



### **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 II**

### **KERANGKA TEORI DAN KONSEP**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai rujukan dan referensi. Penelitian pertama dengan judul “Manajemen Redaksional Surat Kabar Republika dalam Menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*”, ditulis pada 2013 oleh Muhammad Tohir, mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan lima Teori Hirarki Pengaruh pada kebijakan redaksional surat kabar Republika dalam memengaruhi isi berita *headline*. Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik analisis deskriptif.

Penelitian ini menggunakan penerapan lima faktor dari Teori Hierarki Pengaruh dari Pamela J Shoemaker dan Stephen D Resse dalam kebijakan redaksi Surat Kabar Republika.

Dalam Teori Hierarki Pengaruh menurut Shoemaker dan Resse, terdapat dari lima faktor hierarki pengaruh, yakni faktor individu, faktor rutinitas media, faktor organisasioanl, faktor ekstra media, dan faktor ideologi. Penelitian ini menarik sebuah kesimpulan bahwa yang paling berpengaruh terhadap isi berita *headline* adalah faktor organisasional dan faktor ideologi dari Surat Kabar Republika.

Perbedaan penelitian Muhammad Tohir dengan penulis yaitu pada konsep yang digunakan, yakni Teori Hierarki Pengaruh, sedangkan penulis menggunakan dua teori yaitu Gatekeeping dan Hierarki Pengaruh pada praktik dalam produksi konten berita di CNNIndonesia.com, khususnya pada kanal Fokus.

Penelitian kedua dengan judul “Studi Gatekeeping dalam Produksi Berita Investigasi (Analisis Isi Isu Penyimpangan Publik Di Program Berita Kompas TV)”, ditulis pada 2013 oleh Dewi Febriyanti, mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Terdapat beberapa tujuan dari penelitian tersebut antara lain, untuk mengetahui bagaimana *gatekeeping* yang dilakukan oleh bagian redaksi dan Tim di program Berkas Kompas dalam produksi berita investigasi isu penyimpangan publik, serta berita apa saja yang diangkat sebagai program *news current affairs*.

Dalam penelitian tersebut, Dewi menggunakan penerapan teori *Gatekeeping*, Tahapan Produksi Fred Wibowo, *Hierarchy of Influence*, Berita, Jurnalisme Investigasi.

Kesimpulan dalam penelitian tersebut antara lain adalah proses *gatekeeping* terjadi pada proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. Proses *gatekeeping* pada program Berkas Kompas dipengaruhi oleh lima level hierarki pengaruh.

Perbedaan dari penelitian Dewi dengan penulis yaitu pada pemilihan agenda media, yaitu program Berkas Kompas, sedangkan penulis menggunakan

konten berita pada kanal Fokus di CNNIndonesia.com, yang *platform*-nya adalah media online. Meskipun begitu, penelitian ini memiliki persamaan konsep yang digunakan yaitu Teori *Gatekeeping*. Selain itu, tujuan dari penelitian keduanya juga sama.

Perbedaan dari kedua penelitian terdahulu yaitu media yang diteliti. Pada penelitian terdahulu yang pertama menggunakan objek penelitian media surat kabar (Republika). Kemudian penelitian terdahulu yang kedua menggunakan media televisi (Kompas TV), sedangkan penelitian ini dilakukan terhadap media online, yakni CNNIndonesia.com.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

	Penelitian I	Penelitian II	
Nama peneliti	Muhammad Tohir	Dewi Febriyanti	Meiliani
Tahun penelitian	2013	2013	2018
Tempat/ Lembaga	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta	Universitas Multimedia Nusantara

Judul penelitian	Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam Menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi <i>Headline</i>	Studi Gatekeeping dalam Produksi Berita Investigasi (Analisis Isi Isu Penyimpangan Publik Di Program Berita Kompas TV)	Kebijakan Redaksional Media <i>Online</i> CNNIndonesia.com (Studi Kasus: Proses <i>Gatekeeping</i> pada Konten Berita di Kanal FOKUS)
Rumusan Masalah	Bagaimana penerapan lima teori Hierarki Pengaruh pada kebijakan redaksional surat kabar Republika dalam memengaruhi isi berita <i>headline</i> .	- Bagaimana proses <i>gatekeeping</i> dalam produksi berita isu penyimpangan publik di program Berkas Kompas? - Berita investigasi apa saja yang diangkat oleh Berkas Kompas	Bagaimana CNNIndonesia.com melakukan upaya <i>gatekeeping</i> dalam proses produksi konten berita di kanal Fokus.

		sebagai <i>news current affairs</i> ?	
Tujuan penelitian	Mengetahui bagaimana penerapan lima Teori Hirarki Pengaruh pada kebijakan redaksional surat kabar Republika dalam memengaruhi isi berita <i>headline</i> .	Untuk mengetahui bagaimana <i>gatekeeping</i> yang dilakukan oleh bagian redaksi dan Tim di program Berkas Kompas dalam produksi berita investigasi isu penyimpangan publik, serta berita apa saja yang diangkat sebagai program <i>news current affairs</i> .	Untuk mengetahui seperti apa upaya <i>gatekeeping</i> dalam proses produksi konten berita pada media <i>online</i> , khususnya berita pada kanal Fokus di CNNIndonesia.com. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui pengaruh level hierarki pada proses <i>gatekeeping</i> di media <i>online</i> .
Pendekatan Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

Konsep dan Teori yang Digunakan	Kajian redaksional, Media Massa, Berita, <i>Headline news</i> , teori Hierarki Pengaruh.	<i>Gatekeeping</i> , Tahapan Produksi Fred Wibowo, <i>Hierarchy of Influence</i> , Berita, Jurnalisme Investigasi.	Teori <i>Gatekeeping</i> , Teori Hierarki Pengaruh, Level Hierarki Pengaruh pada proses <i>Gatekeeping</i>
Hasil penelitian	Faktor Teori Hierarki pengaruh yang paling berpengaruh terhadap isi berita <i>headline</i> adalah faktor organisasional dan faktor ideologi dari Surat Kabar Republika.	Proses <i>gatekeeping</i> terjadi pada proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. Proses <i>gatekeeping</i> pada program Berkas Kompas dipengaruhi oleh lima level hierarki pengaruh.	Proses <i>gatekeeping</i> melalui beberapa faktor dalam redaksi, yaitu editor, redaktur pelaksana dan pemimpin redaksi. Faktor tahapan hierarki yang paling dominan memberi pengaruh pada proses <i>gatekeeping</i> adalah level rutinitas media.

## 2.2 Teori *Gatekeeping*

Dalam menjalankan sebuah agenda terdapat orang yang memiliki peranan penting dalam mensortir isu-isu atau peristiwa untuk sebuah pemberitaan yaitu seorang *gatekeeper*. *Gatekeeper* memiliki fungsi untuk memilih, mengubah, dan menolak pesan, dan dapat mempengaruhi aliran informasi kepada seseorang atau sekelompok orang. Dalam media massa, biasanya *gatekeeper* terdiri dari beberapa orang antara lain, editor media cetak atau online, penerbit majalah, produser berita televisi, manajer siaran radio, produser film, dan lain sebagainya (Vera, 2019, p. 35).

Istilah *Gatekeeper* pertama kali diperkenalkan oleh seorang psikolog Austria, Kurt Lewin, yang merujuk pada individu atau kelompok orang yang mengatur perjalanan informasi atau berita di saluran komunikasi. Perluasan dari definisi menurut Lewin, *gatekeeper* diartikan sebagai orang atau kelompok yang terorganisir yang terlibat langsung dalam menyampaikan atau mentransfer informasi dari satu orang ke orang lain melalui media massa. *Gatekeeper* dalam media massa memiliki fungsi sebagai berikut, pertama, membatasi informasi yang diterima dengan menyunting informasi sebelum disebar kepada audiens; kedua, memperluas jumlah informasi dengan atau pandangan; memberi tambahan fakta atau pandangan dan; ketiga, mengatur atau menafsirkan kembali informasi (Bittner, 1983, p. 14).

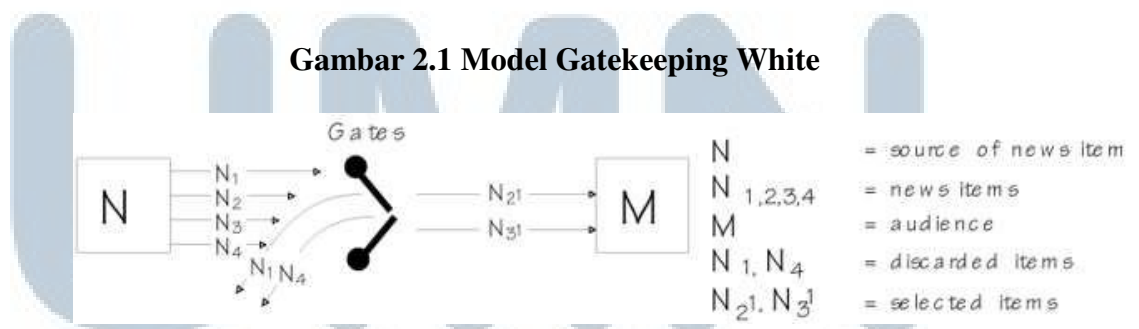
Dalam konseptual sederhana media massa, proses *gatekeeping* adalah proses di mana bermacam berita, beragam pesan berpotensi ditampi, dibentuk dan didorong dan ditransmisikan oleh media. Seringkali juga didefinisikan



sebagai serangkaian keputusan di mana item berita akan diteruskan atau dihentikan dalam penyebaran berita dari sumber ke reporter ke rangkaian editor (Shoemaker dkk, 2001, p 233).

Shoemaker juga mendefinisikan *gatekeeping* sebagai proses di mana miliaran pesan yang tersedia di dunia dipotong dan diubah menjadi ratusan pesan yang menjangkau orang tertentu pada hari tertentu (Shoemaker, 1991, p. 1). Proses *Gatekeeping* merupakan proses penting dalam pengolahan berita, karena dalam proses ini menentukan berita atau informasi mana yang layak atau tidak layak untuk dipublikasikan di masyarakat luas. Proses ini juga menjadi salah satu yang penting untuk membangun kredibilitas sebuah media dalam menyajikan pemberitaannya.

Dari konsep *gatekeeping* Lewin, David Manning White menerjemahkan model *gatekeeping* ke dalam sebuah penelitian.



sumber: Shoemaker & Vos, 2009, p. 16

Dari gambar di atas, N mengirimkan beberapa macam berita (N1, N2, N3, N4) ke gatekeeper media. Kemudian, *gatekeeper* mengeleminasi atau membuang beberapa berita (N1 dan N4), baru kemudian berita yang dipilih (N2, N3)

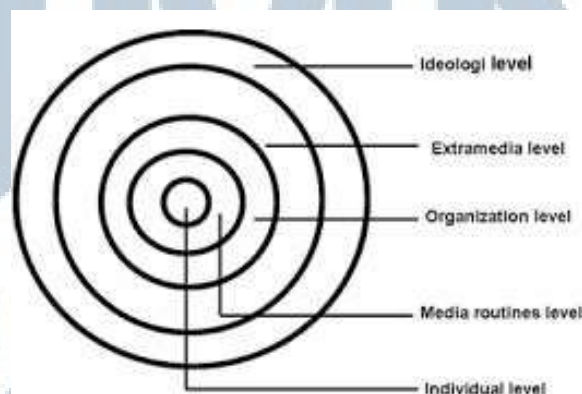
diteruskan ke audienes. Hal ini menunjukkan adanya perubahan ketika berbagai macam berita melewati gatekeeper (Shoemaker & Vos, 2009, p. 15).

Berbeda dengan White, Gieber (1956) menggambarkan editor sebagai individu yang menjaga nilai-nilai pribadi dan memiliki pengaruh besar pada pemilihan cerita. Subjektivitas dianggap kurang penting dalam proses gatekeeping, daripada pertimbangan secara struktural (Shoemaker & Vos, 2009, p. 16).

### 2.3 Teori Hierarki Pengaruh

Shoemaker dan Reese menyebutkan lima pengaruh isi media antara lain pengaruh individu (*individu level*), pengaruh rutinitas media (*media routines level*), pengaruh organisasi media (*organizational level*), pengaruh luar organisasi media (*extra media level*), dan pengaruh ideologi (*ideology level*) (Severin & Tankard, 2008, p. 277-278).

**Gambar 2.2 Lima Pengaruh Isi Media**



Sumber: Shoemaker, 1991

### **2.3.1 Level Individu**

Pertama, yaitu pengaruh dari pekerja media secara individu meliputi karakteristik pekerja komunikasi, latar belakang profesional dan kepribadian (pendidikan, agama, strata sosial, ekonomi), sikap pribadi, dan peran-peran profesional.

Potensi pengaruh pekerja terhadap konten di media dilihat dari faktor yang hakiki. Pertama, melihat karakteristik komunikator dan latar belakang pribadi dan profesional. Misalnya, pendidikan jurnalis dapat mempengaruhi kinerja mereka. Kedua, mempertimbangkan pengaruh dari komunikator dan sikap keyakinan yang dimiliki individu sebagai akibat dari latar belakang atau pengalaman pribadi mereka. Misalnya, sikap politik atau keyakinan agama. Ketiga, menyelidiki orientasi profesional dan konsepsi peran yang komunikator pegang sebagai fungsi yang disosialisasikan ke pekerjaan mereka. Misalnya, apakah wartawan menganggap diri mereka sebagai pemancar peristiwa atau peserta aktif dalam mengembangkan cerita (Shoemaker & Resse, 1996, p. 60-61).

### **2.3.2 Level Rutinitas Media**

Kedua, yaitu pengaruh tingkat rutinitas media, yang meliputi praktik-praktik komunikasi sehari-hari, termasuk deadline/batas waktu dan kendala waktu lainnya, kebutuhan ruang dalam penerbitan, struktur piramida terbalik untuk menulis berita, nilai berita, standar objektivitas, dan kepercayaan reporter pada sumber-sumber berita. Rutinitas

membentuk konteks langsung, baik di dalam maupun di tempat orang-orang ini melakukan pekerjaan mereka. (Shoemaker & Resse, 1996, p. 100).

Rutinitas media membantu sebuah organisasi media menjawab pertanyaan sebagai berikut, pertama, apa yang bisa diterima oleh konsumen (audiens)?; kedua, apakah organisasi (media) mampu memproses?; ketiga, produk apa yang tersedia dari pemasok (sumber)? Sebagai contoh, di sebuah media seorang editor harus mempertimbangkan ketiga pertanyaan tersebut dalam mengambil keputusan cerita apa yang akan diterbitkan (Shoemaker & Resse, 1996, p. 104).

Rutinitas media juga berorientasi pada audiens, salah satunya dengan mempertimbangkan nilai berita sebagai tolak ukur layak atau tidaknya cerita yang akan diterbitkan. Dalam hal ini, media akan memprediksi apa yang dianggap audiens menarik dan penting, dan media mengarahkan *gatekeeper* untuk membuat pilihan cerita yang konsisten (Shoemaker & Resse, 1996, p. 106).

Selain itu, terdapat rutinitas objektif sebagai fungsi pertahanan wartawan ataupun editor untuk menghindari serangan. Gans (1979) menunjukkan bahwa gaya obyektif, dengan menjaga nilai-nilai pribadi, memungkinkan otonom wartawan dalam memilih berita. Hallin (1989) juga berpendapat bahwa objektivitas membantu melegitimasi media (Shoemaker & Resse, 1996, p. 107).

Rutinitas media akan menggambarkan seperti apa mekanisme kerja dan prosedur, serta kebijakan yang diterapkan dalam redaksi media tersebut. Hal ini yang nantinya menjadi pertimbangan gatekeeper dalam pemilihan berita untuk medianya.

### **2.3.3 Level 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 mempengaruhi konten adalah dengan mempengaruhi 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)

### **2.3.4 Level Luar Organisasi Media**

Keempat, yaitu pengaruh dari luar organisasi media, meliputi kelompok-kelompok kepentingan, orang-orang yang menciptakan *pseudoevent* untuk mendapatkan liputan media, dan pemerintah yang

mengatur isi media secara langsung dengan undang-undang pencemaran nama baik dan ketidaksopanan.

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).

### **2.3.5 Level Ideologi**

Kelima, yaitu pengaruh ideologi. Ideologi menggambarkan fenomena sosial di masyarakat. Menurut Samuel Becker (1984), ideologi mengatur cara kita memandang dunia kita dan diri kita sendiri, ideologi juga mengendalikan apa yang kita lihat sebagai sesuatu yang 'alami' atau 'jelas' (Shoemaker & Reese, 1996, p.213).

Sedangkan, Raymond Williams mengartikan ideologi sebagai sebuah bentuk yang relative formal dan mengartikulasikan sistem, nilai-nilai, dan keyakinan, ataupun semacamnya yang diabstrasikan sebagai

sebuah “pandangan dunia” atau “pandangan kelas” (Shoemaker & Resse. 1996. p.213).

Level ideologi merupakan tingkatan yang paling makro diantara tingkatan hierarki pengaruh lainnya, yang mencakup semua orang pada level sebelumnya. Pada tingkat ideologis ini kita dapat melihat lebih dekat pada yang berkuasa dalam masyarakat, dan melihat secara tersurat bagaimana kekuatan itu dimainkan melalui media (Shoemaker & Resse. 1996. p.215).

## **2.4 Level Hierarki Pengaruh pada Proses *Gatekeeping***

Shoemaker menggabungkan *gatekeeping* ke dalam model hierarki pengaruh untuk menganalisa tentang bagaimana proses *gatekeeping* terjadi pada lima tingkat, yakni individu, rutinitas, organisasi, luar organisasi media, dan ideologi. (Shoemaker, dkk, 2001. 234)

Definisi "*gatekeeper*" sangat penting, menurut model hierarki dari Shoemaker dan Reese, kita harus mengakui bahwa praktik-praktik pekerjaan berita dapat bertindak sebagai pengganti atau jalan pintas untuk keputusan bagi individu (Shoemaker, dkk, 2001, p.235). Dalam studi ini dijelaskan bahwa peran *gatekeeper* tidak hanya sekadar menyeleksi, tetapi juga untuk menyertakan bagaimana pesan terbentuk, waktu untuk penyebaran, dan penanganan.

Dalam studi White, ‘Mr Gates’ atau *gatekeeper* membuat keputusan dipengaruhi oleh keyakinan pribadi dan dengan pengetahuan rutinitas berita.



Bass menunjukkan bahwa jenis pekerjaan jurnalis akan terus mempengaruhi penilaian berita mereka. Rutinitas dinilai sangat penting dalam menentukan item mana yang bergerak melalui saluran berita, dan item mana yang ditolak (Shoemaker, dkk, 2001, p. 235-236).

Dari beberapa studi yang dilakukan, dapat dikatakan bahwa proses *gatekeeping* atau penyeleksian dapat dipengaruhi dari berbagai tingkat hierarki pada sebuah media. Dalam kelima tahap hierarki pengaruh, menurut konsep “*force*” milik Lewin ditemukan bahwa proses *gatekeeping* pada surat kabar lebih banyak dipengaruhi oleh level rutinitas daripada karakteristik dari level individu (Shoemaker, dkk, 2001, p. 233).

## **2.5 Media *Online* atau Jurnalistik *Online***

Media online merupakan bentuk jurnalisme baru di era digital seperti sekarang ini. Dengan adanya teknologi internet, media bisa melakukan proses distribusi berita dengan cepat. Media *online* adalah segala bentuk media yang memanfaatkan fasilitas internet dan melakukan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers (Romli, 2018, p. 51).

Media online merupakan bentuk pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet, disebut juga sebagai *journalism online* (Romli, 2018, p. 34). Media online menjadi bentuk media massa yang mudah diakses oleh penggunanya, yang terhubung dengan koneksi internet.



Berbeda dengan media massa lain seperti koran, radio, majalah, dan televisi, media online memiliki karakteristik sebagai berikut (Romli, 2018, p. 37):

- 1) Multimedia, dapat memuat atau menyajikan berita dalam beragam bentuk seperti teks, foto, audio, video, infografis secara bersamaan.
- 2) Aktualitas, berisi informasi yang aktual dan hangat karna kecepatan dalam penyajiannya.
- 3) Cepat, karena teknologi internet, informasi yang dipublikasikan bisa langsung diakses oleh khalayak luas.
- 4) *Update*, pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, seperti kesalahan ketik atau ejaan.
- 5) Kapasitas luas, halaman *web* media online dapat menampung naskah yang sangat panjang.
- 6) Fleksibilitas, proses pemuatan, penyuntingan naskah, bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, dan juga jadwal terbit bisa kapan saja, setiap saat.
- 7) Luas, dapat menjangkau luas ke seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 8) Interaktif, terdapat kolom komentar dan *chat room*.
- 9) Terdokumentasi, informasi dalam media online tersimpan di arsip atau bank data, dan dapat ditemukan mealui link, artikel terkait, dan fasilitas kolom pencarian.

10) *Hyperlinked*, terhubung dengan sumber lain yang berkaitan dengan informasi yang tersaji.

## 2.6 Alur Penelitian

**Bagan 2.1 Alur Penelitian**

