

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Peneliti mendapatkan 10 jurnal terdahulu yang dapat peneliti gunakan sebagai referensi literatur dan referensi dalam melihat bagaimana teori hirarki pengaruh digunakan dalam studi jurnal media.

Sengul (2019) membahas komunikasi politik melalui analisis wacana kritis untuk memahami prasangka dalam masyarakat yang dimunculkan oleh wacana populis kanan di Australia. Temuannya menunjukkan bahwa analisis ini berupaya melakukan intervensi politik guna melawan prasangka (Sengul, 2019). Namun, Sengul mengakui adanya keterbatasan metodologis, seperti ketelitian dan ukuran sampel. Stubbs menyarankan analisis perlu lebih mendalam dari sudut pandang linguistik. Li dan Zhang (2021) mengkaji representasi Islam dan Muslim dalam media Amerika dengan pendekatan analisis wacana kritis. Studi di New York Times ini mengungkap tema-tema utama, seperti kekerasan dan terorisme, yang membentuk stereotip negatif tentang Islam, menggambarkan Islam sebagai pihak luar yang tidak diinginkan (Li & Zhang, 2021). Penelitian lanjutan disarankan untuk memahami praktik stigmatisasi dan menemukan solusinya. Ahmad dan Shah (2019) meneliti representasi gender dalam buku teks bahasa Inggris kelas 5 di Punjab, Pakistan, dan menemukan adanya penggambaran dominasi laki-laki dan inferioritas perempuan. Analisis ini mengungkap bias gender kuat dalam materi ajar yang berdampak pada pandangan tidak setara antara kedua gender (Ahmad & Shah, 2019).

Setyono dan Widodo (2019) meneliti nilai-nilai multikultural dalam buku teks bahasa Inggris yang didukung oleh Kementerian Pendidikan Indonesia. Temuan menunjukkan nilai-nilai ini berpotensi mendukung kompetensi antar budaya siswa, tetapi peneliti menyarankan studi lebih lanjut mengenai penggunaan referensi budaya oleh guru dalam pengajaran (Setyono & Widodo, 2019). Örebro dan

Kenalemang (2023) mengkaji aplikasi kosmetik yang mengubah persepsi wajah perempuan dengan analisis wacana kritis multimodal, yang menunjukkan bahwa teknologi ini memanfaatkan AI untuk merekomendasikan perawatan wajah dan mendorong konsumen lebih fokus pada penampilan fisik mereka (Örebro & Kenalemang, 2023). Grassau, Valenzuela, dan Puente (2021) meneliti harapan sumber darurat terhadap jurnalis dalam liputan bencana dengan Model Hierarki Pengaruh, menunjukkan bahwa faktor individu memiliki pengaruh terbesar terhadap persepsi sumber darurat dalam praktik jurnalistik. Penelitian lanjutan diusulkan untuk memperluas wawancara kelompok (Grassau et al., 2017)

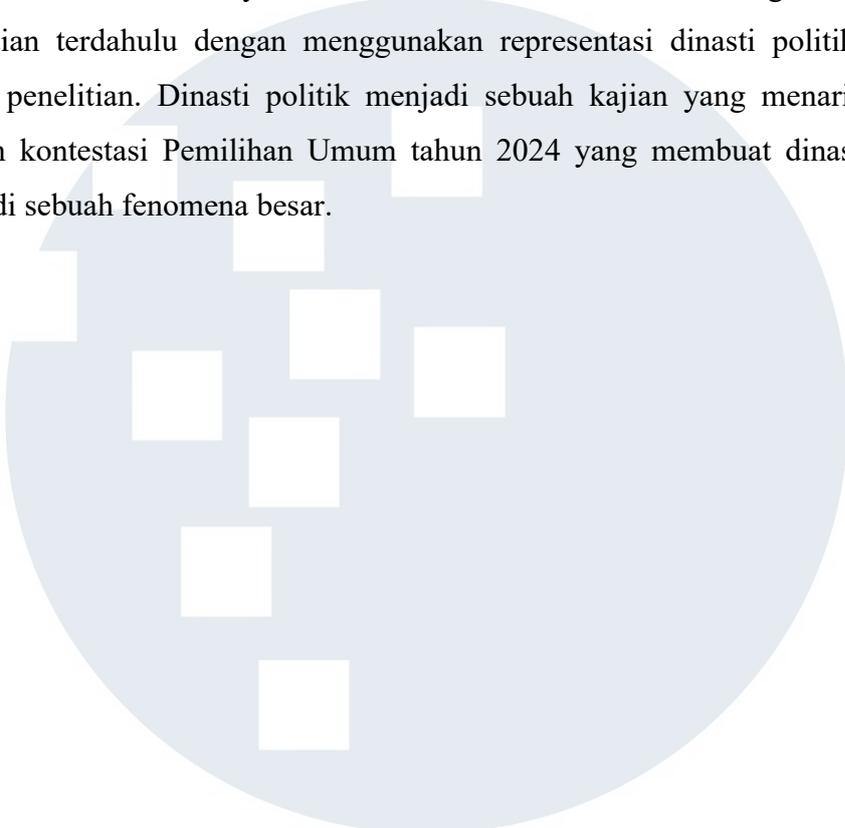
Rasyidi, Syahputra, dan Suparni (2022) meneliti program "Kick Andy Double Check" untuk melihat pengaruh Hierarki Pengaruh dalam isi media, menemukan bahwa kelima faktor dalam model ini secara bersama-sama memengaruhi konten media. Namun, model yang digunakan terbatas karena tidak mengacu pada model yang diperbarui oleh Reese dan Shoemaker (Rasyidi et al., 2022). Lo (2020) mengkaji kebebasan pers di Hong Kong melalui Hierarki Pengaruh dan menemukan bahwa budaya senioritas di Asia menghambat peran individu. Gaji rendah dan tekanan sosial juga membatasi otonomi jurnalis, sehingga penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi cara menjaga kebebasan pers (Lo, 2020). McEntee (2017) menyoroiti praktik gatekeeping dalam media Amerika terkait representasi perempuan di medan tempur, di mana faktor sosial dan institusi memiliki pengaruh besar terhadap konten. Peneliti menyarankan penelitian lebih lanjut dengan metode think aloud untuk mengeksplorasi representasi gender yang lebih luas (McEntee, 2017). Voakes (2009) mengeksplorasi pengaruh sosial dalam pengambilan keputusan etis jurnalis, menunjukkan bahwa faktor kelompok kecil dan organisasi sering kali menekan individu untuk menyesuaikan keputusan mereka dengan norma sosial. Studi ini merekomendasikan kajian lebih lanjut mengenai etika dan sosiologi media untuk memperdalam pemahaman tentang pengaruh sosial dalam jurnalisme (Voakes, 2009).

Studi-studi terdahulu tentang media dan politik sebagian besar berfokus pada bagaimana media membentuk opini publik, menciptakan representasi, dan memengaruhi pandangan politik melalui proses komunikasi dan diskursus. Beberapa penelitian menggunakan teori kritis untuk mengeksplorasi peran ideologi, kuasa, dan pengaruh dalam komunikasi politik, seperti yang terlihat dalam studi Sengul (2019) yang menggunakan analisis wacana kritis Van Dijk untuk melihat bagaimana wacana politik memengaruhi masyarakat. Penelitian lain mengkaji representasi tertentu, seperti Li & Zhang (2021) yang menggunakan analisis wacana kritis Fairclough untuk melihat representasi Islam dan Muslim di media Amerika, atau Setyono & Widodo (2019) yang mengeksplorasi nilai-nilai multikultural dalam buku teks di Indonesia.

Selain itu, teori Hierarchy of Influences yang dikembangkan oleh Shoemaker dan Reese sering digunakan untuk memahami pengaruh berbagai faktor seperti individu, rutinitas organisasi, dan institusi media dalam pembuatan konten, seperti dalam penelitian Grassau, Valenzuela, & Puente (2021) dan Lo (2020) yang fokus pada pengaruh faktor-faktor internal terhadap praktik media. Pendekatan ini memberikan kerangka untuk memahami bagaimana elemen internal dan eksternal memengaruhi pengambilan keputusan di media. Dalam jurnal yang menggunakan metode analisis wacana kritis, temuan yang didapat mencakup bagaimana hegemoni tercipta atas representasi suatu teks dan wacana. Adanya kekuasaan dan juga ketimpangan membuat persepsi dan juga kuasa teks dipegang oleh mereka yang memiliki suatu kekuasaan untuk melakukan produksi, distribusi, serta pembentukan sosio kultural tersebut.

Dalam jurnal yang menggunakan teori hierarchy of influence, temuan yang didapatkan dari berbagai jurnal pun memiliki bahasan yang beragam. Hal ini menyimpulkan bahwa bagaimana konstruksi kebenaran yang didapat dalam teori ini memiliki ragam yang berbeda berdasarkan latar belakang faktor-faktor yang mempengaruhi media tersebut dalam membuat konten. Dalam penelitian terdahulu yang peneliti dapatkan, faktor internal lebih banyak dibahas daripada faktor

eksternal dalam hierarchy of influences ini. Penelitian ini mengambil novelty penelitian terdahulu dengan menggunakan representasi dinasti politik sebagai kajian penelitian. Dinasti politik menjadi sebuah kajian yang menarik, sesuai dengan kontestasi Pemilihan Umum tahun 2024 yang membuat dinasti politik menjadi sebuah fenomena besar.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized globe with several white squares of varying sizes scattered across its surface.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Konsep/Teori	Metode & Informan/Responden	Temuan/Bahasan	Keterbatasan/Rekomendasi
1	Critical discourse analysis in political communication research: a case study of rightwing populist discourse in Australia (Sengul, 2019)	Kritis, Ideologi, Kuasa, Komunikasi Politik.	Analisis Wacana Kritis Van Dijk.	Tujuan analisis wacana kritis adalah melakukan intervensi politik atas nama orang-orang yang memiliki prasangka dalam masyarakat.	Kekhawatiran tentang ketelitian, ukuran sampel, dan seleksi sering dikemukakan dalam kritik metodologis tertentu terhadap AWK. Dari sudut pandang linguistik korpus, Stubbs menyarankan bahwa "analisis teks harus lebih rinci."
2	A corpus-based study of representation of Islam and Muslims in American media: Critical Discourse Analysis Approach (Li & Zhang, 2021)	Media, Ideologi, orientalisme, representasi, stereotip.	Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough.	Studi ini, yang mengacu pada proses representasi media, menunjukkan bahwa tema utama yang digunakan untuk menggambarkan Islam dan Muslim di New York Times adalah wilayah dan komunitas, kekerasan dan terorisme, politik, serta budaya dan sosial.  Islam telah dianalisis, dan sebagai hasilnya, karikatur media mengenai Islam sebagai pihak luar yang tidak diinginkan dan pembuat onar pun berkembang. Ketidakmampuan seluruh kelompok "mereka" dilihat dari sudut pandang kelompok "kita" sebagai akibat dari kurangnya kapasitas integrasi. The New York Times sering merujuk pada Muslim tanpa pernah menyebut mereka.	Pendekatan ini mengabaikan kajian mengenai bagaimana stigma dipraktikkan dan bagaimana stigma tersebut dapat dikurangi atau dihilangkan, dan hanya fokus pada bukti bahasa yang menunjukkan adanya stigma.  Penelitian di masa depan akan menggunakan lebih banyak teknik kognitif untuk mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi terhadap stigmatisasi terhadap Muslim dan Islam serta mencari solusi untuk hal tersebut.

3	A Critical Discourse of Analysis of Gender Representations in the content of 5th Grade English Language Textbook. (Ahmad & Shah, 2019)	Gender.	Analisis Wacana Kritis Van Dijk.	Di Punjab, Pakistan, sekolah negeri dan swasta menggunakan teks gender yang secara khusus diajarkan kepada pelajar bahasa Inggris Kelas 5. Buku teks yang disebutkan di atas menggambarkan kedua jenis kelamin secara tidak adil, laki-laki digambarkan dalam posisi dominan dan berpengaruh, sedangkan perempuan digambarkan sebagai orang yang relatif bergantung dan inferior. Akibatnya, tampak bahwa materi buku teks sengaja dibuat bias dan berpihak pada laki-laki. Premis perlakuan yang sama bagi kedua jenis kelamin dilanggar oleh praktik ini. Agar kita dapat memiliki masyarakat yang sehat dimana kedua gender diperlakukan setara, langkah-langkah khusus harus dilakukan untuk menghilangkan bias gender dari buku-buku pelajaran.	
4	The representation of multicultural values in the Indonesian Ministry of Education and Culture Endorsed EFL textbook: a critical discourse analysis (Setyono & Widodo, 2019)	Multikultural, education value.	Analisis Wacana Kritis Fairclough.	Penelitian ini mengkaji nilai-nilai multikultural, seperti yang tergambar secara resmi buku teks bahasa Inggris yang didukung yang ditulis untuk siswa EFL Indonesia dan bagaimana caranya nilai-nilai mungkin berkontribusi terhadap kompetensi antar budaya siswa sekolah menengah atas.	Perlu dikaji bagaimana guru bahasa Inggris sendiri menggunakan referensi budaya yang terdapat dalam buku teks dalam pengajarannya. Untuk memperpanjang penelitian ini, studi buku teks yang lebih kritis diperlukan untuk menganalisis moral dan nilai-nilai agama dan nilai-nilai terkait gender.

5	<p>How cosmetic apps fragmentise and metricise the female face: A multimodal critical discourse analysis (Örebro &amp; Kenalemang, 2023)</p>	Feminisme.	Analisis Wacana Kritis Multimodal.	Teknologi aplikasi kosmetik mengubah cara konsumen wanita dan mereka didorong untuk mempelajari dan mempertimbangkan penampilan wajah mereka. Mereka menawarkan untuk menyusun rekomendasi perawatan kulit berdasarkan teknologi AI mutakhir dan pengetahuan yang andal.	
6	<p>What “Emergency Sources” Expect From Journalists: Applying the Hierarchy of Influences Model to Disaster News Coverage. Daniela Grassau, Sebastian Valenzuela, dan Soledad Puente (2021) International Journal of Communication</p>	<p>Hierarchy of Influences dalam penelitian ini menilai dalam lima faktor pengaruh, tiga faktor pertama dapat diaplikasikan untuk mengerti bagaimana perilaku dan sikap terhadap berita, yaitu karakter individual, rutinitas professional tempat media mereka bekerja dan faktor organisasi yang dapat mempengaruhi persepsi individu yang bekerja di sana. Kedua faktor lain ditiadakan dalam analisis karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah melihat faktor internal dalam media (Grassau, Valenzuela, &amp; Puente, 2017).</p>	<p>Mix Method dengan menggunakan survey pada 873 sumber emergency dan Focus Group Discussion pada 49 partisipan yang terdiri dari 13 jurnalis, 36 sumber darurat (20 aparat, 7 manager emergency, 9 pakar).</p>	<p>Faktor individu memiliki pengaruh paling besar dalam persepsi sumber darurat pada praktik jurnalistik saat bencana.</p>	<p>Penelitian selanjutnya membutuhkan grup interview yang lebih besar.</p>

7	<p>Hirarki Pengaruh Pada Talkshow Kick Andy Double Check Metro TV Program Guiteeres Pahlawan. Arif Rasyidi, Hendra Eka Syahputra, Sri Suparni (2022). Journal of Political Issues</p>	<p>Hierarchy of influences dalam penelitian ini melihat bagaimana isi media dipengaruhi oleh bagaimana faktor faktor yang ada dalam model ini, yaitu model individu, rutinitas, organisasi, ekstra media, dan ideologi. Asumsi dalam teori ini adalah bagaimana hasil konten berkait pada kepentingan dan kebijakan internal dan eksternal pada suatu media (Rasyidi, Syahputra, &amp; Suparni, 2022)</p>	<p>Purposive sampling</p>	<p>Kelima faktor dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang sama pada bagaimana isi media dibuat.</p>	<p>Model hirarki yang digunakan tidak menggunakan model yang telah dibuat ulang oleh Reese dan Shoemaker.</p>
8	<p>Hierarchy of Influences on Press in a “Partly Free” Society: Dismantling Journalistic Autonomy. Wai Han Lo (2020) Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations</p>	<p>Hierarchy of Influences dalam penelitian ini melihat bahwa bagaimana latar belakang individu memiliki pengaruh yang cukup besar pada pola pikir individu. Asumsi dalam budaya Amerika mengatakan bahwa individu memiliki porsi yang cukup berpengaruh pada bagaimana peran diri dalam praktik media (Weaver, Beam, Brownlee, Voakes, &amp; Willhoit, 2007). Berbeda dengan budaya Asia, peran individu ditekan oleh konsep senioritas yang berada pada faktor pengaruh rutinitas dan juga organisasi (Lo, 2020)</p>	<p>In depth Interview pada 20 jurnalis.</p>	<p>Faktor individu terkait gaji yang rendah dan juga serangan sosial dari manager menekan mereka untuk tidak memiliki peran yang signifikan dalam penyampaian pendapat di ruang editorial.</p>	<p>Penelitian kedepannya dapat memperhatikan balasan apa yang dapat menjaga atau merakit ulang kebebasan pers di Hong Kong.</p>

9	Future Photographs of U.S. Women in Combat. Rebecca Scoggin McEntee (2017). Journalism Practice	Hierarchy of Influences dalam penelitian ini melihat dalam praktik gatekeeping, terdapat lima faktor pengaruh, yaitu sistem sosial, institusi sosial, organisasi media, rutinitas media, dan individu. Faktor individu dalam penelitian ini disebut dipengaruhi paling besar dari keempat faktor lainnya. Walau berusaha untuk tidak menjadi bias, seorang wartawan dapat dipengaruhi dari institusi sosial. Hal ini dikarenakan hubungan antara institusi sosial dengan media dapat membentuk bagaimana media tersebut menciptakan konten (McEntee, 2017).	Interview dan Think Aloud pada 17 praktisi media	Faktor individu muncul ketika individu tersebut tidak berada dalam lingkungan organisasi, akan tetapi ketika berada dalam lingkungan organisasi, faktor individu menjadi terpengaruh oleh faktor organisasi yang mendominasi.	Penelitian ini dapat diduplikasi dengan prosedur think aloud yang mencakup media yang lebih luas lagi dengan rasio pria dan wanita yang lebih seimbang.
10	Social influences on journalists' decision making in ethical situations. Paul S. Voakes (2009). Journal of Mass Media Ethics.	Hierarchy of influences dalam penelitian ini dikembangkan menjadi bagaimana faktor pengaruh sosial dapat mempengaruhi pekerja media dalam mengambil keputusan yang beretika. Tekanan dalam lingkungan sosial dapat membuat latar belakang individu praktisi media menjadi bias dan menghilangkan pengaruh individu dalam mengambil sebuah keputusan (Voakes, 2009).	Survey pada 118 wartawan tulis dan foto.	Faktor kelompok kecil, organisasi, dan faktor ekstra media memiliki pengaruh besar dalam merubah persepsi individu praktisi media dalam mengambil sebuah keputusan etis. Tekanan tak langsung membuat praktisi media menyampingkan kepentingan dirinya agar terlepas dari tekanan sosial.	Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan penekanan pada etika media dan sosiologi media lebih lanjut.

## **2.2 Teori atau Konsep yang digunakan**

Dalam membuat sebuah wacana terkait suatu fenomena yang dikemas hingga menjadi sebuah berita, media tidak lepas dari pengaruh-pengaruh yang ada, baik dalam sisi internal, maupun eksternal. Konglomerasi media yang meraja di Indonesia, serta tidak ada larangan pada aktor politik untuk berbisnis media menguatkan dasar asumsi bahwa teori hirarki pengaruh seyogyanya memang memiliki keterkaitan dalam fenomena dinasti politik yang diwacanakan oleh media.

### **2.2.1 *Hierarchy of Influences***

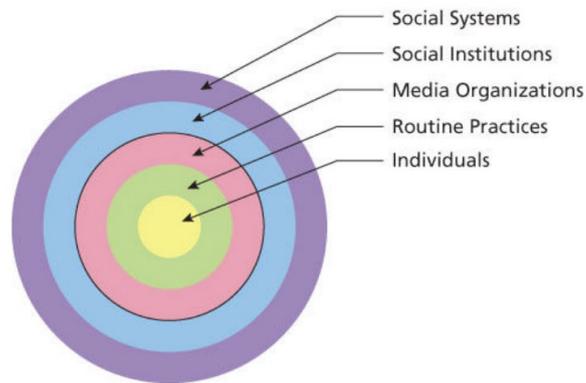
Teori *hierarchy of influences* dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese dengan asumsi bahwa isi pesan dari media adalah hasil dari bagaimana bentuk pengaruh yang bekerja dalam faktor internal dan eksternal (Shoemaker & Reese, 2016). Mereka berasumsi bahwa manusia adalah makhluk sosial dan mereka berpartisipasi dalam pola tindakan yang bahkan tidak diciptakan oleh mereka sendiri. Manusia dapat berkomunikasi sesuai dengan bagaimana lingkungan mereka membentuk mereka. Manusia sendiri memiliki potensi untuk menciptakan gaya pemikiran dari pola yang tak terbatas dalam tujuan merespon situasi di mana tempat mereka berada (Shoemaker & Reese, 2016). Teori ini berangkat dari studi perspektif *social science*. Bias personal dari individu bisa saja menjadi relevan dalam peliputan, akan tetapi terdapat juga beberapa individu yang mengandalkan bagaimana organisasi dan rutinitas membentuk diri individu tersebut, dalam arti lain individu tersebut membiarkan media membentuk dirinya (Shoemaker & Reese, 2016)

Teori *hierarchy of influence* milik Reese dan Shoemaker memiliki perubahan. Seiring berkembangnya zaman dan era media, mereka berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang dapat dikembangkan menjadi pemikiran dan faktor pengaruh baru (Shoemaker & Reese, 2016). Adanya perubahan faktor pengaruh dalam teori ini dikarenakan asumsi baru bahwa kebenaran adalah hal yang dibentuk dan berubah, yang artinya faktor pengaruh ini bisa saja tidak

menjadi relevan lagi jika tidak mengalami perubahan (Shoemaker & Reese, 2016). Faktor dalam teori ini dapat berguna untuk mengklasifikasikan beberapa level analisis yang membantu kita untuk menyusun hal ini menjadi model yang lebih besar. Perspektif teori ini mencakup beberapa kategori yang disarankan oleh Shoemaker dan Reese, yaitu:

- Konten dipengaruhi oleh perilaku dan sosialisasi pekerja media. Asumsi ini berangkat dari pendekatan komunikasi, menekankan pada faktor psikologi yang menempel pada pekerjaan individu dalam ranah professional, personal, dan politik.
- Konten dipengaruhi dari organisasi dan rutinitas media. Asumsi ini mengargumentasikan bahwa konten diciptakan langsung dari bagaimana sifat dasar media bekerja disusun. Rutinitas ini mencakup individu yang beroperasi sehingga menciptakan struktur.
- Konten dipengaruhi dari institusi dan arus sosial lainnya. Asumsi ini mencari dampak mayoritas eksternal yang menerpa organisasi dan praktisi medianya, dapat berupa ekonomi, politik, dan terpaan arus. Tekanan audiens dapat dilihat dari pasar dalam konteks memberikan apa yang pasar inginkan. Pasar dalam hal ini adalah pembaca atau konsumen media.
- Konten adalah fungsi dari posisi ideologi dan menjaga status quo. Pendekatan hegemoni ini mencari pengaruh mayoritas dari konten sebagaimana tekanan mendukung status quo, mendukung kepentingan siapa yang sedang berkuasa di lingkungan, dapat berupa lingkungan sosial, ekonomi, dan politik.

Dalam perubahan teori ini, faktor internal tidak mengalami perubahan. Faktor yang mengalami perubahan adalah faktor eksternal, yaitu ekstra media menjadi institusi sosial, serta ideologi menjadi sistem sosial.



Gambar 2.2 Model Hirarki Pengaruh

Sumber: (Shoemaker & Reese, 2016)

### 2.2.1.1 Individu

Dalam level individu, pertanyaan besar yang muncul adalah siapa pencipta media dan bagaimana karakteristik mereka mempengaruhi penciptaan tersebut? Shoemaker dan Reese (Shoemaker & Reese, 2016) melihat bagaimana perlakuan individu menjadi relevan dalam peran profesional mereka yang lebih besar. Isu ini diyakini muncul dalam level ini ketika individu berinteraksi dengan struktur yang lebih besar. Level ini berusaha untuk melihat bagaimana kebebasan dapat berlaku ketika individu bekerja dalam sebuah struktur yang lebih besar.

Dalam era network social, konteks individu dengan konteks mereka yang lebih besar merubah bagaimana mereka melihat hubungan terhadap peran institusi. Individualisme memiliki peran dalam bermain dengan isu identitas, dan memberi arti dan kepentingan baru dalam hierarchy of influences. Konteks individu ini menjadi sumber utama dan terkadang menjadi satu-satunya sumber dalam makna dalam sejarah latar belakang dari penyebaran organisasi, institusi, pergerakan sosial, dan ekspresi budaya. Individu semakin menyusun makna tidak dengan apa yang mereka lakukan, akan tetapi dengan latar belakang siapa diri mereka, dan apa kepercayaan mereka (Shoemaker & Reese, 2016).

Level dalam individu ini memiliki beberapa faktor dasar agar dapat dimengerti dan diamati. Faktor dasar tersebut mencakup:

- Personal dan Profesionalitas. Sikap personal nilai dan kepercayaan dianggap sebagai hal yang memisahkan personal dengan profesionalitas, walau keduanya saling mempengaruhi dan menempa satu dengan lainnya. Profesionalitas mencakup bagaimana cara pandang, gaya kerja, serta pandangan dalam peran dan pilihan etis dalam media.
- Etnik. Dasar latar belakang etnik mempengaruhi bagaimana media tersebut dibentuk dalam arah pembahasan suatu konteks tertentu. Etnik yang memiliki kesamaan dengan etnik dari pemberitaan yang sedang mereka tulis akan memiliki cara pandang berbeda dengan etnik yang tidak ada kaitannya dengan etnik yang sedang ditulis.
- Gender. Gender dalam media dapat merubah bagaimana media melihat berita dalam konteks maskulinitas atau feminisme.
- Orientasi seksual. Orientasi seksual dapat mempengaruhi bagaimana beberapa cara pandang terhadap sebuah berita diciptakan.
- Kelas dan status. Faktor baru ini melihat bagaimana latar belakang individu melihat sebuah konteks berita. Kelas dan status didasari oleh sosioekonomi status yang melihat bagaimana jurnalis tumbuh menjadi dewasa.

#### **2.2.1.2 Rutinitas**

Level rutinitas melihat bagaimana cara kerja praktisi media, bagaimana cara pandang mereka, dan bagaimana peraturan organisasi berpengaruh terhadap mereka. Rutinitas berbentuk tersirat, membutuhkan waktu, serta membutuhkan waktu untuk mempengaruhi praktisi media.

Terdapat tiga sumber rutinitas; audiens, organisasi, dan penyedia sumber. Contohnya, apa yang audiens inginkan atau tidak ingin tahu, kemudian bagaimana cara kerja organisasi yang ingin meningkatkan keuntungan dan mengurangi pengeluaran sehingga terdapat beberapa perubahan cara kerja, dan bagaimana sumber informasi melihat media ini.

Jelas bahwa bagaimana cara organisasi bekerja tentu akan mempengaruhi bagaimana rutinitas terjadi. Bagaimanapun, organisasi media tentu ingin menciptakan profit sehingga mengaplikasikan berbagai model kerja yang dapat merubah rutinitas dalam waktu yang beragam. Shoemaker dan Reese berpendapat bahwa rutinitas media menjadi salah satu faktor yang penting untuk dilihat karena rutinitas dibentuk dan mempengaruhi realita sosial yang diproyeksikan pada konten media (Shoemaker & Reese, 2016).

### **2.2.1.3 Organisasi**

Level organisasi melihat skala pengaruh yang lebih besar yang tertuju pada media secara spesifik. Organisasi tercipta dari kelompok individu yang memiliki tujuan yang sama, sehingga memberi organisasi tersebut identitas. Sebuah organisasi membedakan diri dengan organisasi lainnya melalui kepemilikan, tujuan, aksi, peraturan, dan keanggotaan, menciptakan batasan yang dapat menahan anggota luar dengan anggota inti. Organisasi media menciptakan, memodifikasi, memproduksi, serta mendistribusikan media pada ragam audiens. Konten dapat terpengaruh dari beberapa faktor seperti kepemilikan, kebijakan, tujuan, aksi, keanggotaan, interaksi dengan organisasi lain, struktur birokrasi, ekonomi, dan stabilitas.

Perubahan yang berkala dalam ranah media telah menghasilkan beberapa tipe organisasi media, di mana semuanya mereka dapat menyampaikan informasi pada dunia pada audiens. Walaupun teknologi merubah cara pandang kita terhadap konten media dan organisasi media,

media dalam abad 20 masih memiliki kehadiran yang kuat. Walaupun mayoritas organisasi media kini memiliki edisi internet, sebagian dari mereka tidak berubah. Audiens dapat membeli koran, tabloid, atau bentuk majalah. Audiens dapat menonton televisi dan mendengarkan radio. Perkembangan organisasi media dalam platform internet merubah bagaimana masyarakat berinteraksi dengan konten media (Shoemaker & Reese, 2016).

Pendekatan organisasi ini sebenarnya tidak berbeda jauh dengan pendekatan rutinitas, yang membedakan rutinitas dengan organisasi adalah level makro dari kelompok tersebut. Level makro memiliki tujuan, visi dan misi, dan tekanan yang lebih besar dan tertulis (Shoemaker & Reese, 2016).

#### **2.2.1.4 Institusi Sosial**

Media dapat hadir pada masyarakat dengan adanya hubungan dengan institusi lain di dunia sosial, setidaknya itu yang disadari oleh Shoemaker dan Reese dengan perubahan pada faktor ini (Shoemaker & Reese, 2016). Jika pada model sebelumnya lapisan ini adalah lapisan ekstra media, sekarang lapisan ini disebut dengan lapisan institusi sosial. Adanya perubahan terkait dengan pertumbuhan institusi media dan politik yang saling terkait. Institusi sosial dalam hierachy of influences menilai pemahaman jurnalisme sebagai praktik sosial, dengan pertimbangan yang sama di atas kesuksesan legitimasi dan komersial.

Media dilihat dan ditempatkan dalam hubungan dengan institusi lainnya dalam sistem sosial yang lebih besar. Oleh karena itu, Shoemaker dan Reese mengasumsikan bahwa media tidak dapat dipahami kecuali media tersebut berada dalam hubungan dengan tempat lain. Adanya advokasi sosiologi media pada komunikasi politik menciptakan suatu permasalahan antara organisasi dan sosial.

### **2.2.1.5 Sistem Sosial**

Level ini adalah level paling makro dalam teori hierarchy of influences. Faktor ini berbicara tentang bagaimana sistem sosial sebuah lingkungan yang cakupannya lebih luas dari institusi sosial mempengaruhi bagaimana media diciptakan. Dalam jurnal milik Umejei (2018), dijelaskan bahwa faktor sistem sosial memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana media Cina di Afrika memberitakan tentang kebijakan dari negara Cina itu sendiri. Dalam faktor sistem sosial ini, konteks yang dilihat dalam media adalah kekuatan yang lebih besar dari institusi sosial, seperti nasionalisme, serta paham ideologi negara itu sendiri (Umejei, 2018).

### **2.2.2 Teori Ekonomi Politik Media**

Teori Ekonomi Politik Media yang dikemukakan oleh Vincent Mosco menarik untuk digunakan dalam penelitian representasi dinasti politik dalam media, khususnya dalam konteks analisis wacana kritis terkait Pemilu 2024 di The Jakarta Post, karena teori ini memberikan kerangka untuk memahami bagaimana kekuasaan, kepentingan ekonomi, dan struktur politik berinteraksi dan memengaruhi produksi serta distribusi media. Vincent Mosco (2009) menjelaskan bahwa definisi ekonomi politik terbagi menjadi dua ranah; secara sempit dan secara luas. Secara sempit, ekonomi politik adalah sebuah ilmu dalam sebuah lingkungan dan hubungan sosial, khususnya hubungan sebuah kekuasaan untuk mengontrol sistem produksi, distribusi, dan juga segala sumber yang ada di dalamnya, salah satunya komunikasi (Mosco, 2009). Sumber daya yang dimaksud adalah media online yang termasuk sebagai saluran dari komunikasi massa. Dalam arti luas, ekonomi politik merangkum sebuah studi yang membahas tentang kekuasaan sosial untuk kehidupan sosial yang dituju. Kekuasaan sosial yang dimaksud mengacu pada kontrol terhadap individu ataupun anggota dari sebuah organisasi untuk memproduksi sesuatu secara berkala hingga berpengaruh terhadap eksistensi dan keberlangsungan hidup pada lingkungan sosial (Mosco, 2009)

Mosco membagi ekonomi politik menjadi tiga babak, yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan juga strukturasi. Komodifikasi membahas tentang proses perubahan fungsi barang dan jasa menjadi sebuah komoditi yang memiliki nilai di pasar. Spasialisasi membahas tentang perubahan barang yang dilakukan sebagai upaya untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Kemudian strukturisasi membahas tentang proses penciptaan peran dalam hubungan sosial yang menciptakan setiap elemen sosial yang memiliki kewajiban terhadap elemen sosial lainnya sehingga menonjolkan ras, gender, dan kelas sosial (Mosco, 2009). Vincent Mosco membahas tentang dua aspek dalam komodifikasi, yaitu komodifikasi audience, serta komodifikasi pekerja (Mosco, 2009).

Komodifikasi audiens berpengaruh pada komponen penting bagi eksistensi media. Hal itu dikarenakan besar-kecilnya jumlah audience yang berhasil dirangkul dalam sebuah program media sangat memengaruhi pengiklan. Dalam hal ini, semakin banyak audiens yang tertarik pada The Jakarta Post, akan semakin besar peluang bagi The Jakarta Post untuk mendapat iklan dan berpeluang untuk menaruh nilai tawar yang besar bagi pengiklan. Sedangkan komodifikasi pekerja berbicara tentang sistem produksi dan juga sistem distribusi melalui seluruh jaringan media komunikasi kepada audience. Komodifikasi pekerja menurut Mosco dijelaskan dalam konsep perbedaan yang terjadi antara beban kerja dengan upah yang diberikan perusahaan (Mosco, 2009). Hal itu dikarenakan adanya pemberian beban pekerjaan yang lebih pada pekerja dibanding upah yang diberikan. Kesimpulannya, perusahaan tidak perlu membayar dua orang untuk mengerjakan dua pekerjaan, melainkan satu orang untuk melakukan dua pekerjaan atau lebih.

### 2.2.3 Media Online

Suryawati menyimpulkan bahwa media online merupakan sebuah media komunikasi dengan memanfaatkan sebuah perangkat jaringan, yaitu sebuah internet (Suryawati, 2011). Perkembangan media online telah mencapai implikasi yang luar biasa untuk akses serta lingkup informasi (Holliman, 2010). Romli (2014) menjelaskan bahwa media online paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik adalah publikasi berita di internet. Produk jurnalistik dalam media online memanfaatkan media yang telah terkomputasi dengan kolaborasi teknologi internet. Adanya media online menciptakan sebuah kesederhanaan fisik yang menjadi karakter dari media massa konvensional. Media cetak yang menggunakan media kertas, media televisi yang menggunakan televisi, serta media radio yang menggunakan radio berubah menjadi media online yang menggunakan gawai yang telah didukung fiturnya (A. S. M. Romli, 2014).

Terdapat 10 karakteristik media online menurut Romli (2014), yaitu:

1. Multimedia: Memuat atau menampilkan berita dalam sajian teks, audio, video, grafis, dan gambar dalam waktu bersamaan.
2. Aktual: Memuat informasi aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian
3. Cepat: Dapat diakses oleh masyarakat tanpa hambatan waktu dengan kemudahan teknologi internet dan kekuatan jaringan.
4. Pembaharuan: Informasi dapat diperbaharui secara cepat. Adanya media online menghilangkan konsep ralat dalam sebuah media, karena informasi yang tidak tepat dapat terganti dengan informasi baru dengan waktu yang cepat.
5. Kapasitas Luas: Halaman web pada media online tidak memiliki keterbatasan teks.
6. Fleksibilitas: Pemuatan dan penyuntingan naskah dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

7. Global: Menjangkau seluruh tempat yang memiliki jaringan internet.
8. Interaktif: Menghadirkan fasilitas kolom komentar.
9. Terdokumentasi: informasi tersimpan di jejak digital dan fasilitas pencarian dalam media online terkait.
10. Hyperlinked: Terhubung dengan sumber lain yang berkaitan.

Media Online telah menjadi sebuah pembahasan yang menarik sejak awal terciptanya internet. Suryawati (2011) menjelaskan bahwa jurnalistik online memudahkan audience untuk leluasa dalam memilih berita yang ingin didapat. Jurnalistik online memiliki keuntungan tersimpan dan dapat diakses kembali dengan mudah oleh audience, dengan jumlah publikasi yang tidak terbatas oleh media online tersebut.

#### **2.2.4 Media dan Pemilihan Umum**

Di era modern, media menjadi salah satu aktor penting dalam pengaruh segala aktivitas kehidupan masyarakat, dalam ruang publik ataupun ruang privat. Dalam skala demokrasi dan juga politik, media berhasil merubah dan juga mentransformasikan cara manusia berkomunikasi, berpolitik, dan bahkan bernegara (Sujoko, 2020). Sejalan dalam perkembangan demokrasi, kemajuan teknologi media menandai munculnya model baru dalam perkembangan demokrasi seperti cyberdemocracy, hyper democracy, dan digital democracy. Media memiliki peran penting dalam perkembangan ini. Fase di era informasi dianggap sebagai sebuah tahap pencapaian dari perkembangan sejarah manusia yang paling mutakhir setelah berakhirnya fase industri. Di dunia global, media memiliki dinamika demokrasi sendiri, seperti pada tahun 2010 perkembangan demokrasi kontemporer melanda negara Timur Tengah yang dikenal dengan sebutan The Arab Spring (Sujoko, 2020). Dalam tahun 2016-2019, Indonesia masih berada pada status demokrasi yang rapuh, dengan nilai 6,41 di tahun 2006, kemudian turun menjadi 6,34 di tahun 2008, kemudian meningkat pada tahun 2017 dengan nilai 6,97 (Sujoko, 2020).

Media dalam kehidupan politik dianggap sebagai salah satu pilar demokrasi. Hart dan Sparrow (2001) menjelaskan bahwa media memiliki tiga ranah penting dalam politik, yaitu partai politik, media, dan kelompok asosiasi politik yang menyediakan channel di mana opini rakyat dibentuk dan ditransmisikan.

Media dapat digunakan dalam skala pemilihan umum untuk menciptakan sebuah wacana bagi pemilik kepentingan ekonomi dan juga kekuasaan. Di tengah maraknya konsumsi media informasi, media memiliki dua sisi mata pisau, yaitu kekuatan untuk menciptakan perkembangan demokrasi suatu negara. Di sisi yang lain, menghancurkan konsep demokrasi dengan monopoli pemilik kepentingan ekonomi dan juga kekuasaan (Hart & Sparrow, 2001). Gagasan tersebut menciptakan adanya hegemoni sebagai sebuah dominasi yang dilakukan oleh pemegang kepentingan. Akibatnya, media tidak lagi bekerja sebagai medium informasi secara aktual dan terpercaya, melainkan sebagai alat propaganda yang menciptakan sebuah post truth pada masyarakat dengan pembentukan wacana sesuai dengan yang diinginkan pemegang kuasa.

Terdapat enam permasalahan dalam media akibat hegemoni kuasa (Sujoko, 2020), yaitu:

1. Disinformasi. Adanya stimultan informasi yang bersifat homogen secara terus menerus menciptakan ketidakpercayaan pada informasi itu sendiri.
2. Depolitisasi. Adanya model komunikasi yang bersifat satu arah, dengan massa sebagai mayoritas yang dia, tidak kritis, serta resisten terhadap berbagai arus informasi.
3. Banalitas media. Informasi yang dijadikan tanpa interupsi oleh media sehingga informasi bersifat remeh temeh dan tidak dapat diambil hikmahnya.

4. Fatalitas informasi. Informasi membiak tanpa henti dan kendali sehingga mengarah pada titik ekstrem, melampaui nilai dan berakhir destruktif.
5. Skizofrenia. Keterputusan makna karena putusnya keterkaitan media dengan bahasa itu sendiri.
6. Hipermoralitas. Kondisi media yang mulai tercerabut dari struktur moral dan batas-batas nilai dalam masyarakat.

Dalam situasi tersebut, media telah berkontribusi negative terhadap kehidupan demokrasi. Media telah dianggap gagal sebagai sebuah watchdog bagi rakyat dan hanya melayani kepentingan kekuasaan dan ekonomi kelompok tertentu.

#### **2.2.5 Dinasti Politik**

Dinasti politik dalam demokrasi sering kali dianggap sebagai fenomena yang membingungkan. Minat publik dan akademis terhadap topik ini selalu besar. Kekhawatiran bahwa kelas politik mungkin menjadi turun-temurun, jika bukan secara hukum, maka dalam praktiknya, sudah diungkapkan pada awal abad ke-20 (Mosca, 1939). Dinasti politik telah lama hadir dalam demokrasi, menimbulkan kekhawatiran bahwa ketidaksetaraan dalam distribusi kekuasaan politik dapat mencerminkan ketidaksempurnaan dalam representasi demokratis (Dal Bó et al., 2009). Dal Bo sendiri mendefinisikan dinasti politik seperti "keluarga yang sebelumnya telah menempatkan anggotanya di Kongres". Dinasti politik mencerminkan bentuk khusus dari kelanggengan elit di mana satu atau beberapa kelompok keluarga memonopoli kekuasaan politik (Querubin, 2011).

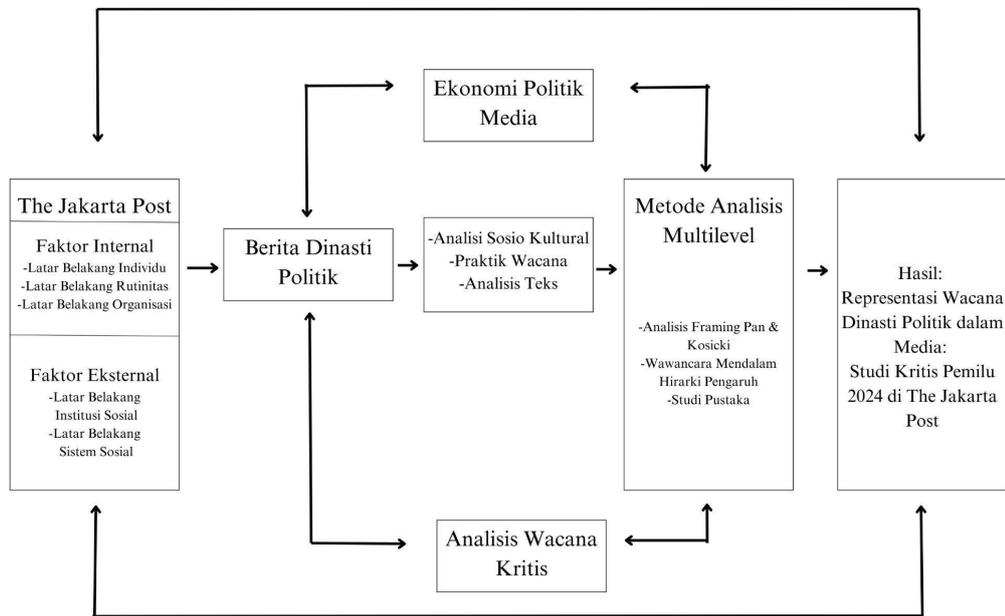
Dinasti politik umum terjadi di banyak demokrasi kontemporer seperti Argentina, India, Jepang, Meksiko, dan Filipina. Filipina adalah contoh mencolok dari demokrasi dinasti. Lebih dari setengah anggota kongres dan gubernur terpilih di Filipina memiliki kerabat yang sebelumnya memegang jabatan terpilih. Di 40% dari 79 provinsi, gubernur provinsi dan anggota

kongres memiliki hubungan kekerabatan (Querubin, 2011). Dalam konteks politik, praktik pemberian posisi pada keluarga dalam struktur kekuasaan, yang sering dikenal sebagai dinasti politik, telah menjadi perhatian masyarakat Indonesia baik di tingkat lokal maupun nasional (Dwiyanto, 2021). Dinasti politik sering kali dilihat sebagai bagian dari konflik yang berkelanjutan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Praktik ini memunculkan isu-isu tentang representasi, keadilan, dan meritokrasi, yang kerap menjadi objek analisis dalam studi politik (Pratama et al., 2023).

Dinasti politik di Indonesia telah terjadi sejak masa Orde Baru dengan hegemoni kuat pemerintah dan Golkar dalam sistem politik di Indonesia, yang membuat lembaga perwakilan rakyat hampir tidak berfungsi dalam mengawasi pemerintah. Perwakilan rakyat seharusnya mengawasi dan menyuarakan aspirasi serta kepentingan rakyat. Pengunduran diri Soeharto menimbulkan semangat baru dalam sistem politik Indonesia. Namun, tidak banyak yang berubah, pengamat mengatakan bahwa anggota legislatif cenderung lebih memprioritaskan kepentingan pribadi kerabat mereka daripada memperjuangkan aspirasi rakyat (Power & Warburton, 2021).



### 2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.3. Alur penelitian

Sumber: Hasil olahan peneliti

