

Hirarki Pengaruh Dalam Penentuan Kebijakan Redaksional

Harian Bhirawa

Wahyu Kuncoro

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

wahyukuncoro@untag-sby.ac.id

Abstract

Bhirawa Daily with the motto People's Eyes Partners of Bureaucrats (Mata Rakyat Mitra Birokrat) is a local media that still exists until now at the age of 54 years. In the course of its history, Bhirawa Daily has always taken a special market share. It has been a military newspaper, a political newspaper and since 1998 until now has chosen the share of government. With the choice of a specially segmented market, it is important to conduct a study of the editorial strategy of the Bhirawa Daily.

The editorial strategy of Bhirawa Daily is one of the determining factors so that this media still exists today. To examine the editorial policy of Bhirawa Daily, this research tries to approach it by using the theory proposed by Pamela J Shoemaker and Stephen D. Reese, namely the Hierarchy of Influence on media content. In his explanation, Shoemaker – Reese said that there was an influence on the content of media coverage which was divided into five levels of influence, namely the influence of individual media workers, the influence of media routines, media organizations, influences from outside the media, and ideology.

After conducting research using a qualitative approach using interview, observation and documentation techniques, it can be concluded that the internal factors that influence the editorial policy of the Bhirawa Daily are the level of media organizations, while external factors are more determined by factors to maintain market share/customers of Bhirawa Daily, namely the government-bureaucracies. .

Keywords: policy, editorial, bhirawa, hierarchy, influence

Abstrak

Harian Bhirawa dengan motto *Mata Rakyat Mitra Birokrat* merupakan media lokal di Provinsi Jawa Timur yang masih tetap eksis hingga menginjak usia ke 54 tahun sekarang ini. Dalam perjalanan kesejarahannya, Harian Bhirawa memilih pangsa pasar atau pelanggan yang khusus. Pernah menjadi koran militer, koran politik dan sejak 1998 hingga sekarang memilih pangsa pasar birokrasi pemerintahan. Dengan pemilihan pangsa pasar yang tersegmentasi secara khusus tersebut buat penelitian terhadap kebijakan redaksional Harian Bhirawa menjadi penting untuk dilakukan.

Kebijakan redaksional Harian Bhirawa menjadi salah satu faktor penentu sehingga media ini masih tetap eksis hingga saat ini. Untuk meneliti bagaimana kebijakan redaksional Harian Bhirawa, peneliti mencoba mendekatinya dengan memakai teori yang dikemukakan Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese yakni Hirarki Pengaruh terhadap isi media. Dalam penjelasannya, Shoemaker – Reese menjabarkan adanya pengaruh terhadap isi pemberitaan media yang dibagi dalam lima level pengaruh yakni pengaruh dari individu pekerja media, rutinitas media, organisasi media, pengaruh di luar media, dan ideologi.

Hasil penelitian memakai pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi didapatkan kesimpulan faktor internal yang memengaruhi kebijakan redaksional Harian Bhirawa adalah level organisasi media, sementara dari faktor eksternalnya lebih banyak ditentukan oleh faktor untuk menjaga pangsa pasar/pelanggan Harian Bhirawa yakni birokrasi-pemerintahan.

Kata kunci : kebijakan, redaksional, bhirawa, hirarki, pengaruh

PENDAHULUAN

Media massa merupakan medium atau alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan (*message*) dari sumber kepada khalayak. Media massa ini bisa berupa surat kabar (koran), media elektronik seperti radio dan televisi, film dan media lainnya. Media massa dalam artian sebagai saluran memiliki peran penting yakni mengirimkan pesan, menyebarluaskan informasi atau mempromosikan sebuah produk berupa barang atau jasa (Cangara, 2005).

Salah satu bentuk media massa yang sekarang masih eksis di masyarakat adalah surat kabar atau koran. Walau harus diakui eksistensi surat kabar khususnya cetak terus menurun seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang memfasilitasi munculnya media media berbasis digital. Koran selama ini dipahami sebagai media yang memiliki fungsi bukan saja sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki peran mengedukasi masyarakat, memberi hiburan dan juga melakukan kontrol sosial.

Pada sisi lain, koran sesungguhnya juga memiliki peran untuk menumbuhkan budaya baca dalam masyarakat. Keterbatasan akses terhadap perpustakaan sementara distribusi koran yang lebih menyebar dan dekat dengan masyarakat membuat masyarakat lebih gampang membaca koran dibanding dengan membaca buku di perpustakaan. Cara

penyajian bahasa koran yang lebih mudah dipahami membuat koran menjadi bacaan alternatif bagi masyarakat. Dalam kondisi seperti ini, maka keberadaan surat kabar dengan konten berita yang ditayangkannya telah ikut berkontribusi dalam mengedukasi masyarakat serta menjadi media penyebar informasi yang efektif (Hanief et al., 2021).

Berita sebelum sampai ke pembaca mengalami proses pengolahan yang rumit. Hal yang sering mencengangkan banyak pembaca adalah bagaimana berita suatu peristiwa atau kejadian dalam waktu singkat --untuk media onlie dalam hitungan menit sementara untuk media cetak dalam hitungan jam-- telah menjadi berita yang bisa dinikmati banyak orang (Wibisono, 1991).

Bagaimana proses sehingga apa yang baru terjadi, beberapa menit kemudian sudah menjadi narasi dalam bentuk berita yang secara menarik dan bisa menjelaskan sebuah kejadian dengan sangat detailnya?

Secara sederhana berita dipahami sebagai pelaporan atas fakta baik itu berupa kejadian/peristiwa ataupun fakta yang teraktual dinilai penting dan menarik. Dalam proses pembuatan berita, ada tiga unsur yang saling berhubungan yakni institusi media (*processor*), sumber (*suppliers*) dan audiens (*consumers*). Berita dibuat dan dikirimkan ke publik tidak hanya sekadar sebagai informasi peristiwa saja, namun berita juga akan membawa pengaruh kepada audiens yang

membacanya. Berita biasanya tidak sekadar menyampaikan informasi tentang sebuah kejadian, namun berita juga dipakai untuk memberikan pengaruh kepala publik (masyarakat) yang membacanya. Ada beberapa kriteria tertentu sehingga berita itu layak dipublikasikan melalui surat kabar, misalnya karena pertimbangan aktualitas atau kebaruan, memiliki kemanfaatan bagi masyarakat dan tidak melanggar kode etik jurnalistik yang telah ditetapkan (Hajad, 2018).

Bahwa untuk menghasilkan berita dengan karakteristik seperti di atas, maka para reporter dan redaktur (editor) serta penanggung jawab pemberitaan (news room) harus melakukan komunikasi dan kerja sama secara profesional. Oleh karena itu, tentu ada kebutuhan kompetensi bagi para pekerja jurnalistik baik itu reporter, editor maupun penanggung jawab pemberitaan yang biasanya disebagai sebagai pemimpin redaksi. Kompetensi itu misalnya pengetahuan tentang nilai berita, kemampuan dan pemahaman tentang kode etik jurnalistik dan sebagainya (Asrianti et al., 2019).

Produksi surat kabar memerlukan banyak pengaturan yang cermat, mulai dari perencanaan, pencarian berita (peliputan), penulisan, editing hingga kemudian dipublikasikan dalam bentuk berita yang dinikmati para pembaca. Berita yang masih mentah atau setengah mentah sebelum masuk ke bagian setting dipertimbangkan

terlebih dahulu kelayakan pemuatannya. Selain itu ditentukan panjang pendeknya, dimana penempatannya, apakah ditampilkan di halaman utama atau cukup di halaman dalam. Semuanya dilakukan dalam tekanan waktu sehingga memerlukan kecepatan .

Dalam melihat proses pembuatan (baca : produksi) berita, ada dua perpektif yang mempengaruhi bagaimana kejadian atau peristiwa dikemas dalam bentuk berita. *Pertama*, pemikiran yang memandang bahwa dalam proses ptduksi berita selalu melakuai mekanisme seleksi atau pemilihan berita (*selection of the news*). Seiring dengan perkembangan waktu mekanisme seleksi berita ini sekarang lebih dikenal sebagai teori *gatekeeper*. Teori ini mendasarkan pada pemikiran bahwa proses produski berita itu merupakan hasil dari sebuah proses seleksi atau pemilihan (Eriyanto, 2004).

Proses seleksi itu misalnya diawali dari proses seleksi yang dilakukan wartawan ketika akan meliput. Bagaimanapun, kejadian setiap hari ini sangat b anyak dan beragam namun tidak smeua bisa diliput oleh wartawan. Wartawan harus terlebih dahulu meemilihnya. Kemudian ketika naskah itu sampai di meja editor, maka editor itu juga akan memilih bagian mana yang harus dilakukan editing. Proses seleksi berikutnya adalah bagaimana penempatan berita itu dalam desain cetaknya. Apakah koran itu

ditampilkan di halaman utama atau halaman yang tersembunyi. Dengan demikian, proses pembuatan berita itu tidak hanya ditentukan oleh satu pihak saja, tetapi melibatkan banyak pihak dan berbagai kepentingan di dalamnya.

Kedua, perspektif yang dilandasi oleh pemikiran bahwa berita itu dibentuk (*creation of the news*). Berdasar perspektif ini, maka sebuah berita sesungguhnya dihasilkan bukan melalui seleksi melainkan melalui proses pembentukan. Apa yang dilakukan seorang reporter dalam menuliskan berita itu berdasar dari rencana yang sudah diputuskan dalam rapat redaksi. Artinya, reporter hanya menjalankan tugas meliput atau menulis berita berdasarkan petunjuk dan arahan atau pedoman yang sudah diberikan. Artinya sudah ada sebuah upaya atau perencanaan untuk mengkonstruksi realitas dalam bentuk berita (Eriyanto, 2004).

Sebuah berita dalam perspektif jurnalistik tentu bukan sekadar tulisan mengenai fakta atau kejadian atau hanya pernyataan narasumber tetapi ada pertimbangan pertimbangan tertentu sehingga sebuah kejadian atau sebuah pernyataan bisa menjadi sebuah berita. Harus disadari, bahwa ada banyak peristiwa dan kejadian. Namun tidak semua bisa dibuat menjadi berita. Media massa punya pedoman dan ketentyan untuk memutuskan apakah sebuah peristiwa layak dibuat menjadi berita. Media massa mempunyai

standar tertentu terkait berita yang bisa dimuat.

Dalam menentukan kelayakan sebuah berita untuk dipublikasikan, maka masing masing redaksi media massa memiliki pertimbangan pertimbangan khusus. Dengan demikian, apa yang dihasilkan wartawan dari lapangan dalam bentuk berita, nanti pada gilirannya akan diseleksi oleh jajaran redaksi. Proses editing yang dilakukan editor untuk bukan saja sekadar mengoreksi kesalahan ejaan, tetapi juga mengoreksi secara substansi apakah berita tersebut sejalan dengan visi dan misi redaksi dan kebijakan redaksional (Ali Salim, 2007).

Dalam setiap hari, akan banyak fakta berupa peristiwa yang terjadi. Bukan itu saja, redaksi juga akan banyak menerima kiriman hasil rilis dari berbagai pihak yang ingin membuat publikasi di media. Demikian banyaknya bahan berita tersebut tentu akan dilakukan seleksi yang menyangkut kualitas berita dengan news valuenya juga pertimbangan lain yang sejalan dengan kepentingan redaksi. (Krisdinanto, 2014)

Media massa memiliki standar tersendiri untuk memilih berita atau foto jurnalistik yang dianggap menarik dan sejalan dengan visi dan misi organisasi media. Itulah kemudian yang membuat media massa memandang penting untuk membuat sebagai kebijakan redaksional yang bertujuan menjadi pedoman dan

panduan dalam pembuatan berita atau pedoman untuk memutuskan dimuat dan tidaknya sebagai naskah berita. Kebijakan redaksional disusun tentu dengan mempertimbangkan banyak kepentingan seperti segmentasi pembaca, visi misi organisasi media dan kepentingan pemilik media yang biasanya terkait dengan kepentingan ekonomi (iklan) (Andhita, 2021).

Kebutuhan adanya kebijakan redaksional sebuah media massa biasanya dikaitkan dengan kepentingan jangka panjang media massa. Bagaimanapun, media massa diciptakan tidak untuk jangka pendek tetapi agar bisa bertahan hingga jangka panjang. Sehingga media massa butuh menyiapkan tata kelola dan pedoman pengelolaan keredaksian. Harapannya, tentu ketika media mssa tetap eksis akan memiliki pengaruh dalam masyarakat. Kekuatan bisa mempengaruhi masyarakat inilah yang kemudian membuat masing masing media membuat kebijakan redaksional sebagai sebuah strategi untuk menjaga eksistensi dan keberlangsungan media massa (Mukhriyyah et al., 2019).

Ketika awal – awal reformasi 1998 lalu, banyak kalangan yang beramai-ramao mendirikan media massa. Baik itu para pengusaha, politisi, birokrasi hingga pegiat sosial yang tertarik untuk memiliki media. Hal tersebut sungguh dipahami karena media massa saat itu dianggap menjadi kekuatan yang punya pengaruh

besar dalam mempengaruhi opini masyarakat. Dalam kondisi tersebut, maka kemudian para pemilik media dengan beragam latar belakang tersebut tentu akan memiliki kepentingan yang berbeda-bedara. Dalam situasi seperti itu, maka kemudian apa yang ada dalam pikiran pemilik modal dituangkan dalam bentuk kebijakan redaksional demi mengamankan aspek kepentingan pemilik modal tersebut.

Organisasi media pada umumnya akan beroperasi dalam kungkungan situasi yang penuh dengan tekanan. Tekanan itu bisa jadi berasal dari kepentingan atau aspirasi masyarakat luas, kepentingan pelanggan, kepentingan kelompok tertentu (bisa LSM, partai politik) dan juga bisa juga tekanan itu berasal dari pemeirntah. Implikasi dari berbagai tekanan tersebut, akan membuat media menjadi bias dalam mengkonstruksi realitas karena harus mengakomodasi kepentingan tertntu. Disinilah kemudian media massa melakukan pemihakan-pemihakan tertentu (Rasid, 2011).

Harian Bhirawa merupakan salah satu media cetak lokal di Jawa Timur yang masih mampu bertahan di usia yang ke 54 sekarang ini. Sebuah capaian yang tidak mudah dilakukan di tengah terus bertumbuhannya media massa utamanya media cetak menghadapi ketatnya persaingan. Sebagai media yang mengusung slogan *Mata Rakyat Mitra Birokrat*, Harian Bhirawa memilih segmen

khusus yakni di kalangan pemerintahan. Pilihan pasar yang unik inilah yang kemudian membuat Harian Bhirawa memiliki kebijakan redaksional yang berbeda dengan media-media massa umum lainnya. Salah satu kekhasan kebijakan redaksional Harian Bhirawa tersebut tidak lain karena segmentasi pembaca yang khusus yakni kalangan pemerintahan (Ali Salim, 2007).

Sebuah berita dinilai layak atau tidak untuk ditayangkan akan sangat dipengaruhi bagaimana kebijakan redaksional masing masing media demikian juga yang berlaku di Harian Bhirawa. Artinya, sebuah fakta atau kejadian yang secara teoritis memiliki nilai berita yang baik bagi media massa lain, namun sangat mungkin tidak akan lolos seleksi kalau tidak sejalan dengan kebijakan redaksional yang berlaku di *Harian Bhirawa*.

Oleh karena itu, menjadi menarik untuk melihat bagaimana kebijakan redaksional Harian Bhirawa itu dibuat sehingga mampu bertahan hingga sekarang ini. Penggunaan Teori Hirarki Pengaruh yang digagas Shoemaker-Reese menjadi relevan digunakan sebagai pisau analisa untuk melihat bagaimana pengaruh masing-masing level dalam penentuan kebijakan redaksional Harian Bhirawa.

Bagaimanapun dalam menyikapi setiap peristiwa/kejadian butuh kebijakan redaksional yang akan menjadi panduan bagi segenap anggota redaksi untuk

bersikap. Dengan demikian media massa akan lebih memiliki pijakan dan merespon sebuah situasi. Pada gilirannya media akan menjadi kekuatan yang bisa dipercaya karena memiliki pedoman dan kebijakan yang selalu menjadi pedoman bagi redaksi dalam bersikap (Kedoh, 2018).

Kebijakan Redaksional

Surat kabar yang diatur dengan baik akan membuat kegiatan pemberitaan berlangsung secara tenang dan professional. Jika pun ada ketegangan karena tekanan waktu atau pada saat menit menit terakhir mendekati *deadline* hal itu tidak akan tampak di permukaan. Pembaca barangkali hanya bisa melihat bahwa semuanya baik baik saja terbukti dari penerbitan yang lancar-lancar saja. Padahal, sesungguhnya hampir setiap hari akan terjadi tegangan di ruang redaksi terkait pemberitaan yang akan diproduksinya (Firdausi et al., 2018).

Ada dua ciri yang membuat surat kabar itu terlihat unik. Pertama, bahwa isinya tiap hari berubah-ubah. Tidak pernah isi berita hari ini sama dengan berita hari kemarin dan juga besok. Bagi surat kabar yang terbit beberapa kali dengan edisi edisi yang berlainan satu sama lain dalam satu hari, misalnya pagi, siang dan sore tentu akan lebih ruwet lagi. Ciri kedua ialah ketidakawetannya. Surat kabar yang lama lainnya adalah harian, tidak bisa disimpan lama dan harus segera diedarkan pada hari itu juga. Jika tidak, harian itu menjadi

basi atau tidak laku lagi, dan surat kabar pun akan gulung tikar (Wibisono, 1991).

Dalam menghadapi tantangan dan persoalan yang seperti itu maka kemudian menjadi penting akan adanya sebuah kebijakan redaksional yang akan mengatur semua proses jurnalisme yang dilakukan oleh media. Kebijakan itu akan mengatur bagaimana proses perencanaan pemberitaan (planning), pedoman peliputan (reporting), tata dan petunjuk penulisan (writing) dan juga pedoman dan ketentuan penyuntingan naskah berita (editing) hingga kadang menyangkut proses bagaimana distribusi dan publikasi media tersebut (Wardani, 2016).

Dalam proses yang dilakukan untuk memproduksi berita di media massa maka kebijakan redaksional menjadi jantungnyanya atau pengendali internal yang berlaku di ruang redaksi

Keberadaan kebijakan redaksional ini akan mengendalikan dan mengontrol konten berita yang akan ditayangkan sesuai rubrikasi media tersebut. Adanya keterbatasan halaman rubrikasi di media massa atau koran membuat sebuah berita bisa diterbitkan atau tidak. Tentu saja keputusan untuk memuat atau tidak berita sudah melalui pertimbangan redaksi yang mendalam. Pertimbangan pertimbangan tersebut bisa jadi menyangkut nilai berita (news value), relasi dengan pembaca/pelanggan atau terkait dengan visi dan misi organisasi media atau

pertimbangan lainnya. Pertimbangan pertimbangan inilah yang kemudian dipahami dan diterjemahkan dalam kebijakan redaksional (Irwan, 2013).

Lima Level Pengaruh

Shoemaker-Reese melalui teorinya Hirarki Pengaruh mencoba menjelaskan bahwa pemberitaan media dipengaruhi oleh faktor faktor yang berasal dari kondisi eksternal dan internal organisasi media. Selanjutnya, pengaruh pengaruh ini menurut Shoemaker-Reese bisa dibagi dalam lima level (hirarki). Dari faktor internal terdiri dari tiga level yakni individu pekerja media (*individual level*), rutinitas media (*media routines level*), organisasi media (*organizational level*), sementara faktor eksternal terdiri dari level luar media (*extramedia level*), dan level ideologi (*ideology level*) (Reese, 2014).

Melalui teorinya tersebut Shoemaker-Reese mendiskripsikan bahwa isi media sesungguhnya ketika disampaikan kepada audiens tidaklah muncul dari ruang hampa yang bebas dari berbagai kepentingan dan bukan pula ditransmisikan melalui medium yang bebas kepentingan, namun isi berita yang disalurkan media sudah merupakan hasil dari berbagai kepentingan dan pengaruh kondisi internal organisasi media dan eksternal organisasi media (Krisdinanto, 2014).

Kondisi internal media lebih merujuk kepada kepentingan individu

reporter sebagai pemburu berita, aktivitas rutin media dan kepentingan dari pemilik media. Sementara kondisi eksternal media merujuk pada pihak luar yang berhubungan dengan media misalnya pemasang iklan, pemerintah, masyarakat, Lembaga/organisasi kemasyarakatan dan sebagainya. Faktor eksternal lainnya yang dinilai memiliki dampak pada isi media adalah ideologi. Secara singkat lima level yang mempengaruhi isi pemberitaan media adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Individual

Level paling awal yang dipandang akan berpengaruh pada isi berita media adalah level individual. Pengaruh ini lebih dikarenakan oleh faktor bagaimana karakteristik individu yang bersangkutan. Karakter ini menyangkut misalnya latar belakang sosial kehidupannya, latar belakang Pendidikan maupun terkait kompetensi individu sebagai pekerja media. Wartawan yang memiliki Pendidikan jurnalistik tentu akan berbeda dengan wartawan yang tidak memiliki latar belakang jurnalistik sama sekali. Demikian juga wartawan yang memahami tentang kode etik jurnalistik secara baik tentu akan sangat berbeda dengan mereka yang tidak menguasai sama sekali. Prinsipnya level individual ini lebih merujuk pada kualitas, kapasitas dan pengalaman wartawan yang bersangkutan. Demikian latar belakang kehidupan sosial yang bersangkutan juga

akan bisa berdampak dalam memahami sebuah realitas yang dihadapinya.

2. Pengaruh Rutinitas Media

Level pengaruh rutinitas media (*media routines*) lebih dipahami sebagai sebuah kebiasaan sehari-hari yang dilakukan organisasi media dalam mengemas dan memproses berita. Secara umum, rutinitas yang dilakukan media dalam mengemas berita dibangun oleh tiga unsur yang saling berhubungan satu dengan lainnya. Ketiga unsur tersebut adalah sumber berita, organisasi media dan khalayak. Sumber berita akan sangat menentukan isi berita karena dari sinilah materi berita berasal. Selanjutnya, proses pengemasan berita akan ditentukan oleh tata kerja organisasi media yang bersangkutan.

Unsur berikutnya adalah khalayak yakni konsumen, pelanggan atau pembaca media. Unsur ini menjadi penting bagi media karena kepada khalayaklah semua proses dan pengemasan berita akan ditujukan. Dengan demikian kebutuhan dan kepentingan khalayak menjadi salah satu faktor pertimbangan yang mmenentukan. Misalnya, apa yang sedang disukai, disenangi dan dibutuhkan oleh khalayak akan selalu menjadi perhatian redaksi. Oleh karena, dalam rutinitas keredaksian mendiskusikan dan mengikuti perkembangan khalayak menjadi salah satu kebutuhan yang dilakukan oleh redaksi.

3. Pengaruh Organisasi Media

Organisasi media menurut Shoemaker-Reese dinilai lebih besar dampaknya bagi isi pemberitaan media. Karena melalui organisasi media inilah yang kemudian akan muncul kebijakan dan regulasi yang mengatur media termasuk di dalamnya masalah redaksional. Kebijakan redaksional media juga menjadi penentu utama dalam merumuskan hal yang boleh dan yang tidak boleh dalam peliputan pemberitaan.

Dengan demikian organisasi media lebih menjadi penentu dalam merumuskan hal hal yang menyangkut keredaksian. Melalui organisasi media ini puluh kepentingan pemilik modal akan tunjukkan. Pemilik modal tentu akan memiliki kepentingan agar kebijakan redaksional tidak akan mengganggu model bisnis mediana. Misalnya menjaga agar pemberitaan tidak mengganggu hubungan baik dengan para pemodal ataupun pemasang iklan.

4. Pengaruh Luar Organisasi Media

Faktor faktor berikutnya yang bisa mempengaruhi isi pemberitaan media adalah terkait dengan pihak pihak di luar media. Pihak tersebut misalnya adalah narasumber berita. Narasumber tentu akan sangat menentukan bagaimana isi berita itu dikonstruksi. Karena pada dasarnya sebuah berita itu disusun dengan

berdasarkan pada informasi yang disampaikan narasumber. Faktor berikutnya misalnya adalah pemasang iklan. Bagaimanapun media pasti akan sangat berharap eksistensinya bisa berlangsung lama. Oleh karena itu upaya yang dilakukan adalah bagaimana memiliki sumber pendapatan yang cukup dengan demikian menjaga hubungan baik dengan para pemasang iklan menjadi pertimbangan dalam pemberitaan media. Sehingga tentu media akan sangat mempertimbangkan kepentingan para pemasang iklan. Faktor penentu berikutnya adalah pemerintah. Sebagai pemegang regulasi pemerintah akan sangat bisa mempengaruhi media. Bahkan pemerintah bisa memberikan penekanan penekanan melalui kekuasaan membuat Undang Undang dan peraturan lain yang dibuatnya. Dan masih banyak faktor faktor di luar media yang akan sangat mempengaruhi isi media.

5. Pengaruh Ideologi

Ideologi sebagai faktor yang mempengaruhi isi pemberitaan media dengan mendasarkan pada pemikiran bahwa ideologi merupakan serangkaian konsep nilai-nilai yang menjadi landasan seseorang untuk menilai atau menafsirkan tentang sesuatu. Orang yang memiliki ideologi tertentu akan membuat seseorang tersebut akan menilai dan menafsirkan realitas sesuai nilai yang diyakininya. Bahwa ideologi merupakan serangkaian nilai

nilai yang membentuk sebuah konsepsi cara berpikir. Sehingga ideologi yang dianut seseorang akan berpengaruh juga dengan bagaimana seseorang itu menafsirkan realitas yang dihadapi. Dibanding dengan level yang lain, tentu saja faktor ideologi lebih bersikap abstrak karena lebih merupakan cara seseorang untuk memandang dan menilai sesuatu berdasar keyakinan atas nilai-nilai yang dianutnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam pendekatan kualitatif, pengelolaan data dilakukan dengan memperhatikan hal-hal detail atau khusus, secara berkelanjutan dan selalu mempertanyakan realitas yang nampak dalam permukaan. Pendekatan kualitatif dipenuhi dengan pertanyaan dan pertanyaan kembali dari jawaban yang didapat dari pertanyaan sebelumnya. Peneliti tidak bisa serta merta menerima jawaban-jawaban dari informan yang didapat. Peneliti harus menggali lebih dalam dan lebih jauh dari setiap respons balik yang didapat sampai menemukan sebuah fakta yang bisa menjelaskan fenomena yang tengah diteliti (Deddy Mulyana., 2008).

Dalam penelitian kali ini akan memakai dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui proses wawancara, observasi dan diskusi dengan informan yang berasal dari

redaksi Harian Bhirawa. Informan ini terdiri dari mantan pemimpin redaksi, pemimpin umum, redaktur pelaksana, kalangan redaktur dan reporter harian Bhirawa. Pemilihan narasumber dikaitkan dengan tanggung jawab dan kompetensi informan terkait dengan fenomena yang sedang diteliti.

Sementara langkah observasi dilakukan dengan memperhatikan proses-proses redaksi utamanya pada saat pelaksanaan rapat-rapat redaksi terkait liputan yang akan dilakukan jajaran reporter Harian Bhirawa. Sementara terkait data sekunder, peneliti dapatkan melalui proses studi literasi. Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, hasil observasi dan studi pustaka tersebut selanjutnya dilakukan langkah kategorisasi dan disajikan secara deskriptif.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam kebijakan redaksional Harian Bhirawa dengan menggunakan pendekatan Teori Hirarki Pengaruh Shoemaker & Reese. Menggunakan penelitian secara kualitatif ini memiliki sifat sempit, khusus dan mendalam. Dan selanjutnya, hasil data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif kualitatif sehingga dapat menggambarkan secara spesifik mengenai kebijakan redaksional Harian Bhirawa yang menjadi penelitian.

HASIL PENELITIAN

Konsep kebijakan redaksional yang diberlakukan di Harian Bhirawa merupakan pedoman yang menyangkut semua proses aktivitas jurnalisme. Kebijakan itu misalnya menyangkut bagaimana perencanaan liputan dilakukan, bagaimana wartawan Bhirawa membangun relasi dengan narasumber, bagaimana struktur pedoman penulisan yang digunakan hingga mengatur bagaimana sebuah kejadian ditulis dalam berita yang khas Bhirawa.

Merujuk pada *Pedoman Peliputan dan Penulisan Berita* (2011) misalnya menjelaskan bahwa tata cara penulisan berita di Harian Bhirawa haruslah memiliki muatan yang bersifat 'birokrasi'. Artinya, pemberitaan yang berasal dari kejadian/peristiwa selalu dihubungkan dengan wilayah birokrasi.

Sebagai gambaran, misalnya terjadi peristiwa pembunuhan, maka kejadian itu tidak menarik bagi wartawan Bhirawa kalau korban dan pelaku pembunuhan tidak ada kaitannya dengan birokrasi. Peristiwa tersebut baru menarik kalau misalnya korban atau pelaku adalah orang dari birokrasi. Demikian juga misalnya ada bencana, maka selain akan memberitakan bagaimana bencana itu terjadi berikut jumlah korbannya sebagaimana kelengkapan berita yang menyangkut ketentuan 5W + H (*what, who, when, where, why, dan how*) maka bagi wartawan Bhirawa pemberitaan juga akan

dihubungkan dengan instansi apa yang bertanggung jawab dengan masalah tersebut dan apa yang akan dilakukan. Singkatnya, pemberitaan di Harian Bhirawa harus selalu berhubungan dan berkaitan dengan kerja kerja birokrasi pemerintahan.

Konsep hirarki pengaruh terhadap isi pemberitaan di Harian Bhirawa sebagai mana teori disampaikan Shoemaker – Reese dari hasil penelitian memang memiliki dampak terhadap pemberitaan Harian Bhirawa. Dalam konteks level individual misalnya, kualitas dan karakteristik wartawan Bhirawa memang berbeda-beda. Kondisi itu kemudian akan berdampak dengan bagaimana redaksi harus mendistribusikan masing masing wartawan ke pos yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan redaksi. Misalnya wartawan yang memiliki pengalaman dan penguasaan materi yang bagus terkait dengan politik maka wartawan yang bersangkutan akan ditempatkan di pos legislative (DPRD) yang akan berhubungan dengan isu-isu politik. Latar belakang wartawan yang kuat dari sisi ekonomi dan keuangan juga akan ditempatkan pada pos yang sesuai dengan kapasitas dan kompetensi. Ketidaktepatan penempatan wartawan pada pos peliputan akan berdampak pada kualitas penulisan dan juga hubungan dengan narasumber.

Dalam menjaga kualitas liputan di Harian Bhirawa, pihak redaksi juga memiliki catatan terkait kualifikasi

wartawan yang ada. Karena memang ada pos pos khusus yang membutuhkan kualifikasi khusus untuk menempatkannya. Misalnya terkait pos pos strategis seperti pos di Gedung Negara Graha dan kantor Gubernur. Pos ini menjadi pos yang strategis bagi harian Bhirawa karena dari pos inilah akan berdampak pada masa depan harian Bhirawa. Pos peliputan di Kantor Gubernur atau di Gedung negara Graha menjadi pusat liputan dari Harian Bhirawa. Demikian juga di pos pos liputan di Kantor Bupati/Walikota seluruh wilayah di Jawa Timur selalu menjadi perhatian redaksi. Karena dari pos inilah kemudian akan berdampak pada hubungan redaksi dan kelancaran iklan dari pemerintah daerah.

Selanjutnya level rutinitas media dimaknai sebagai kegiatan rutin yang sudah terbiasa dilakukan redaksi. Dalam kegiatan rutin ini misalnya menyangkut bagaimana rapat-rapat keredaksian yang digelar hingga pola komunikasi yang harus dijalan antar pos peliputan. Misalnya dalam membuat sebuah berita, redaksi membuat ketentuan agar sebuah isu dibangun dengan melibatkan banyak pos liputan. Harapannya agar sebuah berita yang akan diangkat sebagai liputan Harian Bhirawa dibuat secara Bersama-sama dan bersinergi antar liputan. Sehingga isu terkait berita tersebut tidak hanya didominasi oleh wartawan dalam pos tertentu saja.

Misalnya ketika akan meliput isu tentang pengentasan kemiskinan, maka selain akan ditulis oleh wartawan yang berada di pos pemerintahan (eksekutif) juga harus melibatkan wartawan yang berada di pos legislative (DPRD) dan pos peliputan lain yang relevan dengan isu atau topik berita yang akan ditulis. Dengan demikian, topik yang ditulis akan lebih komprehensif dan berimbang.

Dalam rangkaian proses memproduksi berita di Harian Bhirawa ada beberapa kegiatan rutin yang mempunyai pengaruh misalnya ada kegiatan rutin berupa rapat liputan, rapat plotting berita dan rapat evaluasi redaksi. Rapat liputan berupa rapat yang dipimpin oleh koordinator liputan (korlip) bersama dengan para reporter bertujuan untuk merancang agenda liputan harian. Rapat plotting berita dipimpin oleh pemimpin redaksi dengan jajaran redaktur (editor) bertujuan untuk menentukan berita-berita yang masuk dalam rubrikasi halaman. Dalam rapat ini juga untuk menentukan berita apa saja yang akan jadi headline dan berita apa saja yang tidak bisa ditayangkan karena berbagai pertimbangan. Dalam rapat inilah nanti akan terjadi perdebatan terkait nasib berita yang dibuat wartawan dikaitkan dengan kebijakan redaksional.

Kemudian setiap akhir pekan juga dilakukan rapat evaluasi redaksi yang dipimpin pemimpin redaksi dengan diikuti segenap redaktur dan wartawan (reporter).

Dalam rapat ini akan dilakukan evaluasi terkait kinerja keredaksian. Kegiatan rutin yang dilakukan redaksi Harian Bhirawa merupakan salah satu upaya untuk menjaga kualitas dan standar berita. Sehingga dengan demikian produksi berita yang ada di Harian Bhirawa akan lebih merupakan produk yang dikontrol oleh redaksi. Wartawan tidak akan bisa mendominasi konten berita yang ditulisnya.

Dalam hal menentukan topik yang akan diliput misalnya, biasanya akan diputuskan dalam rapat bersama yang melibatkan reporter dan redaktur (editor). Masing masing reporter akan melaporkan kondisi di pos peliputan masing masing terkait juga dengan agenda acara yang ada di lingkungan pos yang ditempati. Selanjutnya koordinator liputan akan memutuskan materi apa yang harus diliput serta siapa saja yang akan ikut meliput topik tersebut. Untuk menjaga kualitas dan komprehensif materi liputan setiap topik atau isu liputan bisa dikerjakan oleh 2 reporter atau lebih.

Faktor media eksternal, yaitu pihak-pihak di luar media yang mempengaruhi media tersebut, antara lain sumber berita, para pembaca/pelanggan, pemasang pengiklan, dan media lain atau lembaga lain diluar media seperti pemerintah. Di Harian Bhirawa, maka pihak eksternal yang berpengaruh dalam kebijakan redaksional adalah pasar atau pelanggan Bhirawa. Sebagai koran yang

memilih pangsa pasar adalah birokrasi, maka dengan sendiri hal-hal yang berkaitan dengan birokrasi akan menjadi perhatian khusus bagi redaksi.

Dari data yang dimiliki Bhirawa, langganan terbesar Bhirawa tidak lain adalah pemerintah daerah baik pemerintah provinsi maupun pemerintah kabupaten/Kota se Jawa Timur. Dalam memperkuat pemberitaan, wartawan Bhirawa lebih diprioritaskan untuk meliput di kantor-kantor pemerintahan. Apapun yang terjadi di birokrasi – pemerintahan, wartawan Harian Bhirawa harus tahu terlebih dahulu (Ali Salim, 2007)

Level terakhir adalah ideologi, maka ideologi yang dimainkan Harian Bhirawa adalah sejalan dengan pemerintah. Kebijakan redaksional terkait ideologi akan sejalan dengan kebijakan yang diambil oleh pemerintahan. Kondisi ini misalnya terbaca dari isu-isu yang diambil Harian Bhirawa lebih banyak yang berkaitan dengan isu dan kebijakan pemerintah. Namun kebijakan redaksional tidak serta merta menjadi corong bagi pemerintah tetapi lebih pada upaya mendorong dan memberitakan kebijakan pemerintahan itu dalam perspektif kritis. Artinya, isu-isu yang menjadi perhatian Harian Bhirawa adalah yang terkait dengan kebijakan pemerintah.

Inilah yang kemudian membuat Harian Bhirawa berbeda dengan media massa lain yakni perspektif birokrasi yang

selalu ditunjukkan dalam setiap penulisan berita yang ada. Dalam konteks Harian Bhirawa, maka level pengaruh ideologi ini lebih berupa pada orientasi pemberitaan Harian Bhirawa yang lebih mengarah pada jurnalisme positif yakni jurnalisme yang membangun optimisme dan upaya upaya untuk meningkatkan produktivitas sejalan dengan pembangunan nasional

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan terkait kebijakan redaksi Harian Bhirawa dalam perspektif Teori Hirarki Pengaruh memberikan hasil sebagai berikut :

Level pengaruh terhadap isi pemberitaan di Harian Bhirawa dari internal organisasi sangat ditentukan oleh level organisasi media. Karena beberapa hal yang terkait pemberitaan sudah ada pedomannya yang kemudian dimanifestasikan dalam rutinitas media. Rutinitas media lebih merupakan perwujudan upaya dalam menjaga dan menjalankan kebijakan redaksional yang sudah ditetapkan. Ketika ada hal hal yang bersifat problematik maka keputusan terakhir ada di tangan pemimpin redaksi selaku penanggung jawab pemberitaan. Misalnya ada beberapa berita yang rawan atau berpotensi menimbulkan persoalan, keputusan diserahkan kepada pemimpin redaksi .

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa redaktur harian

Bhirawa mendapatkan data bahwa pedoman redaksional yang telah ditetapkan pemimpin umum menjadi pedoman yang sangat baku dalam mengatur pemberitaan di Bhirawa. Misalnya soal ketentuan peliputan atas topik berita yang melibatkan banyak pos liputan harus dilaporkan terlebih dahulu ke koordinator liputan untuk mengatur bagaimana liputan tersebut dikerjakan. Sehingga semua liputan yang dihasilkan merupakan hasil kerja bersama dan sudah sepengetahuan pejabat yang bertanggung jawab tentang liputan.

Kemudian ketika menyangkut level pengaruh dari eksternal, maka yang terlihat adalah bahwa kebijakan redaksional sangat dipengaruhi oleh pasar dan pihak yang memberi kontribusi pendapatan pada Bhirawa. Hal ini misalnya terbaca dari kebijakan redaksional untuk menjaga agar pemberitaan tidak mengganggu pihak pihak yang berkontribusi bagi Harian Bhirawa, misalnya pemasang iklan, tidak menyinggung perasaan gubernur atau pejabat tertentu yang dinilai bisa berdampak pada nasib Harian Bhirawa.

Dari pengakuan beberapa sumber di jajaran redaksi Harian Bhirawa juga terungkap bahwa Redaksi Harian Bhirawa sangat hati-hati ketika menulis konflik yang melibatkan Gubernur. Kebijakan tersebut dilandasi karena memang eksistensi Harian Bhirawa masih sangat tergantung dari pasar dan distribusi koran yang didominasi oleh instansi yang ada di lingkungan Pemerintah

Provinsi Jawa Timur. Walaupun di luar pangsa pasar/ pelanggan tersebut, juga ada pasar dan pelanggan yang berasal dari pemerintah kabupaten/kota di Jawa Timur lainnya dan beberapa instansi lain seperti BUMD, dunia usaha, perguruan tinggi, sekolah dan pihak lain yang punya kepentingan dengan birokrasi dan pemerintah.

Situasi semacam itu, ketergantungan yang tinggi terhadap pasar di Pemerintah Provinsi Jatim bukan tanpa disadari risikonya oleh jajaran pimpinan Harian Bhirawa. Dalam upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap pasar di Pemerintah Provinsi Jatim, redaksi juga terus mendorong pengembangan pangsa pasar baru di daerah. Dan upaya itu sudah menunjukkan hasilnya dengan melihat pertumbuhan pelanggan di luar daerah yang terus bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Salim. (2007). *Pedoman Redaksional dan Kode Etik Wartawan* (ke-1). Harian Bhirawa.
- Andhita, P. R. (2021). Hierarki Pengaruh Dalam Pemberitaan Gibran Sebagai Kandidat Walikota Surakarta Di Solopos.com. *Avant Garde*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1242>
- Asrianti, N., Herman, A., & Akifah, A. (2019). Kebijakan Redaksi Kompas TV Makassar Dalam Menayangkan Berita. *Mediakom*, 2(2), 135. <https://doi.org/10.32528/mdk.v2i2.1926>
- Cangara, H. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindra Persada.
- Deddy Mulyana., S. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi : Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis* (Ed 2). Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2004). *Analisis Framing*. LKiS.
- Firdausi, A. H., Setianingrum, V. M., & Sos, S. (2018). Studi kebijakan redaksional pada Times Indonesia. *Commercium, Volume 01*(Penerapan Jurnalisme Positif dalam Media Online (Studi Kebijakan Redaksional pada TIMES Indonesia)).
- Hajad, V. (2018). MEDIA DAN POLITIK (Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik). *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.35308/source.v2i2.295>
- Hanief, L., Rafiqoh, P. A. H., & Akhmad, B. A. (2021). Kebijakan Redaksional Radar Banjarmasin pada Pemberitaan Kasus Covid-19 di Kalimantan Selatan. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 4(2), 134. <https://doi.org/10.24198/jkj.v4i2.29354>
- Irwan, A. A. U. (2013). DALAM PENYIARAN BERITA KRIMINAL DI KOTA MAKASSAR Editorial Policy of Daily Berita Kota Makassar in Reporting Criminal News in Makassar City. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 361–368.
- Kedoh, L. N. (2018). Kebijakan Redaksional Surat Kabar Flores Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi. *Jurnal Nomosleca*, 4(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v4i2.2547>
- Krisdinanto, N. (2014). Anomali dan Teori Hirarki Pengaruh terhadap Isi Media. *Komunikatif*, 3(1).
- Mukhriyyah, W., Yasin, B., Tarifu, L., & G, M. S. (2019). Kebijakan Redaksional LKBN Antara Biro Sultra Dalam Pemberitaan Kekerasan Seksual Anak Dan Perempuan di Sulawesi Tenggara. *Online Journalistik*, 1(1), 27–40.
- Rasid, A. (2011). POLA INTERAKSI PERS, PEMERINTAH DAN MASYARAKAT DALAM MEMBENTUK SISTEM PERS PANCASILA: Suatu Analisis

- Retrospektif. *Sosiohumaniora*, 13(2).
<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v13i2.5516>
- Reese, P. J. S. and S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective* (3rd ed.). Routledge:
- Wardani, M. I. A. (2016). Hirarki Pengaruh Dalam Pemberitaan Mengenai Pernyataan Donald Trump Kepada Islam di Republika Online. *Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Wibisono, C. (Ed.). (1991). *Pengetahuan Dasar Jurnalistik* (Ed 1). Media Sejahtera.