

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II penulis akan menjelaskan penelitian terdahulu, konsep, teori yang terkait dengan judul “Kebijakan Redaksi Harian Radar Depok Dalam Menentukan Foto *Headline*”.

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan beberapa penelitian yang lebih dulu dilakukan yang dianggap memiliki relevansi atau hubungan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 5 penelitian terdahulu diantaranya:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Sumber : Olahan Penulis 2022

No	Nama / Instansi / Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori	Metode	Narasumber / Teknik Pengambilan Data	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Zakaria / Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta / (2010)	Kebijakan Redaksional Surat Kabar <i>Republika</i> Dalam Penulisan Berita Pada Rubrik Internasional	Untuk mengetahui, apa yang dimaksud dengan kebijakan reedaksiona, bagaimana kebijakan itu dibuat, serta diterapkan pada rubrik yang ada dalam media tersebut	Teori Agenda <i>Setting</i>	Metode yang digunakan yaitu Pendekatan Kualitatif	Narasumber pada penelitian ini adalah Redaktur Rubrik Internasional . / Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu wawancara	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan redaksional <i>Republika</i> dalam penulisan berita pada rubrik internasional, akan lolos seleksi atau berita yang layak dimuat apabila berita

							tersebut mempunyai <i>news value</i> dan berpihak pada umat Islam.]
2.	Yuli Ristiono / Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2008)	Analisis Pesan Foto <i>Headline</i> Pada SKH Kedaulatan Rakyat Periode Bulan Juli 2008	Untuk mengetahui pesan-pesan apa saja yang terkandung dalam foto <i>headline</i> pada SKH Kedaulatan Rakyat pada periode bulan Juli tahun 2008	Analisis semiotik a Roland Barthes	Metode yang digunakan yaitu pendekatan Kualitatif interpretatif dengan menggunakan analisis semiotika menurut Roland Barthes	Narasumber pada penelitian ini adalah redaktur SKH Kedaulatan Rakyat / Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu dokumentasi dan wawancara (<i>interview</i>)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa foto headline yang terdapat pada SKH Kedaulatan Rakyat pada setiap harinya, yaitu pada edisi bulan Juli 2008 mengandung banyak makna pesan didalamnya. Foto yang diinginkan oleh pembaca, selain itu juga foto yang ditampilkann tidak terlepas dari kebijakan redaksi yang dimiliki oleh surat kabar tersebut.

3.	Muhammad Idham Ama / Universitas Hasanuddin Makassar / (2013)	Kebijakan Redaksional Harian FAJAR Dalam Menentukan Foto <i>Headline</i>	Untuk mengetahui proses kebijakan redaksional di Harian FAJAR, khususnya di dalam menentukan foto <i>headline</i>	Proses <i>Gate keeping</i>	Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif	Narasumber pada penelitian ini adalah pemimpin redaksi / Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu wawancara dan dokumentasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan redaksional Harian FAJAR, secara umum hampir sama dengan kebijakan redaksional Harian FAJAR dalam menentukan foto <i>headline</i> dimulai ketika fotografer menyeter foto ke server redaksi dan berakhir dengan diskusi antara koordinator kompartemen/redaktur halaman satu, koordinator foto, <i>layouter</i> dan pemimpin redaksi. Sedangkan kriteria menentukan foto <i>headline</i> Harian FAJAR mengacu pada pertimbangan.
----	---	--	---	----------------------------	---	---	---

4.	Aragea Noorma Gustina / Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah / (2017)	Kebijakan Redaksional Republika Online Dalam Menentukan Nilai <i>Human Interest</i> Pada Berita <i>Feature</i> Di Kanal Leisure.	Untuk mengetahui, menemukan, menjabarkan serta menganalisa kebijakan redaksional Republika Online dalam menentukan nilai <i>human interest</i> pada berita <i>feature</i> .	Teori Agenda Setting	Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.	Narasumber pada penelitian ini adalah Republika Online (ROL). / Teknik Pengambilan data yang dilakukan yaitu wawancara	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan redaksional Republika Online (ROL) terbagi menjadi kebijakan dalam menentukan isu yang sedang hangat di masyarakat tapi tetap berpatokan pada visi dan misi mediana.
5.	Dendy Irawan Juariyah / Universitas Muhammadiyah Jember / (2010)	Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya Di Kabupaten Jember.	Untuk mengetahui bagaimana peran yang dilakukan oleh harian Radar Jember dalam mempertahankan eksistensi sebagai media terpercaya di kabupaten Jember.	Teori Konvergensi	Metode yang digunakan yaitu kualitatif.	Narasumber pada penelitian ini adalah General Meneger Harian Radar Jember. / Teknik Pengambilan data yang dilakukan yaitu wawancara, observasi partisipan dan dokumentasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harian Radar Jember sudah melakukan berbagai strategi dalam mempertahankan eksistensi harian Radar Jember sebagai media terpercaya di kalangan masyarakat kabupaten Jember diantaranya ialah melakukan berbagai

							inovasi, menyediakan rubrik khusus bagi konsumen pembaca, mengangkat isu-isu lokal, melakukan sinergi antara media cetak dan media digital serta melakukan kerjasama berbagai pihak selain itu harian Radar Jember juga tetap memberikan berita-berita yang aktual dan faktual.
--	--	--	--	--	--	--	---

Ahmad zakaria dalam penelitiannya berjudul “Kebijakan Redaksional Surat Kabar *Republika* Dalam Penulisan Berita Pada Rubrik Internasional” pada tahun 2010. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan redaksional *Republika* dalam penulisan berita pada rubrik internasional, akan lolos seleksi atau berita yang layak dimuat apabila berita tersebut mempunyai *news value* dan berpihak pada umat Islam. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini adalah penelitian tersebut menunjukkan pada penulisan berita pada rubrik Internasional, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah menunjukkan pada foto *Headline*.

Yuli Ristono dalam penelitiannya “Analisis Pesan Foto *Headline* Pada SKH Kedaulatan Rakyat Periode Bulan Juli 2008” pada tahun 2008. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Kualitatif interpretative dengan menggunakan analisis semiotika menurut Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa foto headline yang terdapat pada SKH Kedaulatan Rakyat yang mengandung banyak makna pesan didalamnya. Foto yang diinginkan oleh pembaca, selain itu juga foto yang ditampilkan tidak terlepas dari kebijakan redaksi yang dimiliki oleh surat kabar tersebut. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini adalah penelitian tersebut menganalisis foto headline menggunakan teori Semiotika Roland Barthes dan tidak adanya wawancara, sedangkan peneliti yang dilakukan oleh penulis adalah menentukan foto headline yang menggunakan teori Gatekeeper dan adanya observasi, wawancara dan dokumentasi.

Muhammad Idham Ama dalam penelitiannya “Kebijakan Redaksional Harian *FAJAR* Dalam Menentukan Foto *Headline*” pada tahun 2013. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan redaksional Harian *FAJAR*, secara umum hampir sama dengan kebijakan redaksional Harian *FAJAR* dalam menentukan foto *headline* dimulai ketika fotografer menyetor foto ke server redaksi dan berakhir dengan diskusi antara koordinator kompartemen/redaktur halaman satu, koordinator foto, *layouter* dan pemimpin redaksi. Sedangkan kriteria menentukan foto headline Harian *FAJAR* mengacu pada pertimbangan. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini adalah penelitian tersebut menggunakan teori agenda setting dan proses Gatekeeping, lalu beliau yang kerja langsung di kantor Radar, sedangkan peneliti yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan teori Gatekeeper dan tidak bekerja langsung di kantor Radar.

Aragea Noorma Gustina dalam penelitiannya “Kebijakan Redaksional Republika Online Dalam Menentukan Nilai *Human Interest* Pada Berita *Feature* Di Kanal Leisure” pada tahun 2017. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan redaksional Republika Online (ROL) terbagi menjadi kebijakan dalam menentukan isu yang sedang hangat di masyarakat tapi tetap berpatokan pada visi dan misi medianya. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh

penulis saat ini adalah penelitian tersebut menggunakan teori agenda setting yang berkaitan dengan berita yang diteliti, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu menggunakan teori gatekeeper untuk menentukan foto headline pada surat kabar.

Dendy Irawan Juariyah dalam penelitiannya “Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya Di Kabupaten Jember” pada tahun 2010. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harian Radar Jember sudah melakukan berbagai strategi dalam mempertahankan eksistensi harian Radar Jember sebagai media terpercaya di kalangan masyarakat kabupaten Jember diantaranya ialah melakukan berbagai inovasi, menyediakan rubrik khusus bagi konsumen pembaca, mengangkat isu-isu lokal, melakukan sinergi antara media cetak dan media digital serta melakukan kerjasama berbagai pihak selain itu harian Radar Jember juga tetap memberikan berita-berita yang aktual dan faktual. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini adalah penelitian tersebut sudah terlihat dari segi judul yang berbeda yaitu beliau menggunakan strategi, dan penggunaan teori konvergensi, sedangkan judul penelitian penulis itu ingin mengetahui kebijakan redaksi pada radar Depok.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Surat Kabar

1) Pengertian Surat Kabar

Menurut Dja’far H. Assegaf, “Penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita-berita, karangan-karangan dan iklan, yang dicetak dan diterbitkan secara tetap atau periodik dan dijual untuk umum.”⁴

⁴ Dja’far H. Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini, Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*, (Jakarta : Ghali Indonesia, 1985), h.63.

Sedangkan menurut Maskun Iskandar surat kabar adalah “Media komunikasi massa yang diterbitkan secara berkala dan bersenyawa dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, feature, pendapat, cerita rekaan (fiksi) dan bentuk karangan lain.”⁵

Dalam buku Himpunan Komunikasi, Y.S Gusnandi mengartikan surat kabar sebagai media komunikasi massa yang membuat serba-serbi pemberitaan meliputi bidang pendidikan, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan. Surat kabar merupakan media komunikasi cetak yang isinya lengkap, ditujukan kepada masyarakat.⁶

Merujuk pada pengertian-pengertian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa surat kabar merupakan penerbitan berupa lembaran yang berisi tulisan seperti berita, feature, pendapat, fiksi dan iklan, yang dicetak dan diterbitkan secara periodik serta dijual untuk umum.

Kemudian Onong Uchjana Effendy menambahkan bahwa surat kabar adalah “Lembaran yang dicetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat, dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termassa atau aktual, mengenai apa saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai berita untuk diketahui khalayak pembacanya.”⁷

Selanjutnya, Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, membagi surat kabar menjadi empat ciri, di antaranya adalah:

1. Publisitas (*publicity*)

Yakni penyebaran kepada publik atau khalayak. Karena diperuntukan kepada khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum. Isi dari surat kabar terdiri dari berbagai hal yang erat kaitannya dengan kepentingan umum.

⁵ Dewan Pers, Ensiklopedi Nasional Indonesia, Jilid 15, (Jakarta : PT. Cipta Adi Pustaka, 1991), h. 431.

⁶ Y.S Gusnandi, Himpunan Istilah Komunikasi, Cet. 1, (Jakarta : Grasindo 1998), h. 112.

⁷ Onong Uchjana Effendy, Leksikon Komunikasi, (Bandung : Mandar Maju, 1989), h. 241.

2. Periodisitas (*periodicity*)

Yakni keteraturan terbitnya surat kabar. Surat kabar bisa terbit satu kali sehari, bisa dua kali sehari, dapat pula satu kali atau dua kali seminggu.

3. Universalitas (*universality*)

Yakni kesamaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia.

4. Aktualitas (*actuality*)

5. Menurut kata asalnya berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”, yakni kecepatan laporan, tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita.⁸

Secara umum fungsi dari surat kabar adalah untuk menginformasikan berbagai berita kepada masyarakat, mulai dari berita kriminal sampai berita yang menghibur dan masih banyak lagi macam-macam dari berita yang ada disurat kabar. Sebagai pendidik fungsi surat kabar adalah untuk memberikan nilai-nilai dasar moral kepada masyarakat, dengan menginformasikan berbagai macam berita, dari setiap berita pesan pentingnya bisa kita ambil sebagai bentuk pelajaran. Selain itu, sebagai media surat kabar mempunyai fungsi koreksi apabila ada suatu berita yang menyimpang.

Mengenai pendapat tersebut, penulis menyimpulkan bahwa surat kabar juga bersifat universal, yakni mengenai apa saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembacanya.

Apabila dihubungkan dengan surat kabar penelitian penulis, maka penerbitan berupa lembaran tercetak yang berisi tulisan seperti berita, feature, pendapat, fiksi, iklan dan sebagainya, yang mengandung nilai untuk diketahui khalayak, dan dijual untuk umum. Lalu ciri-ciri di atas sesuai dengan surat kabar penelitian penulis

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Leksikon Komunikasi*, (Bandung : Mandar Maju, 1989), h. 91-92.

2.2.2 Foto Berita

1) Pengertian Foto Berita

Menurut Seno Gumira Ajidarma, foto merupakan pesan yang dibentuk oleh sumber emisi, saluran transmisi dan titik resepsi. Struktur sebuah foto bukanlah sebuah struktur yang terisolasi, karena selalu berada dalam komunikasi dengan struktur lain, yakni teks tertulis, judul, keterangan, artikel, yang selalu mengiringi foto. Dengan demikian pesan keseluruhannya dibentuk oleh kooperasi dua struktur yang berbeda.⁹

Sedangkan menurut Arbain Rambey, Foto kadang disebut sebagai pengganti mata manusia. Namun, foto butuh “pendekatan” tertentu agar betul-betul bisa menggantikan mata manusia karena foto punya sangat banyak kekurangan. Memahami *sense of scale* atau pemberian dimensi pada benda terpotret merupakan hal yang sangat penting, terutama pada fotografi Jurnalistik.¹⁰

Lebih lanjut M. Mudaris, foto berita adalah foto yang dibuat oleh seorang wartawan foto, dengan menggunakan kamera foto, berupa gambar. Disusun berdasarkan kaidah-kaidah foto serta kaidah-kaidah jurnalistik. Foto berita adalah fakta objektif karena kamera foto tidak dapat berbohong dalam membuat gambar.¹¹

Secara umum foto jurnalistik atau disebut juga foto berita merupakan penggabungan antara medium visual dan medium verbal yang artinya foto dilengkapi dengan tulisan yang mengantar dari isi foto itu sendiri.

Mempunyai segi penting dalam foto berita, yaitu obyektivitas, kejujuran, dan keaslian foto. Terutama obyektivitas, jujur, dan asli hanyalah hal-hal yang tidak mutlak dan mudah “dibelok-belokan”, tergantung dari cara memandang seseorang. Pemikiran jurnalistik dalam dunia foto jurnalistik, di mana, bagaimana, dan kapan kita memotret adalah inti terciptanya sebuah foto.

⁹ Seno Gumira Ajidarma, 2002. *Kisah Mata, Fotografi*, (Yogyakarta : Galang Press), h. 27.

¹⁰ Arbain Rambey, 2011. “Klinik Fotografi Memahami Sense Of Scale”, h. 36.

¹¹ Mudaris. M, 1996. *Jurnalistik Foto dan Foto Jurnalistik*, (Semarang : Karya Aksara), hal. 55-56.

Seorang jurnalis foto harus sudah mempunyai gambaran seperti apa foto yang dibuat sebelum dia berangkat memotret untuk adegan-adegan yang bisa dibayangkan, seperti acara-acara resmi kepresidenan. Sang fotografer harus sudah punya gambaran kira-kira dia akan memotret di posisi mana, dan pada keadaan apa.¹²

Foto berita dijelaskan oleh berbagai teks, ada yang berupa caption, headline ataupun artikel atau bisa jadi gabungan antara ketiganya. Adapun arti dari caption ialah mengulai saja denotasi, oleh karena itu kurang menghasilkan efek konotatif bila dibandingkan dengan teks dalam headline atau artikel.

Arbain Rambey, foto berita atau foto jurnalistik adalah dunia informasi. Kebohongan tentu tidak diinginkan terjadi, namun, “bumbu” selalu diperlakukan dalam dunia apa pun agar sesuatu menjadi lebih “enak”. Sudut pemotretan yang baik akan menghasilkan foto yang lebih indah “berbunyi”. Dalam foto jurnalistik, sudut dan cara memotret akan membedakan foto satu dengan yang lainnya kebohongan atau kejujuran hanyalah masalah persepsi.¹³

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan penulis bahwa secara umum foto jurnalistik atau disebut juga foto berita yang merupakan penggabungan antara medium visul dan medium verbal, yang artinya foto dilengkapi dgn tulisan yg mengantarkan isi foto itu sendiri. Foto berita dengan sudut pengambilan foto yang baik sangat diperlukan dalam surat kabar agar menghasilkan foto yang indah karena sudut dan cara memotret akan membedakan foto satu dengan yg lain, kebohongan/ kejujuran hanyalah masalah presepsi.

2) Jenis Foto Berita

Foto berita atau foto jurnalistik memiliki beberapa jenis yang dibentuk oleh Foto Jurnalistik Dunia (World Press Foundation), menurut Mirza Alwi, yaitu :

¹² Arbain Rambey, 2011. “Klinik Fotografi Subyektivitas dalam Foto Jurnalistik,” h. 33-36.

¹³ Arbain Rambey, 2011. “Klinik Fotografi Subyektivitas dalam Foto Jurnalistik,” h. 33-36.

1. *Spot Photo*

Foto yang dibuat dari peristiwa yang tidak terjadwal. Misalnya foto kebakaran, kecelakaan dan sebagainya. Foto jenis ini harus segera disiarkan karena merupakan sesuatu yang up to date.

2. *General News Photo*

Merupakan foto yang diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Temanya bisa bermacam-macam, yaitu: politik, ekonomi dan humor.

3. *People in The News Photo*

Merupakan foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita, yang ditampilkan yaitu pribadi atau sosok orang yang menjadi berita itu.

4. *Daily Life Photo*

Merupakan foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiaan (humor interest).

5. *Potrait*

Merupakan foto yang menampilkan wajah seseorang secara close up. Ditampilkan karena adanya kekhasan pada wajah yang dimiliki atau mempunyai kekhasan yang lain.

6. *Sport Photo*

Foto yang dibuat dari peristiwa olahraga.

7. *Science and Technology Photo*

Foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.

8. *Art and Culture Photo*

Merupakan foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya.

9. *Social and Environment*

Merupakan foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya.¹⁴

¹⁴ Alwi Audy, Mirza, 2004. Foto Jurnalistik Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media, (Jakarta : Bumi Aksara), h. 8-9.

3) Kriteria Foto Berita

Dalam bukunya "*Photojournalism: The Visual Approach*", Frank P. Hoy mengemukakan kriteria foto jurnalistik, sebagai berikut:

1. Foto jurnalistik merupakan media bagi para jurnalis untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada publik. Foto jurnalistik akan mengekspresikan pandangan jurnalis, namun pesan yang disampaikan melalui foto tersebut bukanlah ekspresi pribadi.
2. Foto jurnalistik disebarluaskan melalui media cetak, dan media siaran, dan internet.
3. Foto jurnalistik merupakan kegiatan pelaporan berita.
4. Foto jurnalistik merupakan hasil dari perpaduan dua unsur, yaitu gambar dan kata.
5. Acuan dalam foto jurnalistik adalah manusia. Sebab manusia adalah pembaca sekaligus objeknya.
6. Foto jurnalistik berkomunikasi dengan masyarakat luas. Foto jurnalistik harus dibuat sedemikian rupa agar pembaca yang beragam dapat dengan segera menerima pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan juga harus dibuat singkat.
7. Editor foto juga berperan dalam pembuatan foto jurnalistik. Namun pengeditan disini tidak mengubah realitas yang dilihat fotografer ketika foto diambil.
8. Foto jurnalistik bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, menurut pada amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers.

Sebuah foto jurnalistik harus memiliki tiga ini untuk dapat dinilai sebagai foto jurnalistik yang baik

Penulis sebuah berita akan lebih baik dan lengkap apabila didampingi oleh sebuah foto yang dapat bercerita tentang situasi tersebut. Bila sebuah berita yang baik dan hangat, tetap akan terasa kurang, apabila tidak dilengkapi dengan foto sebagai bukti liputan peristiwa yang terjadi. Sebuah berita bisa dibuat dengan mengumpulkan bahan peristiwa tersebut berlalu, tetapi tidak demikian dengan foto, kita tidak akan dapat membuat foto peristiwa yang baik apabila tidak ada pada saat peristiwa tersebut terjadi, dan menyaksikan langsung.

Bahkan sebuah foto bisa dianggap membenarkan atau menjadi data yang dapat menguatkan isi berita tersebut, karena dia hadir sebagai bukti nyata dari peristiwa tersebut. Sebuah berita, misalnya mungkin sulit akan menggugah hati orang yang membacanya, apabila tidak dilengkapi dengan foto, tetapi sebuah foto dapat dicerna atau dimengerti meskipun tanpa berita atau teks sekalipun. Sebuah foto yang baik dapat menciptakan sebuah berita yang baik, tetapi sebuah berita yang sebenarnya menarik, menjadi kurang menarik karena dibutuhkan banyak kata untuk menyampaikannya.

Maka dalam penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa foto berita merupakan pesan yang dibentuk oleh sumber emisi, saluran transmisi dan titik resepsi, karena selalu berada dalam komunikasi dengan struktur lain, yakni teks tertulis, judul, keterangan, artikel, yang selalu mengiringi foto. Selain itu juga, foto harus memiliki suatu ciri dan karakter agar foto tersebut dapat dikategorikan sebagai foto berita. Dengan demikian pesan keseluruhannya dibentuk oleh kooperasi dua struktur yang berbeda.

2.2.3 Headline

1) Pengertian Headline

Menurut Grand M, Hyde dalam karya bukunya *Journalistic Writing*, beliau mengatakan bahwa judul sebuah berita dalam surat kabar dapat dikatakan

dengan sebutan *headline*. Sedangkan di majalah dipakai istilah *heading* atau *titles*.¹⁵

Sedangkan menurut Onong Uchjana Efendy mengatakan, Headline Berita utama adalah berita surat kabar, majalah, radio, atau televisi, yang dinilai penting untuk suatu masa penyiaran.¹⁶

Lalu Menurut A.M. Hoeta Soehoet dalam bukunya dasar-dasar jurnalistik, Headline dengan pengertian berita utama adalah berita yang menurut penilaian redaksi surat kabar merupakan berita peting dari semua berita yang disajikan surat kabar pada hari itu. Karena itu, untuk headline diberikan tempat utama yang muda dibaca, yaitu halaman satu atau halaman pertama dan bagian atas yang paling kiri, headline biasanya terdiri dari tiga, empat atau lima kolom.¹⁷

Terdapat 2 (dua) pengertian Headline, yaitu headline yang berarti judul berita atau headline yang mempunyai arti berita utama. Ciri-cirinya adalah menggunakan huruf lebih besar dibandingkan dengan judul berita lainnya dalam satu halaman tersebut. Ukuran huruf yang dipakai pada umumnya 36-60 poin sedangkan pada layout luar negeri umumnya menggunakan 90 poin.¹⁸

Membuat sebuah headline bukan pekerjaan yang sekedar mengandalkan akal sehat, pikiran kritis, kreatifitas, atau intuisi. Secara teknis headline dituntut untuk mudah dimengerti dan dipahami oleh pembaca, meskipun hanya dibaca sekilas. Pada prinsipnya, perancangan headline idealnya berpihak pada karakteristik dan kebutuhan target audiens. Apapun isi dan bentuk beritanya, headline harus mampu mengemban fungsinya secara optimal. Sebuah headline yang bagus akan mampu menghentikan mata audience.

¹⁵ Edy Chandra S.sn, "*Susunan Anatomi Sebuah Berita*", Perancangan media Publikasi (Novemberr 2008): h. 1

¹⁶ Onong Uchjana Efendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1981), h. 160

¹⁷ A.H. Hoeta Soehoet, *Dasar-dasar Jurnalistik*, (Jakarta: Yayasan Kampus Tecinta IISIP, 2003), h. 78

¹⁸ Edy Chandra S.sn, "*Susunan Anatomi Sebuah Berita*", Perancangan media Publikasi (Novemberr 2008): h. 1

Headline, atau judul dengan huruf besar-besar yang mengawali berita, adalah salah satu yang menarik mata pembaca. Headline yang buruk dan tidak menarik akan menyebabkan pembaca enggan membaca berita dan langsung melompat membaca ramalan bintang. Headline yang ditulis dengan baik akan menarik perhatian pembaca dan membuat mereka mau membaca seluruh beritanya.

Meski headline berisi kata paling sedikit dan pendek dibandingkan dengan tulisan lain, namun dalam menulisnya membutuhkan lebih banyak pemikiran dan kreativitas dalam menulis headline. Biasanya headline ditulis menjelang dateline, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk bisa membuat headline yang bagus. Jika beritanya ditulis penulis lain, maka sebaiknya si penulis headline membaca terlebih dahulu semua isi beritanya agar memahami inti dari berita tersebut. Tulis ulang dengan singkat, ataupun bisa juga dengan menggunakan sinonim atau merekonstruksi ulang kalimat itu, sampai headline benar-benar pas dan sesuai dengan beritanya.

Fungsi headline, headline berfungsi untuk menghentikan audience. Salah satu cara untuk menghentikannya adalah dengan melalui pesan yang menantang. Teknik ini akan semakin memiliki pengaruh jika mengundang audience untuk berpartisipasi dalam mengembangkan pesan, atau dipaksa untuk membaca dan menemukan jawabannya. Untuk itu, pesan yang agak tidak sesuai dengan yang diyakini audience merupakan penarik perhatian yang paling berharga.

2) Jenis-jenis Headline

Menurut Kustadi Suhandang kepentingan berita kita mengenal empat jenis headline, masing-masing :

1. *Banner Headline*, berita yang sangat terpenting, jenis huruf headline lebih besar dan tebal dibanding lainnya, serta menduduki lebih dari empat kolom.

2. *Spread Headline*, berita kurang penting, headline tampak lebih kecil dibanding banner headline dan besar dan tebal hurufnya lebih kecil dibanding banner headline.
3. *Secondary Headline*, berita yang kurang penting, headline tampak lebih kecil dari spread headline baik ukuran maupun ketebalan hurufnya serta tempat yang diperlukan hanya dua kolom.
4. *Subordinated Headline*, berita yang terkadang dibutuhkan untuk menutup tempat kosong pada halamannya yang tersisa, tempatnya cukup satu kolom saja dengan ukuran dan ketebalan huruf lebih rendah dibanding jenis lainnya.¹⁹

Penulis dapat mengambil kesimpulan berdasarkan beberapa pengertian yang telah dipaparkan di atas bahwa Headline atau judul berita menjadi sangat penting dalam surat kabar karena headline adalah judul berita yang mempunyai arti berita utama yang secara teknis dibuat agar memudahkan pembaca untuk memahami isi berita meskipun hanya dibaca sekilas. Headline ditulis dengan menarik dan ditulis menggunakan huruf besar” untuk mengawali berita sehingga dapat menarik perhatian pembaca dan membuat mereka membaca keseluruhan isi beritanya. Jadi, Headline berfungsi untuk menghentikan audience melalui pesan yang menantang agar pembaca tertarik untuk membaca isi berita secara keseluruhan.

2.2.4 Berita

1) Pengertian Berita

Menurut Wiliard G. Bleyer dalam Wonohito mendefinisikan berita sebagai segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian jumlah pembaca, dan berita

¹⁹ Kustadi Suhandang, Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, produk & kode etik, (Bandung: Nuansa, 2004), h. 116.

yang terbaik ialah berita yang paling menarik perhatian jumlah pembaca paling besar.²⁰

Sedangkan Suhandang berita (News) ialah laporan atau pemberitahuan mengenai segala peristiwa atau kejadian aktual yang menarik perhatian orang banyak. Peristiwa atau kejadian tersebut dapat melibatkan faktadandata yang ada, dan terjadinyapun aktual dalam arti “baru saja” atau hangat dibicarakan orang banyak.²¹

Lebih lanjut Kustadi Suhandeng menjelaskan berita merupakan pemberitahuan informasi dari hasil suatu kejadian tentang segala peristiwa yang bersifat aktual yang mencari banyak perhatian khalayak. Kejadian yang memaparkan fakta serta data yang terdapat di lingkungan sekitar, yang terjadi secara aktual atau berita terbaru yang di bicarakan oleh banyak individu.²²

Penulisan pada berita wajib memperhatikan 5W+1H, berita akan menjadi menarik dan memiliki kualitas jika ditulis berdasarkan fakta dan insiden yang sudah terjadi, dengan begitu berita akan dianggap sesuai dengan fakta yang terjadisaat itu juga. Daya tarik berita umumnya terdapat pada judul yang dipergunakan, daya tarik juga bisamenggunakan visualsepertifoto pada berita. Judul berita akan sangat krusial untuk mengatarkan pembaca masuk pada berita tersebut.

Penulisan judul dalam sebuah berita harus menggunakan bahasa yang dapat dipahami semua kalangan, jelas dan tidak ambigu. Judul dalam berita yang baik harus memenuhi beberapa syarat seperti berikut:

- a. Singkat-padat
- b. Relevan

²⁰ Andi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas khalayak Media Massa*, (Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2013), h. 87.

²¹ Andi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas khalayak Media Massa*, (Jakarta, PT. Rajagrafindo Persada, 2013), h. 88.

²² Kustadi Suhandeng, *Pengantar Jurnalistik (Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik)*. (Bandung: Nuansa, 2004), h. 10.

- c. Fungsional
- d. Formal
- e. Representative
- f. Menggunakan iBahasa ibaku
- g. Spesifik.²³

Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian berita dapat disimpulkan oleh penulis bahwa berita adalah suatu peristiwa yang bersifat aktual memaparkan fakta dan data yang diperoleh dari tempat kejadian kemudian diringkas menarik agar dapat menarik perhatian banyak orang.

2) Jenis-Jenis Berita.

Berita yang dimuat pada media online dibedakan berdasarkan berita langsung (*straight news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah atau fitur (*features*). Berikut adalah penjelasannya:

a. Berita langsung (*straightnews*)

Berita langsung adalah berita yang dibuat untuk menyampaikan peristiwa yang baru terjadi secara cepat yang harus masyarakat ketahui. Bahwa prinsip penulisan berita ini menggunakan penulisan piramida terbalik. Unsur penting pada berita langsung yaitu ke aktualan yang artinya, berita itu masih hangat atau baru terjadi.

b. Berita ringan (*soft news*)

Pada berita ringan lebih menonjolkan unsur yang menarik dibandingkan dengan unsur penting dari peristiwa itu agar dapat menarik perhatian pembaca. Maka bisa dikatakan berita ringan dapat tahan lama karena tidak terikat pada keaktualan. Namun,

²³ Hoppy Nurjayanti, *Analisis Penggunaan Singkatan Pada Judul Berita Harian Jawa Pos* (Edisi Oktober-November 2013, 2014), h. 2.

berita ini dapat memberikan atau menimbulkan rasa haru, rasa gembira, rasa sedih, dan sebagainya pada pembacanya.

c. Berita kisah (*features*)

Berita kisah atau fitur (*feature*) ialah tulisan yang dapat menyentuh perasaan bahkan berita ini juga dapat menambahkan pengetahuan pembaca. Berita kisah ini tidak terikat akan aktualitas, karena nilai utamanya adalah pada unsur manusiawinya. Jadi, berita kisah ini dapat ditulis dari peristiwa-peristiwa dari masa lalu atau yang sudah lama terjadi.

2.2.5 Kebijakan Redaksi

Menurut Sudirman Tebba pengertian kebijakan redaksional adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional juga dapat ditunjukkan berupa sikap redaksi suatu lembaga media massa dalam Tajuk Rencana atau editorial. Kebijakan redaksi itu penting karena digunakan untuk menyikapi suatu peristiwa karena dalam dunia pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri.²⁴

Sedangkan Haris Sumadiria dalam buku Bahasa Jurnalistik dinyatakan bahwa kebijakan redaksional lebih memusatkan perhatian kepada bagaimana aspek-aspek dan misi ideal yang dijabarkan dalam peliputan dan penempatan berita, laporan, tulisan dan gambar yang sesuai dengan kepentingan selera khalayak yang relatif beragam.²⁵

Sementara itu Sudirman Tebba Kebijakan redaksional adalah suatu yang penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan media massa, karena kebijakan redaksional pembeda antara media satu dengan media lainnya. Selain itu, jika

²⁴ Sudirman, Tebba, 2005. Jurnalistik Baru (Ciputat: Kalam Indonesia), h. 150.

²⁵ Haris Sumadiria, 2006. Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), h. 23.

sebuah media tidak memiliki kebijakan redaksi, maka media tersebut dalam penyampaian berita-beritanya tidak akan konsisten. Hal ini ditandai dengan penyampaian berita yang selalu berubah-ubah. Hari ini menyuarakan dukungan terhadap kebijakan pemerintah, besoknya menyuarakan menentang terhadap kebijakan pemerintah. Sikap media yang seperti ini, dapat melunturkan kepercayaan khalayak pada media tersebut.²⁶

Penulis dapat mengambil kesimpulan berdasarkan beberapa pengertian yang telah dipaparkan di atas bahwa Kebijakan diartikan sebagai dasar-dasar haluan untuk menentukan langkah atau tindakan dalam mencapai suatu tujuan. Sedangkan redaksional yang berasal dari kata redaksi, berarti suatu bagian terpenting dalam organisasi media komunikasi massa, yang tugas pokoknya mengelola isi atau acara media massa baik cetak ataupun elektronik. Kebijakan redaksi sangat penting karena digunakan untuk menyikapi suatu peristiwa, dalam dunia pemberitaan pun yang penting bukan hanya peristiwa tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri.

2.2.6 Teori *Gatekeeper*

Menurut Stewart L. Tubbs, salah satu konsep paling penting untuk memahami cara kerja komunikasi merupakan konsep “penjaga gawang” (*gatekeeper*). Seorang yang disebut sebagai *gatekeeper* merupakan orang-orang yang memilih, mengubah, dan menolak pesan dapat mempengaruhi aliran informasi kepada seseorang atau sekelompok penerima. Meskipun konsep “penjaga gawang” ini dapat diterapkan pada konteks-konteks komunikasi lainnya, konsep ini khususnya sangat relevan bagi komunikasi massa.²⁷

²⁶ Tebba, *Jurnalistik Baru*, h. 150.

²⁷ Tubbs, Stewart L & Sylvia Moss, *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*, Editor Deddy Mulyana, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005. Hal. 202

Sedangkan menurut Kurt Lewin gatekeeper dalam bukunya Human Relations, seorang ahli psikologi dari Australia. Kata tersebut merupakan istilah yang berasal dari lapangan sosiologi. Didalam komunikasi massa dengan salah satu elemennya adalah informasi, mereka yang bertugas untuk mempengaruhi informasi disebut gatekeeper. Hal ini juga bisa dikatakan, gatekeeper lah yang memberi izin bagi tersebarnya sebuah berita.

Lalu Menurut John R. Bittner, gatekeeper adalah seseorang atau beberapa orang yang mengawasi arus informasi dalam saluran komunikasi massa. Secara umum, dapat juga disebut bahwa gatekeeper merupakan seseorang yang mempunyai peranan besar dalam media massa yang berfungsi diantaranya:

1. Menyampaikan informasi kepada kita
2. Memberi batasan (ruang lingkup) informasi yang diterima ntuk kemudian mengedit berita sebelum disebarkan kepada masyarakat
3. Untuk meningkatkan jumlah informasi dengan menambahkan fakta dan pandangan lain
4. Untuk menginterpretasikan informasi.²⁸

Jika diperluas maknanya, yang disebut sebagai gatekeeper ialah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet, dan lain sebagainya. Dengan demikian mereka yang disebut gatekeeper antara lain reporterr, editor, berita, dan editor film dalam media massa ikut menentukan informasi yang disebar.

Semua saluran media massa memiliki gatekeeper. Mereka memainkan peranan dalam beberapa fungsi yakni dapat menghapus pesan atau memodifikasi dan menambah pesan yang akan disebar. Selain itu juga dapat menghentikan sebuah informasi dan tidak membuka “pintu gerbang” bagi keluarnya informasi.

Fungsi utama Gatekeeper menurut Ardianto adalah menyaring pesan yang akan diterima seseorang. Ketika menyampaikan pesan tersebut, gatekeeper

²⁸ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2014), h. 119. Cetakan ke 5.

mungkin memodifikasinya dengan berbagai cara dan alasan. Gatekeeper membatasi pesan yang disebut gatekeeper. Mereka melawatkan sebagian informasi dan menahan yang lainnya. Seorang gatekeeper dapat memilih, mengubah, bahkan menolak pesan yang akan disampaikan kepada penerima.²⁹

Keputusan gatekeeper mengenai informasi yang harus dipilih atau ditolak dipengaruhi oleh beberapa variabel. Bittner dalam bukunya *Human Communication* mengidentifikasi variabel-variabel tersebut sebagai berikut :

1. Ekonomi, kebanyakannya media massa di negeri ini mencari keuntungan dari memalsang iklan atau sangat peduli dengan balgalmalnal uang diperoleh dan dibelanjakan, maka para pemalsang iklan sponsor dan contributor dapat mempengaruhi seleksi berita dan editorial.
2. Pembatasan ilegal. Yang dimaksud dengan pembatasan ilegal yaitu semaksimal hukum atau peraturan balik yang bersifat lokal maupun nasional yang dapat mempengaruhi seleksi dan penyaliran berita.
3. Batas waktu (deadline). Batas waktu juga mempengaruhi kedalaman dan waktu yang tersedia untuk menentukan kecermatan berita yang dipilih. Batas waktu juga mempengaruhi apa yang akan disajikan. Bila hanya sedikit waktu yang tersedia, penjalgal galwalng membuat pilihan-pilihan mengenai tingkat pentingnya berita. Bila penjalgal galwalng harus memilih antara dua berita yang bernilai sama, biasanya berita yang dilengkapi video-lah yang terpilih.
4. Etika pribadi dan profesionalisme dari seorang gatekeeper juga mempengaruhi berita yang akan dipilih. Etika pribadi dan tingkat kesadarannya penjalgal galwalng akan kepercayaannya sendiri akan mempengaruhi apakah kesukaan dan ketidaksukaan, sikap dan minatnya yang akan mempengaruhi seleksi berita.
5. Kompetisi, di antara media juga berpengaruh terhadap suatu berita. Dalam sebuah pasar dengan beberapa sumber, kompetisi demikian

²⁹ Ardianto, E.L. 2004. . (Bandung: Simbiosis Rekatama Media). h. 43.

cenderung meningkatkan semua tingkat profesionalisme sehingga menjalin penyajian informasi yang lebih objektif. Di pihak lain, suatu kotal dengan halnya terdapat sebuah surat kabar biasanya memperoleh suatu pandangan redaksi surat kabar.

6. Nilai berita, intensitas sebuah berita dibandingkan dengan berita lainnya yang tersedia dalam ruang berita, jumlah ruang dan waktu yang diperlukan untuk menyajikan berita harus diseimbangkan.
7. Reaksi terhadap feedback tertunda. Misalnya, bila sebuah kartun politis menyinggung sebuah kelompok etnik, dan kelompok tersebut memiliki wakil yang menulis surat keberatan atau menuntut permohonan maaf terbuka, maka seorang editor majalah mungkin akan berpikir matang sebelum memuat kartun seperti itu lagi.

Penjaga gawang atau Gatekeeper menggambarkan fungsi agen yang memfasilitasi proses informasi dalam masyarakat. Terhadap penerima, penjaga gawang memberi akses data dan pesan yang tidak tersedia dalam bidang tanggapan indrawi segera (*immediate sensory field*) terhadap pengirim pesan, memberi akses saran untuk mencapai penerima pesannya. Beberapa contoh orang yang bertindak dalam penjaga gawang merupakan editor dan reporter surat kabar, penarik jangkar berita televisi, penerbit, manajer, dan direktur program stasiun radio dan televisi, jurangan eksekutif, atau operator televisi kabel.

Seorang penjaga gawang atau Gatekeeper merupakan orang yang dapat mempengaruhi aliran informasi kepada seseorang atau kelompok penenerima. Meskipun konsep penjaga gawang dapat diterapkan kepada konteks-konteks komunikasi lainnya konsep ini khususnya sangat relevan bagi komunikasi massa.

Gatekeeper juga berfungsi menginterpretasikan pesan, menganalisis, menambah data dan mengurangi pesan-pesannya. Pada intinya, adalah pihak yang ikut menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa, semakin

kompleks sistem media yang dipunyai semakin banyak pula gatekeeping (pemalangan pintu) yang dilakukan. Bahkan bisa dikatakan, gatekeeper sangat menentukan berkualitas tidaknya informasi yang akan diserbarkan. Baik buruknya dampak pesan yang diserbarkan pun tergantung pada fungsi pentapisan informasi atau pemalangan pintu ini.³⁰

Penulis dapat simpulkan bahwa Gatekeeper ialah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet, dan lain sebagainya. Fungsi utama Gatekeeper itu menyaring pesan yang akan diterima seorang, baik buruknya juga tergantung pada fungsi tersebut. Ketika menyampaikan pesan tersebut, gatekeeper mungkin memodifikasinya dengan berbagai cara dan alasan. Mereka melawatkan sebagian informasi dan menahan yang lainnya. Seorang gatekeeper bisa memilih, membarui, bahkan menolak pesan yang akan disampaikan kepada penerima.



³⁰ Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Gafindo Persada: Jakarta. Hal. 32.

2.3 Kerangka Pemikiran

