

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam bab ini, peneliti meninjau penelitian sebelumnya untuk mengumpulkan referensi untuk perbandingan yang berkaitan dengan pekerjaan yang akan dilakukan oleh peneliti serta berfungsi sebagai referensi sehingga dapat menghindari anggapan bahwa penelitian tersebut mirip dengan penelitian sebelumnya. Peneliti ini akan memasukkan setidaknya 5 penelitian sebelumnya dalam tinjauan literatur, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Tri Cahyani, Laksmi Rachmaria (2018)

Penelitian pada jurnal Tri Cahyani, Laksmi Rachmaria yang berjudul Kebijakan Redaksional Di Redaksi Liputan 6.com Dalam Memproduksi Berita. Pada penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme merupakan suatu paradigma penelitian yang fokus pada subjektifitas penelitian, paradigma positivism lebih mengarah kepada pendekatan penelitian kualitatif, karena peneliti ingin memperoleh informasi tentang kebijakan redaksional di redaksi Liputan 6.com dalam memproduksi berita. Metode yang digunakan juga bersifat deskriptif.

Hasil pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan membahas temuan penelitian dengan rumusan masalah, khususnya

bagaimana kebijakan redaksional di redaksi Liputan 6.com digunakan dalam memproduksi berita yang menggunakan teori hirarki isi pesan media massa seperti yang diungkapkan oleh Shoemaker dan Reese, berdasarkan temuan penelitian yang telah peneliti peroleh berupa data dan hasil wawancara mendalam. Ada beberapa aspek dari lima tingkatan yang mempengaruhi kebijakan ini. Penelitian penulis relevan dengan penelitian ini karena sama-sama ingin membahas kebijakan dan metodologi yang digunakan juga berbeda.

2. Hasil penelitian Natalia Frederika Honsujaya, Abdul Gafar (2019)

Penelitian pada jurnal Natalia Frederika Honsujaya, Abdul Gafar yang berjudul Kebijakan Redaksional News Departement Di NET (*News And Entertainment Television*) Dalam Pengelolaan *Citizen Journalism*. Pada penelitian ini membahas tentang kebijakan redaksional news department di NETV dalam pengelolaan citizen journalism, telah dilakukan penelitian dalam upaya menemukan atau menelusuri substansi dari permasalahan yang terkait dengan kebijakan redaksional, hasil penelitian ini merupakan data yang diolah berdasarkan teknik analisis data. Data yang diperoleh dalam penelitian dilakukan melalui proses observasi dan wawancara.

Penelitian ini menggunakan teori gatekeeping dan merupakan bentuk penelitian deskriptif kualitatif. Penjaga gerbang memilih informasi apa yang dapat dikomunikasikan kepada kelompok atau individu dan

informasi apa yang tidak dapat, yang telah memengaruhi teori kontrol sosial dan pembentukan agenda. Orang-orang di media yang memiliki kewenangan untuk membuka atau menutup pesan media seperti berita, konsep, atau gagasan dikenal sebagai *theory gatekeepers*. Relevansi persamaan karena sama-sama tertarik mempelajari kebijakan redaksi, persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis menjadi relevan. Teori dan metodologi yang digunakan juga berbeda.

3. Hasil penelitian Waode Mukhriyah Binti Yasin, La Tarifa, Marsia Sumule.G (2019)

Penelitian pada jurnal Waode Mukhriya Binti Yasin, La Tarifa, Marsia Sumule.G yang berjudul Kebijakan Redaksional LKBN Antara Biro Sultra Dalam Pemberitaan Kekerasan Seksual Anak Dan Perempuan di Sulawesi Tenggara. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengkaji kebijakan redaksional lkbn antara biro sultra dalam pemberitaan kekerasan seksual anak.

Teori yang digunakan adalah teori hirarki, dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan temuan penelitian ini, berbagai elemen dalam teori hirarki pengaruh berdampak pada kebijakan LKBN Antara Biro Sulawesi Tenggara dalam pemberitaan anak dan perempuan di Sulawesi Tenggara. Fakta bahwa penelitian ini dan penelitian penulis sama-sama melihat kebijakan editorial membuat persamaan dan perbedaan antara

kedua penelitian tersebut menjadi relevan. Penelitian penulis berbeda dari penelitian sebelumnya karena dilakukan dengan menggunakan metodologi yang berbeda.

4. Hasil penelitian Andreas Tri Pamungkas, Olivia Lewi Pramesti (2021)

Penelitian pada jurnal Andreas Tri Pamungkas, Olivia Lewi Pramesti yang berjudul Kebijakan Redaksional Media Lokal di Yogyakarta Dalam Pemberitaan Covid-19. Pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam pada redaksi, teori yang digunakan adalah teori agenda setting. Hasil pengumpulan data menggunakan wawancara yang mendalam.

Berdasarkan temuan investigasi tersebut, tim redaksi Harian Jogja menyimpulkan bahwa Pemerintah Daerah DIY menangani Covid-19 relatif lambat. Terlepas dari tantangan dalam mendapatkan akses ke sumber, kedua staf redaksi dengan cepat mempertimbangkan faktor keandalan. Tribun Jogja dan Harian Jogja mengakui tidak berdaya, namun pemberitaan lebih mengandalkan kutipan dari para ahli untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang risiko yang ditimbulkan oleh COVID-19. Mengingat kajian kedua penulis berfokus pada kebijakan redaksional, persamaan dan perbedaan ini penting bagi penelitian para penulis. Teori yang diterapkan membuat perbedaan.

5. Hasil penelitian Nur Asrianti, Achmad Herman, Andi Akifah (2019)

Penelitian pada jurnal Nur Arianti, Achmad Herman, Andi Akifah yang berjudul Kebijakan Redaksi Kompas TV Makassar Dalam Menyangkan Berita. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, teori yang digunakan adalah teori hirarki.

Teori hierarki digunakan untuk menginterpretasikan data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam. Berdasarkan temuan kajian ini, redaksi Kompas TV memiliki kewenangan untuk memutuskan apakah akan menayangkan artikel berita atau tidak. Beberapa berita bahkan mungkin disiarkan lebih dari satu kali dalam beberapa hari, sementara yang lain mungkin tidak ditayangkan karena berita lain telah ditayangkan dan waktu yang ditentukan telah lewat. itu. Fakta bahwa penelitian ini dan penelitian penulis sama-sama melihat kebijakan redaksional membuat persamaan dan perbedaan antara kedua penelitian tersebut menjadi relevan. Penelitian penulis berbeda dari penelitian sebelumnya karena dilakukan dengan menggunakan metodologi yang berbeda.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan**

<b>Nama Peneliti</b>	Tri Cahyani, Laksmi Rachmaria (2018)	Natalia Frederika Honsujaya,	Waode Mukhriyah Binti Yasin, La Tarifa,	Andreas Tri Pamungkas, Olivia Lewi	Nur Asrianti, Achmad Herman,
--------------------------	---	------------------------------------	--	--	------------------------------------

		Abdul Gafar (2019)	Marsia Sumule.G (2019)	Pramesti (2021)	Andi Akifah (2019)
<b>Judul</b>	Kebijakan Redaksional Di Redaksi Liputan 6.com Dalam Memproduksi Berita.	Kebijakan Redaksional News Departement Di NET ( <i>News And Entertainment Television</i> ) Dalam Pengelolaan <i>Citizen Journalism</i> .	Kebijakan Redaksional LKBN Antara Biro Sultra Dalam Pemberitaan Kekerasan Seksual Anak Dan Perempuan di Sulawesi Tenggara.	Kebijakan Redaksional Media Lokal di Yogyakarta Dalam Pemberitaan Covid-19.	Kebijakan Redaksi Kompas TV Makassar Dalam Menyangkan Berita.
<b>Tujuan Penelitian</b>	Untuk mengetahui kebijakan redaksional	Untuk mengetahui kebijakan redaksional	Untuk mengetahui Kebijakan Redaksional	Untuk mengetahui Kebijakan Redaksional	Untuk mengetahui Kebijakan Redaksi

	Liputan 6.com dalam memproduksi berita	News Departement di NET dalam pengelolaan <i>citizen journalism</i>	LKBN Antara Biro Sultra Dalam Pemberitaan Kekerasan Seksual Anak Dan Perempuan di Sulawesi Tenggara.	Media Lokal di Yogyakarta Dalam Pemberitaan Covid-19	Kompas TV Makassar Dalam Menyangkan Berita.
<b>Teori</b>	Teori Hirarki <i>Shoemaker &amp; Reese</i>	Teori <i>Gatekeeping</i>	Teori Hirarki	Teori Agenda Setting	Teori Hirarki
<b>Hasil</b>	Pada penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme merupakan	Pada penelitian ini membahas tentang kebijakan redaksional news department di	Berdasarkan hasil penelitian ini kebijakan LKBN Antara Biro Sultra dalam	Berdasarkan hasil penelitian ini redaksi Harian Jogja menilai	Hasil penelitian ini redaksi Kompas TV memiliki hak untuk menyangkan

suatu paradigma penelitian yang fokus pada subjektifitas penelitian, paradigma positivism lebih mengarah kepada pendekatan penelitian kualitatif, karena peneliti ingin memperoleh informasi tentang kebijakan	NETV dalam pengelolaan citizen journalism, telah dilakukan penelitian dalam upaya menemukan atau menelusuri substansi dari permasalahan yang terkait dengan kebijakan redaksional	pemberitaan anak dan perempuan di Sulawesi Tenggara juga di pengaruhi dari beberapa faktor yang ada dalam teori hirarki pengaruh.	Pemda DIY tergolong lambat dalam melakukan penanganan Covid-19, di tengah kesulitan mengakses sumber, kedua redaksi dalam waktu yang terbatas mempertimbangkan aspek realibility. Tribun	dan tidak menayangkan sebuah berita, bahkan ada berita yang bisa tayang lebih dari sekali di hari yang berbeda, ada berita yang tidak tayang karena ada berita yang ditayangkan terlebih dahulu dan waktu sudah habis untuk segmen berita tersebut.
--	---	---	--	---



	<p>redaksional di redaksi Liputan 6.com dalam memproduksi berita.</p>			<p>Jogja dan Harian Jogja mengaku tidak ada pilihan lain, pemberitaan lebih mengandalk an pernyataan- pernyataan dari pakar untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai bahaya Covid-19.</p>	
--	---	--	--	--	--



<p><b>Kesimpulan</b></p>	<p>Dari kelima faktor dalam teori hirarki, bahwa keempat level tersebut bagaimana level tersebut memperlihatkan an dalam proses memproduksi berita pada media online Liputan 6.com</p>	<p>Kebijakan redaksional pada <i>citizen journalism</i> semuanya berdasar pada pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh KPI dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh de</p>	<p>Bahwa kebijakan redaksional yang berlaku di Antara Biro Sultra perihal tidak muatnya berita kasus kekerasan seksual yang di alami anak perempuan di</p>	<p>Kebijakan redaksi ini menentukan keberhasilan media massa sebagai pilar keempat demokrasi dalam mengawal kebijakan pemerintah</p>	<p>Pada hasil penelitian ini kriteria yang layak untuk ditayangkan harus memiliki sifat adil atau tidak memihak kepada siapapun</p>
--------------------------	--	---	--	--	---

## 2.2 Kerangka Konsep

### 2.2.1 Kebijakan Redaksional

Adanya kebijakan redaksional ini merupakan hal yang sangat penting bagi seluruh media, karena dengan adanya kebijakan redaksional ini salah satu pembeda antara media dengan media lainnya. Sehingga kalau sebuah media tidak mempunyai kebijakan redaksional ini maka dalam media tersebut untuk menyampaikan sebuah beritanya tidak akan konsisten.

#### 1. Pengertian Kebijakan

Gunawan Wiradi mengatakan bahwa kebijakan secara umum ini dapat diartikan sebagai kearifan mengelok. Dalam ilmu sosial, kebijakan diartikan sebagai dasar-dasar haluan untuk menentukan langkah-langkah tindakan dalam mencapainya suatu tujuan tersebut.<sup>7</sup>

Kebijakan dijelaskan dalam ilmu-ilmu sosial sebagai dasar-dasar arah untuk memilih arah tindakan untuk mencapai suatu tujuan. Untuk memastikan konsistensi atau keharmonisan bahasa di antara reporter dan untuk membantu reporter memahami kekhasan suatu media, kebijakan redaksi ini juga ditetapkan sebagai standar bagi reporter.

---

<sup>7</sup> Dewan Pers, *Ensiklopedia Nasional Indonesia*, Jilid 8, (Jakarta: PT Cipta Adi Pustaka, 1993), h.263

## 2. Pengertian Redaksional

Redaksi ini memainkan peran penting dalam ranah media komunikasi massa. Tugas redaksi juga memilih dan merevisi naskah yang akan dicetak atau dipublikasikan secara online. Redaksi yang menunjukkan komponen penting dari organisasi komunikasi massa yang bertugas untuk mengontrol konten media cetak dan elektronik. Secara umum, redaksi memiliki tanggung jawab yang besar untuk mengumpulkan, mengawasi, mempresentasikan, dan memproduksi naskah sesuai dengan tujuan media tersebut.

Dalam *Ensiklopedia Pers Indonesia*, Kurniawan Junaedi mendefinisikan:

“Redaksi adalah bagian atau orang dalam sebuah organisasi pers yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita. Pertimbangan yang digunakan bias menyangkut aspek apakah tulisan atau berita itu bernilai berita atau tidak, menarik tidaknya bagi pembaca, serta menjaga corak politik yang dianut penerbit pers tersebut. Di samping itu, bertugas untuk memperhatikan bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan

atau beritanya, termasuk di dalamnya menjaga agar tidak salah”.<sup>8</sup>

### 3. Pengertian Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional adalah merupakan dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberikan atau menyiarkan suatu berita.

Kebijakan redaksional juga merupakan sikap redaksional yang diambil oleh suatu organisasi media massa, khususnya media cetak, terhadap peristiwa terkini yang biasanya diberitakan sebagai berita..<sup>9</sup>

Sesuai dengan visi dan tujuan media massa, kebijakan redaksi ini bertindak sebagai acuan atau pedoman yang menjadi landasan bidang redaksi. Berita besar, yang tentunya memiliki nilai berita tertinggi dari semua berita yang masuk ke meja redaksi, juga terikat dengan kebijakan ini karena menjadi alasan mengapa berita tersebut dapat diterbitkan.

Dari pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa kebijakan redaksional adalah ketetapan yang dijadikan

---

<sup>8</sup> Kurniawan Junaedhie, *Ensiklopedia Pers Indonesia*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1991), h. 226

<sup>9</sup> Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), h.152

landasan atau pedoman dasar oleh sebuah media massa, termasuk Tempo.co. Tempo.co menjadikan kebijakan redaksional yang telah mereka tetapkan sebagai acuan dalam menentukan sikap terhadap isu tertentu, dan juga sebagai dasar pertimbangan dalam memilih berita apa saja yang layak atau tidak layak untuk diterbitkan pada halaman berita mereka.

### **2.2.2 Media Online Sebagai Media Baru**

Kemajuan teknologi tidak hanya mempengaruhi cara penyampaian informasi melalui media secara signifikan. Kemajuan teknologi ini memunculkan makna baru yang mungkin berdampak pada bagaimana teknologi dan informasi tentang masa depan berkembang di masa depan. Media sosial adalah salah satu jenis media yang memanfaatkan teknologi internet; itu dilihat sebagai media baru dan tidak hanya digunakan untuk komunikasi individu atau kelompok. Sehubungan dengan hal tersebut, kami menyadari bahwa munculnya media baru, seperti jejaring sosial, akan mengubah ruang lingkup televisi dan radio tradisional serta media cetak, seperti surat kabar dan majalah.

Dalam buku Teori Komunikasi Massa, McQuail menjelaskan bahwa “Media Baru atau *New Media* adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru

dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. Menurut Denis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.<sup>10</sup>

Selalu ada satu komunikator yang membutuhkan media untuk berekspresi saat berkomunikasi dengan audiens. Ada banyak media dan bentuk komunikasi massa yang digunakan, jenis komunikasi waktu yang dimungkinkan tergantung pada bagaimana usia berkembang juga. Ada beberapa pilihan media yang tersedia di era digital ini, antara lain televisi, media cetak, bahkan media online. Membuat konsumen menikmati akses media informasi yang cepat dan mudah kini sedang dilakukan. Padahal, hampir setiap orang saat ini, atau mereka yang hidup di era digital, memiliki teknologi yang dapat mereka gunakan untuk mengakses informasi, seperti smartphone atau gadget sejenis. Ini akan memudahkan komunikator untuk berkomunikasi dengan banyak orang.

### 2.2.3 Media Online

Media yang disampaikan secara online pada website disebut sebagai cybermedia, atau media online. Media siber didefinisikan sebagai

---

<sup>10</sup> McQuail, Denis. *Teori komunikasi massa*. (Jakarta: Salemba Humanika. 2011). H. 43

segala bentuk media yang menggunakan internet dan melakukan kegiatan jurnalistik serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan oleh Dewan Pers, sebagaimana tercantum dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang diterbitkan oleh Dewan Pers. Media online dapat dianggap sebagai jenis media ketiga, setelah media elektronik (radio, televisi, film/video) dan media cetak (koran, tabloid, majalah, dan buku).<sup>11</sup>

Kendati demikian media online ini dapat dikatakan produk dari jurnalistik online yang dimaksud sebagai laporan sebuah fakta atau peristiwa yang akan diproduksi dan disebarluaskan melalui internet.

Media online ini berbasis telekomunikasi dan multimedia, yang termasuk ke dalam kategori media online ialah portal, website, media sosial, radio online, dan email.<sup>12</sup>

#### **2.2.4 Berita**

Berita merupakan sajian utama sebuah media massa di samping opini. Mencari bahan berita lalu menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah pemberitaan pers (media massa).<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Asep Syamsul, *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018). Hal 34.

<sup>12</sup> Ibid. Hal 36.

<sup>13</sup> Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Praktis: Untuk Pemula*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), h. 3.



Informasi mengenai peristiwa terkini atau kejadian sebelumnya disajikan sebagai berita. Berita dapat diumumkan secara langsung atau dari mulut ke mulut. Selain itu, ada juga masyarakat yang menggunakan media baru, antara lain internet, serta media tradisional seperti televisi dan radio serta media cetak seperti koran dan majalah.

Karena waktu kita terbatas untuk berdamai dengan internet, media elektronik menjamur di masyarakat dan menjadi kebutuhan untuk memperoleh informasi tambahan yang tidak bisa ditinggalkan. Penulis berita untuk media cetak atau elektronik harus mempertimbangkan lima W dan satu H, atau “What, Why, Where, Who, When, and How” yang merupakan singkatan dari “Apa yang terjadi, di mana terjadi, kapan terjadi, siapa terlibat, mengapa hal itu bisa terjadi, dan bagaimana hal itu terjadi.

Berita menjadi menarik dan berkualitas ketika ditulis berdasarkan fakta dan peristiwa yang telah terjadi, berita biasanya dalam judul yang digunakan, sedangkan dalam Media elektronik tentang berita juga memiliki daya tarik ketika disampaikan dengan baik dan juga menggunakan visual yang baik. Judul sangat penting untuk disampaikan kepada pembaca dalam berita. Judul berita digunakan untuk merangkum isi berita kepada pembaca tentang isi berita. Hal yang sama dengan media cetak, media elektronik juga harus memiliki judul yang bagus agar dapat dikenali diterima oleh audiens atau pendengar.

### 2.2.5 Nilai Berita

Alasan keputusan suatu media mengenai berita yang akan disajikan kepada publik adalah nilai berita tersebut. Untuk menilai sikap terhadap berita dan layak atau tidaknya berita untuk diterbitkan atau dipublikasikan, tim redaksi menggunakan media ini sebagai acuan atau pedoman dalam kebijakan redaksi.

Seperangkat standar yang dikenal sebagai nilai berita digunakan untuk menentukan apakah suatu peristiwa cukup signifikan untuk diliput. Mencher yang dikutip Baksin menyebutkan beberapa unsur yang menentukan layak atau tidaknya sebuah peristiwa untuk diberitakan, antara lain:

1. Sebuah urgensi waktu tidak lekang oleh waktu. peristiwa terkini atau baru-baru ini
2. Suatu kejadian yang disebut dampak memiliki potensi untuk mempengaruhi banyak individu.
3. Peristiwa yang menonjol adalah peristiwa yang memiliki kepentingan signifikan bagi seseorang atau organisasi.
4. Kedekatan adalah kedekatan suatu peristiwa dengan seseorang, baik secara fisik maupun emosional.
5. Konflik adalah peristiwa atau peristiwa yang melibatkan konflik antara individu, masyarakat, atau institusi.

6. Unusual adalah kejadian yang tidak biasa dan merupakan pengecualian dari pengalaman sehari-hari.

7. *The currency* adalah hal-hal yang sedang menjadi bahan pembicaraan orang banyak.<sup>14</sup>

### 2.2.6 Unsur Kelayakan dalam Berita

Menurut Kusumaningrat (2005: 47–58), ada lima kualitas unik berita yang menjadi dasar prinsip kerja dan menetapkan jenis teknik pelaporan yang berlaku sebagai standar dalam menyajikan dan menilai kelayakan suatu berita. Karakteristik ini adalah sebagai berikut:

- a. Berita harus akurat, sehingga wartawan harus memperhatikan detail ketika melaporkan informasi yang diperoleh dari sumber berita.
- b. Berita harus komprehensif, adil, dan berimbang, artinya seorang reporter berita harus menyajikan fakta apa adanya dengan menyusun informasi yang proporsional, adil, dan berimbang.
- c. Berita harus objektif, artinya harus mencerminkan realitas dan bebas dari bias dan pemberitaan sepihak.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Jurnalisme Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2005), h. 56.

<sup>15</sup> Hikmat Kusumaningrat, *Jurnalistik : Teori dan Praktik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) h. 47-58

- d. Berita harus singkat dan sederhana, artinya harus mudah dipahami, disampaikan secara jelas, ringkas, dan lugas tanpa menggunakan kata-kata yang terlalu panjang.
- e. Berita harus hangat, masyarakat membutuhkan berita untuk dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi dan untuk dapat mengambil keputusan yang terbaik bila diperlukan, oleh karena itu berita harus bersifat hangat, artinya berita harus baru.

## **2.3 Kerangka Teori dan Konsep yang Digunakan**

### **2.3.1 Teori Hirarki**

Hirarki teori pengaruh merupakan untuk menggambarkan dampak internal dan eksternal dalam isi berita suatu media dan pertama kali diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*.

Kepentingan pemilik media, kebutuhan individu jurnalis sebagai konsumen berita, dan rutinitas organisasi media sebenarnya merupakan faktor yang memiliki pengaruh internal terhadap konten media. Sedangkan pemasar, pemerintah, masyarakat, dan pengaruh eksternal lainnya adalah contoh variabel eksternal yang mempengaruhi isi media.

Teori hirarki digunakan oleh peneliti untuk mengevaluasi kebijakan Tempo.co karena menjelaskan bagaimana tingkatan yang berbeda dapat mempengaruhi liputan media. Shoemaker dan Reese mengkategorikan tingkat pengaruh media menjadi lima level, sebagai berikut.<sup>16</sup>

### 1. Level Individu Pekerja Media

Pada level ini, mempelajari efek pemberitaan dari sisi individu pekerja media. Pemberitaan di media massa tidak lepas dari individu pekerja media, dalam hal ini wartawan. Sebab wartawan yang setiap harinya, mencari dan menulis berita dari peristiwa yang diperoleh saat di lapangan. Tidak menutup kemungkinan, pengaruh penulisan berita terjadi pada saat wartawan mulai menentukan angle berita sebelum peliputan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pekerja media,<sup>17</sup> antara lain:

#### a. Latar Belakang dan karakteristik

Ada beberapa faktor yang dapat membentuk latar belakang dan karakteristik pekerja media antara

---

<sup>16</sup> Werner J. Saverin, dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi 5 cet.2*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 226.

<sup>17</sup> Werner J. Saverin dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa, Edisi ke Lima*, (Jakarta : Kencana Pernada Media Group, 2005), h. 277

lain jenis kelamin, suku/etnis, orientasi seks, pendidikan, evolusi komunikasi karir, rata-rata atau elite.

b. Sikap-sikap personal, nilai-nilai, dan kepercayaan

Dalam menulis berita, seorang jurnalis dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti nilai-nilai dan kepercayaan, sikap politik, orientasi agama, sehingga beritanya lebih mudah dikonstruksi.

2. Level Rutinitas Media

Pada level ini penulis akan meninjau faktor-faktor yang mempengaruhi isi berita dilihat dari rutinitas media. Rutinitas media meliputi apa yang diterima oleh media massa dipengaruhi oleh praktik komunikasi sehari-hari komunikator, antara lain deadline atau tenggat waktu, kebutuhan ruang dalam publikasi, struktur piramida terbalik untuk penulisan berita, nilai berita, standar objektivitas, dan kepercayaan wartawan terhadap sumber berita.

Dalam membentuk rutinitas media terdapat beberapa unsur yang saling berkaitan dan berkesinambungan yaitu

pengolah (organisasi media), khalayak (konsumen), pemasok (sumber berita).<sup>18</sup>

a. Processor (organisasi media)

Biasanya yang dimaksud dengan processor dalam media massa adalah editor atau lebih dikenal dengan nama *gatekeeper*. Editor bertugas untuk menentukan apakah suatu berita layak atau tidak untuk diterbitkan. Setiap keputusan yang diambil oleh editor berawal pada meja redaksi.

b. Consumer (audiens)

Untuk menarik perhatian pembaca, hendaknya media massa mengemas berita dari halaman pertama (*headline*) dengan konsep yang berbeda dari media lain. Tetapi tidak melupakan unsur fakta.

c. Supplier (sumber berita)

Banyak ahli atau pakar yang menjadi “idola” pada wartawan. Bukan hanya mereka terkenal atau sering muncul di media massa, tetapi karena mereka

---

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 278.

memiliki kriteria yang dibutuhkan oleh para wartawan.<sup>19</sup>

### 3. Level Organisasi Media

Pada level ini, menggali lebih dalam efek pemberitaan dilihat dari sisi organisasi. Seberapa besar pengaruh organisasi media dalam mempengaruhi isi pemberitaan, sebab organisasi media memiliki beberapa tujuan salah satunya adalah bagaimana cara menghasilkan uang.<sup>20</sup>

#### a. Pengaruh Pemilik Media<sup>21</sup>

Para petinggi media yang salah satunya adalah pemilik media kerap menggunakan kekuasaannya untuk memberikan keputusan. Walaupun seorang reporter sudah berusaha untuk bersikap independen, tetapi terkadang pemilik media membuat keputusan untuk kepentingan mereka. Pemilik media sangat sensitif terhadap tanggung jawab jurnalistik untuk bertindak netral dalam urusan pemberitaan.<sup>22</sup>

### 4. Level Ekstra Media

---

<sup>19</sup> Aceng Abdullah, *Press Relations Kiat Berhubungan Dengan Media Massa* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 67-79

<sup>20</sup> Werner J. Saverin dan James W. Tankard, *Opcit*, h. 278

<sup>21</sup> Denis McQuail, *Komunikasi Massa* Edisi Enam, (Jakarta : Penerbit Salemba Humanika, 2011), h. 22-33

<sup>22</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa* Edisi Ke Delapan, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), h.317



Pada level ini, membahas mengenai faktor luar organisasi yang dapat mempengaruhi isi berita. Pengaruh ini meliputi kelompok yang memiliki kepentingan untuk melobi dan mendapatkan persetujuan maupun menolak jenis isi berita tertentu seperti pemerintah yang mengatur isi secara langsung dengan undang-undang pencemaran nama baik dan ketidaksopanan<sup>23</sup>. Pengaruh tersebut berasal dari :

a. Sumber Berita<sup>24</sup>

Selain ada desakan atau tekanan dari internal media, seorang jurnalis juga terkadang mendapat tekanan dari luar mediana. Salah satunya adalah sumber berita. Banyak kejadian yang dapat menggambarkan situasi tersebut, sebagai contoh, sumber berita penting di Pengadilan tidak terima karena berita yang mucul tidak sesuai dengan keinginannya.<sup>25</sup>

b. Pengiklan<sup>26</sup> dan Penonton

Kelompok kepentingan tertentu sering kali membuat tekanan terhadap pemberitaan sebuah media. Biasanya

---

<sup>23</sup> Werner J. Saverin dan James W. Tankard, Jr, *Opcit*, h. 278

<sup>24</sup> Denis McQuail, *Opcit*, h. 58-59

<sup>25</sup> John Vivian, *Opcit*, h. 318

<sup>26</sup> Denis McQuail, *Opcit*, h.23-24

usaha tersebut dilakukan pada kalangan petinggi atau elite sebuah media massa.<sup>27</sup>

c. Kontrol Pemerintah

Pemerintah biasanya akan mengontrol setiap pemberitaan yang dinilai tidak sesuai, jika dirasa pemberitaan itu merugikan pihak pemerintah, maka tidak menutup kemungkinan pemerintah akan memberikan teguran bahkan surat somasi agar pemberitaan yang telah dimuat segera ditarik atau diklarifikasi.

d. Pangsa Pasar<sup>28</sup>

Bagi media massa, pangsa pasar cukup menentukan arah dan mempengaruhi media massa. Terkadang, media massa dewasa ini harus mengikuti apa saja pemberitaan yang diminati oleh pembaca sebagai pangsa pasar, kemudian hal tersebut akan diikuti media massa agar tidak kehilangan pembaca setinya.

e. Teknologi

Peranan teknologi dewasa ini juga turut andil mengubah pola pikir dan cara kerja media massa.

---

<sup>27</sup> John Vivian, *Opcit*, h.317

<sup>28</sup> Denis McQuail, *Opcit*, h.148-149

Bahkan media sosial saat ini dapat dijadikan pemberitaan jika ada postingan dari tokoh nasional yang gemar memberikan pernyataan melalui media sosial pribadinya.

#### 5. Level Ideologi Media

Pengaruh level ideologi yang terjadi pada sebuah isi sebuah media, biasanya bersifat abstrak atau tidak ada aturan yang baru mengenai level ideologi tersebut, tetapi hal itu sangat mempengaruhi sebuah media karena bersifat tidak memaksa dan bergerak di luar kesadaran keseluruhan organisasi media itu sendiri.

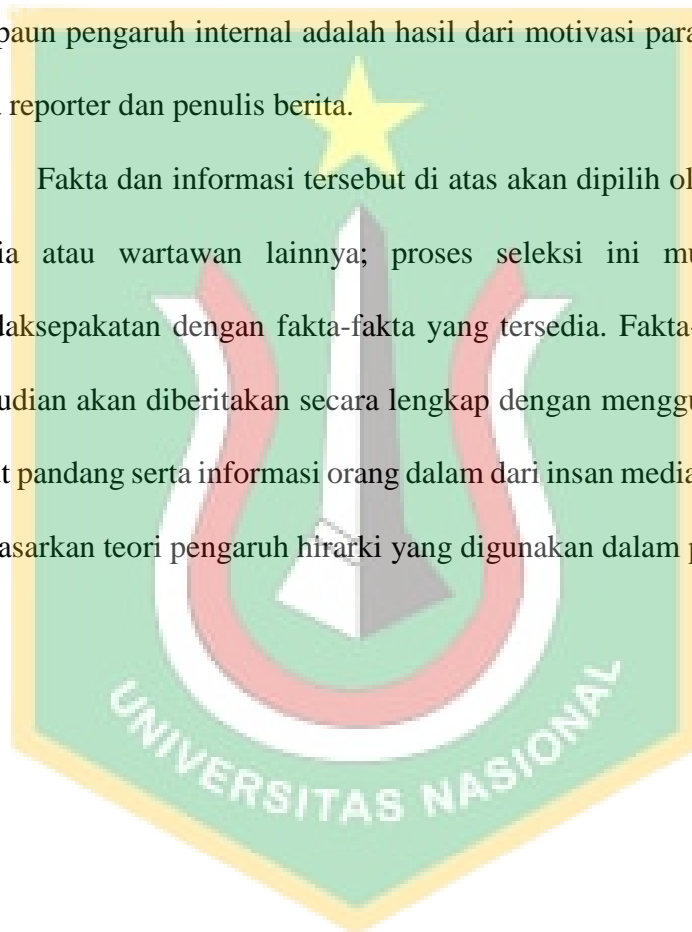
### 2.4 Kerangka Pemikiran

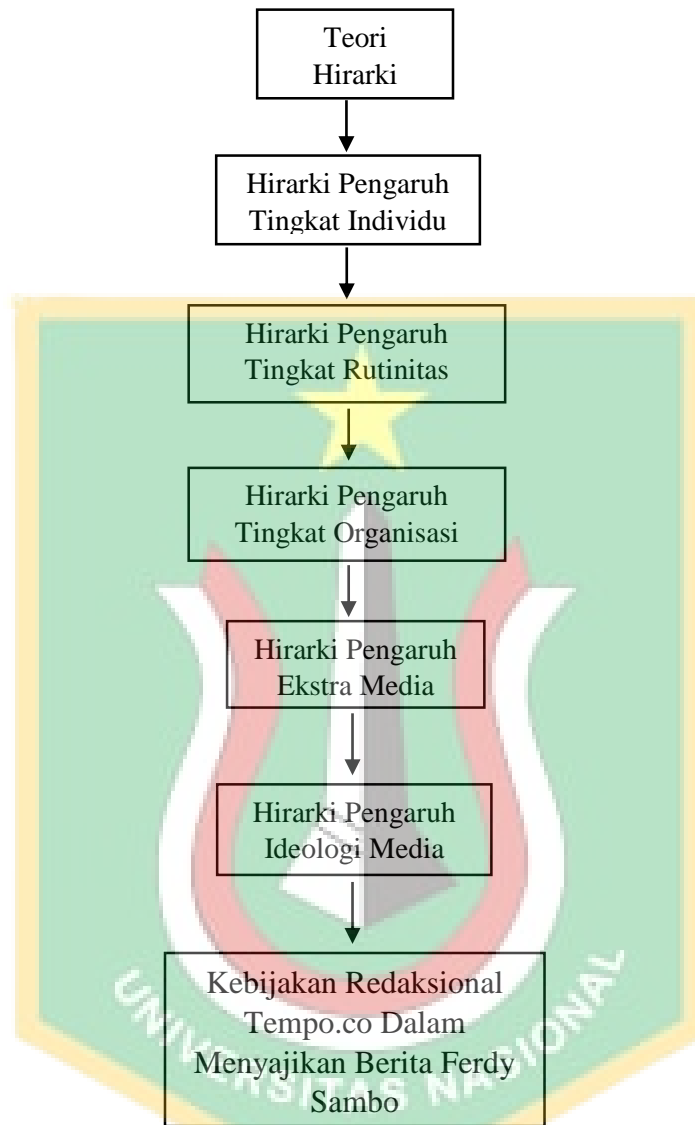
Kerangka pemikiran adalah pemetaan untuk menggambarkan alur pemikiran peneliti yang melakukan penelitian. Tidak diragukan lagi, kerangka pemikiran ini memiliki esensi untuk menjelaskan hukum atau teori yang sesuai dengan subjek yang dipelajari dan didasarkan pada teknik kutipan yang benar, pikiran anggota, pikiran yang benar untuk menetapkan sub fokus penelitian, dan adanya teori dasar untuk memperkuat peneliti.

Dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan bagaimana kebijakan redaksional Tempo.co dalam menyajikan sebuah berita Ferdy Sambo, dengan menggunakan teori hierarki. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Pamela

J. Shoemaker dan Stephen Reese, yang menjelaskan bagaimana media dapat mempengaruhi setiap aspek dari suatu situasi, baik eksternal maupun internal media itu sendiri, menyebabkannya menyimpang dari realitas yang terlihat. Kerusakan eksternal berasal baik dari pihak lawan maupun pemerintah. Adapun pengaruh internal adalah hasil dari motivasi para profesional media serta reporter dan penulis berita.

Fakta dan informasi tersebut di atas akan dipilih oleh para profesional media atau wartawan lainnya; proses seleksi ini mungkin melibatkan ketidaksepakatan dengan fakta-fakta yang tersedia. Fakta-fakta yang terpilih kemudian akan diberitakan secara lengkap dengan menggunakan kalimat dan sudut pandang serta informasi orang dalam dari insan media terkait. Kemudian, berdasarkan teori pengaruh hirarki yang digunakan dalam penelitian ini.





*Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran Penelitian*

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022