

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Adapun penelitian terdahulu bertujuan untuk menentukan posisi penelitian dan menjelaskan perbedaannya. Peneliti terdahulu sangat berguna untuk perbandingan guna penelitian yang dilakukan penulis benar-benar orisinal. Penelitian terdahulu yang penulis maksud adalah sebagai berikut.

**Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti /Tahun	Judul	Objek & Teori	Metode	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Zakaria, (2010) <b>Skripsi</b>	Kebijakan Redaksional Kabar Republika Dalam Penulisan Berita Pada Rubrik Internasional Khusus Presiden Joko Widodo,	<b>Objek :</b> Mempelajari pengertian, proses pengembangan, dan penerapan kebijakan redaksional di media <b>Teori :</b> Agenda Setting	Secara metodologis Pendekatan Kualitatif diambil	Penelitian ini menunjukkan bahwa jika sebuah berita memiliki nilai berita dan berpihak pada umat Islam, maka akan melewati kebijakan redaksi Republika dan diterbitkan di bawah tajuk internasional.

No	Peneliti /Tahun	Judul	Objek & Teori	Metode	Hasil Penelitian
2	Yuli Ristiono (2008) <b>Skripsi</b>	Foto dan Headline dari Arsip Pesan SKH Kedaulatan Rakyat Juli 2008 Dianalisis	<b>Objek :</b> Analisis foto dan headline <b>Teori :</b> Analisis semiotika Roland Barthes	Analisis semiotika yang digunakan adalah pendekatan kualitatif interpretatif sesuai dengan Roland Barthes	Berdasarkan temuan penelitian ini, foto headline harian SKH Kedaulatan Rakyat edisi Juli 2008 dikemas dengan ulasan dan informasi yang berwawasan. Tidak mungkin memisahkan foto-foto yang ditampilkan dari sikap redaksi surat kabar.
3	Muhamma d Idhan Ama (2013) <b>Skripsi</b>	Kebijakan Redaksionl harian FAJAR dalam Menentukan Foto Headline	<b>Objek :</b> Kebijakan redaksi dalam menentukan foto headline <b>Teori :</b> Proses Gate keeping .	Kualitatif – Deskriptif	Hasil Telah ditentukan melalui penelitian bahwa proses penetapan sebuah foto sebagai gambar halaman depan Harian Fajar dimulai ketika fotografer mengunggah gambar tersebut ke server redaksi surat kabar dan diakhiri dengan putaran debat antara Pemimpin Redaksi, Pemimpin Redaksi Foto, Pemimpin Redaksi Tata Letak, dan Kepala Koordinator Kompartemen. Padahal, kriteria yang digunakan Harian Fajar untuk memilih gambar unggulannya untuk halaman depan adalah pertimbangan-pertimbangan yang diperhitungkan.
4.	Aragea Noorma Gustina, (2017) <b>Skripsi</b>	Kebijakan Redaksional Republika Online Dalam Menentukan Nilai HumanInterest Pada Berita Feature Di Kanal Leisure.	<b>Objek :</b> Kebijakan Redaksional dalam menentukan human interest pada kanal Republika Online <b>Teori:</b> Teori	Kualitatif – Deskriptif	Penelitian ini menunjukkan bahwa aturan editorial Republika Online (ROL) disusun berdasarkan bagaimana organisasi berita memilih untuk meliput topik yang sedang tren sambil tetap setia pada prinsip pendiriannya

No	Peneliti /Tahun	Judul	Objek & Teori	Metode	Hasil Penelitian
			Agenda Setting		
5	Dendy Irawan, (2010) <b>Skripsi</b>	Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya Di Kabupaten Jember	<b>Objek :</b> Strategi mempertahankan eksistensi sebagai media terpercaya <b>Teori :</b> Teori konvergensi	Kualitatif – Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harian Radar Jember, media terpercaya di kalangan masyarakat Kabupaten Jember, telah melakukan beberapa langkah untuk memastikan eksistensinya, antara lain: melakukan berbagai inovasi; menyediakan rubrik khusus untuk pembaca konsumen; mengangkat isu-isu lokal; sinkronisasi media cetak dan digital; berkolaborasi dengan berbagai pihak; dan tentunya terus menyajikan berita-berita aktual dan faktual.

Mencermati kelima penelitian terdahulu seperti diuraikan di atas, dapat dikatakan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaan yang dimaksud adalah pada permasalahan secara umum, yaitu tentang Kebijakan Redaksi dan Foto Headline. Namun perbedaan yang nampak dari penelitian yang akan peneliti lakukan dengan peneliti terdahulu adalah pada lokasi dan waktu penelitian, substansi permasalahan dan metode penelitian yang digunakan serta teori yang dijadikan acuan dalam meneliti.

Ahmad zakaria dalam penelitiannya berjudul “Kebijakan Redaksional Kabar *Republika* Dalam Penulisan Berita Pada Rubrik Internasional” pada tahun 2010. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Berdasarkan temuan penelitian ini, tampak bahwa berita-berita positif tentang umat Islam memiliki peluang yang lebih besar untuk lolos dari kebijakan redaksi *Republika* untuk diterbitkan dibandingkan berita-berita lain yang berada di bawah payung

internasional. Sedangkan penelitian penulis sendiri berfokus pada foto *Headline*, penelitian ini berfokus pada penulisan berita di rubrik *Internasional*.<sup>4</sup>

Selama bulan Juli 2008, Yuli Ristiono melakukan analisis pesan foto utama pada SKH *Kedaulatan Rakyat*. Sesuai dengan analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini menggunakan metode kualitatif interpretatif. Berdasarkan temuan penelitian ini, gambar unggulan *Keputusan Kedaulatan Rakyat* menyampaikan beberapa sinyal penting. Ini adalah gambaran yang ingin dilihat oleh pembaca, dan secara intrinsik terkait dengan sikap editorial organisasi berita. Penelitian penulis sendiri menentukan *headline* foto menggunakan teori *Gatekeeper* dan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan penelitian ini menganalisisnya menggunakan teori *Semiotika* Roland Barthes namun tidak menyertakan wawancara.<sup>5</sup>

Menurut hasil kajian Muhammad Idham Ama tahun 2013 berjudul “*Kebijakan Redaksi Harian FAJAR Dalam Menentukan Foto Headline*”. Pendekatan deskriptif kualitatif diadopsi untuk penyelidikan ini. Berdasarkan temuan, kebijakan redaksi Harian *FAJAR* sangat mirip dengan Harian *FAJAR* dalam menentukan foto *headline*, dimulai dengan fotografer mengupload foto ke *server* redaksi dan diakhiri dengan diskusi antara coordinator kompartemen/editor halaman satu, coordinator foto, layouter, dan pemimpin redaksi. Foto sampul Harian *Fajar* ditentukan berdasarkan serangkaian kriteria. Berbeda dengan penelitian penulis sendiri yang menggunakan teori *Gatekeeper* dan tidak

---

<sup>4</sup> Ahmad Zakaria , Skripsi. *Kebijakan Redaksional Kabar Republika Dalam Penulisan Berita Rubrik Internasional*, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2010

<sup>5</sup> Yuli Ristiono, Skripsi, *Analisis Pesan Foto Headline Pada SKH Kedaulatan Rakyat (Periode Bulan Juli)*, Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008

melibatkan keterlibatan langsung dengan kantor Republika, penelitian ini menggunakan teori agenda *setting* dan proses *Gatekeeping*, dan penulisnya bekerja langsung di kantor Radar.<sup>6</sup>

Penelitian tahun 2017 “Kebijakan Editorial Republica Online dalam Menentukan Nilai Kepentingan Manusia dalam Berita Unggulan di Channel Leisure” oleh Aragea Noorma Gustina. Pendekatan kualitatif deskriptif diadopsi dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa aturan editorial Republica Online (ROL) disusun berdasarkan bagaimana organisasi berita memilih untuk meliput topik yang sedang tren sambil tetap setia pada prinsip pendiriannya. Berbeda dengan penelitian penulis sendiri yang mengandalkan teori gatekeeper untuk mengidentifikasi citra berita yang paling *eye-catching*, penelitian ini memanfaatkan teori agenda *setting* dalam kaitannya dengan berita yang sedang diselidiki.<sup>7</sup>

Dari “Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya di Kabupaten Jember” Tahun 2010, oleh Dendy Irawan Juariyah. teknik kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Riset ini menunjukkan bahwa harian Radar Jember telah menggunakan sejumlah taktik untuk tetap menjadi sumber informasi yang kredibel bagi warga Kabupaten Jember. Taktik ini termasuk memperkenalkan fitur baru, melayani pembaca konsumen, berfokus pada isu lokal, menggabungkan format cetak dan digital, membentuk kemitraan, dan banyak lagi. Selain itu, harian Radar Jember terus melaporkan peristiwa nyata

---

<sup>6</sup> Muhammad Idham Amma, Skripsi, *Kebijakan Redaksi Harian Fajar Dalam Menentukan Foto Headline*, Makassar, Universitas Hasanuddin, 2013

<sup>7</sup> Aragea Noorma Gustina, Skripsi, *Kebijakan Redaksional Republica Online Dalam Menentukan Human Interest Pada Berita Feature Di Kanal Leisure*, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017

yang dapat diverifikasi. Berbeda dengan penelitian penulis sendiri, yang berusaha memahami praktik editorial Harian Republika, penelitian ini dapat dibaca dengan berbagai judul lain, seperti "ia menggunakan strategi" dan "ia menggunakan teori konvergensi".<sup>8</sup>

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Surat Kabar

#### 1. Pengertian Surat Kabar

Menurut Dja'far H. Assegaf, "Penerbitan berupa lembaran yang berisi berita. Karangan-Karangan dan iklan, dicetak dan diterbitkan secara tetap atau periodik yang dijual secara umum."<sup>9</sup>

Sementara itu, 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."<sup>10</sup>

Y.S. Gusnandi menjelaskan berita sebagai media komunikasi massa yang menjadikan segala macam berita yang mencakup domain pendidikan, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, dan keamanan untuk buku yang diterbitkan oleh Himpunan Komunikasi. Bagi masyarakat umum, berita

---

<sup>8</sup> Dendy Irawan Juariah, Skripsi, Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya Di Kabupaten Jember, Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, 2010

<sup>9</sup> Dja'far H. Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*, Jakarta: Ghalian, Indonesia, 1985, hal. 63.

<sup>10</sup> Dewan Pers, *Esniklopedia Nasional Indonesia*, Jilid 15, Jakarta: Pt. Cipta Adi Pustaka, 1991, hal. 431.

adalah bentuk komunikasi tercetak yang isinya diselesaikan dan disampaikan.<sup>11</sup>

Sedangkan 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.”<sup>12</sup>

Selanjutnya, seperti yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “*Science, Theory, and Philosophy Communication*”, berita dapat dibagi menjadi empat kategori:

1. Publisitas (*publicity*)

Untuk lebih spesifik, komunikasi kepada masyarakat umum atau kelompok sasaran. Berita bersifat luas dan luas karena khalayaknya. Banyak topik berbeda yang langsung relevan dengan perhatian masyarakat umum yang menjadi berita.

2. Periodisitas (*periodicity*)

Artinya, seberapa sering cerita diperbarui. Publikasi berita dapat terjadi sekali sehari, dua kali sehari, atau sekali atau dua kali seminggu.

3. Universalitas (*universality*)

---

<sup>11</sup> Y.S Gusnandhi, *Himpunan Istilah Komunikasi*, Cet 1, Jakarta, Grasindo 1998, h. 112.

<sup>12</sup> Onong uchjana effendy, *leksikon komunikasi*, bandung: mandar maju, 1989, hal. 241.

Secara khusus, tumpang tindih dalam materi pelajaran, ruang lingkup internasional, dan berbagai sumber.

#### 4. Aktualitas (*actualicity*)

Arti kata tersebut "kini" dan "situasi nyata" menunjukkan bahwa pelaporan cepat lebih diprioritaskan daripada akurasi. Penulis

menarik kesimpulan sebagai berikut dari definisi di atas: berita adalah lembaran yang dicetak dan diterbitkan secara berkala termasuk artikel seperti berita, feature, opini, fiksi, dan iklan.<sup>13</sup>

Penulis menyimpulkan berita adalah lembaran yang dicetak dan diterbitkan secara berkala termasuk artikel seperti berita, feature, opini, fiksi, dan iklan. Berita berfungsi sebagai pendidik dengan menginformasikan masyarakat tentang cita-cita moral yang mendasar; dari setiap jenis berita, kita bisa memetik pelajaran berharga.

Mengetahui hal ini, penulis menarik kesimpulan bahwa berita juga bersifat universal, dalam arti bahwa ia mengakui apa pun dan di mana pun yang berharga bagi pembacanya. Publikasi, dalam konteks berita penelitian penulis, adalah penyebaran informasi kepada publik melalui penjualan lembaran cetak yang di dalamnya terdapat karya tulis seperti berita, feature, opini, fiksi, iklan, dan sebagainya. Artinya, kualitas yang tercantum di atas konsisten dengan temuan penulis.

Surat kabar atau biasa disebut sebagai koran, aslinya berasal dari bahasa Belanda yaitu "krant", dan dari bahasa Perancis yaitu "courant",

---

<sup>13</sup> Onong Uchjana Effendy, *leksikon komunikasi*, Bandung: Mandar Maju, 1989, hal. 91-92.

yang bermakna sebagai suatu penerbitan ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah disebut sebagai kertas koran, serta berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik.

## 2.2.2 Foto Berita

### 1. Pengertian Foto Berita

Seno Gumira Ajidarma mengklaim bahwa kamera, sumber cahaya, dan penonton semua bekerja sama untuk membuat sebuah foto, yang merupakan semacam komunikasi. Komposisi sebuah foto tidak pernah terisolasi; itu selalu berdialog dengan teks tertulis, judul, deskripsi, dan artikel yang menyertainya setiap saat. Dengan cara ini, seluruh pesan dibentuk oleh interaksi dua kerangka yang berbeda.<sup>14</sup>

Sementara itu, Arbain Rambey mengklaim bahwa foto sering digunakan secara bergantian dengan mata manusia. Foto memiliki berbagai kekurangan, sehingga membutuhkan “cara” khusus untuk menggantikan mata manusia. Skala, atau kemampuan memberi dimensi pada suatu objek dalam sebuah foto, sangat penting, khususnya dalam jurnalistik.<sup>15</sup>

Selain itu, M. Mudaris, foto berita adalah gambar yang diambil oleh jurnalis foto dengan menggunakan kamera fotografi. Disajikan dalam struktur yang sesuai dengan norma fotografi dan jurnalisme. Karena kamera tidak dapat berbohong saat menghasilkan gambar, gambar berita adalah sumber informasi yang dapat diandalkan.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Seno Gumirra Ajidarma, *Kisah Mata Fotografi*, Yogyakarta: Galang Press, 2002, hal. 27.

<sup>15</sup> Arbain Rambey, *Klinik Fotografi Memahami Scene Of Scale*, 2011, hal. 36.

<sup>16</sup> Mudaris M, *Jurnalis Foto Dan Foto Jurnalistik*, Semarang: Karya Aksara, 1996, hal. 55-56.

Foto jurnalistik, sering dikenal sebagai "fotografi berita", biasanya menggabungkan bentuk komunikasi visual dan verbal dengan memasukkan deskripsi tekstual dari gambar. Memiliki fitur penting untuk fotografi jurnalistik, seperti objektivitas, keterusterangan, dan keaslian. Objektivitas, kejujuran, dan otentisitas semua bisa "dibalik" tergantung sudut pandang yang diambil. Inti dari membuat foto dalam bidang foto jurnalistik adalah berpikir secara jurnalistik tentang kapan, di mana, dan bagaimana memotretnya. Sebelum keluar untuk meliput acara hipotetis, seperti fungsi kepresidenan, seorang jurnalis foto harus memiliki gambaran untuk memotret dengan posisi dan keadaan dimanapun berada.<sup>17</sup>

## 2. Jenis Foto Berita

Menurut Mirza Alwi, ada beberapa kategori gambar berita atau foto jurnalistik yang telah ditetapkan oleh World Press Foundation:

### 1. Spot Photo

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

### 2. General News Photo

Itu adalah gambar yang diambil secara berkala, tidak ada yang keluar dari norma. Politik, ekonomi, dan humor hanyalah beberapa topik yang mungkin.

### 3. People in The News Photo

---

<sup>17</sup> Arbain Rambey, *Klinik Fotografi Dan Subyektivitas Dalam Foto Jurnalistik*, hal. 33-36.

Adalah gambar seseorang atau kelompok yang ditampilkan dalam sebuah artikel berita; gambar ini mewakili tokoh sentral dalam cerita.

4. Daily Life Photo

Merupakan potret kemanusiaan sebagaimana adanya (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 diambil di acara olahraga.

7. Science and Technology Photo

Foto yang diambil di konvensi dan konferensi ilmiah dan teknologi.

8. Art and Culture Photo

Merupakan foto yang mendokumentasikan kegiatan seni atau budaya.

9. Social and Environment

Foto yang diambil dari kegiatan sosial masyarakat dan lingkungannya secara keseluruhan.<sup>18</sup>

### 3. Kriteria Foto Berita

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

1. Wartawan menggunakan foto jurnalistik untuk menyampaikan cerita mereka kepada publik. Meskipun sudut pandang fotografer yang

---

<sup>18</sup> Alwi Audy, *Foto Jurnalistik Metode Memotret Dan mengirim Foto Ke Media*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004, hal. 8-9.

mengambil foto akan dikomunikasikan, pesan yang mereka kirimkan bukanlah buatan fotografer itu sendiri.

2. Foto yang diambil oleh jurnalis dipublikasikan di surat kabar, dilihat di televisi, dan diposting online.
3. Pelaporan berita melalui foto dikenal sebagai foto jurnalistik.
4. Jurnalisme foto adalah jenis jurnalisme gabungan di mana visual dan teks bekerja bersama.
5. Manusia berfungsi sebagai titik acuan bagi jurnalis foto. Untuk alasan sederhana bahwa orang adalah pembaca dan benda.
6. Foto jurnalistik adalah sarana berbagi informasi dengan masyarakat luas. Foto jurnalistik harus dijalankan agar pesan yang dimaksud dapat dipahami oleh khalayak seluas-luasnya. Penting juga untuk membuat pesan itu sendiri singkat.
7. Pekerjaan editor foto merupakan bagian integral dari pembuatan foto jurnalistik. Namun, dalam hal ini, pengeditan tidak mengubah pemandangan seperti yang terlihat oleh fotografer.
8. Menurut amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers, tujuan foto jurnalistik adalah untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum.

Untuk dapat dianggap sebagai foto jurnalistik yang baik, sebuah karya setidaknya harus memenuhi tiga standar di atas. Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa menyertakan foto ilustratif meningkatkan dan melengkapi narasi. Sekalipun beritanya menghangatkan

hati dan positif, itu tidak akan meyakinkan kecuali disertai dengan gambar yang menunjukkan kejadian sebenarnya. Namun, gambar tidak dapat digunakan untuk menceritakan sebuah kisah tentang suatu peristiwa yang telah terjadi. Kami tidak dapat mengambil gambar peristiwa yang layak jika kami tidak berada di sana untuk mengamatinya sendiri.

Karena merupakan dokumentasi nyata dari kejadian tersebut, bahkan sebuah foto dapat digunakan sebagai konfirmasi atau diubah menjadi data yang dapat memvalidasi klaim berita tersebut. Narasi berita tanpa foto mungkin mengalami kesulitan untuk terhubung dengan pembacanya pada tingkat emosional, tetapi sebuah foto dapat dipahami bahkan tanpa adanya berita atau kata-kata. Gambar yang menarik dapat menghasilkan konten yang layak diberitakan, tetapi kisah yang sama yang diceritakan secara lebih mendetail kehilangan daya tariknya.

Oleh karena itu, penulis penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa foto berita merupakan sinyal yang dihasilkan oleh sumber pancaran, saluran transmisi, dan tempat penerimaan karena foto selalu berdialog dengan struktur lain, seperti judul, deskripsi, dan artikel. Selain itu, ada kriteria lain yang harus dipenuhi sebelum sebuah gambar dapat dianggap sebagai gambar berita. Dengan cara ini, seluruh pesan dibentuk oleh interaksi dua kerangka yang berbeda.

### 2.2.3 **Headline**

#### 1. **Pengertian Headline**

Judul sebuah laporan berita dapat dijadikan headline, seperti yang dikemukakan oleh Grand M. Hyde dalam bukunya *Journalistic Writing*. sedangkan surat kabar dan terbitan berkala menggunakan frase judul atau *heading*.<sup>19</sup>

Sementara itu, Onong Uchjana Efendy menambahkan, “Mata berita utama antara lain surat kabar, majalah, radio, atau televisi, yang dianggap vital untuk suatu periode penyiaran.”<sup>20</sup>

Kemudian A.M. Hoeta Soehoet mendefinisikan *headline* dalam bukunya *Journalistic Fundamentals* sebagai “berita yang menurut penilaian editor berita merupakan berita terpenting dari semua berita yang dimuat dalam berita pada hari itu”. Judul biasanya terdiri dari tiga, empat, atau lima kolom karena ini adalah format yang paling mudah dibaca bila ditempatkan di posisi paling menonjol (halaman satu atau halaman pertama di paling kiri atas).<sup>21</sup>

Headline dapat berupa judul artikel berita atau judul artikel itu sendiri. Membedakannya dari tajuk utama lainnya di halaman yang sama adalah penggunaan jenis huruf yang lebih besar. Ukuran huruf berkisar dari 36 poin hingga 60 poin; dalam tata letak asing, 90 poin lebih umum.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Edy Chandra S.sn, *Susunan Anatomi berita*, Percangan media Publikasi, 2008, hal. 1.

<sup>20</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: Mandar maju, 1981, hal. 160.

<sup>21</sup> A.H. Hoeta Soehoet, *Dasar-Dasar Jurnalistik*, Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta IISIP, 2003, hal. 78.

<sup>22</sup> Edy Chandra S.sn, *Susunan Anatomi berita*, Percangan media Publikasi, 2008, hal. 1.

Membuat *headline* bukanlah profesi yang hanya mengandalkan akal sehat, berpikir kritis, kreativitas atau intuisi. Secara teknis, headline dituntut untuk mudah dipahami dan dimengerti oleh pembaca, meskipun hanya dilihat sekilas. Pada prinsipnya, desain headline ideanya mendukung fitur dan kebutuhan target *audience*. Apapun isi dan bentuk beritanya, *headline* harus dapat menjalankan fungsinya secara optimal. *Headline* yang baik akan mampu menyejukkan mata audiens.

*Headline* atau judul dengan huruf besar yang mengawali cerita, adalah yang menarik perhatian pembaca. *Headline* yang buruk dan jelek akan membuat orang enggan membaca ceritanya dan langsung membaca ramalan bintang. Judul yang ditulis dengan baik akan menarik perhatian pembaca dan membuat mereka ingin membaca isinya secara lengkap.

Meskipun *headline* memiliki jumlah kata yang paling sedikit dan pendek dibandingkan dengan tulisan lain, menulis *headline* membutuhkan lebih banyak pemikiran dan orisinalitas dalam menyusun *headline*. Biasanya *headline* disiapkan sebelum dateline, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk bisa membuat *headline* yang baik. Jika berita ditulis oleh penulis lain, maka sebaliknya penulis *headline* mempelajari semua isi berita terlebih dahulu untuk memahami substansi berita. Tulis ulang secara singkat, atau Anda juga dapat menggunakan sinonim.

Judul mungkin berisi kata-kata paling sedikit dan menjadi tulisan terpendek, tetapi mereka menuntut persiapan yang paling kreatif dan bijaksana. Dalam banyak kasus, tajuk utama ditulis jauh sebelum batas

waktu, dan penulis akan melakukan apa saja untuk memastikan bahwa tajuk itu bagus. Jika berita tersebut ditulis oleh orang lain, orang yang bertanggung jawab untuk menulis berita utama harus membaca keseluruhan berita untuk memahami nada dan poin utamanya. Padatkan, atau ganti dengan sinonim.

## 2. Jenis-jenis Headline

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

1. *Banner Headline*, saat membahas informasi yang paling penting, jenis huruf judul lebih besar dan lebih tebal dari yang lain dan membutuhkan lebih dari empat kolom.
2. *Spread Headline*, Beritanya tidak terlalu signifikan, judulnya tidak terlalu besar, dan hurufnya tidak setebal di spanduk.
3. *Secondary Headline*, Untuk berita yang kurang signifikan, di mana hanya diperlukan dua kolom dan judul tampak lebih kecil dari penyebarannya karena ukuran dan ketebalan huruf, tata letak ini sesuai.
4. *Subordinated Headline*, berita yang kadang-kadang diperlukan untuk mengisi kekosongan pada halaman yang tersisa, dan satu kolom dengan font yang lebih tipis sudah cukup.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi Produk Dan Kode Etik*, Bandung: Nuansa, 2004, hal.116.

## 2.2.4 Berita

### 1. Pengertian Berita

Wiliard G. Bleyer, dalam tulisannya di Wonohito, mendefinisikan berita sebagai “segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca”, dan selanjutnya dikatakan bahwa berita yang paling baik adalah yang menarik perhatian orang banyak.<sup>24</sup>

Lebih lanjut, Kustadi Suhandang menjelaskan, yang merupakan laporan atau pemberitahuan tentang setiap dan semua kejadian atau peristiwa aktual yang menarik perhatian luas. Ini mungkin melibatkan informasi yang sudah tersedia, kejadian terkini (seperti dalam "saat ini"), atau hal-hal yang saat ini mendapat banyak perhatian dari publik.<sup>25</sup>

Bandingkan dengan berita Suhandang (Berita), yang merupakan laporan atau pemberitahuan tentang setiap dan semua kejadian atau peristiwa aktual yang menarik perhatian luas. Ini mungkin melibatkan informasi yang sudah tersedia, kejadian terkini (seperti dalam "saat ini"), atau hal-hal yang saat ini mendapat banyak perhatian dari publik.

Dijelaskan Kustadi Suhandeng, mengatakan bahwa berita adalah pemberitahuan tentang hasil suatu peristiwa yang mencakup semua peristiwa aktual yang menarik banyak perhatian. Fakta dan informasi

---

<sup>24</sup> Andi Tamburaka, *Literasi media Cerdas Khalayak Media Massa*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013, hal 87.

<sup>25</sup> Kustadi Suhandeng, *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, Bandung: Nuansa, 2004, hal. 10.

mengenai lingkungan setempat yang sedang terjadi atau banyak diperbincangkan oleh banyak orang.<sup>26</sup>

Bahasa yang digunakan dalam judul berita harus dapat diakses secara universal, lugas, dan tidak ambigu. Persyaratan berikut harus dipenuhi oleh judul artikel berita:

- a. Singkat-padat
- b. Relevan
- c. Fungsional
- d. Formal
- e. Representative
- f. Menggunakan Bahasa baku
- g. Spesifik.<sup>27</sup>

Penulis berkesimpulan bahwa berita adalah kejadian nyata yang menyajikan informasi yang dikumpulkan di tempat kejadian, dirangkum secara menarik, untuk menarik perhatian khalayak luas berdasarkan apa yang mereka baca.

## 2. Jenis-Jenis Berita

Sering ada empat jenis artikel atau fitur berita yang diterbitkan di web: berita langsung, berita ringan, berita lunak, dan sebagainya (fitur).

Artikel ini memberikan penjelasan:

- a. Berita langsung (*straightnews*)

---

<sup>26</sup> *Ibid.* hal 10

<sup>27</sup> Hoppy Nurjayanti, *Analisis Penggunaan Singkatan Pada Judul Berita Harian Jawa Pos*, 2014, hal. 2.

Tujuan dari berita langsung adalah untuk memberi tahu publik tentang peristiwa terkini sesegera mungkin. Gaya piramida terbalik digunakan sebagai dasar laporan ini. Aktualitas, pengertian bahwa berita itu masih segar atau baru terjadi, sangat penting untuk mengarahkan berita.

b. Berita ringan (*soft news*)

Untuk menarik perhatian pembaca, outlet berita yang lebih ringan sering menyoroti detail kejadian yang kurang serius. Karena tidak berdasarkan kenyataan, maka berita ringan dapat bertahan cukup lama. Meski begitu, membaca berita ini bisa menggugah atau memancing perasaan senang, duka, dan sebagainya.

c. Berita kisah (*features*)

Artikel surat kabar dan feature (fitur) majalah memiliki kekuatan untuk menggerakkan pembaca secara emosional dan menginformasikannya secara intelektual. Nilai fundamental cerita ini terletak pada unsur kemanusiaannya, yang membuatnya tidak dibatasi oleh kenyataan. Maka, berita cerita ini dapat didasarkan pada kejadian aktual di masa lampau.

### 2.2.5 Kebijakan Redaksi

Kebijakan redaksional, sebagaimana didefinisikan oleh Sudirman Tebba, adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan dan menyiarkan berita. Kebijakan juga dapat menunjukkan sikap redaksi suatu lembaga media dalam tajuk rencana dan editorial. Dalam industri berita, kebijakan redaksi penting, untuk digunakan

menyikapi suatu peristiwa dalam pemberitaan tetapi sikap terhadap suatu peristiwa itu sendiri.<sup>28</sup>

Menurut buku Haris Sumadiria dalam buku Bahasa Jurnalistik, Kebijakan redaksional harus memusarkan perhatian kepada aspek-aspek dan misi ideal yang dijabarkan dalam liputan dan penempatan berita, laporan, tulisan dan gambar yang sesuai dengan kepentingan selera khalayak yang beragam.<sup>29</sup>

Selama ini, Sudirman Tebba Kebijakan redaksional adalah suatu yang penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan media massa, karena perbedaan kebijakan redaksional media satu dengan lainnya. Selain itu, jika sebuah media tidak memiliki kebijakan redaksional, akan terjadi ketidakkonsistenan dalam cara pemberitaannya. hal ini adalah berubahnya dari penyampaian berita. Hari ini Menyatakan persetujuan atas tindakan pemerintah hari ini dan ketidaksetujuan atas tindakan tersebut besoknya menyuarakan tentang penentangan terhadap pemerintah. Sikap media seperti ini dapat mengikis kepercayaan terhadap media di kalangan masyarakat umum.<sup>30</sup>

Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa kebijakan adalah dasar-dasar haluan yang digunakan untuk menentukan suatu langkah atau tindakan untuk mencapai suatu tujuan. Istilah "redaksional" yang berasal dari kata "redaksi" suatu bagian terpenting dalam struktur media

---

<sup>28</sup> Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru*, Ciptat: Kalam Indonesia, 2005, hal. 150

<sup>29</sup> Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006, hal.23.

<sup>30</sup> Tebba, *Jurnalistik Baru*, hal. 150.

komunikasi massa yang tanggung jawab utamanya adalah mengelola isi atau acamedia massa baik cetak maupun elektronik. Begitupun dalam menentukan suatu foto yang akan di cetak sebagai foto headline Dalam jurnalistik, bukan hanya peristiwa yang terjadi, tetapi juga sikap terhadap peristiwa tersebut yang penting, dan inilah mengapa kebijakan redaksional menjadi sangat penting.

### **2.2.6 Teori Gatekeeper**

Stewart L. Tubbs salah satu konsep yang paling penting untuk memahami cara kerja komunikasi merupakan konsep "penjaga gerbang" (gatekeeper). Seorang "penjaga gawang" (gatekeeper) adalah seseorang yang memilih, menolak dan mengubah pesan mana yang sampai ke orang atau sekelompok orang tertentu. Meskipun konsep "penjaga gawang" dapat diterapkan pada konteks-konteks yang lebih luas dalam ranah komunikasi, konsep ini sangat relevan khususnya bagi komunikasi massa.<sup>31</sup>

Namun, seorang psikolog Australia bernama Kurt Lewin, kata tersebut merupakan istilah yang berasal dari lapangan sosiologi. Di dalam komunikasi massa mereka yang tugasnya mengawasi dan memilih informasi dalam komunikasi massa dikenal sebagai penjaga gerbang. Bisa juga dikatakan bahwa gatekeeper menyetujui tersebarnya suatu berita.

Kemudian Seorang penjaga gerbang adalah individu atau kelompok yang bertanggung jawab untuk mengawasi arus informasi dalam penyebaran informasi melalui saluran komunikasi massa, seperti yang

---

<sup>31</sup> Tubbs Stewart L & Sylvia Moss, Human Communication, Penerjemah Deddy Mulyan, Bandung Remaja Rosdakarya, 2005, hal .202.

didefinisikan oleh ahli bahasa John R. Bittner. Seseorang yang berperan penting dalam media massa yang beredar sering disebut sebagai gatekeeper:

1. Menyampaikan informasi kepada kita.
2. Tetapkan batasan (ruang lingkup) informasi yang diterima untuk kemudian mengedit berita untuk disebar luaskan kepada masyarakat.
3. Untuk meningkatkan jumlah informasi dengan menambahkan data yang ada dengan lebih detail dan perspektif yang berbeda.
4. Untuk menginterpretasikan informasi.<sup>32</sup>

Seorang gatekeeper, dalam arti yang lebih luas, adalah orang yang berperan penting dalam segala jenis media massa, termasuk media cetak, radio, majalah, televisi dan digital. Demikian yang disebut sebagai "penjaga gawang" di media massa adalah reporter, editor, editor berita, dan editor film.

Saluran media massa memiliki gatekeeper. Mereka memainkan peran dalam beberapa fungsi yakni penghapusan pesan yang tidak diinginkan dan perubahan serta penambahan yang diinginkan pada suatu berita. Selain itu, ini dapat mencegah data melewati dan berfungsi sebagai "pintu gerbang" bagi keluar nya informasi.

Menurut Ardianto, peran utama Gatekeeper adalah menyaring informasi yang diterima Penjaga gawang dapat mengubah pesan untuk sejumlah alasan sebelum mengirimkannya. Ketika pesan dibatasi, mereka dikatakan "terjaga" oleh seorang penjaga gawang. Beberapa data diserap

---

<sup>32</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajagrafindo persada, 2014, hal. 119. Cetakan ke 5.

begitu saja tanpa diproses yang lainnya. Seorang gatekeeper dapat memilih, mengubah, bahkan menolak pesan yang akan disampaikan kepada penerima.<sup>33</sup>

Ada sejumlah faktor yang menentukan pilihan gatekeeper tentang informasi mana yang akan diterima dan mana yang akan ditolak. Bittner mencantumkan faktor-faktor berikut dalam bukunya *Human Communication*:

1. Sebagian besar outlet berita Amerika sangat bergantung pada pendapatan iklan atau sangat menyadari kebutuhan untuk memaksimalkan keuntungan dengan segala cara. Ini berarti bahwa kepentingan bisnis seperti yang diwakili oleh pengiklan, sponsor, dan penyandang dana memiliki pengaruh yang besar terhadap konten editorial.
2. Belenggu yang tidak sah. Untuk memperjelas, ketika kita berbicara tentang "pembatasan ilegal", kita merujuk pada undang-undang dan peraturan, baik lokal maupun nasional, yang membatasi bagaimana dan apa yang dapat diberitakan dalam berita.
3. Tenggat waktu. Akibatnya, kedalaman dan waktu yang tersedia untuk memverifikasi keakuratan berita yang dipilih menjadi terganggu. Batasan waktu siaran dapat membatasi konten potensial. Ketika tidak ada banyak waktu, penjaga harus membuat keputusan sulit berdasarkan seberapa penting informasi tersebut. Ketika penjaga harus memilih di antara dua

---

<sup>33</sup> Ardianti Elvinaro, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004, hal. 45.

cerita yang sama pentingnya, dia hampir selalu memilih cerita yang memiliki video.

4. Etika pribadi dan standar profesional seorang penjaga gerbang juga memiliki peran dalam membentuk cerita yang berhasil. Apakah etika pribadi penjaga gawang dan tingkat kesadaran akan keyakinannya memengaruhi suka dan tidak suka, sikap dan minatnya dalam pemilihan berita tergantung pada faktor-faktor ini.
5. Selain itu, persaingan dalam industri media berdampak pada pemberitaan. Persaingan di antara berbagai sumber di pasar cenderung meningkatkan standar bagi semua orang yang terlibat, yang mengarah ke penyajian data yang lebih andal dan seimbang. Namun, perspektif editor berita biasanya tersedia untuk kota dengan satu item berita.
6. Harus ada keselarasan antara pentingnya sebuah cerita, ruang dan waktu yang dibutuhkan untuk disajikan, dan cerita-cerita lain yang bersaing untuk mendapatkan perhatian di ruang redaksi.
7. Ada keterlambatan dalam menanggapi komentar dan kritik. Jika seorang anggota komunitas etnis yang tersinggung menulis untuk menolak kartun tersebut atau secara terbuka menuntut permintaan maaf, editor majalah tersebut mungkin berpikir dua kali sebelum menerbitkan yang lain.

Istilah "gatekeeper" digunakan untuk menggambarkan peran individu atau organisasi dalam memfasilitasi arus informasi dalam masyarakat tertentu. Penjaga gerbang bertindak sebagai saluran untuk informasi dan rekomendasi yang berada di luar medan sensorik langsung

pengirim dan ke dalam kesadaran penerima. Orang-orang seperti editor dan reporter berita, penarik pembawa berita TV, penerbit, manajer, dan direktur program di stasiun radio dan TV, eksekutif di jaringan, dan operator TV kabel semuanya memainkan peran penting dalam menjaga perdamaian.

Gatekeeper adalah seseorang yang mengontrol akses ke informasi untuk individu atau grup lain. Konsep penjaga gawang tidak terbatas pada komunikasi massa; pada kenyataannya, ia memiliki aplikasi yang luas. Selain itu, Gatekeeper dapat mengevaluasi pesan, menambahkan data baru ke dalamnya, dan bahkan mengurangi ukurannya. Semakin rumit sistem media maka semakin banyak gatekeeping yang dilakukan, namun pada hakekatnya adalah pihak yang mengontrol pengemasan pesan dari media massa. Ketika sampai pada hal tersebut, gatekeeper lah yang pada akhirnya memutuskan apakah materi yang akan disebarluaskan berkualitas atau tidak. Setiap informasi yang memberikan atau menghalangi fungsi pintu ini dapat berdampak negatif pada penyebaran pesan.<sup>34</sup>

Penulis menyimpulkan bahwa Gatekeeper adalah memiliki peran berpengaruh dalam berbagai bentuk komunikasi massa (cetak, elektronik, dan media penyiaran, termasuk internet). Peran utama Gatekeeper adalah menentukan pesan mana yang akan diterima penerima, dan apakah pesan itu baik atau buruk. Setiap perubahan dapat dilakukan oleh gatekeeper sebelum di terima oleh pembaca. Pesan yang pada akhirnya dikirimkan ke penerima yang dimaksud sudah dipilih, diperbarui oleh seorang penjaga gawang.

---

<sup>34</sup> Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta: Rajagrafindo, 2007, hal. 32.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran

