



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi membawa manusia pada masa yang serba mudah dan cepat dalam memperoleh informasi. Seiring perkembangan teknologi komunikasi, banyak media *online* memanfaatkan teknologi internet agar informasi mudah tersebar dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Media *online* yang hadir di Indonesia sebagai bentuk jurnalisme baru yang semakin mempermudah tersebarnya informasi yang berkaitan dengan kehidupan manusia.

Media *online* adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak, koran, tabloid, majalah, buku, radio, televisi dan film atau video (Romli, 2018, p. 34). Sebagai bentuk jurnalistik baru, media *online* hadir dengan elemen multimedia, seperti teks, foto, infografis, dan video. Media *online* termasuk media massa, hanya saja berbasis internet, yang dapat dijangkau oleh khalayak seluruh dunia yang terhubung dengan internet. Hal yang paling membedakan media *online* yaitu multimedia dan memiliki kemampuan untuk memperbarui berita dengan cepat (Craig, 2005, p. 8).

Masuk dan lahirnya berbagai media di Indonesia, menjadi sarana baru bagi manusia untuk mendapatkan beragam informasi. Pada dasarnya, manusia membutuhkan berita dan informasi tentang manusia dan tentang dunia di

sekitarnya yang melingkupi dan mempengaruhi kehidupannya (Putra, 2006, p. 16). Maka dari itu, media *online* saling berlomba menyajikan konten-konten berita yang dapat memenuhi kebutuhan informasi manusia.

Tidak hanya kemunculan media lokal, namun banyak media asing juga yang masuk dan membuka cabang di Indonesia. Salah satu media asing yang masuk dan berkembang di Indonesia saat ini yaitu CNNIndonesia.com. CNNIndonesia.com, media *online* yang membawa *brand* besar CNN International (*Cable News Network*) ini didirikan di Indonesia pada Oktober 2014. CNN Indonesia, yang terdiri dari CNNIndonesia.com dan CNN Indonesia TV bergabung dalam grup besar Transmedia.

Hadirnya CNN Indonesia merupakan bentuk kemitraan dengan Turner Broadcasting System Asia Pacific, Inc, yang salah satu *brand* utamanya yaitu CNN International. Menurut Presiden CNN Worldwide Jeff Zucker, CNN Indonesia adalah saluran CNN perdana di Asia Tenggara (Kompas, 2014, para. 3).

Redaktur Pelaksana CNNIndonesia.com, Vetriciawizach Simbolon mengklaim bahwa CNNIndonesia.com melakukan kemitraan berupa lisensi dari CNN pusat (*personal communication*, 4 April 2018). Lisensi terdiri dari penggunaan nama CNN, logo, dan beberapa elemen terkait dari CNN. Meskipun demikian, CNNIndonesia.com dan CNN International merupakan dua organisasi media yang berbeda. Menurut dokumen pribadi CNN Indonesia (2016, p. 2), CNNIndonesia.com harus memenuhi standar kualitas editorial, standar kode etik, dan prosedur dari CNN International.

CNNIndonesia.com merupakan media berita *online* yang memiliki berbagai kanal antara lain kanal Nasional, Ekonomi, Internasional, Olahraga, Teknologi, Gaya Hidup, dan Hiburan. Tidak hanya itu, sebagai media *online* yang memiliki karakteristik multimedia, CNNIndonesia.com memiliki kanal khusus yakni kanal Foto, Video, dan Infografis. CNNIndonesia juga memiliki kanal spesial yang menampung isu-isu terdalam yakni kanal Fokus (*CNN Media Kit*, 2016. p. 5-17).

Di balik proses produksi konten berita, terdapat tahap penyeleksian berita-berita yang akan dimuat pada media tersebut. Tahap penyeleksian ini menentukan layak atau tidaknya berita diterbitkan, tahap ini disebut sebagai *gatekeeping*. Proses *gatekeeping* adalah proses di mana *gatekeeper* berperan membatasi informasi, menyunting informasi, menafsirkan informasi sebelum ditransmisikan ke media (Bittner, 1983, p.14).

Dalam proses *gatekeeping* terdapat pertimbangan-pertimbangan bagi para *gatekeeper* untuk menyeleksi berita. terdapat elemen-elemen yang menjadi pertimbangan. Shoemaker dan Reese menyebutkan lima tahapan hierarki yang dapat mempengaruhi isi media antara lain tahap individu, tahap rutinitas media, tahap organisasi media, tahap luar organisasi media dan tahap pengaruh ideologi (Severin & Tankard, 2008, p. 277-278).

Isi media *online* umumnya dibagi menjadi dua bagian, yaitu Halaman (*Page*) dan Kategori (Rubrikasi). Halaman biasanya berisi informasi statis seperti profil atau informasi penting sebuah perusahaan. Sedangkan Kategori atau rubrikasi adalah pengelompokan jenis tulisan dari sisi topik atau tema,

seperti berita nasional, informasi produk, artikel opini, feature, tips, dan lain sebagainya. Dengan adanya rubrikasi, pembaca akan lebih mudah untuk menemukan informasi yang akan dibaca (Romli, 2018, p. 39).

Di CNNIndonesia.com terdapat rubrikasi yang menjadi sebuah ciri khas tersendiri, yaitu kanal Fokus. Kanal Fokus merupakan kanal yang menampung isu-isu yang menarik dan terbaru baik nasional maupun internasional, yang dibahas secara mendalam dari berbagai sudut pandang (CNN Media KIT, 2016, p. 16). Kanal Fokus merupakan salah satu agenda media pada redaksi CNNIndonesia.com yang berlaku pada setiap kanal. Terdapat dua jenis Fokus, yakni Fokus jenis terencana dan Fokus jenis tidak terencana atau *running news*.

Kanal Fokus memuat banyak artikel dengan tema-tema berita yang menarik, penting, dan mendalam. Berita-berita yang diterbitkan, dan masuk ke dalam kanal ini tentunya melalui proses penyeleksian oleh *gatekeeper*. Maka dari itu, proses gatekeeping itu penting dalam memilih berita yang layak ataupun tidak layak dalam kanal ini.

Meskipun media massa mulai berubah dari media cetak ke media *online*, proses penyeleksian berita atau gatekeeping akan terus terjadi. Dari latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana upaya *gatekeeping* dalam produksi konten berita kanal Fokus pada media *online* CNNIndonesia.com. Selain itu peneliti juga ingin melihat seperti apa tahapan hierarki dapat menjadi pertimbangan dalam proses *gatekeeping* pada pembuatan konten berita.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana CNNIndonesia.com melakukan upaya *gatekeeping* dalam proses produksi konten?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana media online CNNIndonesia.com memproduksi berita?
2. Bagaimana proses *gatekeeping* terjadi dalam produksi berita di CNNIndonesia.com?
3. Bagaimana setiap level hierarki mempengaruhi proses *gatekeeping* dalam memproduksi konten berita?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seperti apa upaya *gatekeeping* dalam proses produksi konten berita pada media *online*, khususnya berita pada kanal Fokus di CNNIndonesia.com. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui pengaruh level hierarki pada proses *gatekeeping* di media *online*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam disiplin ilmu jurnalistik dalam penerapan upaya *gatekeeping* daam

proses produksi konten di media massa *online*, khususnya media yang memiliki lisensi dari media International seperti CNNIndonesia.com.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para praktisi ilmu komunikasi terkait penerapan *gatekeeping* pada media online dalam proses produksi konten dan memberi gambaran terkait praktik sebuah media dalam menentukan berita yang akan diproduksinya.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat akan proses *gatekeeping* pada sebuah media *online* dalam proses produksi konten.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada proses *gatekeeping* dalam penentuan berita di media *online* CNNIndonesia.com. Penelitian ini juga hanya mengulas manajemen media bagian konten, bukan manajemen media secara keseluruhan.