



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 II
LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dari hasil pengamatan terhadap beberapa penelitian yang ada, diperoleh beberapa penelitian yang terkait dengan proses *fact-checking* dalam jurnalisme pemeriksa fakta: studi kasus kanal berita Cek Fakta di Liputan6.com. Berikut ini adalah penjabaran dari hasil tiga penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yang telah penulis dapatkan:

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No.	Informasi	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2	Penelitian Terdahulu 3
1.	Judul	<i>Fact-Checking Journalism sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine pada Jurnalisme Digital</i>	<i>Why Do Journalists Fact-Check? (The Role of Demand- and Supply-Side Factors)</i>	<i>Process of Gate Keeping in Media: From Old Trend to New</i>
2.	Tahun Penelitian	2019	2016	2017

3.	Nama Peneliti	Mufti Nurlatifah dan Irwansyah	Lucas Graves, Brendan Nyhan dan Jason Reifler	Ghulam Shabir, Ghulam Safdar, Muhammad Imran, Asad Mumtaz, dan Ashraf Ali Anjum
3.	Tempat/lembaga	Universitas Indonesia	Dartmouth College	University Bahawalpur
4.	Rumusan Masalah	Bagaimana fenomena jurnalisme pemeriksa fakta sebagai manifestasi organisasi hipermedia	Mengapa pengecekan fakta menyebar begitu cepat dalam jurnalisme politik Amerika Serikat	bagaimana media memainkan perannya sebagai <i>gatekeeper</i> masyarakat, bagaimana prosesnya di Pakistan, baik konvensional maupun tidak konvensional.
5.	Tujuan	Untuk	Untuk	untuk

	Penelitian	mengulas fenomena jurnalisme pemeriksa fakta sebagai manifestasi organisasi hipermedia	mengetahui alasan pengecekan fakta menyebar begitu cepat dalam jurnalisme politik Amerika Serikat	mengetahui tentang berbagai model <i>gatekeeping</i> yang dijelaskan oleh para ilmuwan media yang berbeda sejak awal hingga sekarang
6.	Metode Penelitian	Studi literatur	Kuantitatif	Kuantitatif
7.	Teori & Konsep	Organisasi Hipermedia	Normatif Media	<i>Gatekeeping</i>
8.	Hasil Penelitian	Hasil temuan ini menunjukkan pada konteks komunikasi kontemporer, ekosistem jurnalisme pemeriksa	Hasil temuan ini menunjukkan bahwa penyebaran pemeriksaan fakta didorong terutama oleh motif profesional	Studi ini menunjukkan bahwa <i>Gate Keeping</i> adalah proses seleksi di mana semua informasi diatur oleh tingkat kepentingan dan

		<p>fakta merupakan manifestasi atas organisasi hipermedia</p>	<p>dalam jurnalisme.</p>	<p>minat. <i>Gatekeeper</i> memperbaiki informasi mana yang relevan setelah memilahnya dalam hierarki yang menentukan apa yang mereka butuhkan. Informasi dari topik-topik penting, masalah kontroversial, dan berita terkini memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk dipilih. Selain itu,</p>
--	--	---	--------------------------	--

				<p><i>gatekeeper</i> saja tidak dapat memutuskan bagaimana informasi diurutkan, untuk tujuan ini ada banyak penjaga gerbang yang menentukan informasi mana yang akan dibagikan kepada orang-orang, <i>gatekeeper</i> selalu memiliki pengaruh sendiri seperti sosial, budaya, etika dan politik</p>
--	--	--	--	---

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga penelitian terdahulu sebagai rujukan dan referensi. Penelitian pertama dengan judul “Fact-Checking Journalism sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine pada Jurnalisme Digital“, ditulis pada 2019 oleh Mufti Nurlatifah dan Irwansyah di Universitas Indonesia, Jakarta (Nurlatifah & Irwansyah, 2019).

Penelitian pertama ini meneliti jurnalisme pemeriksa fakta dari *angle* organisasi hypermedia yang bermaksud memberikan gambaran komprehensif mengenai jurnalisme pemeriksa fakta sebagai salah satu fenomena baru dalam ekosistem jurnalisme digital. Dalam penerapan jurnalisme pemeriksa fakta di media massa, tentunya akan ada fase-fase pemeriksaan fakta hingga dipublikasikannya suatu berita. Sehingga peneliti memposisikan diri untuk meneliti proses *fact-checking* atau pemeriksaan fakta dalam jurnalisme pemeriksa fakta. Selain itu, penyeleksian dan juga pertimbangan dalam menentukan informasi atau berita seperti apa yang ingin dibagikan kepada masyarakat akan dilakukan oleh organisasi media dalam proses produksinya. Sehingga peneliti memposisikan diri untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana faktor-faktor *gatekeeping* memengaruhi proses produksi jurnalisme pemeriksa fakta, dengan menggunakan *hierarchy of influence* milik Shoemaker dan Reese, yaitu level individu, level rutinitas media, level organisasi, level luar organisasi dan level ideologi.

Lalu pada metode penelitian yang digunakan oleh penelitian pertama yaitu studi literatur atau suatu studi mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan, sedangkan penelitian

sekarang menggunakan studi kasus milik Robert E. Stake sebagai metode penelitian, karena pada saat ini kasus mengenai disinformasi dan misinformasi sedang meningkat di Indonesia. Tentu saja, penelitian pertama ini membantu peneliti dalam memahami jurnalisme pemeriksa fakta sebagai topik penelitian.

Penelitian Kedua dengan judul “Why Do Journalists Fact-Check? (The Role of Demand- and Supply-Side Factors)”, ditulis pada 2016 oleh Lucas Graves, Brendan Nyhan, dan Jason Reifler di Dartmouth College, Amerika Serikat (Graves, Nyhan, & Reifler, 2016).

Penelitian kedua ini meneliti jurnalisme pemeriksa fakta dari *angle* normatif media yang bertujuan untuk mengetahui alasan pengecekan fakta menyebar begitu cepat dalam jurnalisme politik Amerika Serikat. Sedangkan penelitian sekarang meneliti mengenai proses *fact-checking* dalam jurnalisme pemeriksa fakta. Penelitian milik Lucas Graves dan kawan-kawan ini tidak hanya membantu peneliti dalam penjelasan mengenai jurnalisme pemeriksa fakta saja, namun juga membantu peneliti dalam memahami perkembangan jurnalisme pemeriksa fakta dari awal hingga sekarang.

Pada penelitian pertama dan kedua ini tidak menjelaskan proses pemeriksaan fakta dengan konsep milik UNESCO, sehingga peneliti menggunakan konsep tersebut untuk digunakan pada penelitian sekarang.

Lalu, pada penelitian Ketiga dengan judul “*Process of Gate Keeping in Media: From Old Trend to New*”, ditulis pada 2015 oleh Ghulam Shabir, Ghulam Safdar, Muhammad Imran, Asad Mumtaz, dan Ashraf Ali Anjum (Shabir, et.al., 2015). Penelitian ini menggunakan teori *gatekeeping* sebagai

objek penelitian untuk mengetahui perbedaan model-model *gatekeeping* dari awal hingga sekarang. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan *gatekeeping* untuk melihat pengaruh dalam proses produksi jurnalisme pemeriksa fakta dengan menggunakan *hierarchy of influence*. Namun penelitian ini sangat membantu peneliti dalam pemahaman mengenai *gatekeeping* milik David Manning White untuk digunakan pada penelitian sekarang.

Lalu pada metode penelitian yang digunakan oleh Shabir adalah kuantitatif yang mengukur data dari *gatekeeping* awal hingga yang terbaru, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus yang meneliti bagaimana faktor-faktor *gatekeeping* memengaruhi proses produksi jurnalisme pemeriksa fakta.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 *Fact-Checking*/Pemeriksaan Fakta

Praktik jurnalisme pemeriksa fakta awalnya muncul dalam fenomena “jurnalisme contong” (*muckracking journalism*) untuk mengulas pemberitaan-pemberitaan kontroversial dengan menggunakan laporan investigasi. Amazeen (2017, p. 12) juga menyebutkan bahwa praktik jurnalisme ini mulai berkembang sejak era *Ad-Watch Advertising* yang mengaburkan wilayah jurnalisme dengan kampanye politik. Dua jejak historis ini sama-sama

memberikan gambaran mengenai proses pengecekan fakta yang melalui proses verifikasi berbagai data dan sumber informasi.

Dalam jurnalisme, istilah “pemeriksaan fakta” dapat berarti dua hal yang berbeda. Secara tradisional, pemeriksa fakta dipekerjakan oleh redaksi untuk mengoreksi dan memverifikasi klaim faktual yang dibuat oleh reporter dalam artikelnya. Genre pemeriksaan fakta ini menilai soliditas liputan, memeriksa ulang fakta dan angka, dan berfungsi sebagai bagian dari kontrol kualitas untuk konten media berita sebelum diterbitkan (UNESCO, 2019, p. 98).

Jenis pemeriksaan fakta yang akan menjadi fokus penelitian ini bukanlah fakta yang belum diterbitkan, tapi setelah klaim diterbitkan dan menjadi relevan bagi publik. Pemeriksaan fakta “ex post” ini bertujuan membuat politikus dan tokoh publik lainnya bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan mereka. Pemeriksa fakta di bidang pekerjaan ini mencari sumber primer dan bereputasi baik yang dapat mengonfirmasi atau membantah klaim tersebut (UNESCO, 2019, p. 99).

Pada perkembangannya pemeriksa fakta sudah ada sejak 16 tahun yang lalu mengenai peluncuran pemeriksa fakta politik FactCheck.org di Pennsylvania (Kessler, 2014, para. 1). Pemeriksaan fakta telah berkembang semakin relevan dan telah menyebar ke seluruh dunia dalam dekade terakhir (UNESCO, 2019, p. 99).

Lembaga International Fact-Checking Network (IFCN) merupakan forum untuk pemeriksa fakta di seluruh dunia yang diselenggarakan oleh Poynter Institute, organisasi penelitian dan sekolah jurnalisme nirlaba terkemuka yang berbasis di St Petersburg, Florida (Poynter, 2015). Saat ini terdapat 72 media atau organisasi yang telah terverifikasi secara global dalam daftar IFCN dan enam di antaranya adalah media dari Indonesia, yaitu Liputan6.com, Tirto.id, Kompas.com, Tempo.co, Suara.com dan organisasi MAFINDO (IFCN Code of Principles, 2019).

2.2.1.1. Fase Pemeriksaan Fakta

Secara umum, pemeriksaan fakta terdiri dari tiga fase (UNESCO, 2019, pp. 101-102):

- a. **Menemukan klaim** yang faktanya bisa diperiksa dengan menjelajahi catatan legislatif, media berita, dan media sosial. Proses ini termasuk menentukan mana klaim (a) yang faktanya bisa diperiksa dan (b) yang faktanya harus diperiksa.
- b. **Menemukan fakta** yang relevan dengan mencari bukti terbaik yang tersedia terkait klaim tersebut.
- c. **Mengoreksi catatan** yang ada dengan mengevaluasi klaim itu berdasarkan bukti, biasanya dengan skala kebenaran.

Peneliti menggunakan konsep pemeriksa fakta atau *fact-checking* untuk melihat gambaran mengenai proses *fact-checking* dalam kanal berita Cek Fakta di Liputan6.com.

2.2.2 *Gatekeeping*

Teori *gatekeeping* mempelajari hal yang memengaruhi konten media, yaitu menelaah faktor apa saja baik dari dalam maupun luar media yang memengaruhi pembuatan konten. *Gatekeeping* adalah proses memilih, menulis, memeriksa, memposisikan, menjadwalkan dan mengulang kembali, sebuah pesan informasi menjadi berita (Shoemaker dalam Veronika, 2017, p. 49).

Sebelum dikemukakan pengertian *gatekeeping* dan istilah-istilah bentukannya terlebih dahulu dikemukakan posisinya dalam konteks komunikasi massa. Salah satu komponen yang melekat dalam konsep komunikasi massa adalah adanya kontrol dari para penjaga gawang (*gatekeepers*) media (Mulyana dalam Nurhanifah, 2017, p. 24). John R. Bittner (dalam Nurudin, 2009, p. 119) mengistilahkan *gatekeeper* sebagai individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa).

Menurut Nurudin (2009, p. 12) salah satu ciri komunikasi massa itu adalah tidak terelakkannya akan adanya kontrol atau pengendalian yang dilakukan oleh *gatekeeper*. Jika *gatekeeping*

adalah tugasnya, maka *gatekeeper* adalah orang yang melakukan tugasnya. Jadi, *gatekeeper* atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa.

Istilah *gatekeeper* pertama kali dikenalkan oleh Kurt Lewin dalam bukunya *Human Relations* (1947), seorang ahli psikologi dari Australia (Nurudin, 2009, p. 1118). Kata tersebut merupakan istilah yang berasal dari lapangan sosiologi. Di dalam komunikasi massa dengan salah satu elemennya adalah informasi, mereka yang bertugas untuk memengaruhi informasi disebut *gatekeeper*. Hal ini juga bisa dikatakan, *gatekeeper* lah yang memberi izin bagi tersebarnya sebuah berita.

Meski ditemukan pertama kali oleh Lewin, teori *gatekeeping* baru pertama kali diterapkan oleh David Manning White pada 1950 dalam penelitian jurnalisisme. White menganalisis bagaimana seorang editor dari sebuah surat kabar lokal, yang ia sebut sebagai Mr. Gates memilih cerita mana yang diliput dan tidak diliput, dan mendapati bahwa berita itu sangat dipengaruhi oleh preferensi individu editor tersebut (Welbers, 2016, pp. 3-4).

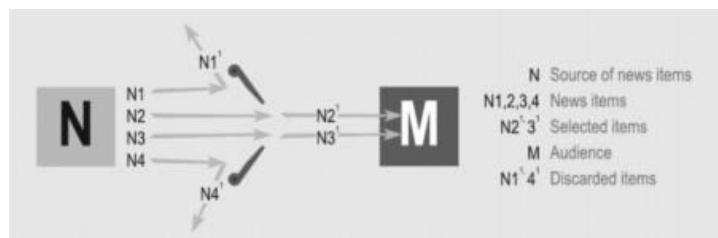
Setelah waktu kerjanya berakhir, White membuat catatan mengapa berita-berita tersebut tidak dicetak. Ia mengklasifikasikan alasan mengapa berita-berita tersebut gagal terbit dalam dua hal, yaitu

karena tidak layak untuk terbit dan serupa dengan laporan lainnya (Welbers, 2016, p. 4).

2.2.2.1 Studi *Gatekeeping* David Manning White

Dari konsep *gatekeeping* Lewin, David Manning White menggambarkan konsep *gatekeeper* dalam proses *gatekeeping* sebagai berikut:

Gambar 2.1 Konsep *Gatekeeping* Kurt Lewin



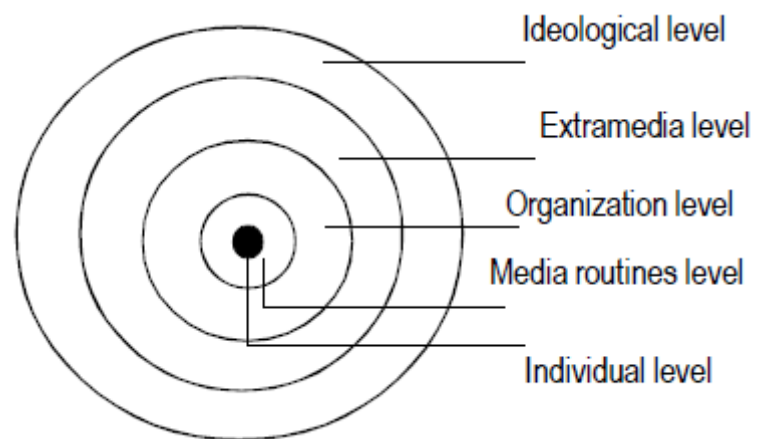
Sumber: McQuail dan Windahl (dalam Welbers, 2016, p. 4)

Dari gambar di atas, N merupakan macam-macam berita dan M merupakan audiens. N mengirimkan bermacam-macam berita (N1, N2, N3, N4) ke *gatekeeper* media. Kemudian, *gatekeeper* menyeleminasi atau membuang beberapa berita (N1 dan N4), baru kemudian berita yang dipilih (N2, N3) diteruskan ke audiens. Hal ini menunjukkan adanya perubahan ketika berbagai macam berita melewati *gatekeeper* (Welbers, 2016, p. 4).

2.2.2.2 *Hierarchy of Influence*

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996, p. 9) menjelaskan jika *gatekeeping* dalam media dapat dipengaruhi banyak faktor yang dibagi dalam lima tingkatan/level.

Gambar 2.2 Lima Lingkaran Pengaruh Terhadap Isi Media



Sumber: Shoemaker dan Reese (dalam
Krisdinanto, 2014, p. 9)

Level-level ini membentuk hirarki pengaruh pada pengambilan keputusan jurnalistik, mulai dari faktor mikro hingga tingkat makro. Level pertama fokus pada faktor individu komunikator, level kedua adalah rutinitas media, level ketiga berkaitan dengan pengaruh organisasi, level keempat adalah faktor di luar organisasi, level kelima adalah ideologi dari media (Shoemaker & Reese, 1996, p. 60).

a. Level individu

Level pengaruh individu dapat dilihat dari tiga hal besar, yaitu latar belakang dan karakteristik serta perilaku, nilai dan kepercayaan individu, serta aturan dan etika profesional. Latar belakang dan karakteristik individu dapat dilihat dari jenis kelamin, kebudayaan, orientasi seksual, golongan menengah atau golongan elite, perkembangan karier, latar belakang pendidikan. Perilaku, nilai dan kepercayaan individu bisa dilihat dari perilaku politik individu, agama, pengaruh perilaku, nilai dan keyakinan terhadap konten. Aturan dan etika profesional bisa dilihat dari aturan dan etika serta efek dari aturan dan etika tersebut pada konten (Shoemaker & Reese, 1996, p. 61).

b. Level rutinitas media

Kedua, rutinitas media adalah kebiasaan media dalam mengemas berita. Media rutin dibentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan, yaitu sumber berita (suppliers), organisasi media (processor), dan khalayak (consumers). Sumber berita atau suppliers adalah sumber berita yang didapatkan media untuk pemberitaan. Organisasi media (processor) bisa

disebut sebagai redaksi yang mengemas pemberitaan dan selanjutnya dikirim kepada khalayak. Terakhir, khalayak (consumers) adalah konsumen berita yaitu pendengar, pembaca atau penonton (Krisdinanto, 2014, pp. 9-10).

Khalayak berpengaruh pada level media rutin karena pada dasarnya berita diproduksi untuk dikirimkan kepada khalayak. Media bergantung kepada khalayak, dan ini membuat media sangat memerhatikan khalayak saat memproduksi dan memilih berita. Salah satu implikasinya adalah munculnya konsep nilai berita (*news values*), yaitu syarat-syarat yang dibutuhkan agar peristiwa tertentu layak dijadikan berita untuk disajikan kepada khalayak. Dalam jurnalistik, nilai berita diukur melalui sejumlah unsur seperti *importance* (penting), *magnitude* (besar), *timeliness* (aktual), *proximity* (kedekatan), *novelty* (keunikan), *human interest* (menyentuh kemanusiaan), dan *conflict* (kontroversi). Nilai berita merupakan cara jurnalis dalam rutinitas produksi berita sehari-hari untuk memahami berita yang cocok untuk disajikan kepada khalayak. Dengan kata lain, nilai berita juga

merupakan cara wartawan memahami mana peristiwa yang layak ditransformasi menjadi komoditas dan mana yang tidak (Krisdinanto, 2014, p. 10).

Unsur yang paling berpengaruh dalam organisasi media adalah editor atau yang biasa disebut ”*gatekeeper*”. Editor lah yang menentukan mana berita yang layak diterbitkan dan mana yang tidak. Berita yang dibawa jurnalis akan dinilai oleh editor di meja redaksi. Jenis media juga memengaruhi rutinitas media, yang pada akhirnya berpengaruh pada isi media. Misalnya, perbedaan surat kabar harian dengan televisi. Jurnalis media cetak lebih bebas memberi warna pada pemberitaannya, karena surat kabar terbit sekali sehari dan tidak ada tuntutan memberitakan peristiwa secara langsung (Krisdinanto, 2014, p. 10).

Unsur lain dalam rutinitas media adalah sumber berita. Sumber berita biasanya berupa lembaga pemerintah, swasta, lembaga swadaya masyarakat, partai politik dan sebagainya. Lembaga-lembaga ini dapat memengaruhi pemberitaan karena seringkali lembaga-lembaga ini memberi ”pesanan”

agar berita yang ditayangkan tidak bertentangan dengan lembaganya (Krisdinanto, 2014, p. 10).

Walaupun sumber berita tidak terlalu berdampak signifikan pada konten media, tetapi ketergantungan media terhadap berita sedikit banyak memengaruhi pemberitaan. Biasanya, terjadi simbiosis mutualisme antara sumber berita dengan media. Media mendapat bahan berita dengan mudah dari sumber berita, sebaliknya sumber berita mendapatkan pencitraan yang baik tentang lembaganya. Rutinitas media memiliki pengaruh penting pada produksi isi media. Pengaruhnya terkesan "alami" karena bersifat keseharian dan seolah tidak memaksa pekerja media (Krisdinanto, 2014, p. 10).

c. Level pengaruh organisasi

Ketiga, yaitu pengaruh organisasi, meliputi tujuan-tujuan organisasi media. Suatu organisasi merupakan entitas sosial, formal, yang dipekerjakan untuk memproduksi konten media (Shoemaker & Reese, 1996, p. 138). Setiap organisasi tentunya memiliki visi, misi, dan strategi untuk mencapai target dan tujuan organisasi. Di dalamnya juga

tersusun struktur organisasi dengan pembagian anggota sesuai dengan tugas, posisi, wewenang, serta tanggung jawab masing masing anggota.

Cara organisasi terstruktur memengaruhi konten adalah dengan memengaruhi budaya kerja dan dengan menentukan tingkat organisasi media. Kekuasaan tingkat organisasi tertinggi terletak pada pemilik, yang menetapkan kebijakan dan menegakkannya dalam media mereka (Shoemaker & Reese, 1996, p. 165).

d. Level luar organisasi

Keempat, yaitu pengaruh dari luar organisasi media yang berasal dari sumber berita, *public relation*, pengiklan dan penonton, pemerintah, pangsa pasar dan teknologi (Krisdinanto, 2014, p. 11).

Dalam kolom yang berjudul “Profession of Perception” dalam surat kabar Mike Kelley (1988), menggambarkan bagaimana wartawan yang berprofesi sebagai penyebar informasi dituduh sebagai pion (orang suruhan) untuk hampir semua orang. Wartawan banyak mendapat kritikan dari banyak orang atas profesinya. Tidak hanya kritik,

luar media juga mengkomunikasikan ketidaksenangan mereka terhadap media dengan cara seperti, para anggota audiens menulis surat kritik, pengiklan menahan dukungan ekonomi, kelompok kepentingan mengatur boikot, bahkan sumber berita merilis informasi sehingga jurnalis mendapat penghargaan maupun hukuman atas kerja sama mereka di masa lalu (Shoemaker & Reese, 1996, p. 166).

e. Level ideologi

Level yang terakhir adalah level pengaruh ideologi pada konten media. Setiap media massa memiliki ideologi yang mereka pegang sebagai landasan pedoman dalam berpikir dan mengambil keputusan. Pada level ini terlihat bagaimana media berfungsi sebagai penyalur dari sebuah kepentingan tertentu yang kuat di masyarakat. Bagaimana media rutin, nilai-nilai, dan struktur organisasi bersatu untuk mempertahankan ideologi yang dominan yang dapat membentuk karakter sebuah media. Ideologi bukan sesuatu yang berada di belakang sebuah media, tetapi ia ada sebagai sesuatu yang tumbuh secara natural (Shoemaker & Reese, 1996, p. 221).

Pada level ini juga akan dibahas lebih luas mengenai bagaimana kekuatan yang bersifat abstrak seperti ide memengaruhi sebuah media terutama ide kelas yang berkuasa. Fokus pada level ini melihat bagaimana ideologi kelas yang berkuasa memengaruhi sebuah pemberitaan bukan dengan kepentingan yang bersifat individu atau yang bersifat mikro tetapi kepentingan kelas yang berkuasa (Shoemaker & Reese, 1996, p. 224).

Media memiliki kekuasaan ideologis sebagai mekanisme ideologi sosial dan fungsi kontrol sosial (Shoemaker & Reese, 1996, p. 225). Media dapat menyampaikan suatu bahasa sebagai alat dominasi, sehingga terdapat suatu hubungan antara media dengan kelompok elit yang berkuasa. Setiap media mempunyai ideologi yang berbeda-beda. Sebagaimana pandangan para pemikir Marxis klasik yang memandang bahwa media sebagai alat bantu dari kelas yang dominan dan media menyebarkan ideologi dari dorongan yang berkuasa dalam masyarakat dan dengan demikian menindas golongan-golongan tertentu (Littlejohn & Foss, 2009, p. 432). Media memiliki andil besar dalam

menyalurkan gagasan-gagasan kelas yang dominan sebagai cara untuk menguasai kelas yang tertindas. Situasi ini terjadi karena media memiliki kuasa dibalik media yang memengaruhi sebuah pemberitaan.

Level ideologi ini dibandingkan dengan level-level lain cenderung lebih abstrak karena berhubungan dengan cara seseorang menafsirkan realita (Krisdinanto, 2014, p. 12). Ideologi yang dianut dari media dapat tercermin dari berita yang dibuatnya. Ada media yang dengan terang memunculkan ideologinya, namun ada juga media yang tidak menonjolkan ideologinya secara jelas. Kembali lagi semua tergantung kepada kebijakan media.

2.3 Alur Penelitian

