

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam tatanan kehidupan masyarakat. Selain berfungsi sebagai media informasi, media massa merupakan *public sphere* sekaligus menjadi tempat untuk menyalurkan berbagai pikiran dan pendapat masyarakat serta mempunyai andil dalam mempengaruhi cara pandang atau pola pikir seseorang terhadap objek yang diberitakan oleh media massa dan keberlangsungan proses sosialnya. Isi dalam media massa atau gambaran realitas yang dibentuk oleh media massa tersebut akan mendasari sikap khalayak terhadap berbagai objek yang disajikan karena cakupan jangkauannya yang luas.

Media massa cetak seperti surat kabar merupakan salah satu arus utama informasi yang dipercaya oleh khalayak. Sehingga segala sesuatu yang akan disajikan kepada khalayak dituntut untuk akurat, kredibel dan berkualitas serta tidak mempunyai unsur keberpihakan manapun. Singkatnya netralitas juga harus dijunjung dalam penggambaran objeknya. Surat kabar mempunyai berbagai informasi yang dapat ditemukan oleh khalayak seperti, ekonomi, hukum-kriminal, seni, budaya, olahraga, berita nasional maupun internasional dan surat kabar mempunyai dua perioditas dalam jangka waktu penerbitannya, yang pertama terbit setiap hari atau disebut dengan surat kabar harian dan yang kedua terbit khusus setiap hari Minggu atau disebut dengan surat kabar mingguan. Meskipun trend saat

ini menunjukkan bahwa surat kabar jauh di bawah dengan media digital, namun surat kabar masih mampu mempertahankan posisinya.

Surat kabar di Indonesia pada kuartal ke III tahun 2017 masih mampu mempertahankan posisinya dengan penetrasi media cetak (Surat Kabar, Majalah dan Tabloid) sebanyak 8% yang dibaca oleh 4.5 juta orang dan 83% dari jumlah tersebut membaca Surat Kabar. Alasan kuat bagi sebagian masyarakat masih membaca surat kabar adalah karena berita yang disajikan dapat dipercaya. Rentang usia konsumen media cetak diantaranya 20-49 tahun sebanyak 74%, mempunyai pekerjaan sebagai karyawan 32% dan pembacanya berasal dari kelas atas 54%. Hasil survey tersebut dilakukan di 11 kota (Jakarta, Semarang, Jogjakarta, Bandung, Surabaya, Surakarta, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin) dan mewawancarai 17 ribu responden (<https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017>).

Salah satu surat kabar yang masih stabil dan mampu bertahan di era digital saat ini adalah Kompas, yang telah terverifikasi oleh dewan pers berpusat di Jakarta dan diterbitkan oleh PT Kompas Media Nusantara. Surat Kabar Harian Kompas merupakan bagian dari Kompas Gramedia, perusahaan media terbesar yang memiliki 150 merek media cetak, elektronik, *broadcast* dan merupakan salah satu dari delapan raja media di Indonesia. Surat Kabar Harian Kompas didirikan oleh Peter Kansius Ojong dan Jakob Oetama pada tahun 1965, salah satu Surat Kabar nasional Indonesia yang sudah menggunakan jasa ABC (*Audit Bureau Circulation*) sejak tahun 1976 ([https://id.wikipedia.org/wiki/Kompas_\(surat_kabar\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Kompas_(surat_kabar))). Selain itu Surat Kabar Harian Kompas pada tahun 2019 mendapatkan 11 penghargaan baik di

tingkat nasional dan internasional memberikan bukti bahwa Kompas sebagai media cetak mampu memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat luas melalui pemberitaannya. Karena hal tersebut peneliti memilih Surat Kabar Harian Kompas sebagai objek penelitian.

Surat Kabar Harian Kompas dengan taglinenya ‘Amanat Hati Nurani Rakyat’ hadir memberikan informasi yang akurat, mendalam dan dapat dipercaya, dengan 12 halaman yang terbagi menjadi 2 bagian, yang pertama yaitu halaman utama berisi *Headline news* pada hari tersebut kemudian halaman mengenai politik dan hukum dilanjutkan dengan halaman opini, berita mengenai dunia internasional, pendidikan dan kebudayaan dan halaman yang mengupas sosok inspiratif versi Surat Kabar Harian Kompas. Bagian kedua pada halaman utamanya menyajikan berita mengenai ekonomi, dilanjutkan dengan berita Nusantara yang berisi informasi dari berbagai kota di Indonesia, Metropolitan yang membahas seputar Kota Jakarta, halaman olahraga dan rubrik Nama dan Peristiwa. Terbit setiap hari Senin sampai hari Minggu, Surat Kabar Harian Kompas mampu memberikan informasi terbaik melalui berita utamanya.

Berita utama atau *Headline News* merupakan berita paling menarik yang telah dipilih dan disajikan kepada khalayak. Khalayak sebagai sasaran penyebaran informasi akan melihat *headline* sebagai berita yang penting. Dilihat dari posisinya yang dilengkapi dengan judul berukuran besar dan penekanan pada kata-katanya, menjadikan *headline* sebagai sesuatu yang mempunyai *value* atau nilai penting untuk mendapatkan perhatian yang lebih. *Headline News* merupakan berita utama yang ditampilkan dan diliput pada hari tersebut (Romli, 2003: 24). Isu yang

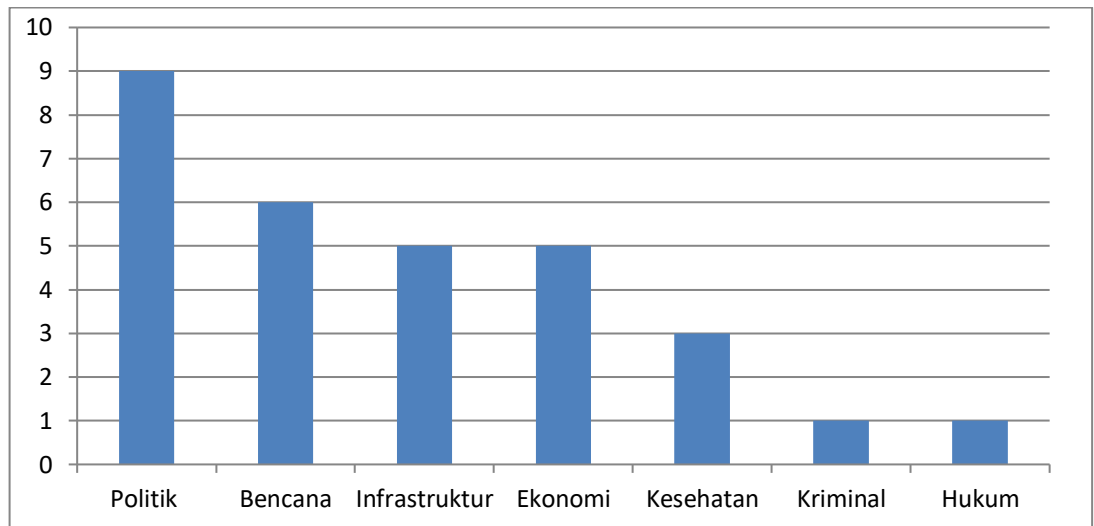
diangkat oleh surat kabar untuk dijadikan sebuah *headline* tidak terlepas dari kejadian atau fenomena yang diperbincangkan oleh masyarakat dan telah disetujui oleh bagian redaksi.

Penentuan berita untuk menjadi sebuah *headline* tidak terlepas dari proses kebijakan redaksional surat kabar tersebut. Kebijakan redaksional adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksi sangat penting dalam menyikapi suatu peristiwa karena suatu pemberitaan yang penting bukan mengenai peristiwa tersebut namun sikap terhadap peristiwa itu sendiri. Jika suatu media tidak memiliki kebijakan redaksi, berita yang disajikan tidak akan konsisten karena tidak memiliki pendirian dalam memberitakan suatu peristiwa (Tebba, 2005: 150-151) dan dalam kebijakan redaksional selaras dengan visi dan misi yang dimiliki sehingga mempunyai ciri khas dalam menyajikan berita. Dilihat dari salah satu fungsi media massa yaitu penyampaian informasi, Surat Kabar Harian Kompas memberikan berbagai informasi yang sedang diperbincangkan oleh masyarakat dengan membuat *headline* pada halaman utamanya. Berikut grafik *headline news* yang muncul pada bulan Januari 2019 :

Grafik 1.1

Grafik Jumlah Berita di Halaman *Headline* Surat Kabar Harian Kompas

Berdasarkan Tema Pada Bulan Januari 2019



(Sumber: Hasil analisis isi Surat Kabar Harian Kompas pada bulan Januari 2019)

Berdasarkan grafik diatas, *headline* Surat Kabar Harian Kompas mengangkat 7 tema yang mempunyai *value* atau nilai penting dengan didominasi berita politik yang berjumlah 9 berita, mengenai bencana 6 berita, infrastruktur dan ekonomi 5 berita, kesehatan 3 berita, kriminal dan hukum 1 berita. Analisis isi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *headline* berita mengenai politik mempunyai porsi lebih banyak dibandingkan dengan berita ekonomi, infrastruktur, kriminal dan hukum, kesehatan dan bencana. Menuju pemilihan serentak yang akan dilakukan pada bulan april 2019, isu politik menjadi primadona setiap media tidak terkecuali Surat Kabar Harian Kompas. Redaksi dalam Surat Kabar Harian Kompas mencoba memberikan informasi yang saat ini dibutuhkan dan sedang banyak diperbincangkan oleh khalayak dengan membuat *headline* pada halaman utamanya. Berikut merupakan daftar *headline* pada bulan Januari 2019 :

Tabel 1.1**Tabel Daftar Headline Berita Surat Kabar Harian Kompas Bulan****Januari 2019**

| No | Tanggal | Judul <i>Headline</i> |
|--------------|---------|-------------------------------------|
| TEMA POLITIK | | |
| 1 | 4 | Hoaks Merusak Kualitas Pemilu |
| 2 | 5 | Jaga Legitimasi Pemilu 2019 |
| 3 | 7 | Pemilih Tunggu Kampanye Programatik |
| 4 | 8 | Detail Program Ekonomi Dinantikan |
| 5 | 11 | Jaga Komitmen Pemilu Damai |
| 6 | 17 | Kualitas Debat Pengaruhi Pemilih |
| 7 | 18 | Capres Belum Saling Mengapresiasi |
| 8 | 30 | Caleg Pakai Data Digital |
| 9 | 31 | Cermati Rekam Jejak Caleg |
| TEMA BENCANA | | |
| 10 | 2 | 24 Korban masih dicari |
| 11 | 15 | CVR Bisa Ungkap Penyebab |
| 12 | 22 | Waspada Banjir Rob Tinggi |
| 13 | 23 | Ribuan Orang Mengungsi |
| 14 | 24 | 18 Orang Belum ditemukan |
| 15 | 27 | Ribuan Warga Mengungsi |
| TEMA EKONOMI | | |

| | | |
|--------------------|----|---|
| 16 | 3 | Dua Sisi Penekan Angka inflasi |
| 17 | 9 | Lima Kebijakan Ekspor Diuji |
| 18 | 12 | Optimistis Hadapi Tantangan Pada 2019 |
| 19 | 16 | BPS : Kemiskinan Turun |
| 20 | 20 | Kaum Milenial Antisipasi Perubahan |
| TEMA INFRASTRUKTUR | | |
| 21 | 6 | Hunian Bagi Penyintas Disiapkan |
| 22 | 13 | Momentum Menata Pesisir Selat Sunda |
| 23 | 14 | Kota Cerdas Hadirkan Solusi Masalah Warga |
| 24 | 21 | BRT Ubah Transportasi Kota |
| 25 | 26 | Kemampuan Mitigasi Bencana Masih Rendah |
| TEMA KESEHATAN | | |
| 26 | 19 | Daerah Diminta Bersiaga DBD |
| 27 | 28 | Gangguan Gizi Ancam Anak Indonesia Timur |
| 28 | 29 | Pemerintah Lakukan Terobosan Soal Gizi |
| TEMA KRIMINAL | | |
| 29 | 10 | KPK Tak Terpengaruh Teror |
| TEMA HUKUM | | |
| 30 | 25 | Korupsi di Daerah Diberantas |

(Sumber: Hasil analisis isi Surat Kabar Harian Kompas pada bulan Januari
2019)

Grafik dan tabel diatas tersebut digunakan untuk melihat bahwa Surat Kabar Harian Kompas menyajikan *headline* yang di dominasi oleh berita politik, dari keseluruhan berita *headline* yang berjumlah 30 berita. Menunjukkan tema politik merupakan tema penting versi Surat Kabar Harian Kompas. Berita kontroversi mengenai hoaks yang menyebutkan jutaan surat suara telah tercoblos yang viral di media sosial twitter masih diperbincangkan di berbagai media dan menjadi kabar utama di Surat Kabar Harian Kompas. Sebelumnya tim media sosial dari Kompas meninjau dari tanggal 2-3 Januari pukul 17.00 dan menemukan cuitan yang telah viral mengenai jutaan surat suara yang telah tercoblos, salah satu cuitan tersebut dari Sekretaris Jendral Partai Demokrat Andi Arief melalui akun twitternya @AndiArief menuliskan “Mohon dicek kabarnya ada 7 kontainer surat suara yang sudah dicoblos di Tanjung Priok. Supaya tidak ada fitnah harap dicari kebenarannya. Karena ini kabar sudah beredar”. KPU melaporkan kabar hoaks yang telah ramai di media sosial ke kantor polisi yang telah menggemparkan dan menimbulkan kegaduhan di masyarakat. Namun Surat Kabar Harian Kompas tidak menuliskan secara rinci apakah KPU melaporkan Andi Arief sebagai pelaku penyebaran berita bohong yang telah viral.

Pada 5 januari 2019 Surat Kabar Harian Kompas kembali membahas isu hoaks terkait pemilu dengan judul “Jaga Legitimasi Pemilu 2019” dan dari *headline* tersebut Kompas memberitahukan bahwa tersangka penyebaran jutaan surat suara yang sudah dicoblos telah tertangkap, masing-masing berinisial HY dan LS ditangkap di Bogor dan di Kalimantan. Namun Surat Kabar Harian Kompas juga menuliskan kabar mengenai Sekretaris Jendral Partai Demokrat Andi Arief yang

melalui cuitannya di media sosial twitter kembali viral jika ada penggerudukan di rumahnya di Kota Lampung yang kemudian dikonfirmasi oleh Kepala Biro Penerangan Masyarakat Divisi Humas Polri Brigadir Jenderal (Pol) Dedi Prasetyo bahwa tidak ada penggerebekan seperti yang dimaksud oleh Andi Arief. Menyusul berita mengenai kampanye dan program ekonomi dari calon presiden dan wakil presiden dan berita seputar debat yang telah dilangsungkan oleh para calon presiden. Isu politik menjadi isu penting di tahun 2019 yang akan menyelenggarakan pemilihan umum serentak.

Industri media salah satunya surat kabar merupakan produk yang menjadi komoditas untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sudah menjadi rahasia umum bahwa media di Indonesia dikuasi oleh beberapa orang yang saat ini tergabung dalam dunia politik dan terbagi menjadi 2 sisi yaitu pendukung pemerintah dan oposisi, kaitannya tersebut tidak lain bahwa dalam memunculkan pemberitaan-pemberitaan pada media yang dimiliki menunjukkan sisi keberpihakan yang di proses dalam meja redaksi. Selain hal tersebut, teks yang dimunculkan dapat diketahui dari framing atau cara pandang wartawan dalam menyeleksi isu dan menuliskan berita. Penyajian realitas apakah dirangkum sesuai dengan kenyataan yang ada atau secara halus diberikan penonjolan pada aspek-aspek tertentu sehingga berita yang akan dikonsumsi oleh khalayak dimaknai berbeda.

Kebijakan redaksional dapat diartikan sebagai rangkaian pedoman dasar bidang redaksi yang menentukan substansi berita dan tujuan berita tersebut diturunkan yang sudah sesuai dengan visi misi media tersebut. Berita apa yang

dapat muncul dan tidak diperbolehkan untuk dimunculkan kepada khalayak tersebut berkaitan dengan proses *gatekeeping* atau proses penyeleksian dan pengaturan informasi yang akan disampaikan kepada khalayak. Penelitian ini akan melihat framing dari pemberitaan politik pada berita utama Surat Kabar Harian Kompas dan proses *gatekeeping* yang akhirnya dapat menentukan tema pada berita utama.

1.2 Rumusan Masalah

Media massa merupakan transmisi informasi yang dapat ditemukan dalam bentuk media cetak, elektronik dan digital. Informasi yang disajikan merupakan fenomena atau isu yang masih hangat diperbincangkan oleh masyarakat dan membentuk opini serta mampu merubah cara pandang seseorang setelah menerima informasi yang diberikan. Salah satu media tersebut yaitu surat kabar yang hingga kini masih menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat, memberikan berbagai informasi dengan tema dan isu-isu menarik melalui halaman utamanya. *Headline news* terletak pada halaman utama dengan judul yang lugas, menarik perhatian dan fontasi yang besar. Penentuan isu yang menjadi *headline* merupakan berita yang mempunyai nilai lebih tinggi dari berita lain.

Pada Undang-undang Pers pasal 3 ayat 1 dapat diketahui salah satu fungsi media massa dalam hal ini adalah surat kabar memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Sebagai media informasi, tulisan-tulisan yang dihasilkan oleh wartawan diharapkan tidak mempunyai penekanan pada salah satu pihak dan menghasilkan berita yang berimbang seperti yang ada

pada kode etik jurnalistik pasal 1 yang menyebutkan bahwa wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk dan pada pasal 3 yang berisi wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Keseluruhan berita di surat kabar diolah oleh bagian redaksional, penentuan *headline news* tidak terlepas dari kebijakan redaksional yang mengatur informasi apa yang akan ditonjolkan pada hari itu. Berdasarkan hasil analisis isi pada Surat Kabar Harian Kompas bulan Januari 2019 dapat ditemukan 30 berita yang dijadikan Surat Kabar Harian Kompas sebagai *headline* dengan 7 tema yang berbeda. Tema politik merupakan jumlah terbanyak yang dipilih Surat Kabar Harian Kompas sebagai *headline* dengan 9 berita dibandingkan tema berita lain. Tema politik dalam *headline* mempunyai daya tarik dalam memikat para khalayak untuk membaca dan menelaah sejauh mana surat kabar mempunyai andil dalam membentuk opini dan cara pandang melalui kata-kata yang telah dipilih dan diolah oleh bagian redaksi Surat Kabar Harian Kompas.

Surat Kabar Harian Kompas telah mendapatkan berbagai penghargaan hingga tahun 2019 baik nasional maupun internasional dengan total 80 penghargaan dan pada tahun 2018 dalam Perayaan Hari Pers Nasional, Surat Kabar Harian Kompas mendapatkan 2 emas kategori *The Best Front Page National News Paper* dan *Indonesia Print Media Award (IPMA)*. Menunjukkan bahwa Kompas sebagai surat kabar mempunyai kualitas terbaik dibidangnya. Hal tersebut semakin menarik untuk diteliti apakah Surat Kabar Harian Kompas bebas dari keberpihakan dalam

setiap pemberitaan yang telah dituliskan dan disebarakan kepada khalayak luas dari tema yang diangkat dan dijadikan sebagai *headline* beritanya.

Pemberitaan mengenai Politik menjadi primadona dari Surat Kabar Harian Kompas hal tersebut dibuktikan dengan jumlah terbanyak dari tema-tema lain seperti ekonomi, infrastruktur, bencana, kesehatan, kriminal dan hukum sehingga peneliti memberikan batasan penelitian pada *headline* Surat Kabar Harian Kompas dengan tema Politik pada bulan Januari 2019 yang akan menjadi fokus penelitian. Bulan Januari 2019 dipilih oleh peneliti karena merupakan awal tahun kontestasi politik serta akan diselenggarakannya debat pertama calon presiden dan calon wakil presiden Indonesia periode 2019-2024. Sehingga akan ada pemberitaan mengenai kedua pasangan calon tersebut di berbagai media massa tidak terkecuali oleh Surat Kabar Harian Kompas.

Dengan adanya temuan tersebut menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana cara wartawan dalam membingkai sebuah peristiwa yang disebarakan kepada khalayak dan bagaimana suatu tema dapat dimuat dihalaman utama sebagai *headline* pada hari tersebut. Berdasarkan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana framing berita dengan tema politik yang menjadi *headline* oleh Surat Kabar Harian Kompas?
2. Bagaimana proses *gatekeeping* dalam penentuan materi berita yang menjadi *headline* di Surat Kabar Harian Kompas?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui framing Surat Kabar Harian Kompas terkait berita dengan tema politik pada halaman utama yang menjadi *headline*.
2. Mengetahui bagaimana proses *gatekeeping* terkait penentuan materi dalam pemberitaan yang menjadi *headline* di Surat Kabar Harian Kompas

1.4 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini dilakukan karena beberapa alasan, diantaranya adalah sebagai berikut :

1.4.1 Signifikansi Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian kebijakan media terkait dengan framing berita *headline* dan proses *gatekeeping* melalui media Surat Kabar Harian Kompas.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini memberikan kontribusi kepada praktisi media massa khususnya surat kabar terhadap proses *gatekeeping* terkait penulisan *headline* di halaman utama dan bagaimana *headline* mampu menunjukkan cara pandang surat kabar dalam melihat suatu peristiwa atau fenomena yang sedang terjadi kepada khalayak.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini memberikan pemahaman kepada khalayak bahwa media massa tidak seutuhnya bebas dan berpotensi memihak terhadap suatu individu atau golongan

tertentu melalui berita-berita yang dituliskan. Sehingga khalayak dapat mengolah informasi dengan kritis dalam mencerna informasi yang ada di media massa terutama surat kabar.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 State of The Art

Media massa seperti surat kabar tidak terlepas dari kepentingan dan kebijakan redaksional didalamnya. Berikut penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai kebijakan redaksional dalam surat kabar :

Tabel 1.2

Tabel Penelitian Berkaitan dengan Kebijakan Redaksional

| | Judul | Peneliti | Deskripsi Penelitian | Hasil |
|---|---|---------------------|---|--|
| 1 | Analisis Framing Rubrik Laporan Utama Tabloid Verbeek | Kahar Azwar Marzuki | Penelitian ini bertujuan untuk memahami framing pada pemberitaan mengenai pertanian atau terhadap petani yang berada pada wilayah terdampak operasi penambangan dan pengaruh kepentingan perusahaan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing yang dilakukan oleh Tabloid Verbeek melalui pemberitaannya mengenai pertanian adalah untuk kepentingan citra perusahaan PT. Vale. |

| | | | | |
|---|--|-----------|---|---|
| | | | <p>penerbitnya PT. Vale.</p> <p>Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah framing dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.</p> <p>Metodologi dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.</p> | |
| 2 | Memahami Kebijakan Redaksional Rubrik Pendidikan Di Surat Kabar Harian Solopos | Sri Wulan | <p>Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana framing berita mengenai pendidikan di Surat Kabar Harian Solopos. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah framing dari Todd Gitlin, metodologi yang digunakan deskriptif kualitatif.</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bagaimana memilih fakta untuk ditonjolkan agar layak menjadi sebuah berita. Kedua, bagaimana menulis fakta untuk ditampilkan kepada khalayak.</p> <p>Fakta yang dipilih harus memiliki nilai berita yang menonjolkan pada proximity (kedekatan) dan unusual (peristiwa yang</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | <p>jarang terjerjadi). Kedua nilai berita tersebut dipilih karena surat kabar harian Solopos merupakan surat kabar harian lokal yang target pembacanya adalah masyarakat Solo dan sekitarnya, sehingga proximity (kedekatan) menjadi nilai berita utama yang diterapkan untuk berita pawiyatan. Sedangkan Unusual (peristiwa yang jarang terjadi) dipilih karena sub rubrik pawiyatan adalah berita yang terbit seminggu sekali, dan isi berita yang ditonjolkan adalah keunggulan sebuah lembaga pendidikan yang berbeda dari</p> |
|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|---|---|-----------------------------|---|---|
| | | | | <p>lembaga pendidikan lain sehingga informasi yang dicari adalah peristiwa dan kegiatan yang unik dan jarang terjadi atau belum pernah terjadi.</p> |
| 3 | <p>Kebijakan Redaksional Suara Merdeka tentang Pemberitaan Kearifan Lokal di Semarang di edisi Lokal Semarang Metro</p> | <p>Nur Laili Mardhiyani</p> | <p>Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui kebijakan redaksional Suara Merdeka dalam proses gatekeeping. Teori yang digunakan adalah Gatekeeping dari Pamela J. Shoemaker dan metode analisis gatekeeping untuk mengetahui bagaimana proses penentuan berita dalam redaksi Suara Merdeka di edisi Semarang Metro dan faktor apa saja yang memengaruhi proses gatekeeping tersebut.</p> | <p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kebijakan redaksi Suara Merdeka terhadap berita kearifan lokal di edisi Semarang Metro dengan menyajikan rubrik khusus terkait dengan kearifan lokal Semarang. Dalam penyajian berita harus melalui tahapan proses <i>gatekeeping</i> yaitu perencanaan, pengawalan perencanaan dan penganggaran. Faktor yang mempengaruhi</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | penyajian berita dalam kearifan lokal Semarang di Semarang Metro adalah nilai berita, orientasi pasar, iklan, media lain, serta faktor internal (minat, peran, pengetahuan dan pengalaman) jurnalis Suara Merdeka dalam mengemas berita. |
|--|--|--|--|--|

1.5.2 Paradigma Penelitian

Paradigma yaitu serangkaian keyakinan dasar yang erat kaitannya dengan prinsip utama dalam sebuah penelitian untuk melakukan tindakan. Dalam sebuah paradigma, akan merepresentasikan *worldview* yang mendefinisikan realitas, memposisikan individu dan hubungan antara realitas dengan bagian-bagiannya. Sehingga paradigma dapat diartikan pula sebagai suatu sistem keyakinan yang bersandar pada asumsi ontologi, epistemologi dan metodologi (Guba dalam Denzin dan Lincoln, 2009: 123). Paradigma membahas mengenai hal dari sudut mana kebenaran tersebut dilihat, apakah dari sudut penalaran logis, evaluatif, ekspresif atau metafisik dan kedua *worldview* dapat pula diartikan sebagai cara pandang

terhadap sesuatu yang akan menentukan teori dalam sebuah penelitian (Thohir,2013: 87).

Paradigma yang dipakai dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme ini peneliti gunakan untuk melihat sisi ontologi berupa asumsi mengenai objek atau realitas sosial yang diteliti. Realitas sosial dari suatu masalah yang diteliti merupakan realitas sosial buatan yang memiliki unsur relativitas yang cukup tinggi dan berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Sedangkan asumsi epistemologi pada penelitian ini memberikan pemahaman atau temuan suatu realitas yang terdapat di dalam teks media merupakan hasil dari penalaran peneliti serta melakukan interaksi terhadap objek penelitian. Terakhir asumsi metodologi yaitu asumsi mengenai bagaimana cara peneliti memperoleh pengetahuan mengenai suatu objek yang diteliti atau proses dari penelitian yang dilakukan.

1.5.3 Analisis Framing

Framing sudah dipakai dalam ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses seleksi dan sorotan aspek khusus pada berita yang dituliskan oleh berbagai media massa. Analisis framing merupakan cara yang digunakan untuk mengupas cara atau ideologi media pada saat mengkonstruksikan sebuah fakta. Analisis ini mengamati berbagai strategi, seleksi, penonjolan dan tautan fakta dalam berita agar lebih menarik atau mudah diingat oleh khalayak sehingga lebih mudah untuk menggiring interpretasi sesuai dengan perspektifnya.

Analisis framing adalah salah satu metode analisis teks yang termasuk ke dalam penelitian konstruksionis. Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki dengan jurnalnya "*Framing Analysis: An Approach to News Discourse*" merupakan model analisis yang populer dan banyak digunakan untuk melihat cara wartawan dalam memberikan makna pada suatu kejadian. Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki memberikan dua konsep dari analisis framing yang saling berhubungan, konsep pertama yaitu psikologi yang lebih menitik beratkan kepada bagaimana seseorang melakukan proses informasi pada dirinya, bagaimana seseorang mengolah informasi untuk dirinya. Framing dilihat sebagai suatu penempatan informasi dalam konteks yang khusus dan penempatan elemen tertentu dalam isu dengan hal yang lebih menonjol dalam koningsi seseorang. Kedua yaitu sosiologis, melihat cara bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Frame dalam hal ini dilihat sebagai cara seseorang melihat proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasi dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk memahami dirinya sendiri dan realitas diluar dirinya.

Dua konsep ini mempunyai pengertian framing yang berbeda, satu sisi framing dipahami sebagai struktur internal dalam pikiran seseorang namun disisi lain framing dipahami sebagai perangkat yang melekat dalam wacana politik dan sosial. Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki menggabungkan dua konsep yang ada dan menjadikan satu model dengan melihat berita dan peristiwa yang dikonstruksikan oleh wartawan. Wartawan dalam mengkonstruksikan suatu realitas bukan hanya menggunakan konsep yang ada dalam pikiran saja, namun proses tersebut melibatkan nilai-nilai sosial yang ada dalam diri wartawan, selain itu

khalayak merupakan pertimbangan dari para wartawan dalam menulis berita karena seorang wartawan menulis tidak hanya ditujukan kepada dirinya sendiri namun untuk dibaca dan dipahami oleh khalayak. Konstruksi yang ada pada suatu pemberitaan ditentukan oleh proses produksi yang melibatkan standar kerja, profesi jurnalistik dan standar profesional dari wartawan.

Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki menyatakan framing dapat dipelajari sebagai suatu strategi untuk memproses dan mengkonstruksi wacana berita atau sebagai karakteristik wacana itu sendiri. Proses framing berkaitan erat dengan rutinitas dan konvensi profesional jurnalistik. Proses framing tidak dapat dipisahkan dari strategi pengolahan dan penyajian informasi dalam presentasi media. Dengan kata lain, proses framing merupakan bagian integral dari proses redaksional media massa. Dominasi sebuah frame dalam wacana berita bagaimanapun berkaitan dengan proses produksi berita yang melibatkan unsur-unsur seperti reporter, redaktur dan lain-lain.

Framing berhubungan dengan realitas yang di bingkai atau disajikan kepada masyarakat luas. Makna yang ditimbulkan oleh sebuah media bisa jadi akan sangat berbeda. Realitas begitu kompleks yang penuh dengan dimensi Ketika sudah masuk dalam salah satu berita, bisa menjadi sebuah realitas atau dimensi. Framing dalam hal ini merupakan pendefinisian atas realitas. Bagaimana peristiwa dipahami sumber siapa yang diwawancarai. Peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita yang berbeda karena cara pembedaan yang digunakan juga berbeda (Eriyanto, 2002: 140).

1.5.4. Teori *Gatekeeping*

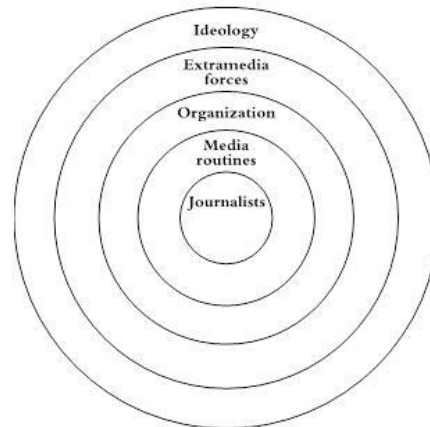
Gatekeeping dapat diartikan sebagai proses pesan-pesan yang ada di seleksi dan diubah kemudian diterima oleh individu dalam waktu tertentu (Shoemaker, 1991: 1). Konsep *gatekeeping* dalam ruang lingkup komunikasi awalnya dikemukakan oleh Kurt Lewin dalam teori *channel* dan *gatekeeper*. Lewin menjelaskan bagaimana seseorang mampu menghasilkan perubahan sosial yang besar dalam masyarakat. Perubahan sosial ini dapat dicapai dengan mengkonsentrasikan pada individu-individu dengan kontrol terbesar pada proses penyeleksian. Pintu masuk ke tiap *channel* pada tiap bagian disebut sebagai “*gate*” dan perpindahan dalam *channel* di kontrol oleh satu atau beberapa orang yang disebut *gatekeeper*. Pemikiran Lewin tentang *gatekeeping* ini melihat pada model distribusi makanan dari toko hingga disajikan untuk dimakan (Shoemaker, 1991: 5-8).

David Manning White menerapkan teori Lewin pada penelitian komunikasi yang memunculkan istilah “Mr Gates” untuk orang yang melakukan penyeleksian dan mengatur informasi yang akan di sampaikan kepada publik. White mengambil pemikiran Schramm tentang “*source-messagereceiver*” dan mengaitkannya dengan teori *gatekeeping*. Pemikiran White ini memberikan kontribusi pada bagaimana proses *gatekeeping* di media, khususnya ruang redaksi dalam proses penyajian berita kepada khalayak. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa keputusan penyeleksian pesan menurut White sangat subjektif. Pesan ditolak berdasarkan evaluasi pribadi editor mengenai isi pesan, keterbatasan tempat (*space*) di media, dan pesan sejenis yang sudah ditayangkan (dalam Shoemaker dan Vos, 2009: 15).

Orang yang melaksanakan kegiatan *gatekeeping* disebut *gatekeeper*, yaitu orang yang menentukan apakah sebuah berita diringkas, dihilangkan, atau dirubah sebelum sampai ke khalayak. *Gatekeeper* mempunyai tugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi tersebut sampai ke khalayak, sehingga *gatekeeper* harus mempunyai daya kreatifitas tinggi untuk menarik perhatian khalayak dengan berita yang nantinya akan disajikan. *Gatekeeper* memiliki peran penting dalam sebuah institusi media, karena peristiwa atau data yang dimiliki oleh media untuk menjadi bahan informasi yang akan dimuat sebagai berita sangat banyak, dan tidak semua bahan tersebut akan dimuat. Maka, peran *gatekeeper* adalah untuk memilih dan menyesuaikan sesuai dengan agenda media tersebut.

Gatekeeping merupakan proses yang sangat penting di media karena media memiliki etika dan kebijakan sendiri melalui redaksi untuk memutuskan isi berita yang akan disajikan atau ditayangkan. *Gatekeeping* terjadi di semua tingkatan dari struktur media, kemudian reporter memutuskan sumber yang dipilih untuk dimasukkan dalam berita dan editor yang memutuskan berita tersebut dicetak atau dihilangkan. Analisis ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan dalam pemberitaan dalam proses *gatekeeping*. Shoemaker menjelaskan lima level analisis dari bagian paling dalam, yaitu individu, rutinitas media, organisasi media, ekstramedia, dan sistem sosial (Shoemaker, 1991: 20).

Gambar 1.1



(Sumber: Shoemaker dan Reese, 1996: 64)

1.6 Operasionalisasi Konsep

a. Analisis framing

Penggunaan analisis framing untuk melihat bagaimana media dalam mengkonstruksi suatu realitas dan bagaimana suatu peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Framing adalah analisis yang menekankan pada makna dalam teks dan simbol yang ada untuk menggambarkan aspek-aspek atau fakta tertentu dalam mengkonstruksikan realitas.

b. Berita *Headline* Pada Surat Kabar Harian Kompas

Berita yang menjadi *headline* pada Surat Kabar Harian Kompas edisi bulan januari 2019 menunjukkan porsi yang lebih besar pada tema politik yang

berjumlah 9 berita daripada tema lain seperti bencana 6 berita, infrastruktur dan ekonomi 5 berita, kesehatan 3 berita, kriminal dan hukum 1 berita. Berita dengan tema politik menjadi primadona diantara berita lain yang tidak terlepas dari kebijakan redaksional didalamnya.

c. Proses Gatekeeping

Media massa dalam penelitian ini yaitu Surat Kabar Harian Kompas tidak terlepas dalam proses *gatekeeping* yang dilakukan oleh bagian redaksi dalam pemilihan berita yang mana harus menjadi *headline* atau berita mana yang tidak boleh ditampilkan dan disajikan kepada khalayak. Proses *gatekeeping* ini dapat diketahui dari level individu, rutinitas media, organisasi, ekstra media dan sistem sosial.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis framing dan menggunakan perangkat framing dari Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki untuk melihat framing berita politik yang menjadi *headline* di Surat Kabar Harian Kompas edisi Bulan Januari 2019. Framing merupakan metode untuk melihat seseorang mengendalikan siapa, atau untuk memperlihatkan kepada khalayak tindakan politik yang mana yang harus didukung atau tidak perlu didukung. Bahwa media akan sangat mempengaruhi bagaimana realitas dikonstruksikan dan peristiwa dibingkai oleh media (Eriyanto,2007: 10). Setelah dilakukan dengan analisis framing, peneliti akan melanjutkan dengan

wawancara mendalam terhadap bagian redaksi Surat Kabar Harian Kompas yang akan menggunakan teori *Gatekeeping* yang terdiri dari lima tingkatan level, yaitu level individu, level rutinitas media, level organisasi, level ekstramedia dan level sistem sosial.

1.7.2 Situs Penelitian

Penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam di Kantor Surat Kabar Harian Kompas Jl. Palmerah Selatan No. 26-28 Jakarta.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah berita dengan tema politik yang menjadi *headline* edisi bulan Januari 2019 dan Wakil Redaktur Pelaksana dari Surat Kabar Harian Kompas.

1.7.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif yang disajikan dalam bentuk kata-kata dan sumber data yang akan digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yang akan digunakan adalah berita dengan tema politik yang menjadi *headline* pada Surat Kabar Harian Kompas edisi Bulan Januari 2019. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara mendalam terhadap wakil redaktur pelaksana Surat Kabar Harian Kompas serta melalui buku, jurnal, studi kepustakaan dan lainnya.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan Surat Kabar Harian Kompas edisi Bulan Januari 2019 kemudian dianalisis dan didapatkan data yang akan diteliti sebanyak 9 berita yang menjadi *headline* dengan tema politik serta melalui wawancara mendalam (*in-depth interviews*) yang dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara atau *interview guide*, teknik wawancara dipilih untuk mendapatkan data secara langsung dari redaksi Surat Kabar Harian Kompas.

1.7.6 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan perangkat framing dari Pan dan Kosicki, setelah mendapatkan hasil framing pemberitaan yang menjadi *Headline* dari Surat Kabar Harian Kompas yang berjumlah 9 berita yang terbit masing-masing tanggal 4, 5, 7, 8, 11, 17, 18, 30 dan 31 bulan Januari 2019. Dalam melakukan analisis framing, ada 4 penekanan yang dikemukakan oleh Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki dari struktur, perangkat framing dan unit yang diamati, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 1.3

Tabel Analisis Framing Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki

| Struktur | Perangkat Framing | Unit yang Diamati |
|--|---|--|
| Sintaksis (Cara wartawan menyusun kata) | Skema Berita | <i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup. |
| Skrip (cara wartawan mengisahkan fakta) | Kelengkapan berita | 5W+1H |
| Tematik (cara wartawan menulis fakta) | Detail, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti | Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat. |
| Retoris (cara wartawan menekankan fakta) | Leksikon, grafis, metafora | Kata, idiom, gambar/foto, grafik. |

Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki membagi perangkat framing ke dalam empat struktur besar yang dijelaskan dalam masing-masing struktur sebagai berikut :

a. Struktur Sintaksis.

Dalam pengertian umum, sintaksis adalah suatu kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita, sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari berbagai berita, headline, latar informasi, sumber, penutup-dalam sayu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bentuk sintaksis yang paling populer adalah struktur piramida terbalik, yang dimulai dari judul headline, lead, episode, latar dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian yang diatas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya. Elemen sintaksis memberi petunjuk bahwa yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak kemana berita tersebut akan dibawa.

Headline merupakan aspek sintaksis dari wacana berita dengan tingkat kemenonjolan yang tinggi yang menunjukkan kemenonjolan berita. *Headline* mempunyai fungsi framing yang kuat. *Headline* mempengaruhi bagaimana kisahdimengerti kemudian untuk digunakan dalam membuat pengertian isu dan peristiwa sebagaimana mereka beberkan. Selain headline, *judul/lead* adalah perangkat sintaksis lain yang sering digunakan. *Lead* yang baik umumnya memberikan sudut pandang dari berita, menunjukkan perspektif tertentu dari peristiwa yang diberitakan.

Latar merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi makna yang ingin ditampilkan wartawan. *Latar* yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa. *Latar* umumnya ditampilkan di awal sebelum pendapat wartawan yang sebenarnya muncul dengan maksud mempengaruhi dan memberi kesan bahwa pendapat wartawan sangat beralasan. Bagian lain yang terpenting

adalah pengutipan sumber berita. Bagian ini dalam penulisan berita dimaksudkan untuk membangun objektivitas prinsip keseimbangan dan tidak memihak. Pengutipan sumber ini menjadi perangkat framing atas tiga hal. *Pertama*, mengklaim validitas atau kebenaran dari pernyataan yang dibuat dengan mendasarkan diri pada klaim otoritas akademik. *Kedua*, menghubungkan poin tertentu dari pendangannya kepada pejabat yang berwenang. *Ketiga*, mengecilkan pendapat atau pandangan tertentu yang dihubungkan dengan kutipan atau pandangan mayoritas sehingga pandangan tersebut tampak seperti menyimpang.

b. Struktur Skriptural

Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini karena dua hal. *Pertama*, banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. *Kedua*, berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca.

Bentuk umum dari pola skrip adalah pola 5W+1H yaitu, *who, what, where, why, when, dan how*. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda framing yang penting. Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita.: bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan penekanan yang mana didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting.

c. Struktur Tematik.

Bagi Pan dan Kosicki, berita mirip sebuah pengujian hipotesis: peristiwa yang diliput, sumber yang dikutip, dan pernyataan yang diungkapkan, semua perangkat itu digunakan untuk membuat dukungan yang logis bagi hipotesis yang dibuat. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber ke dalam teks berita secara keseluruhan. Ada beberapa elemen yang dapat diamati dari perangkat tematik ini. Diantaranya adalah koherensi: pertalian atau jalinan antar kata, proposisi atau kalimat. Dua buah kalimat atau proposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan menggunakan koherensi. Ada beberapa macam koherensi. *Pertama*, koherensi sebab-akibat. Proposisi atau kalimat dipandang akibat atau sebab dari proposisi lain. *Kedua*, koherensi penjelas. Proposisi atau kalimat satu dilihat sebagai penjelas proposisi atau kalimat lain. *Ketiga*, koherensi pembeda. Proposisi atau kalimat satu dipandang kebalikan atau lawan dari proposisi atau kalimat lain.

d. Struktur Retoris.

Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Ada beberapa elemen struktur retorik yang dipakai oleh wartawan. Yang paling penting adalah leksikon, pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan suatu peristiwa (Eriyanto, 2002: 257-264).

Analisis framing tidak melihat presentasi media sebagai sesuatu yang bebas nilai. Akan ada selalu ada faktor-faktor yang memengaruhinya. Seperti yang dikemukakan oleh Pan dan Kosicki, "...it accepts both assumptions of the rule-

governed nature of the text formation and the multidimensional conception of news text that will allow for cognitive shortcuts in both news production and consumption” (Pan dan Kosicki, 1993: 58)

Keempat struktur ini merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan *framing* dari suatu media. Perangkat struktural skriptural dan struktur tematis digunakan untuk melihat realitas apa yang diangkat serta fakta apa yang ditampilkan melalui pemilihan narasumber yang digunakan. Setelah analisis seleksi dilakukan maka dapat ditentukan *frame* seleksinya. Adapun analisis saliansi melalui dua perangkat struktur sintaksis dan struktur retorik untuk melihat penekanan pada kata dan penempatannya dalam teks berita. Analisis saliansi ini menentukan *frame* saliansi. Penemuan *frame* seleksi dan *frame* saliansi dapat memberikan gambaran keseluruhan yang terdapat dalam teks.

1. Level Individual

Pada level ini dapat dilihat faktor latar belakang, pengalaman, sikap nilai-nilai, keyakinan, peran, etika dan kekuasaan yang mempengaruhi berbagai hal potensial terhadap konten media massa dari faktor-faktor intrinsik oleh pekerja komunikasi. Faktor individual dari seorang jurnalis atau pekerja media bisa dilihat dari segi personalnya, dimana seorang jurnalis membuat berita dan dapat memiliki sebuah orientasi nilai dalam menciptakan atau bahkan berhadapan dengan realitas yang ada. Faktor latar belakang dan karakteristik dari seorang jurnalis memiliki peranan yang sangat berpengaruh pada individu pekerja media. Latar belakang serta karakteristik seorang jurnalis dapat dilihat dari pendidikannya, karena tingkat pengetahuan dapat mempengaruhi pemberitaan

di suatu media. Faktor individual juga berkaitan dengan *Types of Jobs* atau tipe pekerjaan dari pekerja media yaitu *news gatherer* atau reporter yang mencari dan menulis berita dan *news processor* atau editor yang memproses berita tersebut (Bass dalam Shoemaker, 1991: 48).

2. Level Rutinitas Media

Rutinitas media dalam hal ini adalah bagaimana kebiasaan atau kegiatan suatu media dalam mengemas sebuah berita. Rutinitas yang dilakukan media merupakan pola yang dilakukan secara terus-menerus dan menjadi kebiasaan, pelaksanaan mekanisme kerangka pekerja sehari-hari. Pada level ini mempunyai tiga unsur sumber rutin yaitu, Sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*) dan pendengar, pembaca atau penonton (*consumers*). Sumber berita yang diperoleh selanjutnya diolah menjadi pemberitaan oleh organisasi media atau bagian redaksi yang dikemas secara menarik dan layak untuk dikonsumsi oleh khalayak. Pengemasan berita bisa dilihat dari rutinitas pekerja media. Bagaimana segala mekanisme yang terbentuk menjadi prosedur standar sebuah pengelola media. Bagaimana berita dipilih berdasarkan ciri dan kriteria, proses peliputan selanjutnya pada bagian editing dari pra produksi, proses dan pasca produksi serta batas waktu dalam mengerjakan suatu berita yang dilakukan secara berulang-ulang sehingga menjadi sebuah kebiasaan yang dilakukan pekerja media.

3. Level Organisasi

Level organisasi menjadi penting karena organisasi yang menentukan siapa yang mereka pekerjakan dan aturan mana yang diterapkan. Ada beberapa faktor yang memengaruhi kegiatan *gatekeeping* pada level organisasi ini, antara lain sistem filter dan praseleksi, karakteristik organisasi, aturan batas-batas organisasi atau kontrol, dan sosialisasi organisasi (norma dan nilai), serta fenomena *groupthink* (Shoemaker dan Vos, 2009: 62-75). Banyak pertimbangan yang dilakukan terkait dengan bagaimana strategi pengambilan keputusan oleh kelompok dapat memengaruhi proses *gatekeeping*. Setiap institusi media akan memiliki aturan-aturan yang berbeda, baik pada pekerja dari tingkat atas sampai dengan tingkat bawah akan mengikuti aturan media itu. Setiap organisasi media, mempunyai banyak tujuan dan filosofi organisasi sendiri, berbagai elemen sangat memengaruhi bagaimana seharusnya pekerja media bersikap, dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita. Besar kecilnya organisasi, rigid atau tidaknya birokrasi organisasi, dan peranan media tersebut, produksi atau distribusi informasi juga memengaruhi sifat dari *gatekeeper* dalam media tersebut. Menurut Hirsch (dalam Shoemaker dan Reese, 1996: 139) perspektif inilah yang berkaitan dengan perbedaan dalam aturan organisasi, struktur internal, tujuan, teknologi, dan pasar. Semua ini dipengaruhi oleh aturan dari pemilik, tujuan media, dan kebijakan media. Fenomena *groupthink* merupakan faktor yang dapat memengaruhi *gatekeeper*, yaitu terkait dinamika kelompok yang secara khusus tampak pada tingkat kohesivitas sosialnya.

4. Level Ekstramedia

Ada beberapa institusi di luar media yang memengaruhi proses *gatekeeping* (Shoemaker dan Vos, 2009: 76 – 96), yaitu pengaruh yang besar terletak pada lingkungan pasar dan bisnis. Pasar dari produk media meliputi dua kelompok yaitu masyarakat konsumen media dan pemasang iklan. Walaupun bukan sumber pendapatan yang utama bagi perusahaan media, namun merupakan pasar yang penting untuk meraih pasar berikutnya sebab pasar pertama sangat menentukan *rating* atau tirs media. Sebagai pasar kedua pemasang iklan sangat berperan dalam menentukan pendapatan atau hidup matinya sebuah media. Pasar akan memengaruhi distorsi isi media selain itu adanya persaingan pasar antarmedia juga akan menentukan isi media, apa yang sedang “laku” di pasar akan diikuti oleh media media lainnya.

Pemasang iklan akan memilih media yang paling banyak ditonton, didengar dan dibaca masyarakat. Gieber (dalam Shoemaker dan Vos, 2009: 79) menyampaikan bahwa pengaruh khalayak disebut dengan “*introjective*”. Jurnalis yang *introjective* akan menempatkan dirinya pada nilai dan perasaan khalayak sehingga akan memengaruhi persepsi mereka mengenai apa yang khalayak inginkan. “*Introjection*” ini terjadi ketika nilai dan perasaan khalayak masuk ke dalam diri jurnalis dan mengubah sistem kognitif jurnalis. Jika proses ini terjadi maka proses *gatekeeping* akan dipengaruhi oleh persepsi *gatekeeper* tentang apa yang diinginkan audience, dibandingkan nilai dan perasaan pribadi *gatekeeper*.

Sumber daya media didapat dari para pengiklan dan para pengiklan ini bisa memengaruhi apa yang masuk, apa yang dipilih dan bagaimana pesan-

pesan tersebut ditampilkan. Pihak pengiklan mempunyai strategi untuk memaksakan keinginannya pada media untuk memenuhi kepentingannya tersebut. Pengiklan akan melakukan berbagai hal termasuk dengan cara memaksa media mengembargo berita yang buruk bagi mereka. Oleh sebab itu isi media secara langsung memiliki korelasi dengan kepentingan pihak yang mendanai mereka. Para pengiklan akan memasarkan produknya pada segmen tertentu yang sesuai dengan target pasar dengan cara membeli *space* di media yang diinginkan.

Organisasi media bukan hanya bergantung pada pengiklan tetapi juga pada saham. Ketika suatu institusi media besar, ada dalam lingkup bisnis keluarga, tidak akan lepas dari konglogmerasi. Stakeholder yang turut ada dalam bisnis tersebut juga dapat memengaruhi isi pemberitaan. Sumber informasi adalah aktor yang akan dimintai informasi oleh jurnals, sehingga jurnalis tidak bisa memasukkan apa yang tidak diketahuinya. Sumber informasi bukanlah pihak yang netral, karena mereka juga mempunyai kepentingan untuk memengaruhi media dengan berbagai alasan, diantaranya memenangkan opini publik, memberikan citra tertentu, atau mengontruksikan suatu pandangan. Ketika media digunakan sebagai media kampanye untuk menarik perhatian publik. Maka isi media secara langsung mau pun tidak langsung akan terpengaruhi.

Pemerintah dapat melakukan kontrol terhadap isi media dengan cara peraturan perundangan, regulasi, dan sensor. Dalam negara yang otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi faktor yang dominan dalam

menentukan berita apa yang disajikan. Keadaan ini tentu saja sangat berbeda di negara yang demokratis dan menganut liberalisme.

Pemerintah tidak memiliki kewenangan untuk dapat mengontrol media. Kelompok ini memiliki kewenangan untuk mengkritik media atau *gatekeeper* individu untuk memengaruhi isi media. Mereka memiliki suara yang kuat untuk memengaruhi suatu isu tertentu. Kelompok ini digunakan untuk memperkuat isu yang diangkat oleh media. Faktor ini terkait dengan agenda setting. Situasi yang dianggap penting oleh suatu media, akan diikuti oleh yang lainnya dan suatu media bisa saja akan menjadi sumber informasi media lain tentang suatu peristiwa. Beberapa organisasi media mencari masukan melalui jasa konsultan. Biasanya, konsultan berita digunakan pada media televisi. Meskipun mereka tidak masuk dalam bagian *newsroom*, namun mereka dapat memberikan masukan tentang isu apa yang akan diangkat dan bagaimana mengcover sebuah pemberitaan untuk bisa menaikkan rating.

5. Level Sistem Sosial

Sistem sosial dibagi menjadi beberapa bagian yaitu sistem sosial, struktur sosial, ideologi, dan budaya. Sedangkan Shoemaker dan Reese (1996: 212) menitikberatkan pada pengaruh ideologi. Perbedaan ini mengacu pada sistem dan struktur sosial yang sama secara umum di setiap media. Sistem sosial mengacu pada bagaimana media merupakan bagian dari masyarakat yang memiliki kedudukan sebagai pilar keempat demokrasi.

Pemberitaan media merupakan wilayah publik untuk menunjukkan bagaimana bentuk pertanggungjawaban media terhadap publik. Media dapat

memainkan perannya menjadi *story tellers* atau *myth maker* untuk menggambarkan bagaimana sistem yang sedang berjalan di masyarakat. Media dapat memproduksi konten yang berbeda karena media memainkan peran yang relatif berbeda satu sama lain dalam sistem sosial. Hallin dan Mancini (dalam Shoemaker dan Vos, 2009: 99) berargumen bahwa kita tidak bisa memahami media ketika kita tidak dapat memahami tentang negara, sistem partai politik, pola ekonomi politik, dan perkembangan masyarakat sipil diantara elemen dalam struktur sosial. Intinya, struktur sosial memengaruhi isi media.

Pemikiran tentang ideologi, sesuai dengan pandangan paradigma kritis yang mendominasi cara berpikir pekerja media. Ideologi merupakan kerangka berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Ideologi dalam level sistem sosial ini tentu akan sangat berpengaruh terhadap isi atau program yang disampaikan kepada masyarakat, terlebih jika level ideologi ini dikuasai oleh kelompok dominan (pemilik media) Informasi yang diproduksi merepresentasikan fenomena yang melekat pada sumber informasinya yang kemungkinan merepresentasikan berbagi ideologi dari sumber informasi yang diproduksi.

Informasi sendiri disajikan dalam bahasa baik audio, visual maupun audio visual dalam bentuk verbal maupun nonverbal, yang secara sadar atau tidak mengkonstruksi realitas ke arah ideologi tertentu. Logika pengaruh budaya terhadap isi berita adalah bahwa *gatekeeper* mengadopsi sistem dari

lingkungan budaya mereka. Sistem makna, termasuk nilai-nilai budaya, norma, ide, dan sejenisnya, memberikan *gatekeeper* kendala dan peluang. Kendala budaya diberikannya pada individu datang tidak dari budaya itu sendiri, tetapi dari kolektivitas kelompok.

1.7.7 Jenis Headline

Pada *headline* yang ada di media massa cetak, keutamaannya adalah menarik perhatian khalayak untuk menikmati berita yang disajikan. Dengan hal tersebut maka fungsi *headline* adalah mengundang khalayak untuk membaca berita yang ditampilkan oleh media massa cetak seperti surat kabar (Suhandang, 2004: 16). Ada empat jenis *headline* menurut suhandang yang mempunyai kepentingannya masing-masing. Berikut penjelasan mengenai jenis *headline* :

1. *Banner headline*, biasanya berita ini merupakan berita yang terpenting. Dibuat dengan jenis dan ukuran huruf yang besar dan tebal dibandingkan dengan jenis *headline* yang lain.
2. *Spread headline*, berita ini merupakan berita penting namun mempunyai ukuran tulisan yang lebih kecil dan ketebalan tulisannyapun berbeda dengan banner headline. Namun lebih besar dari *secondary headline*. Jenis *headline* ini juga hanya membutuhkan tiga sampai empat kolom dalam surat kabar.
3. *Secondary headline*, berita ini merupakan berita yang kurang penting meskipun tempatnya ada pada halaman utama surat kabar. Ukuran judul dan ketebalan huruf lebih kecil dari *spread headline*. Tapi mempunyai

ukuran tulisan yang lebih besar dari subordinated *headline*. Tempat yang dibutuhkan untuk *headline* ini hanya dua kolom saja.

4. *Subordinated headline*, pada jenis headline ini merupakan jenis *headline* yang tidak penting. *Headline* jenis ini hanya dibutuhkan untuk menutupi tempat yang masih kosong pada halaman utama surat kabar. Sehingga ukuran tulisan dan ketebalannya pun lebih kecil daripada jenis *headline* lain dan hanya membutuhkan tempat satu kolom.

1.7.8 Kualitas Data (Goodness Criteria)

Penelitian yang dilakukan membutuhkan uji kualitas data untuk mengetahui data yang diberikan pada penelitian dapat dipastikan kebenarannya. Uji kualitas data yang dilakukan pada penelitian ini adalah kepercayaan/ kredibilitas (*credibility*) dan reliabilitas.

✓ Kepercayaan

Jenis kredibilitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *respondent or member validation*, yaitu usaha yang dilakukan oleh peneliti dalam mendapatkan konfirmasi dari pihak yang diteliti. Ada dua aspek dalam penelitian yang membutuhkan konfirmasi yaitu, konfirmasi yang dilakukan terhadap pembimbing dan memberikan hasil akhir penelitian yang telah didapatkan dari narasumber bagian redaksi Surat Kabar Harian Kompas.

✓ Reliabilitas

Untuk mendapatkan data yang valid, hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dinilai mulai dari desain penelitian hingga hasil penelitian. Proses

tersebut dilakukan bersama dengan akademisi saat *reading course* dan sidang hasil penelitian.

1.7.9 Keterbatasan Penelitian

Dalam setiap penelitian mempunyai kekurangan atau keterbatasan, pada penelitian ini keterbatasan yang ditemukan oleh peneliti adalah tidak bisa mendapatkan buku panduan dalam penulisan *Headline* di Surat Kabar Harian Kompas karena buku tersebut hanya diperuntukkan oleh kalangan internal saja dan wawancara mendalam yang telah dilakukan dirasa masih mempunyai kekurangan karena dari beberapa *gatekeeper* yang telah diajukan oleh peneliti untuk diwawancarai ternyata hanya di perbolehkan 1 narasumber saja yaitu wakil redaktur pelaksana.