakan negara penghasil dan produsen hiu terbesar di dunia. Beberapa dekade terakhir, tren penangkapan hiu semakin berkembang, mulai dari perikanan *longline* berskala kecil hingga jadi perikanan komersial dengan target beberapa jenis bernilai ekonomi tinggi seperti hiu botol (Squaliade), hiu lontar (Rhynchobatidae) dan hiu-hiu besar (Carcharhinidae, Lamnidae, Alopiidae, dan Sphrynidae), baik sebagai target ataupun tangkapan sampingan.

Grafik 1

Produksi Perikanan Hiu di Indonesia 1975-2011. (Data KKP, 2013).



Sekitar 70 persen produksi hiu dan pari dihasilkan dari tangkapan sampingan pada pengoperasian berbagai jenis alat tangkap, seperti *handline, rawai dangillnet, jaringarad,* dan *purs esine.* Alat penangkap ikan khusus menangkap ikan hiu adalah rawai cucut, sedangkan ikan pari jenis *liong bun* ditangkap menggunakan jaring liong bun. Tingginya penangkapan hiu sebagai komoditas penting di tingkat nelayan, pengepul, penjual, pedagang domestik maupun eksportir dalam jangka waktu beberapa dekade terakhir, muncul akibat permintaan produk hiu dan pari yang tinggi baik di pasar domestik mapun meningkatnya

permintaan di pasar internasional. Saat ini hampir semua bagian tubuh hiu yang tertangkap dimanfaatkan, tidak hanya bagian sirip, daging, tulang, kulit dan bagian hatinya juga dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan dan bernilai ekonomis. Daging hiu basah dipasarkan di pasar lokal, yang kemudian diolah menjadi berbagai macam menu masakan seperti, dibakar, diasap, dipindang, steak hingga sup yang disajikan secara khusus. Daging hiu juga dapat diolah menjadi abon, dendeng, pindang, diasap, diasin dan dibuat bahan berbagai menu masakan.

Tingginya harga sirip hiu di pasaran makin meningkatkan perburuan hiu dan mengancam kelestarian stoknya di alam. Hiu yang pada umumnya memiliki laju pertumbuhan yang lambat, berumur panjang, lambat dalam mencapai matang seksual dan memiliki jumlah anakan yang sedikit. Dengan demikian, hiu menjadi sangat rentan terhadap laju kematian karena penangkapan (Fahmi dan Dharmadi, 2013). Di sisi lain, hiu sebagai spesies pemuncak rantai makanan di laut memiliki peranan penting dalam mengendalikan rantai makanan dan ekosistem. Para ahli meyakini penurunan populasi hiu di alam menyebabkan tidak terkendalinya populasi ikan. Hiu memakan hewan yangterluka atau sakit, oleh karena itu hiu juga berperan untuk membersihkan dan menghilangkan hewan yang dalam kondisi lemah sehingga kesehatan ekosistem laut tetap terjaga.

Media dan Liputannya

Media amat berperan penting sebagai agen dalam penyebarluasan informasi, termasuk berita- berita yang terkait dengan lingkungan dan upaya konservasinya. Sayangnya pemberitaan tentang hal-hal substansial, umumnya kalah dengan berita-berita seputar *statement* tokoh, peristiwa sosial, ekonomi dan politik yang kerap lebih disukai oleh media arus utam.

Terkait dengan pengelolaan pesisir dan kelautan, hasil riset media selama periode Januari – Desember 2015 yang diamati untuk media arus utama (*top outlet media*) pun lebih banyak melakukan liputan tentang kebijakan Menteri KKP baru (Sigit, 2016). Saat itu, Susi Pudjiastuti, Menteri KKP yang baru saja dilantik oleh Presiden Joko Widodo dianggap sebagai magnet dan *media darling.* Susi dianggap sebagai tokoh *anti-mainstream*, banyak melanggar aturan etika sebagai pejabat publik, namun tegas dan memiliki wibawa. Dari semua outlet media yang diamati, maka berita yang dimuat umumnya berformat *straight news*, dengan fokus pada figur Susi Pudjiastuti yang diangkat sebagai Menteri KKP pada Oktober 2014, sehingga periode ini tidak aneh media dan publik tertarik untuk mengamati sepak terjang dari menteri eksentrik ini (Sigit, 2016).

Hal ini pun tak lepas dari gebrakan Susi di awal dia menjabat, yang dianggap kontroversial di mata publik. Seperti penenggelaman kapal asing, pelarangan cantrang dan *transhipment* menjadi isu yang diangkat oleh media. Namun periode tersebut, isu-isu khusus yang terfokus pada perdagangan spesies seperti hiu dan pari tidak

banyak diangkat.

Sebagai contoh Kompas banyak menyoroti tentang pelarangan penangkapan ikan dengan menggunakan alat atau metode tertentu seperti cantrang, trawl, pukat dan moratorium penangkapan jenis ikan tertentu. Kompas juga lebih banyak menyoroti tentang kerugian dan masalah sosial dari nelayan yang terdampak aturan menteri. Media lain, seperti Antara juga lebih banyak memberitakan isu lainnya seputar adanya aktivitas illegal fishing yang dilakukan oleh kapal nelayan asing. Terkait dengan isu ini, artikel yang dimunculkan seperti penangkapan sejumlah nelayan ataupun kapal asing yang melakukan pencurian ikan illegal, kemarahan menteri Susi terkait dengan hal aktivitas illegal fishing tersebut.

Tempo.co menghadirkan sejumlah nelayan ataupun pengusaha perikanan di beberapa daerah, yang ikut terkena imbas akibat dari adanya kebijakan-kebijakan menteri Susi di atas. Misalnya, di daerah Lamongan, Tuban, pengusaha terasi di Jember, serta produsen produksi ikan di Rembang, menjadi wilayah yang diberitakan (nelayan dan pengusahanya) terkena masalah akibat kebijakan-kebijakan tersebut.

Dalam konteks pemberitaan tentang konservasi hiu dan pari manta, penulis berasumsi bahwa ketertarikan media terhadap sosok Susi Pudjiastuti akan membawa lebih jauh pencaritahuan publik tentang berbagai aspek tentang pengelolaan perikanan dan kelautan di Indonesia, secara khusus aspek konservasi spesies langka dan dilindungi, termasuk beragam spesies hiu dan pari manta.

Di sisi lain, adanya ketertarikan publik, hal ini seharusnya akan mendorong awak jurnalis (jurnalis dan redaksi) untuk semakin banyak memproduksi berita dan liputan tentang aspek- aspek yang dianggap akan semakin menarik perhatian *(attention)* pembaca media. Berdasarkan pemaparan yang ada, maka pertanyaan penelitian ini adalah ingin mengetahui apakah sosok Susi Pudjiastuti yang menjadi ‘ikon’ perikanan kelautan di Indonesia akan turut membawa media dalam liputan-liputan mendalam tentang beragam aspek konservasi jenis, secara khusus spesies hiu dan pari manta?

Sebagai indikator uji ada tidaknya model pemberitaan tentang aspek konservasi hiu, menggunakan modifikasi pendekatan yang dirilis *The Global Sharks and Rays Initiative* (GSRI, 2016) untuk menganalisis dimensi isi media, yaitu: 1) Dimensi pemberitaan tentang spesies, 2) Dimensi pemberitaan pengelolaan ruang kelola yang berkelanjutan, 3) Dimensi pemberitaan perdagangan spesies langka dilindungi, 4) Dimensi peran dan tanggung jawa konsumen.(Brautigam, A. et al. Dokumen Global Priorities for Conserving Shark and Rays, 2015-2025 : 10).

Media Massa di era Daring

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. McQuail (2001),

menyebutkan media memiliki kemampuan untuk melakukan salah satu atau lebih dari beberapa hal seperti: menarik dan mengarahkan perhatian, membujuk pendapat dan anggapan, mempengaruhi pilihan sikap, memberikan status dan legitimasi, mendefinisikan dan membentuk persepsi realitas.

Para pembaca media bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, namun juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. Kemampuan jurnalis dalam menggali isi berita merupakan paduan untuk memahami berbagai kejadian (realitas) yang terangkum dalam pertanyaan seperti "what", "who", "why" dan "how" (Atmakusumah, 1996). Meski demikian, seorang jurnalis yang berpengalaman tidak berhenti pada 'aspek pertanyaan dasar semata', namun mampu untuk mendalami informasi perihal 'apa yang menyebabkan peristiwa itu terjadi?', 'apa dampak yang ditimbulkan dari peristiwa itu terjadi di waktu kemudian', dan 'siapa yang bertanggung jawab?'(Hamad, 2004).

Dalam perkembangan teknologi saat ini, era internet ditandai dengan kemampuan mendistribusikan nyaris tanpa ada batasan dari material pendukung yang diperlukan. Jika dalam media cetak, setelah berita diproduksi maka berita tersebut harus di *layout* dan dicetak dalam lembaran kertas dan kemudian didistribusikan dan disebarluaskan, maka internet telah memotong proses tersebut (Jenkins, 2006). Selain menyebabkan proses efisiensi rantai produksi dan memotong biaya, maka revolusi digital yang paling penting yaitu, internet membawa dunia dalam periode *the real time news*. Berita dapat disampaikan dalam hitungan detik dan tidak terbatas dalam sisi geografis dan penyebaran pesan. Seorang penulis dapat mengumpulkan informasi tidak hanya dari sumber primer (kejadian di tempat berita), tetapi dapat diperoleh dari sumber sekunder yang berasal dari posting web lain, dari *press release*, online jurnal, maupun sumber kontributor berita. Dengan teknologi internet seorang penulis maupun editor dapat memiliki keleluasaan dalam mengolah informasi yang ia peroleh dan pada akhirnya memilih narasi dan sudut pandang yang ia pilih. Seorang editor online dapat menggunakan mesin pencari google, dan memasukkan kata kunci tertentu. Di sisi lain, sebagai a0-paratus ideologi, media melihat *beyond* a *news worthiness*, diluarpertimbangan komersial semata untuk melanjutkan 'proyek' penulisan mendalam dalam sebuah topik tertentu yang dianggap relevan dengan nilai (*value*) media tersebut.

Agenda Media

Griffin (2003) menyebut media memiliki kemampuan untuk merumuskan dan menstransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Hal ini tentunya tak lepas dari bagaimana

proses pemilihan, penulisan dan penyajian berita di media, yang dipilih dan dianggap memiliki urutan kepentingan bagi khalayak (Wright, 1988). Konsep ini lalu berkembang menjadi Teori Agenda Setting yang melakukan observasi pencarian relasi diantara tiga jenis agenda yang saling berhubungan, yaitu agenda media (seperangkat topik atau isu yang dibahas oleh media), agenda publik (seperangkat topik atau isu yang dianggap penting oleh publik) dan agenda kebijakan pemerintah (seperangkat topik atau isu yang dianggap penting oleh pemerintah, legislasi atau pengambil kebijakan).

Teori agenda setting juga dapat menunjukkan bahwa terdapat kesamaan antara agenda media dengan agenda publik. Selanjutnya agenda media dan agenda publik dianggap memiliki hubungan dengan kepercayaan masyarakat untuk mendorong adanya perubahan cara pandang dan kebijakan publik oleh pemangku kebijakan (Haryanto, 2003). Ketiga konsep tentang agenda media di atas pada hakikatnya mencakup tiga domain analisis yang menyangkut fenomena media massa. Pada domain agenda media, maka fokus fenomenanya adalah menyangkut isi media itu sendiri. Pada domain agenda publik, maka fokusnya adalah menyangkut publik, yakni apa yang dipikirkan publik terkait isi media massa. Sedang agenda kebijakan, maka domain obyek kajiannya adalah menyangkut fenomena keterkaitan antara agenda kebijakan dengan agenda publik (Griffin, 2003).

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif melalui studi literatur dan pengumpulan dokumen online. Obyek yang diamati, diidentifikasi, dan selanjutnya dipetakan adalah artikel yang berhubungan dengan hiu dan pari manta di media arus utama terpilih dan melakukan analisis media yang ada. Adapun media daring (online media) dipilih karena memiliki kemudahan untuk pengumpulan data dan kecepatan akses informasi melalui wahana pencariaan (*digital search engine*). Secara kuantitatif akan disajikan jumlah berita tentang hiu dan manta yang disajikan dalam satu periode waktu.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah delapan media online yaitu: kompas (kompas.id); kompas.com; detik.com; antaranews.com; tempo.co.id; republika.co.id; Suara Pembaruan dan The Jakarta Post, pengamatan dilakukan selama periode 18 bulan yaitu Januari 2016 – Juli 2017. Sebagai perbandingan (*benchmark*) untuk isu-isu lokal tentang hiu dan pari, studi ini juga memantau liputan media di daerah yang secara spesifik dinyatakan oleh data sebagai lokasi banyak hiu yang ditangkap dan dikonsumsi.

Outlet media nasional yang dipilih di atas dianggap merepresentasikan media arus utama di Indonesia, yang dijangkau dengan profil pembaca kelas menengah. Pembaca media diasumsikan sebagai mereka yang secara demografi berusia 18-45 tahun, masyarakat urban kota, berpendidikan

minimal sekolah lanjutan atas, aktif mencari informasi lewat jejaring dunia maya, dan memiliki budaya literasi.

Analisis data studi ini dilakukan lewat analisis isi media dengan mengacu pada dimensi yang diperkenalkan oleh GSRI (2016). Adapun alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1
Proses dalam alur penelitian ini

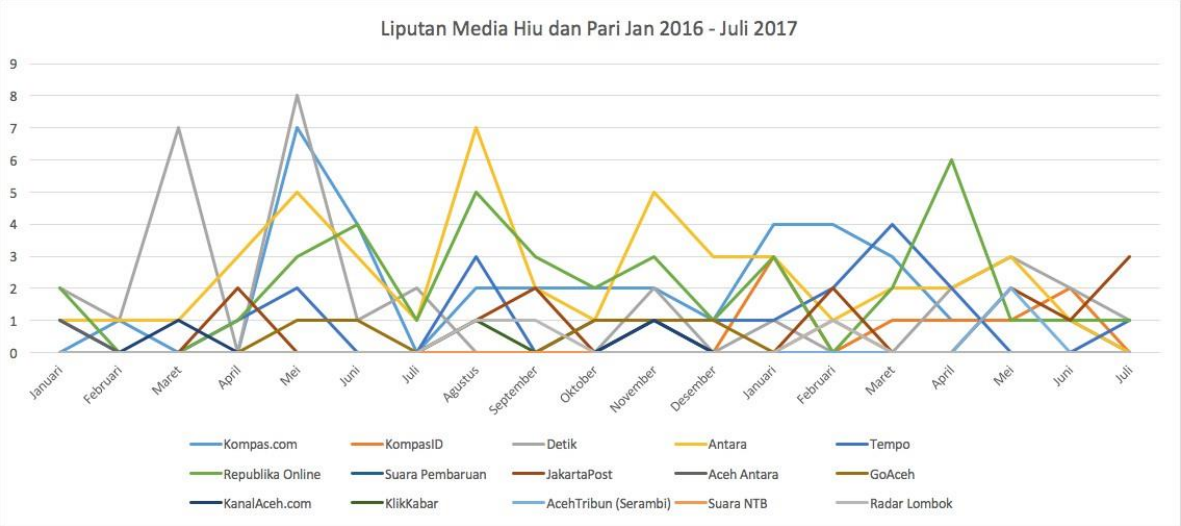
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan Data Kuantitatif

Dalam periode pengamatan yaitu Januari 2016 hingga Juli 2017, dijumpai jumlah coverage media mengenai isu dan pari adalah sebanyak 206 berita. Untuk outlet nasional, terdapat 190 liputan, dengan sebaran berita untuk masing-masing outlet media adalah: Kompas (Kompas.id) memuat 8 berita; kompas.com sebanyak 35 berita; Detik.com sebanyak 30 berita; antaranews.com sebanyak 44 berita; tempo online sebanyak 20 berita; Republikaonline sebanyak 39 berita; Suara Pembaruan online sebanyak 1 berita dan The Jakarta Post sebanyak 13 berita. Jenis pemberitaan yang dijumpai umumnya berbentuk berita kejadian (*straight news*).Secara umum dari persebaran berita, dapat diihat bahwa media nasional memiliki akses kepada informasi tentang hiu dan pari. Media nasional mampu mengembangkan tulisan tentang konservasi, permasalahan, wisata hiu dan pari disebabkan geografis liputan yang lebih lebar (rentang kontribusi berita) daripada media lokal yang rentang geografis berada dalam coverage basis pembaca yang lebih sempit.

Dari data yang terkumpul, studi ini menyimpulkan bahwa liputan mendalam (*in-depth news*) tentang hiu dan pari yang dilakukan oleh media amatlah minim. Belum banyak upaya yang dilakukan oleh media untuk mengangkat persoalan ini. Dari hasil studi liputan media lebih didorong kepada "berita kejadian" dimana media diuntungkan dengan hadirnya peristiwa yang memiliki "nilai berita" alih-alih mencoba menguak persoalan di balik peristiwa itu sendiri.Frekuensi berita bervariasi, sesuai dengan 'maraknya' kejadian di lapangan yang dijumpai oleh jurnalis dalam melaporkan peristiwa terkait dengan hiu dan pari manta. Sebaran berita per periode waktu dan per-outlet media dapat dijumpai pada grafik di bawah ini.

Gambar 2.
Liputan Media Hiu dan Pari di Outlet Media Nasional



Dibawah ini dijelaskan sudut pandang (*angle*) liputan berita yang dilakukan oleh masing-masing media dan isinya.

Kompas Cetak (Kompas.id)

Dalam periode ini, artikel-artikel yang disajikan oleh Kompas bersifat laporan aktual sebuah peristiwa (*straight news*). Tidak dijumpai adanya artikel yang berupa laporan hasil investigatif terhadap sebuah isu tertentu. Pemberitaan Kompas menyoroti peristiwa terdamparnya hiu paus di Gresik dan lanjutan berita tersebut. Kompas mengikuti sejak awal peristiwa, dari hiu tersebut terperangkap hingga mati karena terdampar. Selain itu, Kompas juga menyoroti mengenai penegakan hukum dari perdagangan sirip hiu di Indonesia, termasuk salah satunya di Surabaya tentang penggeledahan pedagang sirip hiu. Surabaya dikenal sebagai lokasi transit dari *shipping* perdagangan satwa liar dilindungi. Isu lain yang terkait dengan konservasi dan menekan perdagangan sirip hiu adalah berita mengenai pengembangan wisata berbasis konservasi yang diharapkan akan menekan laju penangkapan hiu dan meminta pemerintah lebih serius untuk bukan hanya melarang, namun bagaimana memikirkan masyarakat bisa beralih profesi bukan lagi penangkap hiu tetapi ikut aktif dalam wisata misalnya sebagai pemandu wisata.

Tentang inisiatif di tingkat Pemda, Kompas mengangkat berita mengenai rencana pelarangan penangkapan hiu dan pari di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Selain itu ada pula berita ringan mengenai keluarnya film baru yang bertemakan hiu. Kendati tidak berhubungan langsung, namun tema-tema film hiu seperti ini bisa memicu persepsi masyarakat mengenai hiu, terutama mengenai peran penting mereka bagi laut dan manusia. Berkaitan dengan Imlek, Kompas mengangkat *soft story* tentang ritual menyantap sirip hiu. Kompas dalam beritanya, berpandangan bahwa

seharusnya menu ini tidak perlu lagi menjadi tren baik dalam santapan harian maupun perayaan Imlek.

Kompas Online (Kompas.com)

Kompas online banyak menyoroti isu-isu terkini terkait hiu dan pari. Terutama mengenai isu terhangat dari hiu paus, mulai dari terdamparnya hiu paus, kemunculan hiu paus yang mengagetkan karena ia adalah ikan terbesar yang ada, serta pernak pernik tentang hiu paus lainnya seperti *code of conduct* saat menyelam dan berenang dengan hiu paus. Ada 19 berita tentang hiu paus yang ada, dari 35 berita tentang hiu dan pari. Kompas online memberikan perhatian yang baik mengenai konservasi hiu serta upaya penegakannya. Namun jika dibandingkan dengan berita lainnya di luar isu hiu dan pari, kualitas dan kuantitasnya tidaklah banyak. Tetap isu-isu terkini dan dianggap tidak biasalah yang menyebabkan berita tentang hiu dinaikkan, seperti halnya hiu paus.

Informasi yang memadai tentang hiu dan pari memang kurang terlihat, namun gambaran bagaimana aturan dan regulasi tentang hiu dan pari sedikit tergambar, namun tidak memperlihatkan efektifitas dari aturan yang diterapkan. Isu lain yang juga mendominasi adalah mengenai konservasi hiu dan pari serta penegakan hukum terhadap perdagangan sirip hiu maupun jenis hiu yang dilindungi. Tidak dijumpai adanya artikel yang secara khusus berisi laporan hasil investigasi atau membahas hiu dan pari secara mendetil.

Detik.com

Situs berita Detik.com sama seperti Kompas online banyak menyajikan isu atau peristiwa yang berkaitan dengan hiu paus. Detik.com juga memantau lebih banyak dari sisi penegakan hukum yang terkait dengan aturan dan regulasi hiu dan pari. Dari sisi potensi wisata perairan, ekowisata bersama hiu dan pari merupakan alternatif yang diliput oleh Detik.com. Berita yang ditampilkan oleh Detik.com bersifat straight news, tidak ada kajian mendalam tentang topik tentang hiu dan pari. Lebih banyak bersifat *flashed news*, untuk memberi animo pembaca tentang hiu dan pari.

Antara (Antaranews.com)

Dari media yang diamati dan dianalisa, liputan Antara adalah yang paling banyak (44 liputan). Antara tidak hanya menghadirkan liputan langsung (*straight news*) namun juga mengurai dan memberi gambaran latar situasi. Dalam tulisan tentang perdagangan illegal, Antara memberi keterangan tentang status konservasi, perdagangan, sanksi penegakan hukum serta pengetahuan tentang hiu dan pari yang relatif lebih komplit dibandingkan dengan media lain. Melihat dari isi, maka pengetahuan jurnalis Antara dibandingkan dengan Kompas dan Detik.com terasa yang paling lengkap. Demikian pula mengenai berita tentang penegakan hukum dan perdagangan hiu. Berita mengenai penggagalan penyelundupan, kemudian perdagangan illegal hiu dan pari mendapat fokus dan porsi pemberitaan di Antara. Selain

berita tentang konservasi yangdilakukan para pihak untuk menyelamatkan hiu dan pari.

Antaranews juga salah satu media yang khusus menulis tentang manta (pari), yang beritanya berdisi sendiri tidak bersamaan dengan ikan hiu. Di seperti ini di media lain hanya ditemukan di Kompas.com dan Republika online. Belum dijumpai laporan khusus atau hasil investigasi yang dilakukan oleh media ini. Meski berita kekinian, terutama mengenai hiu paus, mendapat porsi besar dibanding media lain.

Republika (Republika.co.id)

Di media Republika online, liputan condong pada berita kekinian yang terkait dengan hiu paus. Ada beberapa berita mengenai perdagangan dan regulasi, namun tidak menunjukkan aturan dan regulasi tentang hiu dan pari yang ada. Beritanya lebih kepada penangkapan dan usaha penyelundupan ke luar negeri. Berita-berita tentang hiu di Republika online juga didominasi dengan berita-berita softnews dan juga berita terkini, seperti cerita tentang terdamparnya hiu paus yang merupakan ikan terbesar di dunia. Tidak dijumpai tulisan yang komperehensif dan mendalam tentang hiu dan pari di media ini.

Terkait hiu paus, sama seperti media lainnya, Republika menampilkan cerita tentang terdamparnya hiu paus, kemudian wisata hiu paus dan pernik lainnya yang terkait hiu paus. Berita lainnya adalah mengenai konservasi pari manta dan hiu serta perdagangan sirip hiu dan pari manta. Ada pula 3 artikel terkait pengetahuan. Republika online juga memuat artikel tentang hiu rangkuman dari cerita luar negeri, baik itu berupa pengetahuan maupun kejadian yang mel ibatkan antara hiu dan manusia.

Tempo (Tempo.co)

Tempo online lebih banyak menampilkan berita mengenai perdagangan illegal hiu dan pari, serta status dan konservasinya, namun belum terlihat bahwa aturan dan regulasi mengenai hiu dan pari ini efektif untuk menyelamatkan hiu dan pari yang makin terancam. Berita pengetahuan mengenai hiu dan pari juga menghiasi halaman-halaman artikel di tempo.Sementara artikel menonjol lainnya mengenai hiu dan pari adalah dalam berita pengetahuan (tiga berita). Berita lainnya adalah mengenai konservasi pari manta dan hiu serta perdagangan sirip hiu dan pari manta. Demikian juga berita tentang hiu paus, juga diliput oleh Tempo.

Sama seperti kebanyakan media lainnya, berita yang ada di Tempo merupakan berita *straight news* yang lebih mengabarkan kejadian terkait dengan hiu dan pari. Tidak dijumpai berita komprehensif dan mendalam, bahkan investigatif, tentang hiu dan pari dalam kurun 1,5 tahun terakhir.

Jakarta Post Online

Berita-berita Jakarta Post masih mengikuti tren tentang berita hiu dan pari yang ada di Indonesia, yaitu seputar hiu paus dan advokasi tentang konservasi hiu. Tidak ada berita yang menunjukkan mengenai perdagangan dan regulasi hiu dan pari. Jakarta Post tidak mengangkat tentang aturan dan regulasi mengenai hiu dan pari, dan belum begitu efektif dan diketahui banyak pihak yang terkait dengan industri dan perdagangan hiu serta pari. Dari 13 artikel yang ditemukan mengenai hiu dan pari, 9 artikel terkait dengan whale shark/hiu paus. Berita tentang konservasi dan advokasi terkait dengan tindakan telah dilakukan oleh Greenpeace dan WWF. Dua berita tentang wisata dan perdagangan terkait dengan bahan baku tas yang terbuat dari kulit pari. Semua berita yang ditulis berbentukformat *straight news*.

Suara Pembaruan online

Suara Pembaruan hanya menampilkan satu artikel terkait hiu dan pari, yaitu penangkapan nelayan di Pangkep, Sulawesi Selatan dengan 17 hiu tangkapannya. Dari 17 hiu yang disita, ditengarai ada 1 hiu koboi yang dilindungi dan dilarang di ekspor. Artikel yang ada di Suara Pembaruan hanya sedikit menyinggung mengenai aturan yang dilanggar oleh nelayan tersebut. Yaitu menangkap jenis ikan hiu yang dilindungi oleh pemerintah. Berita yang ada merupakan berita straight news dan tidak mendalam.

Dalam studi ini, kami mengamati secara spesifik dua daerah, yaitu Aceh dan Nusa Tenggara Barat (NTB) yang secara tradisional berkontribusi di dalam perdagangan hiu dan pari manta, juga menjadi tempat pendaratan hiu dan pari manta yang cukup tinggi di Indonesia (WCS-IP dalam Sigit, 2016).

Aceh.Antaranews.com

Dua berita yang ada di Aceh.Antaranews.com dalam kurun waktu 1,5 tahun ini adalah berita mengenai ancaman kepunahan terhadap spesies hiu yang ada di Indonesia. Kemudian berita keduanya adalah mengani maraknya perdagangan sirip hiu di Aceh Barat. Berita mengenai konservasi dan perikanan hiu serta pari adalah yang ditampilkan oleh Aceh.Antara. Kedua berita ini cukup komprehensif melihat bagaimana peraturan yang ada belum tersosialisasi dan perlunya pengaturan yang lebih efektif lagi terkait dengan konservasi hiu dan manta di Indonesia, khususnya di Aceh.

Go.Aceh.com

Lima berita di GoAceh dalam kurun waktu 1,5 tahun ini hanya 1 berita yang merupakan berita lokal, yaitu mengenai pasokan hiu martil dari Aceh Jaya ke Aceh Selatan. Isi artikel bukan mengkritisi penangkapan anakan (*juvenile*) hiu martil, melainkan bagaimana nelayan yang masih bisa melaut ditengah cuaca ekstrem dan pasokan ikan harus didatangkan dari Aceh Jaya. Dan pasokan yang justru banyak adalah justru hiu martil yang berupa anakan dan

termasuk jenis hiu yang tidak boleh diekspor. Sementara 4 berita lainnya adalah berita mengenai *whale shark* atau hiu paus, yang lokasinya berada di Gorontalo dan Padang. Berita-berita yang ada mengenai hiu dan pari hanya berita straight news dan berupa fenomena hiu paus yang ada di perairan Indonesia.

KanalAceh.com

Hanya ada dua berita yang ada di Kanal Aceh.com dalam kurun waktu 1,5 tahun ini. Kedua berita tersebut mengambil sumber dari Kompas, yaitu "Dua Ikan Hiu Diselamatkan dari Praktek Ilegal". Sedangkan satu berita lagi bersumber dari antara dengan judul "Penjualan sirip ikan hiu marak di Aceh Barat". Kendati mengambil dari beragam sumber, namun sepertinya kanal aceh memberikan perhatian terhadap berita mengenai perdagangan hiu. Sebab kedua berita tersebut adalah berita tentang perdagangan hiu.

KlikKabar.com

KlikKabar.com di aceh hanya satu kali membuat berita tentang hiu dan pari. Berita tersebut adalah "Indonesia Pembunuh Hiu Nomor 1 di Dunia". Satu berita dari KlikKabar adalah hasil rilis dari Greenpeace mengenai status Indonesia yang menjadi pengekspor hiu nomor satu di dunia pada tahun 2011. Data berita ini juga merupakan berita yang diambil dari Antara.

Serambi Indonesia

Serambi Indonesia, yang berbasis di Aceh justru hanya ada satu berita terkait dengan hiu. Sedangkan satu berita laginya merupakan berita tentang perikanan namun caption fotonya mengenai turunnya permintaan daging sirip hiu akibat larangan memakan sirip hiu di Korea dan Cina. Sedangkan satu berita lainnya adalah berita ringan pengetahuan mengenai ikan yang berbahaya dikonsumsi, salah satunya adalah sirip hiu. Tidak tergambar dari Serambi Indonesia isu-isu mengenai status konservasi, perikanan dan perdagangan hiu dan pari.

Suara NTB

Ada satu berita di Suara NTB dalam kurun waktu 1,5 tahun ini. Berita tersebut tentang tertangkapnya hiu paus di sekitar perairan Meninting, Batu Layar, Lombok Barat oleh Nelayan Ampenan. Hiu yang tertangkap tidak sengaja ini dibawa ke daratan dan karena tidak tertangani akhirnya mati kemudian dikuburkan oleh nelayan. Mereka tidak mau menjualnya karena mengetahui hiu tersebut dilindungi. Berita yang ada hanya sekedar berita tentang kejadian langka terkait tertangkapnya hiu paus. Namun dalam berita tersebut, dipaparkan bahwa hiu paus adalah salah satu jenis hiu yang dilindungi dan tidak boleh ditangkap.

Radar Lombok

Ada tiga berita terkait dengan hiu di Radar Lombok. Berita yang kuat adalah mengenai dimusnahkannya sirip hiu sitaan oleh Balai Karantina Ikan Mataram. Pemusnahan ini bukan karena pelarangan sirip hiu, melainkan karena dokumen pengiriman

yang tidak ada. Berita kedua sama dengan Suara NTB mengenai tertangkapnya hiu paus di sekitar perairan Meninting, Batu Layar, Lombok Barat oleh nelayan Ampenan. Sedangkan satu berita lainnya adalah berita ringan mengenai nelayan yang diduga digigit hiu saat sedang melaut di Lombok Utara. Secara keseluruhan, tidak tergambar isu-isu mengenai status konservasi, perikanan dan perdagangan hiu dan pari.

Pembahasan

Hasil analisis terhadap media yang dilakukan terhadap topik konservasi hiu dan pari manta, menunjukkan bahwa media secara umum lebih fokus memberitakan hal-hal yang memiliki "nilai berita" secara ekonomi dan disajikan dalam bentuk *straight news*. Analisis ini menunjukkan bahwa media mempertimbangkan "nilai berita" dari pertimbangan bahwa berita tersebut dapat dibaca, menjangkau demografi dan etnografi pembaca, serta kedekatan pembaca dengan isu yang ada (prinsip *proximity*). Hal ini dapat digunakan sebagai indikasi yang memperlihatkan bagaimana ruang redaksi media bekerja. Studi ini menduga bahwa aspek pengetahuan (*knowledge*) jurnalis media dan keberpihakan redaksi media untuk menjadikan topik ini menjadi agenda masih tergolong minim. Dalam topik konservasi spesies laut, narasi pentingnya konservasi hiu dan pari belum menjadi 'hot topic' dan primadona, meski beberapa media sebenarnya memiliki sumberdaya jurnalis yang cakap ataupun yang bermukim di wilayah region dimana banyak hiu dan pari manta ditangkap dan diperdagangkan.

Media masih bekerja dengan cara-cara konvensional dalam pnyajian berita, khususnya berita yang dianggap memiliki sensasi dalam memenuhi kebutuhan khalayak. Sebagai contoh, artikel media masih didominasi oleh berita-berita pelanggaran hukum maupun temuan kejahatan yang diasumsikan sejauh ini lebih memiliki "nilai berita" sesuai diktum *"good news is a bad news."* Format berita (*straight news*) pun masih diusung sebagai format berita andalan, alih-alih pembuatan liputan mendalam (*indepth news and investigation*) yang memerlukan waktu dan biaya lebih banyak dari artikel biasa. Dalam liputan seputar penegakan hukum, sebagai contoh, apa yang dilakukan oleh Kompas melakukan hal sama. Media ini menyoroti apa yang dilakukan oleh aparat di Gresik/Surabaya dalam penggeledahan sirip hiu, produk ilegal hiu yang berasal dari kawasan Indonesia Timur.

Kompas juga masih memanfaatkan momentum audiens, dalam hal ini hari raya Imlek, yang dihubungkan dengan gaya hidup konsumen dalam mengkonsumsi sirip hiu. Meski demikian, sebagai media yang memiliki kontributor jurnalisme di daerah, Kompas termasuk salah satu yang termaju dalam mengangkat inisiatif di daerah baik kebijakan pelarangan penangkapan hiu di Kabupaten Berau maupun inisiatif wisata perairan yang berbasis kepada ekowisata.

Keunikan berita juga menjadi pertimbangan dari kompas.com dan detik.com. Dua portal nasional ini mengangkat cerita tentang hiu paus, lebih karena sensasi

beritanya, yaitu tentang pro kontra pengembangan destinasi wisata hiu paus, namun situs ini tidak mengangkat/ mengeksplorasi berita lebih mendalam ini dalam bentuk feature khusus atau *in-depth news*. Hal ini mirip dengan yang ada di Republika online. Portal berita ini pun tidak secara khusus mengangkat berita tentang hiu dan pari. Lebih kepada sensasi "nilai berita". Meski demikian, media ini memiliki upaya (*effort*) dengan cara mengadopsi berita-berita populer seputar keunikan hiu dan pari dari media luar. Hal sama dijumpai untuk Suara Pembaruan.

Hal sama juga dijumpai dalam tulisan yang dilakukan oleh Jakarta Post. Media ini memberikan porsi kepada *straight news*, termasuk kampanye yang dilakukan oleh NGO, seperti Greenpeace dan WWF untuk konservasi hiu dan pari manta. Sebagai media yang terkenal dengan investigasi, Tempo juga tidak memberi porsi tentang persoalan hiu dan pari, meski media ini melakukan liputan tentang isu perdagagan sirip hiu dan pari manta dalam bentuk straight news. Tempo menerbitkan beberapa artikel pengetahuan tentang pentingnya spesies ini. Sebagai media yang memiliki sejarah panjang liputan, Antara memiliki sistem jejaring berita yang amat baik. Demikian juga, liputan Antara mampu untuk mengangkat berbagai sudut pandang tentang penegakan hukum, kebijakan, dan upaya konservasi spesies hiu dilindungi dan pari manta. Meskipun demikian, persoalan hiu dan pari belum banyak diberikan dalam porsi berita serta sifatnya masih berbentuk *straight news.*

Hal sama pun dijumpai juga dalam model peliputan media di daerah. Di Aceh dengan perkecualian aceh.Antaranews.com maka media lain seperti go.Aceh.com, KanalAceh.com, klikkaabar.com, dan Serambi Indonesia meski diuntungkan secara geografis dan kedekatan dari sisi persoalan hiu tidak memberikan porsi yang banyak tentang liputan ini. Alih-alih, media lokal mengutip dari media nasional maupun dari rilis yang diberikan oleh lembaga konservasi/kampanye seperti Greenpeace. Media masih melakukan penulisan format *straight news* dan belum memiliki strategi in-depth berita ataupun serial berita. Perkecualian adalah untuk aceh.Antaranews.com yang mengakomodasi tulisan tentang persoalan ancaman kepunahan terhadap spesies hiu di Aceh serta perdagangan sirip hiu. Media inipun memberikan pentingnya sosialiasi, pengaturan kebijakan yang efektig untuk persoalan hiu dan pari manta di Aceh.

Untuk media di NTB yaitu Suara NTB dan Radar Lombok, persoalaan yang sama dijumpai. Media mengangkat cerita yang dianggap memiliki "nilai berita" yaitu tentang tertangkapnya hiu paus di sekitar perairan Meninting Batu Layar. Serta berita lain tentang penegakan hukum pemusnahan sirip hiu yang dilarang oleh undang-undang. Meski dalam posisi menunggu, media juga tidak menutup peluang terhadap materi berita yang diberikan oleh pihak lain baik oleh humas pemerintah/kementerian, pemda dan lembaga konservasi. Sebagai contoh media memuat *press release* yang diberikan oleh lembaga-lembaga tersebut, fenomena ini umum berlaku baik di media daerah maupun media nasional.

Di sisi sebaliknya, humas media dari lembaga-lembaga yang memiliki "unit layanan berita media" memandang penting media sebagai outlet distribusi informasi mereka, seperti yang telah dilakukan oleh beberapa LSM konservasi internasional. Kedekatan dengan redaksi/jurnalis dan "kerajinan" dalam mengirimkan materi oleh lembaga- lembaga ini telah membuat media dimudahkan dengan informasi dan kajian yang telah disampaikan. Cara ini tmasih dapat digunakan untuk menjadi satu strategi yang dapat digunakan oleh kementrian dan lembaga konservasi, selain cara-cara lain seperti *media gathering, press conference, editorial visit* maupun penyelenggaraan *media trip.*

Di sisi lain, dalam ruang operasional ada kemungkinan biaya menjadi satu konsideran penting dalam membuat liputan mendalam tentang isu lingkungan. Tanpa adanya asistensi (baik *knowledge* maupun pembiayaan *media trip* dari lembaga konservasi) maka media memiliki kendala untuk menurunkan tim liputan. Demikian pula, "nilai berita" tentang konservasi dan penangkapan hiu dan pari belum dianggap sebagai prioritas media. Sehingga media masih bermain dalam zona nyaman, dan belum bergerak menuju tahap eksplorasi berita. Secara khusus sosok Susi Pudjiastuti sebagai media darling, tidak banyak mendorong diskursus tentang pentingnya diskursus publik perihal pentingnya penyelamatan biota laut, secara khusus spesies hiu dan pari manta, maupun pentingnya penyelamatan habitat dan ruang hidupnya. Studi ini menjumpai aspek-aspek lain di luar aspek konservasi biota laut, seperti kasus cantrang, lebih menjadi prioritas dalam periode Susi sebagai Menteri KKP.

KESIMPULAN

1. Temuan-temuan di dalam studi ini menjadi indikasi utama bagaimana berjalannya kebijakan redaksi media dan pengetahuan arti penting dari "nilai berita". Persoalan hiu tidak banyak diangkat oleh media karena media tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang persoalan ini. Hal ini membenarkan bahwa sosok fenomenal seperti Susi Pudjiastuti sekali pun tidak mendorong media untuk melakukan eksplorasi tentang aspek- aspek lain dalam isu perikaan kelautan, termasuk aspek konservasi jenis.
2. Media tidak memilih menjadikan topik konservasi spesies dilindungi sebagai agenda pemberitaan khusus, hal ini diduga karena media memiliki keterbatasan (*limited knowledge*) tentang sudut pandang dan persoalan yang muncul. Dari observasi melalui model GSRI (2016), maka empat dimensi yang diperkenalkan dapat digunakan kedepannya sebagai panduan dalam menelusuri persoalan dan aspek pemberitaan hiu dan pari manta.
3. Dalam observasi terhadap hasil liputan, media umumnya menyajikan berita kejadian (*format straight news*), dengan topik-topik meliputi "penangkapan", "pemusnahan sirip", "spesies hiu yang terperangkap jaring" atau model-model penulisan yang serupa. Dari sisi agenda

pemberitaan

4. Media tidak mencoba untuk melakukan eksplorasi berita untuk mengungkap "ada apa di balik peristiwa". Dari sisi agenda pemberitaan, media belum banyak berinisiatif untuk melakukan liputan berita mendalam (*indepth* atau *feature*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persoalan konservasi spesies laut belum dianggap sebagai topik penting yang perlu dibawa media sebagai diskursus agenda publik yang penting untuk diketahui.
5. Meski ada perkecualian untuk beberapa liputan di media daerah, namun secara umum belum dijumpai liputan yang utuh tentang isu konservasi hiu dan pari, meski media tersebut terdapat kedekatan sumber berita secara geografis. Hal ini dapat diduga bahwa media juga memiliki keterbatasan *resources* dalam melakukan liputan di lapangan secara mendalam. Lebih lanjut ini sebenarnya dapat disiati dengan kerjasama serta membangun jejaring dengan para pemangku kepentingan seperti kementrian terkait, pemda maupun lembaga-lembaga konservasi.
6. Untuk ke depan, mengacu kepada kebutuhan informasi publik, narasi media dapat didorong untuk pelbagai aspek untuk menelusuri rantai perdagangan hiu dan pari manta yang ada, memantau penegakan hukum dan efektivitas kebijakan yang ada. Identifikasi jalur perdagangan menjadi prioritas penting, karena dengan mengetahui seluruh jalur produsen, pengumpul hingga konsumen, narasi liputan di setiap tahapan dapat ditampilkan dengan lebih baik (model GSRI, 2016).

DAFTAR PUSTAKA

Atmakusumah. 1996. *Mengangkat Masalah Lingkungan ke Media Massa*. Lembaga Pers Dr.Sutomo dan Yayasan Obor Indonesia,Jakarta.

Creswell, J. W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Among Five Approch*. California. Sage Publications.

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi. Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.* Penerbit: Kencana Prenada Media Group

Griffin, E.M. 2003. *A First Look At Communication Theory, Fifth edition*. New York, McGraw Hill

Hamad, I. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Yayasan Obor Indonesia.

Haryanto. 2003. *Metode Penelitian Komunikasi: Agenda Setting. Surakarta: FISIP ProgramStudi Komunikasi Massa UNS.*

Jenkins, H. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New YorkUniversity Press.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. 2008. *Teori Komunikasi*. Penerbit Salemba Empat.

Mc Quail, Denis, 2001. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, edisi kedua,* PenerbitErlangga.

Rencana Aksi Nasional (RAN) Konservasi dan Pengelolaan Hiu dan Pari 2016 – 2020. 2015. Direktorat Jenderal Pengelolaan Ruang Laut Kementerian Kelautan dan Perikanan.

Sigit, R.R. 2016. *Konservasi Hiu dan Pari Manta: Kajian Strategi Komunikasi.* WCS-IP. Wright

Charles R. 1988. *Sosiologi Komunikasi Massa, Ed. Jalaluddin Rakhmat*. Penerbit: Remadja Karya.