BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Tedahulu

Sebelum meneliti peneliti terlebih dahulu melakukan kajian literatur terhadap penelitian–penelitian sebelumnya agar menghindari kesamaan. Selain hal tersebut, juga bertujuan untuk menghasilkan pembaruan dalam bidang penelitian. Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian ini:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Judul | Penulis | Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan Dengan Penelitian Ini
1	Proses Gatekeeping Berita Kriminal Dalam Penentuan Headline Koran Merapi Periode 21 Desember 2018 – 11 Januari 2019 | Ani Very Hepy | 2019	Universitas Negeri Yogyakarta	Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam. Informan yang dipilih yakni Redaktur pelaksana dan wartawan	Penelitian ini menghasilkan pihak yang paling berperan dalam proses gatekeeping ini ada tiga, yaitu wartawan, redaktur, dan redaktur pelaksana. Proses gatekeeping yang berpengaruh: 1. Level individu pilihan wartawan dan selera redaktur pelaksana. 2. Level rutinitas media, pola kerja yang ditetapkan sama dengan memprioritaskan berita kriminal yang unik dan menghebohkan. 3. Level organisasi (redaktur pelaksana memiliki kuasa lebih dalam menentukan headline), 4. Level	Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan ke peneliti lain jika melakukan penelitian sejenis, yakni sebaiknya menambahkan informan yang diwawancarai sesuai dengan setiap level yang ada dalam susunan redaksi media, yaitu wartawan, redaktur, redaktur pelaksana, dan pemimpin redaksi. Kemudian, menyarankan kepada redaksi Surat kabar Koran Merapi untuk mengarsipkan dokumen dan data-data internal setiap periode	Perbedaan dengan penelitian ini adalah menggunakan surat kabar atau koran. Kemudian, penelitian ini untuk mengetahui proses gatekeeping dalam menentukan berita kriminal yang ada di headline koran. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan media online yakni Poskota.co.id. Kemudian, penelitian ini untuk mengetahui gatekeeping media yang masih bertahan menjual isu kriminalitas

				Ekstramedia, dipengaruhi oleh sumber/informan yaitu: polisi, dan audience yaitu pembaca berita kriminal), dan 5. Level Sistem Sosial, dipengaruhi oleh kode etik jurnalistik, visi misi, dan tagline.	tertentu agar mempermudah pencarian ketika dibutuhkan serta memperbaruhi catatan struktur organisasi secara berkala.	khususnya pembunuhan
2	Peran Gatekeeper Dalam Proses Produksi Berita Kriminal di Warta Riau TVRI Riau-Kepri | Maryanto | 2017	Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam. Informan yang dipilih yakni reporter, pemimpin redaksi, dan editor gambar berita.	Penelitian ini menghasilkan dalam tahap pra produksi seorang gatekeeper ikut dalam melakukan rapat redaksi hingga pencarian bahan berita. Pada tahap produksi, seorang gatekeeper (reporter) melakukan liputan kelapangan untuk mengkumpulkan fakta yang ada di lapangan dengan liputan hingga wawancara dengan narasumber. Setelah liputan, reporter membuat naskah berita yang telah diliputnya yang disesuaikan dengan visual hasil liputan dilapangan. Dan pada tahap pasca produksi, reporter menyerahkan hasil liputan visual dan naskah yang sudah dibuat kepada pimpinan redaksi untuk di seleksi.	Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan kepada pihak redaksi agar dapat melakukan perekrutan sumber daya manusia atau crew yang baru sesuai bidangnya, agar tidak lagi rangkap jabatan.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah menggunakan media televisi. Kemudian, penelitian ini hanya ingin mengetahui proses gatekeeping berita kriminal, namun tidak spesifik jenis kriminalnya seperti apa. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan media online yakni Poskota.co.id. Kemudian, penelitian ini untuk mengetahui gatekeeping media yang masih bertahan menjual isu kriminalitas khususnya pembunuhan.
3	Kebijakan Redaksional Dan Proses Gatekeeping Simpang5 TV Pati Dalam	Universitas Mercu Buana	Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif.	Penelitian ini menghasilkan kebijakan redaksional dipegang oleh pemimpin	-	Perbedaan dengan penelitian ini adalah menggunakan media

Menayangkan Pemberitaan Kriminal dan Kecelakaan Periode 2020 | Putri Anggun Absari | 2020	Data diperoleh melalui wawancara mendalam. Informan yang dipilih yakni pemimpin redaksi.	redaksi sebagai penanggung jawab program berita. Dalam penayangan berita kriminal dan kecelakaan Simpang5 TV sesuai dengan kode etik jurnalistik undang-undang pers. Proses gatekeeping dalam penayangan berita: 1. Level individu: tidak ada pengaruh individu. 2. Level rutinitas media: nilai berita menjadi rutinitas media dalam seleksi berita. 3. Level organisasi: pemimpin redaksi yang menyelaksi dan mengecek ulang berita. 4. Level ektramedia: pengaruh pihak luar (pengiklan, sumber berita, dan audiens). 5. Level sistem social: tidak ada ideologi yang dianut.	televisi. Kemudian, penelitian ini hanya ingin mengetahui proses gatekeeping berita kriminal, namun tidak spesifik jenis kriminalnya seperti apa. Kemudian juga ingin mengetahui gatekeeping berita kecelakaan. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan media online yakni Poskota.co.id. Kemudian, penelitian ini untuk mengetahui gatekeeping media yang masih bertahan menjual isu kriminalitas khususnya pembunuhan.

Sumber: *Olahan Peneliti*

Pada penelitian ini terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi tinjauan literatur penelitian, di mana penelitian tersebut menyangkut dengan apa yang ingin peneliti teliti. Pada ketiga penelitian terdahulu yang sudah disebutkan, terdapat persamaan dengan penelitian ini, yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori gatekeeping dan bertema isu kriminalitas di media massa. Kemudian, konsep utama yang digunakan sama-sama untuk mengetahuu gatekeeping pada sebuah pemberitaan kriminalitas di media massa. Namun, yang menjadi pembeda peneliti yakni sebagai berikut:

Pada penelitian terdahulu pertama dengan penelitian yang berjudul "Proses Gatekeeping Berita Kriminal Dalam Penentuan Headline Koran Merapi periode 21 Desember 2018 – 11 Januari 2019" yang ditulis oleh Ani Very Hepy pada tahun

2019 adalah objek penelitian. Dalam penelitian ini objek yang diteliti merupakan Koran Merapi yang membahas gatekeeping berita kriminal dalam penentuan headline koran dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori gatekeeping Shoemaker. Kemudian, informan dalam penelitian terdahulu ini menggunakan wartawan, redaktur, dan redaktur pelaksana. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media online yakni Poskota.co.id. Kemudian, informan dalam penelitian ini yaitu pemimpin redaksi, manajer online, editor, dan wartawan. Selain itu, penelitian ini untuk mengetahui gatekeeping media yang masih bertahan menjual isu kriminalitas khususnya pembunuhan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori gatekeeping shoemaker.

Pada penelitian terdahulu kedua dengan penelitian yang berjudul "Peran Gatekeeper Dalam Proses Produksi Berita Kriminal di Riau TVRI Riau-Kepri" yang ditulis oleh Maryanto pada tahun 2017 adalah objek penelitian. Dalam penelitian ini objek yang diteliti merupakan TVRI Riau-Kepri yang membahas peran gatekeeper dalam proses produksi berita kriminal di televisi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori gatekeeper pada produksi berita televisi. Informan pada penelitian terdahulu ini menggunakan informan wartawan. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media online yakni Poskota.co.id. Kemudian, penelitian ini untuk mengetahui gatekeeping media yang masih bertahan menjual isu kriminalitas khususnya pembunuhan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori gatekeeping shoemaker.

Pada penelitian terdahulu ketiga dengan penelitian yang berjudul "Kebijakan Redaksional Dan Proses Gatekeeping Simpang5 TV Pati Dalam Menayangkan Pemberitaan Kriminal dan Kecelakaan Periode 2020" yang ditulis oleh Putri Anggun Apsari pada tahun 2020 adalah objek penelitian. Dalam penelitian ini objek yang diteliti merupakan Simpang5 TV Pati yang membahas kebijakan redaksional dan proses gatekeeping dalam menayangkan pemberitaan kriminal dan kecelakaan di televisi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori kebijakan redaksional dan teori gatekeeping Shoemaker. Kemudian, informan dalam penelitian terdahulu ini menggunakan pemimpin redaksi. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media online yakni Poskota.co.id dan informannya menggunakan pemimpin redaksi, manajer online,

editor, dan wartawan. Kemudian, penelitian ini untuk mengetahui gatekeeping media yang masih bertahan menjual isu kriminalitas khususnya pembunuhan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori gatekeeping milik Shoemaker.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Jurnalistik Online

Jurnalistik merupakan proses peliputan, penulisan, dan penyebaran luasan informasi yang aktual atau berita memalui media massa, jurnalistik juga dikatakan sebagai kegiatan dalam mengumpulkan fakta sehingga menyediakan informasi yang terpercaya dan akurat (Musman & Mulyadi, 2017). Sedangkan jurnalistik online merupakan sebuah kegiatan ataupun proses penyampaian informasi tersebut melalui media internet seperti website (Romli A. S., 2012).

Menurut Wendratama (2017), Jurnalistik online memiliki lima prinsip, yakni:

1. Brevity

   Penyajian berita yang singkat dan ringkas mengikuti kehidupan manusia yang memiliki waktu sedikit untuk membaca karena kesibukan yang semakin tinggi.

2. Adaptability (Kemampuan Adaptasi)

   Penulisan Jurnalistik Online, wartawan harus mampu beradaptasi dengan teknologi. Di mana dengan menyisipkan gambar, foto, audio, video dan lain-lain.

3. Scannbility (Dapat Dipindai)

   Untuk memudahkan para pembaca atau khalayak, website media harus bersifat digital atau dapat dipindai, sehingga pembaca tidak perlu merasa tertekan untuk membaca informasi atau berita.

4. Interactivity (Interaktivitas)

   Pembaca memiliki kontrol sehingga tidak hanya sebagai konsumsi namun dapat berperan sebagai produser dan dapat berinteraksi sesama pembaca.

5. Community and Conversation (Komunitas dan Percakapan)

Jurnalis online dapat memberi timbal balik kepada pembaca sebagai sebuah feedback atas interaksi yang dilakukan publik pada informasi yang disebarluaskan.

Sedangkan, menurut Romli (2012), jurnalistik online memiliki enam karakteristik, yaitu:

1. Immediacy

   Kesegaran maupun kecepatan dalam menyampaikan informasi, jurnalistik online dapat mengunggah sebuah berita dalam hitungan detik.

2. Multiple Pagiantion

   Dapat memiliki ratusan halaman (pages) saling terhubung, yang juga bisa dibuka secara terpisah (new tab/new window).

3. Multimedia

   Dapat menyajikan berita dalam gabungan adanya teks, video, audio, grafis, audio visual.

4. Flexibility Delivery Platform

   Para jurnalis bisa mengerjakan berita di mana saja dan dapat mempostingnya saat itu juga.

5. Archieving

   Berita yang diunggah dapat diarsipkan, tersimpan dalam waktu yang lama dan dapat diakses kapan saja. Pembaca yang ingin mencarinya dimudahkan berdasarkan rubrik yang telah dibuat.

6. Relationship With Reader

   Pembaca dapat kontak atau interaksi dengan dilakukan langsung di situs melalui kolom komentar dan lainnya.

2.2.2. Media Online

Media online atau daring, saat ini digunakan sebagian besar masyarakat dan menjadi alternatif dalam memenuhi kebutuhan akan informasi. Pada era teknologi seperti saat ini, kecepatan dan kemudahan dalam mengakses informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Media baru yang dapat menyediakan informasi-informasi secara praktis dengan menggunakan internet. Menurut Romli (2012), media online (online media) disebut juga cybermedia (media siber), internet media (media internet), dan new media (media baru) – dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Sedangkan menurut Trianton (2016) mengatakan media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) yang dapat diakses melalui internet dengan perangkat elektronik gadget atau komputer.

Dari pernyataan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa media online atau media siber atau media baru merupakan media massa yang disajikan melalui pemanfaatan internet di situs web (website) dengan perangkat elektronik gadget atau komputer. Kemudian, adanya media online memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi secara up to date, real time dan praktis. Kemunculan media online juga dapat merubah cara hidup maupun kebiasaan seseorang karena kemudahan dalam menggunakan media online dengan kemajuan teknologi komunikasi yang dapat mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi.

Menurut Romli (2012) terdapat beberapa karakteristik yang terdapat dalam media online, yaitu:

1. Multimedia

   Menyajikan konten berupa teks, video, audio, gambar, maupun audio-visual secara bersamaan.

2. Aktualitas

   Kemudahan dan kecepatan dalam penyajian berita yang berisi informasi aktual.

3. Cepat

   Setelah konten di unggah, maka masyarakat dapat langsung mengaksesnya dengan cepat.

4. Update

   Pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat, baik, dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik atau ejaan.

5. Kapasitas Luas

   Halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.

6. Fleksibilitas

   Pembuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja hingga setiap saat.

7. Luas

   Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.

8. Interaktif

   Menyediakan fasilitas kolom komentar dan chat room.

9. Terdokumentasi

   Informasi tersimpan di "data bank" atau arsip dan dapat ditemukan melalui link, artikel terkait, fasilitas cari (search).

10. Hyperlinked

    Terhubung dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan media online merupakan bagian dari media massa yang berbasis internet. Oleh karena itu, untuk penelitian ini sendiripun menggunakan media online yang dijadikan sebagai wadah untuk mengetahui serta mempublikasikan informasi terkait dengan berita kriminalitas terutama kasus pembunuhan yang dilakukan oleh Poskota.co.id. Poskota.co.id media online yang cepat dan update menyebarkan informasi terkait kasus pembunuhan untuk dikonsumsi oleh khalayak luas. Sehingga, masyarakat dapat mengakses informasi kasus pembunuhan di mana saja dan kapan saja dengan mudah dan cepat dengan menggunakan handphone atau komputer selama didukung oleh fasilitas teknologi internet.

2.2.3. Berita

2.2.3.1. Definisi Berita

Berita adalah produk yang dihasilkan oleh media yang berisikan pesan dari sebuah isu yang sedang terjadi. Menurut Tamburaka (2013) berita adalah laporan peristiwa aktual dan hangat melalui proses kerja jurnalistik sehingga layak dipublikasikan oleh media massa. Sedangkan menurut Sumadiria (2016) berita

adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet.

Menurut Sumadiria (2016) berita dapat dikelompokkan berdasarkan materi isinya, sebagai berikut:

1. Berita ekonomi (economic news)
2. Berita olahraga (sport news)
3. Berita perang (war news)
4. Berita kriminal (crime news)
5. Berita bencana dan tragedi (tragedy and disaster news)
6. Berita ilmiah (scientifict news)
7. Berita pendidikan (education news)
8. Berita hukum dan keadilan (low and justice news)
9. Berita hiburan (entertainment news)
10. Berita sosial kemasyarakatan (social news)
11. Berita keuangan (financial news)
12. Berita pernyataan pendapat, ide, atau gagasan (talking news)
13. Berita politik (political news)
14. Berita tentang aspek-aspek ketertarikan manusiawi atau minat insani (human interest news).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa berita merupakan laporan peristiwa aktual mengenai fakta atau ide yang benar, menarik, dan penting, atau bahkan berpengaruh terhadap masyarakat dengan proses kerja jurnalistik, sehingga layak untuk dipublikasikan melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, dan media online. Kemudian, media massa, terutama Poskota.co.id juga menyajikan informasi berita seputar politik, ekonomi, hukum, kriminal, pendidikan, dan lain-lain. Namun, semua berita yang ada tidak begitu saja disajikan apa adanya, terutama berita kriminal kasus pembunuhan, sehingga harus melalui mekanisme pemberitaan, termasuk penyeleksian berita yang dilakukan oleh Gatekeeper Poskota.co.id. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui strategi gatekeeping dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada Poskota.co.id.

2.2.3.2. Jenis-Jenis Berita

Secara umum, berita terbagi dua yakni hard news dan soft news. Hard news merupakan berita yang sifatnya penting dan harus disampaikan secara langsung. Ciri-ciri dari hard news yakni berita yang miliki nilai lebih dari segi kualitas dan kepentingan, memiliki urgensi yang tinggi untuk segera dibaca, dan merupakan special event yang terjadi secara tiba-tiba. Sedangkan, berita soft news merupakan berita ringan yang struktur penulisannya lebih fleksibel dan tidak terikat waktu. Ciri-ciri dari soft news adalah nilai beritanya merupakan pendukung dari hard news, misalnya posko bencana dan bantuan SAR lainnya (Rana Akbar Fitriawan, 2017).

Sedangkan, menurut Sumadiria dalam buku Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feautre (2014) , jenis-jenis berita yakni:

1. Straight news

   Suatu laporan yang dilakukan secara langsung saat peristiwa itu terjadi, pada jenis ini biasanya melaporkan terkait dengan kecelakaan lalu lintas dan lainnya. Jenis berita ini disusun dengan tulisan yang mengandung unsur 5W+1H (what, who, when, where, why, dan how). Berita yang ditulis dengan menjelaskan kejadian dengan apa adanya tanpa menambahkan dan menginterpretasikan kejadian. Berita jenis ini sebagian besar mengisi halaman depan surat kabar atau menjadi berita utama (headline).

2. Depth news

   Suatu laporan berita yang mengembangkan dari berita sebelumnya atau berita yang sudah muncul. Atau bisa dari berita straight news lalu dikembangkan lagi secara mendalam namun tetap berada dalam satu permukaan yang sama. Jenis berita ini berisikan tentang fakta – fakta sebagai informasi tambahan dari peristiwa tersebut. Dengan itu dalam pemberitaan ini diperlukan menggali informasi lebih banyak dari narasumber atau berita terkait.

3. Investigation News

   Berita yang didapatkan dan dikembangkan berdasarkan penyelidikan dari berbagai sumber. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi tertentu.

4. Interpretative News

   Berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan. Pada pemberitaan ini wartawan melakukan penyelidikan untuk mendapatkan suatu fakta atau kebenaran secara tersembunyi demi mencapai tujuan. Laporan interpretatif dilakukan untuk menjawab sebuah pertanyaan mengapa. Dalam laporan ini tentu berfokus pada fakta yang terbukti, bukan opini.

5. Opinion News

   Dalam hal ini berita dapat diambil dari pendapat ekspert, cendikiawan, akademisi atau pendapat warga masyarakat yang berkenaan dengan suatu peristiwa.

6. Comprehensive News

   Jenis berita yang melaporkan keseluruhan fakta dari sebuah peristiwa yang bersifat menyeluruh. Berita menyeluruh artinya menggabungkan beberapa fakta dalam satu cerita peristiwa sehingga mendapatkan benang merah yang terlihat sangat jelas.

7. Explanotory News

   Berita yang sifatnya menjelaskan dengan menguraikan sebuah peristiwa secara lengkap, penuh data. Fakta diperoleh dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi atau pendapat penulisnya. Berita jenis ini biasanya panjang lebar sehingga harus disajikan secara bersambung dan berseri.

8. Editorial Writing

   Pikiran sebuah institusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Berita yang menyajikan fakta dan opini terkait berita yang penting dan dapat mempengaruhi pendapat publik.

9. Feautre Story

   Berita ini disajikan dengan memiliki kesan yang ringan dan dapat menghibur. Reporter mencari sebuah berita yang menarik untuk dibaca dengan menggunakan gaya penulisan dan memberikan humor pada berita.

Artikel-artikel berita pembunuhan di Poskota.co.id disajikan atau dikemas berjenis straight news yang meliputi hard news di mana merupakan berita pembunuhan bersifat penting dan harus disampaikan secara langsung sebab hard

news yakni berita yang miliki nilai lebih dari segi kualitas dan kepentingan, memiliki urgensi yang tinggi untuk segera dibaca, misal terkait pembunuhan Brigadir J karena itu memiliki urgensi yang tinggi karena pembunuhan tersebut melibatkan perwira kepolisian. Kemudian soft news, investigation news, interpretative news, hingga editorial writing. Namun, sebelum menyajikan berita pembunuhan, Poskota.co.id pasti menentukan berita pembunuhan yang akan tayang akan dikemas berjenis seperti apa agar menarik perhatian pembaca. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui strategi gatekeeping dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada Poskota.co.id.

2.2.3.3. Nilai-Nilai Berita

Dalam berita ada beberapa kriteria atau karakteristik yang dikenal sebagai nilai berita. Kriteria umum nilai berita merupakan acuan yang digunakan oleh para jurnalis, yakni para reporter dan editor, untuk memutuskan peristiwa mana yang layak diberitakan dan untuk memilih yang lebih baik (Sumadiria, 2016). Menurut Luwi Iswara dalam (Fadillah, 2015) nilai berita ini juga menjadi ukuran yang biasa diterapkan untuk meningkatkan khalayak berita (news worthiness).

Menurut Musman & Mulyadi (2017) nilai sebuah berita ditentukan oleh beberapa indikator, yakni:

1. Timeless (Waktu)

   Aktualitas. Informasi tentang peristiwa yang baru terjadi perlu segera dilaporkan kepada khalayak. Semakin baru beritanya, semakin tinggi nilainya. Masyarakat membutuhkan informasi yang cepat dan up-to- date atau terbaru.

2. Proximity (Kedekatan)

   Nilai berita ini menekankan pada kedekatan peristiwa terhadap masyarakat baik secara geografis, psikologis, serta ideologis. Semakin dekat maka semakin menarik untuk publik. Kedekatan geografis berarti lokasi kejadian yang dekat dengan masyarakat. Psikologis artinya ada keterikatan budaya, pemikiran, perasaan, dan emosional masyarakat terhadap suatu peristiwa. Sementara, ideologis adalah kedekatan keyakinan.

3. Impact (Dampak)

   Informasi mengenai peristiwa yang berpengaruh terhadap kehidupan orang banyak perlu dilaporkan kepada khalayak. Contoh: Kebijakan PPKM untuk menghadapi masa pandemi.

4. Magnitude (Pengaruh)

   Nilai berita magnitude artinya seberapa luas pengaruh suatu peristiwa bagi publik atau masyarakat luas.

5. Prominance (Tokoh)

   Kehadiran seorang tokoh terkenal dan berpengaruh juga akan menarik perhatian publik. Contoh: Presiden Joko Widodo pergi dengan menggunakan transportasi umum. Hal tersebut menarik bagi masyarakat. Namun, jika tokohnya diganti dengan rakyat atau orang biasa maka tidak akan menarik.

6. Conflict (Konflik)

   Informasi yang menggambarkan pertentangan antara seseorang, masyarakat, atau lembaga perlu dilaporkan kepada khalayak. Sebab, pembaca selalu tertarik dengan peristiwa atau kejadian yang mengandung pertentangan. Contoh: kasus pembunuhan ibu kandung yang dilakukan seorang anak berusia 18 tahun bernama Isabella Guzman. Ia menikam wajah dan leher ibunya sebanyak 115 kali.

7. Oddity (Keunikan)

   Informasi tentang peristiwa yang unik, yang jarang terjadi perlu segera dilaporkan pada khalayak. Sebab, bagi manusia, sesuatu yang tidak biasa, aneh, atau abnormal memiliki daya pikat tersendiri. Contoh: ibu melahirkan 10 anak sekaligus.

8. Human Interest

   Informasi yang bisa menyentuh emosi khalayak, seperti yang dapat membuat menangis, terharu, tertawa, dan sebagainya, perlu dilaporkan kepada khalayak. Contoh: 15 Bayi di tangerang selatan positif corona.

Artikel-artikel berita pembunuhan di Poskota.co.id disajikan atau dikemas berjenis straight news yang meliputi hard news di mana merupakan berita pembunuhan bersifat penting dan harus disampaikan secara langsung sebab hard

news yakni berita yang miliki nilai lebih dari segi kualitas dan kepentingan, memiliki urgensi yang tinggi untuk segera dibaca, misal terkait pembunuhan Brigadir J karena itu memiliki urgensi yang tinggi karena pembunuhan tersebut melibatkan perwira kepolisian. Kemudian soft news, investigation news, interpretative news, hingga editorial writing. Namun, sebelum menyajikan berita pembunuhan, Poskota.co.id pasti menentukan berita pembunuhan yang akan tayang akan dikemas berjenis seperti apa agar menarik perhatian pembaca. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui strategi gatekeeping dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada Poskota.co.id.

2.2.4. Berita Kriminalitas

Berita kejahatan atau berita kriminal merupakan jenis berita yang sering ditampilkan di berbagai media arus utama. Berita kriminal berisi seputar peristiwa atau kejahatan yang terjadi di masyarakat. Menurut Barus dalam (Setiawan, 2019), kriminalitas memiliki daya tarik tersendiri sebab mengandung sebuah ancaman. Sehingga, kriminalitas merupakan sebuah kejadian yang menarik karena manusia ingin hidup dalam suasana tenteram. Peneliti menyimpulkan bahwa masyarakat atau audiens yang suka membaca informasi seputar kriminalitas atau kejahatan tidak serta merta menunjukkan bahwa mereka menyukai kriminalitas, akan tetapi mereka menanggap bahwa informasi tersebut menarik karena berhubungan atau menyangkut persoalan kehidupan masyarakat.

Berita kriminal adalah laporan aktual berupa fakta, peristiwa dan sudut pandang yang berkait dengan kejahatan atau tindakan kriminal yang dilakukan seseorang atau kelompok yang melanggar aturan hukum yang ditetapkan (Suryadi, 2018). Sedangkan menurut Assegaf dalam (Oktiana, 2018) berita kriminal adalah berita yang disajikan oleh media massa mengenai peristiwa yang menyangkut kejahatan.

Menurut Assegaf dalam (Devi, 2019) menggolongkan yang termasuk berita kriminal atau kejahatan sebagai berikut:

1. Pembunuhan

Tindakan kriminal ini merupakan tindakan yang mengakibatkan terbunuhnya orang lain. Dengan kata lain, tindakan bunuh diri tidak termasuk dalam kategori tindakan pembunuhan.

2. Korupsi

   Tindakan kriminal ini dilakukan secara individu atau perseorangan yang berpotensi menimbulkan kerugian besar bagi berbagai aspek. Tindakan korupsi merupakan tindakan mengambil atau merampas harta hingga hak milik orang lain.

3. Narkoba

   Tindakan narkoba ini merupakan suatu perbuatan kriminal yang bersifat menyimpang, bahkan tindakan ini dianggap sebagai extra ordinary crime atau kejahatan yang tidak biasa dan dapat merugikan dan berdampak bagi seluruh aspek. Jika seseorang menggunakan narkoba dapat menyebabkan pencurian, pemerkosaan, kekerasan, dan hal-hal buruk lainnya.

4. Penipuan

   Tindakan kriminal ini merupakan tindakan kriminal kebohongan seperti nama fiktif, hingga kalimat-kalimat yang menjanjikan yang seolah-olah nyata.

5. Penganiayaan

   Tindakan penganiayaan ini merupakan kejahatan yang dilakukan seseorang yang sengaja menyakiti atau melukai orang lain yang dilakukan secara sadis. Bahkan, tindakan kriminalitas ini dapat menimbulkan kematian.

6. Penjambretan

   Tindakan kriminal ini merupakan perbuatan yang mengambil atau merampas harta benda milik orang lain secara paksa dan kasar. Bahkan, juga dapat melukai sang pemilik.

7. Pencopetan

   Tindakan kriminal ini sama dengan penjambretan di mana mengambil atau merampas barang milik orang lain secara paksa dan kasar namun dengan cara tergesa-gesa atau terburu-buru.

8. Asusila

   Tindakan kriminal ini merupakan perbuatan perbuatan yang menyimpang

dan melanggar standar kesulilaan, norma-norma atau kaidah kesopanan, yang saat ini banyak terjadi di berbagai kalangan masyarakat, terutama dikalangan remaja bahkan anak kecil. Hal ini secara signifikan memengaruhi kekhawatiran setiap orang.

9. Pencurian

   Tindakan kriminal ini merupakan pengambilan barang atau properti milik orang lain secara tidak sah tanpa persetujuan dari sang pemilik.

Kemudian, menurut Assegaf dalam (Zaiza, 2014) ciri ciri berita kriminal sebagai berikut:

1. Berita kejahatan yang terjadi di kota setempat, surat kabar yang terbit dengan konten menarik bagi pembaca.
2. Berita-berita yang sifatnya lingkup nasional yang berkaitan dengan kejahatan kategori pertama, yaitu pembunuhan, pencurian, dan perampokan.
3. Biasanya, kejahatan dilingkup daerah setempat atau wilayah peredaran surat kabar sehingga kejahatan yang di luar daerah tidak akan diberitakan.
4. Untuk menghindari peniruan, prosedur dan teknik khusus yang digunakan dalam menyebarkan berita kejahatan yang tidak terkait dengan kategori kejahatan utama tidak akan diungkapkan.
5. Di dalam memberitakan penjahatan tidak boleh diagung-agungkan agar tidak menimbulkan pemujaam terhadap penjahat.
6. Pemberitaan terkait bunuh diri orang yang putus asa dan tidak populer akan dihindarkan sebisa mungkin, untuk mencegah orang lain atau pembaca meniru keputusasaan mereka.
7. Di dalam semua pemberitaan kejahatan, tidak boleh dikembangkan tulisan-tulisan yang dapat menimbulkan simpati pembaca kepada si penjahat.

Selain itu, menurut Dedi Iskandar Muda dalam (Cahya, 2021), salah satu berita yang mendapatkan perhatian dari publik atau audiens berita terkait kriminal (crime) atau bencana (disaster). Berita-berita semacam gempa bumi, tanah longsor, kebakaran, banjir, dan bancana alam lainnya termasuk berita kriminal adalah menyangkut keselamatan manusia. Dalam pendekatan psikolog, keselamatan

menempati urutan pertama bagi kebutuhan dasar manusia, sehingga tidak heran apabila berita tersebut memiliki daya rangsang tinggi bagi pemirsanya.

Berdasarkan penjelasan di atas terkait berita kriminal, peneliti menyimpulkan berita kriminal adalah sebuah informasi tentang peristiwa yang bersangkutan dengan kejahatan yang berhasil diliput oleh media massa yang kemudian untuk disampaikan kepada khalayak. Poskota.co.id yang berfokus kepada berita kriminal menyajikan berbagai jenis berita kriminal mulai dari pemerkosaan, pembunuhan, pencurian, dan lain-lain.

Dari sekian berbagai jenis berita kriminal yang dimuat di Poskota.co.id, terdapat salah satu topik pemberitaan kriminalitas yang laku dibaca pembacanya, yakni Pembunuhan. Sehingga, Poskota menjadikan berita tersebut sebagai komoditas yang mereka jual dalam konteks berita kriminal. Namun, pemberitaan pembunuhan yang ditayangkan Poskota.co.id tidak disajikan begitu saja apa adanya, melainkan melalui proses penyeleksian berita. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui strategi gatekeeping dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada Poskota.co.id.

2.2.5. Pembunuhan Sebagai Topik Berita Kriminalitas

Berita pembunuhan merupakan suatu peristiwa ataupun insiden melenyapkan nyawa seorang dengan cara terencana atau tidak yang terpantau oleh awak media yang langsung turun kelapangan untuk melakukan peliputaan yang nantinya untuk diinformasikan kepada masyarakat luas (Prihandini, 2016). Peristiwa pembunuhan dalam pemberitaan memiliki daya tarik yang kuat bagi pembaca, terlebih jika ada nilai proximity dan keunikan kasus.

Peristiwa pembunuhan digolongkan dalam berita kriminalitas karena termasuk dalam tipe berita keadaan darurat, yakni keadaan yang mencipkana drama dan emosi. Dalam pemberitaan kriminal pasti memperlihatkan sesuatu yang berbahaya sehingga menangkap perhatian dan kekhawatiran para khalayak atau audiens (Habib Junaedi, 2013). Dalam kasus pembunuhan, khalayak akan merasakan emosi dan ingin mengetahui kronologis kejadian tersebut tentang korban, penyelamatan, dan hasilnya. Bahkan, jika perbuatan kriminal tersebut

terjadi di sekitar mereka, mereka pasti akan merasa lebih khawatir, terlebih jika dalam kasus kriminalitas tersebut melibatkan seseorang yang dikenalnya. Oleh karena itu, kebutuhan mereka akan berita kriminal terutama pembunuhan lebih besar. Mereka ingin tahu mengapa kejadian pembunuhan tersebut terjadi dan apa yang telah dilakukan untuk mencegah terjadinya kejadian serupa.

Berita pembunuhan hakikatnya tentang korban atau nyawa yang hilang dalam suatu peristiwa kejahatan. Peristiwa yang melatarbelakangi adanya pembunuhan seringkali berasal dari berbagai tindak kriminal, seperti perampokan, pemerkosaan, tindakan balas dendam, persaingan bisnis, dan perseteruan keluarga, bahkan masalah sepele pun dapat menimbulkan tindakan pembunuhan (Prihandini, 2016). Kemudian terdapat tiga kategori jenis pembunuhan yakni pembunuhan berencana, pembunuhan disengaja, dan pembunuhan karena untuk membela diri (Hariyanto, 2014).

Selain itu, terdapat satu aspek pasca pembunuhan, salah satunya aspek psikologis trauma yang dialami kerabat atau keluarga dekat korban. Pada sebagian besar masyarakat, pembunuhan dianggap sebagai pelanggaran norma yang sangat serius dibandingkan dengan kejahatan lainnya. Tidak ada kejahatan yang berdampak lebih besar daripada pembunuhan: hilangnya nyawa korban dan hilangnya sumber penghasilan keluarga korban. Terutama jika korban merupakan seorang tulang punggung ekonomi bagi keluarganya, hal itu menimbulkan dampak psikologis yang sangat traumatis pada anak-anak korban. Pembunuhan juga bisa menimbulkan kepanikan dan rasa ketakutan di masyarakat (Hariyanto, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas, khalayak atau audiens berita kriminal terutama pembunuhan yakni tidak ada khalayak khas untuk berita ini. Siapapun berhak membaca berita terkait kriminalitas terutama pembunuhan. Secara umum, siapa pun yang memperhatikan artikel, film dokumenter, hingga berita apa pun terkait kriminalitas pembunuhan adalah audiens jurnalis yang meliput kriminalitas. Namun, partisipasi pasif dan aktif ada. Selain itu, orang-orang yang bergantung pada jurnalis yang meliput kriminalitas dapat memengaruhi cara hidup mereka.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, Poskota.co.id yang berfokus kepada berita kriminal menyajikan berbagai jenis berita kriminal mulai dari pemerkosaan, pembunuhan, pencurian, dan lain-lain. Dari sekian berbagai jenis berita kriminal

yang dimuat di Poskota.co.id, terdapat salah satu topik pemberitaan kriminalitas yang kerap mengundang perhatian dan diskusi publik, yakni berita pembunuhan.

Pembunuhan merupakan isu yang menjadi komoditas Pos Kota, baik Pos Kota cetak maupun digital. Namun, dalam penelitian ini, peneliti memilih Pos Kota digital atau Poskota.co.id. Pembunuhan merupakan isu yang diandalkan Poskota.co.id sebagai komoditas yang mereka jual dalam konteks berita kriminal karena menyesuaikan market share atau minat pembaca atau khalayak dalam berita kriminalitas. Konsistensi Pos Kota untuk menjadikan berita pembunuhan sebagai komoditas sejak berbentuk cetak hingga digital saat ini menarik untuk dikaji secara khusus. Karenanya penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi gatekeeping Poskota.co.id untuk berita pembunuhan.

2.2.6. Manajemen Media Massa

Keberhasilan perusahaan media dalam menghasilkan berita atau hiburan bergantung pada peran manajemen media massa. Menurut Nadin & Ikhtiono (2019) manajemen media massa merupakan proses pengorganisasian, pengarahan, dan perencanaan bagaimana media akan mengkomunikasikan berita atau informasi kepada khalayak atau publik. Sementara itu, manajemen media massa dalam penerapannya bertujuan untuk mengetahui hingga menentukan minat masyarakat dalam membaca, mengetahui, hingga menemukan informasi agar media dapat menjual berita yang sesuai, layak, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Kemudian, menurut Junaedi (2014), terdapat empat fungsi dasar dalam manajemen, yakni:

1. Perencanaan (Planning)

   Secara dasar perencanaan bagian dari rangkaian pekerjaan yang bertujuan untuk mencapai hasil. Perencanaan merupakan aktivitas dari media untuk menetukan apa yang harus dilakukan, oleh siapa, dan bagaimana cara untuk menyelesaikannya. Perencanaan dianggap baik apabila menimbang antara kagiatan yang akan dilakukan dengan kondisi saat ini sedang terjadi. Kemudian, fungsi perencanaan selalu terikat dengan tujuan organisasi dan

berkaitan dengan visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi berperan sebagai jiwa organisasi bersangkutan. Dalam organisasi media yang berorientasi pada bisnis tentu diarahkan pada melayani konsumen agar mendapatkan khayalak supaya berlangganan media dan pemasang iklan. Visi dan misi tersebut tentu lebih berkaitan dengan kepuasan konsumen (consumer satisfaction).

2. Perorganisasian (Organizing)

   Pengorganisasian adalah proses pengaturan struktur internal organisasi sesuai dengan tujuan, sumber daya dan keadaan yang sedang terjadi. Setiap beban kerja akan dikelola selama organisasi sesuai dengan kapasitas sumber daya untuk memastikan penyelesaiannya efisien dan efektif. Setiap media masing-masing memiliki struktur departemen yang berbeda tergantung pada tujuan media, kebutuhan, sumber daya, dan lingkungan media. Contohnya, wartawan yang bertugas untuk meliput berita dan pemasaran atau marketing iklan bertugas mencari pengiklan. Pekerjaan mencari berita tidak bisa dilakukan marketing iklan, begitu juga wartawan ketika meliput tidak diperkenankan sambil mencari pengiklan agar tidak terjadi berita pesanan dari pengiklan. Jika hal itu terjadi, perusahaan media akan mengalami gejolakan atau kekacauan manajemen dalam organisasi tersebut.

3. Pelaksanaan (Actuating)

   Pelaksanaan meliputi bagaimana bagaimana manajer mengarahkan dan mempengaruhi individu dalam organisasi untuk memenuhi kewajiban mereka sesuai dengan deskripsi pekerjaan mereka. Implementasi tentunya penting untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam fungsi perencanaan. Visi, misi, dan tujuan organisasi tidak dapat dicapai tanpa mengimplementasikan percancangan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, pentingnya pemimpin harus memberikan pengarahan. Namun, fungsi manajemen tidak dapat diimplementasikan hanya dengan memberikan pengarahan saja. Setiap orang membutuhkan motivasi untuk meningkatkan etos kerja mereka. Aspek terpenting dari brief adalah kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif. Untuk alasan ini, manajer fungsi organisasi harus mampu mengkomunikasikan deskripsi pekerjaan yang disepakati.

4. Pengawasan

Untuk mengetahui apakah visi industri berjalan sesuai perencanaan, dapat dilihat melalui pengawasan atau controlling. Pengawasan merupakan aktivitas yang memastikan bahwa seluruh sumber daya berjalan dengan efektif dan efisien guna mencapai tujuan perusahaan. Tujuan pengawasan dan pengendalian adalah untuk memastikan bahwa segala sesuatu yang diimpikan, direncanakan, dan dilaksanakan. Rangkaian kegiatan dapat diselesaikan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pengawasan juga berusaha untuk menemukan kekurangan dan anomali sehingga dapat diperbaiki dan kesalahan berikutnya dapat dihindari.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui stategi gatekeeping di era digital dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada Poskota.co.id. Kemudian, pada penelitian initentu diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi khususnya terkaitmanajemen media massa digital khususnya terkait pemberitaan kriminalitas. Kemudian, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi pengelola mengenai stategi gatekeeping dalam pemberitaan kriminalitas dan memberikan wawasan pada pembaca mengenai berita kriminalitas sebagai komoditas pemberitaan di era digital.

2.2.7. Gatekeeping

Meskipun wartawan telah menulis berita berdasarkan nilai-nilai berita, akan tetapi harus juga diperhatikan apakah tulisannya layak berita. Layak berita merupakan gabungan antara nilai berita dan tujuan media. Menurut Abrar dalam (Musman & Mulyadi, 2017) bila seorang wartawan sudah menulis berita sesuai dengan kriteria nilai berita yang dianut medianya, berita tersebut tidak langsung diterbitkan. Wartawan akan serahkan pada gatekeeper. Gatekeeper yang akan memutuskan berita tersebut layak berita atau tidak. Kemudian, gatekeeper merupakan redaktur pelaksana, wakil pimpinan redaksi, dan pemimpin redaksi. Sedangkan, menurut Romli (2016), konteks media massa, biasanya gatekeeper merupakan pemimpin redaksi, editor, dan wartawan. Walau begitu, tiap perusahaan media memiliki kebijakannya masing-masing mengenai penentuan gatekeeper.

Gatekeeper adalah orang yang memiliki peran penting dalam penentu materi berita yang diterbitkan sebuah media, karena tugas menyeleksi dilakukan oleh gatekeeper (Vera, 2018). Sedangkan, menurut Musman & Mulyandi (2017), gatekeeper adalah orang yang memahami konsep layak berita yang dianut media tempat ia bekerja. Dalam bekerja, ia lebih mengutamakan kepentingan medianya. Jika ia merasa berita yang sedang di tangannya akan merugikan media, misalnya tidak menguntungkan secara ekonomis, atau akan menyebabkan pemerintah tersinggung, maka berita tersebut dianggap tidak layak. Berdasarkan pengertian tentang gatekeeper, peneliti menyimpulkan gatekeeper memilki peran penting dalam produksi media massa, karena sosok inilah yang akan menentukan layak atau tidaknya informasi dimuat oleh media sebagai berita.

Proses penyeleksi berita layak atau tidak untuk ditayangakan yang dilakukan gatekeeper inilah yang disebut dengan proses gatekeeping (Romli, 2016). Akan tetapi, seiring perkembangan, proses gatekeeping tidak hanya sekadar menyaring atau menyeleksi. Menurut McQuail dalam (Hepy, 2019), gatekeeping menunjukkan bahwa media melakukan proses penciptaan kembali realitas atau konstruksi realitas, guna meyakinkan pembaca tentang isu dan realitas yang terjadi di masyarakat. Maka dari itu, peneliti menyimpulkan bahwa gatekeeping tidak hanya menentukan berita atau informasi mana yang layak dan tidak layak untuk ditayangkan di masyarakat luas, melainkan juga keseluruhan proses bagaimana media menciptakan realitas yang terjadi di dunia.

Ada beberapa faktor yang diperhatikan oleh Gatekeeper saat selama proses gatekeeping. Menurut Shoemaker & Reese (2014), proses gatekeeping terdapat lima level yaitu:

1. Level Individu

Pada level ini, terdapat tiga faktor pada pekerja media yang dapat memengaruhi isi atau konten media yakni latar belakang dan karakteristik pekerja media. Kemudian, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai pekerja media. Ketiga, peran dan bingkai etis pekerja media.

a. Latar Belakang dan Karakteristik Pekerja Media

Latar belakang dan karakteristik seorang jurnalis memiliki pengaruh yang signifikan pada individu pekerja media. Latar belakang serta karakteristik

seorang jurnalis dapat dilihat dari pendidikannya. Wawasan, pengetahuan, hingga tingkat intelektual dapat mempengaruhi pemberitaan media. Selain itu, faktor lain yang turut membentuk latar belakang seorang jurnalis yaitu jenis kelamin atau gender, oriental seksual, ras, dan apakah jurnalis berasal dari kaum kebanyakan atau kaum elit. Isu gender dalam sebuah media akan menguat apabila dalam suatu media dilingkupi oleh salah satu jenis kelamin pria atau wanita. Misalnya, emansipasi wanita akan menguat dalam suatu media apabila dalam suatu proporsi jumlah pekerja lebih dominan perempuan. Dengan kata lain, ada pengaruh atas konstruksi isi berita yang mengarah kepada perbedaan gender. Kemudian juga, di media orientasi sesksual cenderung subjektivitas atau dorongan untuk membela seseorang, kelompok, atau orang lain meskipun memiliki kesamaan seksual. Bahkan, kesamaan etnis pada pekerja media juga memengaruhi bentuk dan informasi yang terkandung dalam sebuah media.

b. Sikap, Keyakinan, dan Nilai-Nilai Pekerja Media

Faktor ini sebenarnya tidak terlalu berpengaruh besar terhadap sebuah pemberitaan. Pengaruh yang lebih besar berada di level rutinitas media dan level organisasi. Meski tidak terlalu berpengaruh yang signifikan, sikap, nilai, dan keyakinan secara tidak langsung dapat mempengaruhi bagaimana seorang jurnalis media mengonstruksi berita.

c. Peran Bingkai Etis Pekerja Media

Bernard Cohen dalam (Shoemaker & Reese, 2014) membedakan antara peran "netral" dan "partisipan" berdasarkan bagaimana jurnalis berinteksi dengan informasi. Shoemaker dan Reese mengatakan terdapat dua kategori peran pelaku media yang berperan dalam mekanisme media pesan yakni mereka yang memilih untuk menjadi “netral” atau “partisipan” dari peristiwa. Jurnalis yang berperan netral yakni berfokus pada kebutuhan pembaca atau audiens dan menghindari pembuatan konten yang belum diverifikasi. Sedangkan jurnalis yang berperan partisipan menekankan krisitme, menyediakan analisis masalah yang kompleks, mendiskusikan kebijakan nasional. Namun, mereka tidak sekedar menundukan diri sebagai perantara.

2. Level Rutinitas Media

Rutinitas ini menjadi standar kerja para pekerja media. Dalam level ini membahas bagaimana rutinitas atau kebiasaan dari suatu media dalam mengemas berita, yang meliputi proses pencarian berita, kepercayaan wartawan pada sumber-sumber berita atau narasumber pemberitaan, standar objektivitas, struktur penulisan pemberitaan, nilai berita, hingga deadline atau batasan waktu pembuatan pemberitaan.

Rutinitas ini merupakan sebuah pola yang menjadi kebiasaan, pelaksanaan mekanisme kerangka pekerja sehari-hari. Rutinitas media tidak berkembang secara acak, meningkat organisasi terbatas sumber daya dan pasokan terbatas dari bahan baku potensial, rutinitas merupakan respon praktis untuk kebutuhan organisasi media dan pekerja. Rutinitas media ini membantu sebuah organisasi media menjawab pertanyaan apa yang bisa diterima oleh konsumen apakah organisasi (media) mampu memproses, 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. Rutinitas media juga befokus pada audiens, yakni salah satunya dengan nilai berita sebagai tolak ukur layak atau tidaknya berita yang akan ditayangkan. Dalam hal ini, media akan membuat prediksi tentang apa yang menarik dan signifikan bagi audiens dan kemudian media mengarahkan gatekeepeer untuk membuat pilihan informasi yang konsisten.

Selain itu, terdapat rutinitas objektif sebagai fungsi pertahanan wartawan ataupu editor untuk menghindari serangan. Menurut Gans dalam (Shoemaker & Reese, 2014) menunjukan bahwa gaya objektif, dengan menjaga nilai-nilai pribadi, memungkinkan otonom wartawan dalam memilih berita. Hallin juga berpendapat bahwa objektivitas membantu melegitimasi media. Rutinitas media akan mendeskripsikan atau menguragikan bagaimana mekanisme kerja dan prosedur standar sebuah pengelola media hingga kebijakan yang diterapkan dalam redaksi media. Nantinya, gatekeeper akan mempertimbangkan hal ini saat memilih berita untuk medianya.

3. Level Organisasi Media

Ketika melihat sebuah organisasi media, kita mempertanyakan peran yang dilakukan, strukturisasi mereka, kebijakan yang mengalir dari struktur tersebut dan metode yang digunakan untuk menegakkan kebijakan tersebut. Setiap organisasi tentunya memiliki visi, misi, dan strategi untuk mencapai tujuannya, dengan para anggotanya dibagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan peran, posisi, wewenang, dan tanggung jawab mereka.

Umumnya, tujuan organisasi media berorientasi pada ekonomi keuntungan. Namun, tujuan lainnya adalah melayani masyarakat dengan menghasilkan produk konten yang berkualitas hingga mendapat mendapatkan reputasi profesional. Organisasi berita khususnya, telah menghadapi tekanan ekonomi yang berkembang dalam memainkan peranan lebih besar dalam mendikte keputusan jurnalistik. Organisasi yang terstruktur mempengengaruhi isi dengan memengaruhi budaya kerja dan tingkat integrasi organisasi media ke dalam perusahaan besar, yang pada gilirannya memengaruhi konten.

Jika dibandingakn dengan level lainnya, level organisasi memiliki dampak yang signifikan sebab level ini dipegang oleh eksekutif atau pemilik perusahaan sehingga merekalah yang memegang segala kebijakan media dalam penentuan berita.

4. Level Ekstramedia

Dalam level ini faktor yang mempengaruhi isi media yang berasal di luar lingkungan media itu sendiri. Biasanya berasal dari sumber berita, khalayak atau pembaca, pasar, kebijakan publik atau kontrol dari pemerintah.

5. Level Sistem Sosial

Ideologi yang dianut gatekepeer juga dapat mempengaruhi proses gatekeeping. Atau dengan kata lain, ideologi dapat berpengaruh terhadap konten yang akan dikemas dan disampaikan kepada pembaca. Terutama jika ideologi dikuasai atau didukung oleh pemilik media (kelompok dominan), maka isi konten media massa mencerminkan kepentingan pemilik media, baik dalam masalah ekonomi maupun politik. Penyebaran ideologi tersebut dilakukan melalui proses hegemoni.

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. Lewin mendefinisikan gatekeeper yaitu orang hingga kelompok yang terorganisir yang terlibat langsung dalam menyampaikan informasi dari satu orang ke orang lain melalui media massa. Kemudian, Gatekeeping memiliki fungsi yakni mengevaluasi isi media agar sesuai dan memenuhi kebutuhan pembaca atau khalayaknya. Peran gatekeeper sangat penting sebab mereka yang berwewenang untuk tidak membuat berita yang akan meresahkan khalayak.

Model ini kemudian diaplikasikan pada proses komunikasi oleh Westley dan MacLean. Mereka merasa "channel" diatur oleh "Cs" yang mengubah pesan dengan beberapa cara. "Cs" yang dimaksud adalah individu atau organisasi dalam proses komunikasi, contohnya reporter atau editor atau media tempat mereka bekerja yang memilih informasi untuk khlayaka terutama jika informasi tersebut tidak mudah dicapai oleh khlayak.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, Poskota.co.id yang setiap harinya mempublikasikan berita kasus pembunuhan pasti melakukan penyeleksian karena realitas yang ada tidak begitu saja disajikan apa adanya, melainkan melalui mekanisme pemberitaan, termasuk penyeleksian berita yang dilakukan oleh Gatekeeper. Dalam prosesnya, terdapat lima level yang perlu diperhatikan oleh gatekeeper Poskota.co.id dalam menyeleksi berita, yaitu level individu, level rutinitas media, level organisasi, level ekstramedia, dan level sistem sosial. Dalam penelitian ini, ingin mengetahui level yang berpengaruh atau ditonjolkan dalam menyeleksi berita pembunuhan. Terlebih, pembunuhan menjadi komoditas yang paling laku hingga menjadi andalan dalam konteks berita kriminal. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui strategi gatekeeping dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada Poskota.co.id.

2.2.8. News Judgement

News Judgement merupakan pertimbangan seorang jurnalis untuk menilai layak atau tidak suatu peristiwa untuk diliput dan dijadikan sebuah pemberitaan.

Bobot nilai berita atau news value yang terkandung dalam peristiwa tersebut biasanya menjadi faktor pertimbangan kelayakan berita. Ini berarti news judgment seorang jurnalis sangat berkaitan erat dengan prioritas dan bobot news value yang dianut oleh seorang jurnalis (Octaviano, 2012).

Menurut Yopp, McAdams, dan Thornburg, kriteria news judgement dapat dilihat dari news worthiness dan who cares method (Yopp & Adams, 2014) Kriteria dari nilai berita dilihat dari news worthiness:

1. Prominence (Ketenaran dan ketokohan)
2. Timeliness (Kebaruan dan Aktualitas)
3. Impact (Dampak)
4. Proximity (Kedekatan)
5. Conflict (Konflik dan Pro-Kontra)
6. Magnitude (Skala dan ukuran peristiwa)
7. Oddity (Keunikan dan Kelangkaan)
8. Human Interest (Dampak emosi dan kemanusiaan)

Kemudian, who cares method. Who cares method yakni "Siapa Peduli?". Saat menilai nilai berita, pertanyaan tersebut harus diajukan wartawan kepada diri sendiri saat mereka mempertimbangkan untuk menulis sebuah berita. Di sini, pertimbangan harus diberikan kepada isi berita dan khalayak. Kemudian, nilai berita seperti proximity, impact, dan timeliness untuk menentukan apakah pembaca atau pemirsa akan tertarik.

Kemudian, pendekatan dalam news judgement meliputi pendekatan norma, pendekatan dampak, pendekatan minat dan khalayak, dan pendekatan kode etik.

1. Pendekatan Norma

   Pendekatan ini dapat ditentukan apakah berita tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma masyarakat, hukum, hingga agama.

2. Pendekatan Dampak

   Pendekatan ini yakni berita yang dapat menimbulkan kekacauan sosial harus dipertimbangkan atau ditunda demi kepentingan masyarakat.

3. Pendekatan Minat dan Kebutuhan Khalayak

   Pendekatan ini yakni keinginan dan kebutuhan atau minat khalayak

berperan penting dalam sebuah berita, terkadang sebuah berita tidak diminati tetapi dibutuhkan oleh masyarakat.

4. Pendekatan Kode Etik

   Kode etik jurnalistik menjadi suatu pertimbangan meskipun suatu berita mengandung nilai berita yang tinggi.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menyimpulkan news judgement merupakan penilaian terkait kelayakan berita untuk diproduksi atau ditayangkan. Namun, kriteria untuk menilai sebuah pertistiwa kelayakan harus ada salah satu nilai berita atau who can methods. Kemudian, jika dikaitkan dengan penelitian ini, ingin melihat apakah news judgement menjadi pertimbangan Poskota.co.id ketika menyeleksi hingga menunggah suatu isu pembunuhan untuk ditayangkan dan nilai berita yang wajib ada ketika menilai berita kasus pembunuhan untuk ditayangkan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui strategi gatekeeping dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada Poskota.co.id.

2.2.9. Jurnalisme Kuning

Menurut Musman & Mulyadi (2017) Jurnalisme Kuning (yellow journalism) adalah surat kabar atau majalah yang dengan sengaja mengeksploitasi sesuatu untuk membangkitkan rasa ingin tahu dan minat pembaca dengan menggunakan trik yang membangkitkan emosi tanpa mendukungnya dengan fakta. Sedangkan menurut Stanley J. Baran dalam (Malik, 2017) jurnalisme kuning adalah pemberitaannya yang menekankan pada sensasi kejahatan, skandal seks, dan berita malapetaka. Secara teknis, jurnalis kuning ini menggunakan judul dalam ukuran huruf besar, menggunakan kartun, warna yang mencolok, dan ilustrasi kasar.

Perjalanan jurnalistik kuning saat ada pertempuran headline dua media di New York tahun 1800-an, antara Joseph Pulitzer dan William Randolph Hearst, judul dibuat semenarik mungkin dengan tujuan untuk meningkatkan oplah penjualan agar berlipat-lipat.

Paham atau aliran jurnalisme kuning ikut mewarnai dunja pers di Indonesia terutama setelah digulirkannya era orde baru. Terjadi euforia kebebasan pers yang

kadang berlebihan. Headline judul dan isi berita yang disaiikan terlalu fantastis dan cenderung berlebih-lebihan.

Jurnalisme kuning lebih menekankan unsur sen-sasionalisme dan dramatisasi dalam penyajian berita. Ciri utama lainnya dari koran kuning adalah penggunaan aspek visual yang cenderung berlebihan, bahkan terkesan lebih dominan daripada teks beritanya.

Menurut Musman & Mulyandi (2017), unsur visual yang digunakan oleh koran kuning antara lain berupa:

1. Scare-heads: Scare-heads: headline yang memberikan efek ketakutan, ditulis dalam ukuran font yang sangat besar, dicetak dengan warna hitam atau merah. Sering kali materinya berisi berita-berita yang tidak penting.
2. Penggunaan foto dan gambar yang berlebihan. Biasanya tiap minggu komik berwarna pada hari Minggu yang berisi komik berwarna dan artikel- artikel sepele.
3. Adanya teknik verbal yang melekat pada koran kuning, yakni berbagai jenis peniruan dan penipuan, misalnya cerita dan wawancara palsu, judul yang menyesatkan, pseudo science, bahkan judul-judul yang penuh kebohongan
4. Pemberitaannya berfokus pada isu-isu kontroversial yang mampu memancing perdebatan dan gosip. Isu-isu kontroversial ini sengaja diangkat untuk menarik perhatian pembaca terutama yang berasal dari kalangan menengah ke bawah perkotaan. Isu-isu yang sering memancing kontroversi ini antara lain isu yangberkaitan dengan unsur seks, konflik, dan kriminal.
5. Nilai berita yang mendasar seperti signifikan, prominance, dan magnitude cenderung diabaikan.

Karena jurnalisme kuning menonjolkan sensasionalime daripada berita (Fakta) itu sendiri, maka beritanya menjadi tidak penting atau oleh sebagian pihak yang menentang kehadiran koran kuning ini disebut sebagai “berita sampah”.

Menurut Adhistya & Rianto dalam Musman & Mulyadi (2017), karakteristik koran kuning di Indonesia sebagai berikut:

1. Pemasangan foto peristiwa kriminal dan foto perempuan dengan penekanan seksualitas tubuh perempuan

2. Judul atau Headline yang besar, dicetak tebal, atau dengan warna yang mencolok. Terkadang tidak menggunakan ejaan yang benar (EYD) dan berbau seksualitas atau kriminal
3. Banyaknya item berita di halaman muka. Jika biasanya koran umum memasang 5 hingga 8 item berita, jumlah berita yang ditampilkan di halaman depan koran kuning berkisar antara 10 hingga 25 item berita. Formatnya berupa berita yang sangat singkat, bahkan kerap hanya berupa judul dan lead, kemudian disambungkan di halaman dalam.
4. Menampilkan berbagai iklan yang tergolong vulgar, dilengkapi dengan gambar dan kata-kata sensasional.

Dari pemaparan di atas, peneliti menyimpulkan jurnalisme kuning adalah sebutan bagi media dan berita yang didalamnya lebih banyak berisi pemberitaan yang bombastis, sensasional dan vulgar. Hal tersebut dilakukan demi mengdongkrak penjualan atau profit surat kabar itu sendiri.

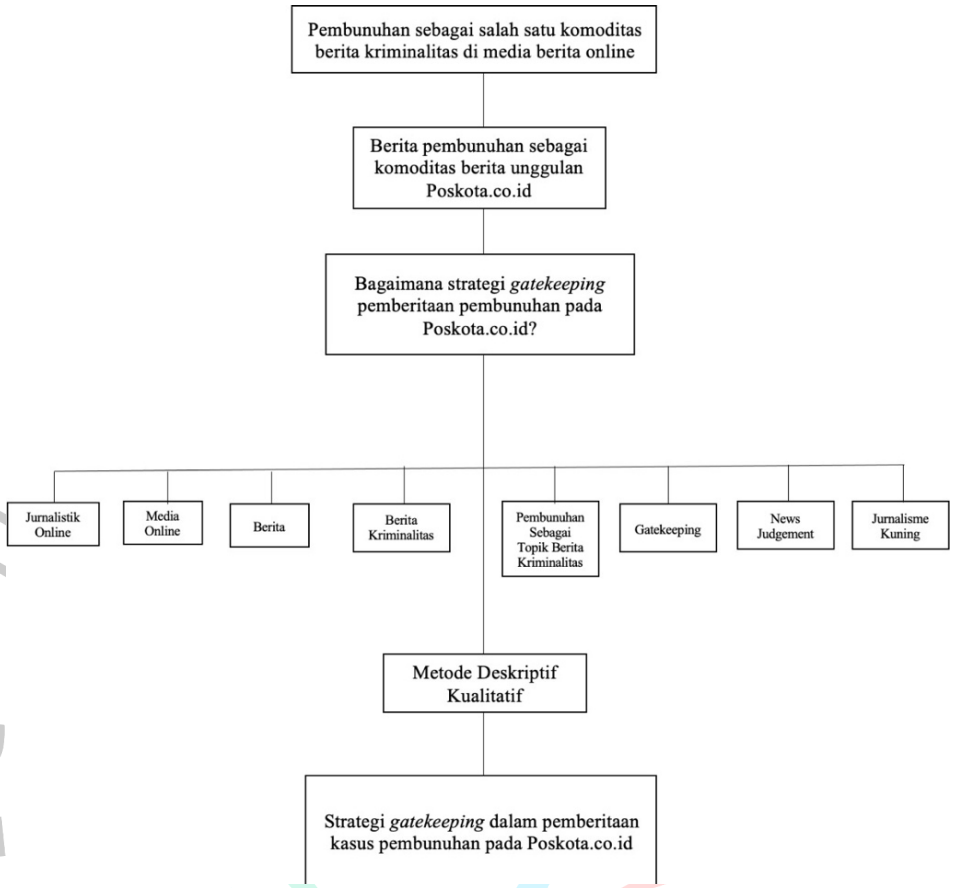
Banyak media online yang sering dituding telah menyebarkan berita sensasional dan bombastis. Namun, fenomena ini bukan suatu yang baru. Perjalanan koran kuning di Indonesia dimulai sejak Pos Kota terbit pada tahun 1970.

Pos Kota didirikan oleh mantan penerangan di zaman soeharto, Harmoko dan rekan-rekannya. Kemunculan Pos Kota ini didasari kebutuhan masyarakat menginginkan berita yang menyangkut persoalan rill di kehidupan sehari-hari. Kemudian, untuk menjangkau segmen pembacanya dengan harga jual yang murah atau kebutuhan untuk keberadaan "surat kabar kelas bawah". Oleh karena itu, isi berita koran Pos Kota berkisar tentang kriminalitas, seksualitas, hukum, dan lain-lain. (Fadillah, 2015). Pada 15 April 1970, edisi perdana Pos Kota terbit dengan oplah 3.500 eksemplar dengan sambutan dari Ali Sadikin yang saat itu menjadi Gubernur DKI Jakarta. Beberapa saat setelah terbit, oplahnya meningkat pesat sampai mencapai 21.000 (Remotivi, 2015). Kemudian, berdasarkan Nielsen Media Research, Pos Kota sebagai koran yang paling laris dengan oplah 600.00 ekslempar dan menggungguli Kompas yang berada di peringkat kedua pada tahun 2015 (Fadillah, 2015).

Hadirnya Poskota.co.id sebagai portal media online yang menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi dengan cepat dan up-to-date hanya dengan menggunakan handphone dan tersambung dengan internet, poskota.co.id tidak meninggalkan jiwanya saat awal surat kabar Pos Kota terbit sebagai jurnalisme kuning yang menyajikan berita kriminalitas secara konsisten dan dengan judul yang sensasional. Poskota.co.id tetap menyajikan kriminalitas setiap harinya karena hal tersebut sebagai "identitas" mereka dan juga menjadikan kriminalitas sebagai agenda medianya.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.2. Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas tentang gatekeeping dalam pemberitaan kasus pembunuhan pada media online. Penelitian ini merupakan penelitian komunikasi dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan teori gatekeeping shoemaker. Pada dasarnya, proses gatekeeping menurut Shoemaker terdapat lima level, yakni level individu, level rutinitas media, level organisasi, level extramedia, dan level sistem sosial. Kemudian, Informan dalam penelitian ini yaitu gatekeeper yakni pemimpin redaksi, manajer online, editor, dan wartawan poskota.co.id yang meliput. Nantinya, hasil penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi gatekeeping dalam pemberitaankasus pembunuhan pada Poskota.co.id.

PEMBANGUNAN JAYA