

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Pada sebuah penelitian dibutuhkan dukungan-dukungan dari hasil penelitian yang sebelum-sebelumnya yang tentu tetap berkaitan dengan penelitian tersebut. Hali ini dilakukan demi mendukung penelitian yang dibuat. Pada sub bab ini, peneliti membahas penelitian yang sebelumnya memiliki topik atau riset terdahulu yang dianggap relevan dan mendukung penelitian peneliti.

- 1. Nora prima Wardani Putri pada tahun 2012 dengan judul “*Gatekeeping Process Dalam Citizen Journalism Berkaitan Dengan Partisipasi Masyarakat Dalam Masyarakat Dalam Menyampaikan Informasi Lalulintas di Radio Idola FM Semarang*”**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Radio Idola FM Semarang, proses *gatekeeping* atau seleksi berita dalam jurnalisme warga dikelola secara aktif oleh beberapa pihak, yaitu Manajer Program, Supervisor Berita, dan para reporter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi *gatekeeper* di radio ini tidak ditentukan berdasarkan latar belakang pendidikan formal semata, melainkan lebih menitikberatkan pada pengalaman, hubungan baik (*relationship*), kemauan, serta kemampuan individu dalam mengambil keputusan cepat. Sebagai contoh, terdapat

pengelola yang memiliki latar belakang pendidikan hukum namun tetap mampu menjalankan fungsi reporter dan *gatekeeper* karena jam terbang dan pelatihan jurnalistik yang telah diikuti. Para *gatekeeper* ini berfungsi sebagai ujung tombak yang harus mampu memilah ratusan informasi yang masuk setiap harinya melalui telepon, SMS, maupun media sosial seperti Facebook dan Twitter.

Dalam praktiknya, Radio Idola menerapkan ideologi Memandu dan Membantu, di mana setiap informasi yang disiarkan harus memiliki nilai guna bagi masyarakat, terutama terkait informasi lalu lintas dan pengaduan publik. Proses seleksi dilakukan dengan sangat ketat untuk memastikan bahwa informasi yang diterima dari warga bukan merupakan berita bohong atau fiktif. Informasi yang dianggap layak siar adalah informasi yang faktual, dapat dipertanggungjawabkan, dan memiliki kejelasan mengenai siapa pengirimnya serta di mana lokasi kejadiannya. Sebaliknya, informasi yang tidak jelas asal-usulnya akan langsung ditolak. Jika sebuah informasi dari warga dianggap valid dan penting, pihak redaksi akan menghubungi kembali narasumber tersebut untuk menceritakan kejadiannya secara langsung atau *live* di udara. Selain itu, secara organisasi, seluruh karyawan terikat pada visi untuk selalu memperbarui informasi di lingkungan sekitar agar bisa segera dibagikan kepada pendengar. Meskipun faktor ekonomi dan pengiklan tetap berpengaruh pada keberlangsungan operasional radio, hal tersebut tidak secara langsung mendikte konten berita yang disiarkan, sehingga independensi informasi dari warga tetap terjaga.

2. Muhammad Junaedi dan Christopher Yudha Erlangga pada tahun 2024 dengan judul “Peran *Gatekeeping* Dalam Program Talkshow Rakyat Bersuara Live Di Inews”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada program talkshow "Rakyat Bersuara" di stasiun televisi iNews, peran *gatekeeping* atau penjaga gerbang ditemukan sebagai elemen yang sangat krusial dalam menjaga kualitas dan validitas informasi. Program ini menggunakan format talkshow yang dipandu oleh jurnalis senior Aiman Witjaksono untuk mendiskusikan peristiwa-peristiwa terkini yang kebenarannya masih diragukan oleh masyarakat. Dalam prosesnya, peran *gatekeeper* utama dijalankan oleh produser yang bertanggung jawab penuh untuk menyeleksi dan memutuskan tema yang layak tayang, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik bersifat mendidik dan tidak melanggar aturan.

Proses *gatekeeping* ini berlangsung secara komprehensif melalui tiga tahapan produksi utama. Pada tahap pra-produksi, pemimpin redaksi, manajer redaksi, dan produser bertindak sebagai penentu kebijakan dalam rapat redaksi untuk memilih topik serta menentukan narasumber yang memiliki kapabilitas di bidangnya. Memasuki tahap produksi atau siaran langsung, peran penjaga gawang beralih kepada pembawa acara (*host*), produser, dan pengarah acara (*program director*) yang bekerja sama untuk memastikan gambar, suara, hingga ucapan narasumber tetap berada dalam koridor yang benar, terutama mengingat sifat acara yang disiarkan secara *live*. Terakhir, pada tahap pasca-produksi, dilakukan evaluasi kerja melalui rapat internal untuk menelaah apakah terdapat pelanggaran seperti

penyinggungan SARA atau pencemaran nama baik, serta memastikan fungsi *gatekeeping* telah berjalan optimal untuk tayangan berikutnya. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan program "Rakyat Bersuara" sangat bergantung pada ketatnya penyaringan informasi di setiap level individu yang terlibat.

3. Tri Ramanandha Saputra, Andi Akifah Dan Muhammad Wahid pada tahun 2019 “Keputusan *Gatekeeper* dalam Menentukan Layak Tidaknya Sebuah Berita (Rubrik Metro Palu di Harian Metrosulawesi Palu)”

Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan *gatekeeper* (penjaga gawang informasi) di Harian Metrosulawesi dalam menentukan layak tidaknya sebuah berita sangat dipengaruhi oleh aspek ekonomi. Temuan utama mengungkapkan bahwa aspek ekonomi menjadi pedoman utama yang menggeser peran ideal *gatekeeper* dalam menyeleksi informasi. Hal ini disebabkan oleh ketergantungan media tersebut pada iklan, sponsor, dan *advertorial* sebagai sumber pendapatan utama untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan di tengah persaingan media yang ketat di Kota Palu.

Dalam praktiknya, kebijakan redaksi sering kali lebih mengutamakan pemasangan iklan besar dibandingkan memuat isu hangat di halaman utama jika keduanya berbenturan. Pimpinan redaksi mengakui bahwa sekitar 70% pendapatan berasal dari iklan dan kerja sama (MOU) dengan pemerintah, sehingga berita-berita yang mendukung pengiklan atau narasumber yang potensial beriklan (disebut sebagai berita patende) lebih diprioritaskan. Sementara itu, enam aspek lain dalam

proses *gatekeeping* menurut teori Bittner hanya memiliki pengaruh kecil dibandingkan kebutuhan ekonomi perusahaan. penelitian ini juga menemukan metode yang digunakan Harian Metrosulawesi dalam menyelesaikan kesalahan penulisan berita. Alih-alih menempuh jalur hukum, mereka memilih pendekatan langsung dengan menemui narasumber untuk mengonfirmasi kesalahan tersebut. Berita yang salah kemudian dikemas ulang dan diterbitkan kembali sebagai bentuk pertanggungjawaban untuk menyelesaikan kesalahpahaman secara kekeluargaan.

Tabel 2.1 tabel Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	NoraPrima Wardani Putri	Muhammad Junaedi dan Christopher Yudha Erlangga	Tri Ramanandha Saputra, Andi Akifah Dan Muhammad Wahid
Judul penelitian	<i>Gatekeeping</i> Process dalam <i>Citizen Journalism</i> Berkaitan dengan Partisipasi Masyarakat dalam Menyampaikan Informasi Lalulintas di Radio Idola FM Semarang	Peran <i>Gatekeeping</i> Dalam Program Talkshow Rakyat Bersuara Live di iNews	Keputusan <i>Gatekeeper</i> dalam Menentukan Layak Tidaknya Sebuah Berita (Rubrik Metro Palu di Harian Metrosulawesi Palu)
Tujuan penelitian	Bertujuan melihat bagaimana radio pengapresiasi peran serta warga dalam melaporkan peristiwa	Menganalisis peran penting <i>gatekeeper</i> dalam memastikan	Mengetahui kriteria yang digunakan <i>gatekeeper</i> dalam

		informasi layak siar dan sesuai standar kekayaan publik	menentukan kelayakan berita serta cara <i>gatekeeper</i> menyelesaikan kesalahan penulisan berita di Harian Metroosulawesi Palu
Teori penelitian	Teori <i>Gatekeeping</i> Pamela J.Shoemaker	Teori <i>Gatekeeping</i> Model Westley dan Maclean	Teori <i>Gatekeeping</i> Kurt Lewin dengan penguatan konsep nilai berita dan faktor ekonomi <i>gatekeeper</i> (Bittner)

Metode penelitian	Kualitatif Deskriptif (studi kasus terpancang)	Kualitatif Deskriptif dengan Paradigma Konstruktivis melalui Analisa Studi Kasus	Metode deskriptif kualitatif
Hasil penelitian	Jurnalisme warga di Radio idola FM telah menjadi instrument yang penting yang memungkinkan pendengar berperan sebagai “reporter dadakan” dalam menyampaikan informasi aktual secara sukarela. Kesuksesan proses ini sangat bergantung pada peran <i>gatekeeper</i> yang bekerja	Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teori <i>gatekeeping</i> pada program “Rakyat Bersuara” berfungsi sebagai perisai untuk mencegah informasi yang tidak akurat	Penelitian ini menunjukkan bahwa proses <i>gatekeeping</i> di harian Metrosulawesi Palu menempatkan kepentingan ekonomi sebagai prioritas tertinggi dalam menentukan kelayakan

	berdasarkan pengalaman dan kompetensi praktis untuk menyaring sebuah informasi yang masuk agar tetap kredibel dan bermanfaat bagi publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa interaksi antara media dan warga menciptakan sebuah kolaborasi yang kuat, di mana Masyarakat merasa diberi ruang untuk berpartisipasi aktif, sementara radio mendapatkan konten yang cepat dan akurat untuk memandu mobilitas Masyarakat Semarang dan sekitarnya	sampai ke Masyarakat. Melalui keterlibatan aktif dari berbagai individu mulai dari pemimpin redaksi hingga pembawa acara, program tersebut berhasil mengolah isu-isu yang kontroversial menjadi informasi yang layak konsumsi, edukatif, dan bebas	berita pada rubrik Metro Palu. Hal ini menunjukkan bahwa seleksi informasi tidak semata-mata didasarkan pada idealisme jurnalistik, melainkan sangat bergantung pada kebijakan manajemen yang berorientasi pada pasar atau pendapatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mekanisme kerja
--	---	---	---

		dari konflik sosial. Secara ringkas, penelitian menyimpulkan bahwa mekanisme yang ketat di media televisi sangat penting untuk menjamin kredibilitas berita dan menjaga keharmonisan publik dengan cara menghindari	<i>gatekeeper</i> di harian tersebut telah menjadi instrument strategis untuk memastikan setiap berita yang terbit sejalan dengan panduan ekonomi Perusahaan.
--	--	---	--

		tayangan yang bersifat menghina atau mencemarkan nama baik	
Persamaan	Sama -sama mengkaji fenomena <i>gatekeeping</i> dalam industry media penyiaran radio, melibatkan tenaga professional di bidang pemberitaan (staf redaksi) sebagai sumber data utama	Menggunakan studi kasus, focus pada konsep <i>gatekeeping</i> atau penyaringan informasi di media massa, mengkaji peran staf/tim redaksi sebagai aktor utama penentu berita	Sama-sama meneliti proses <i>gatekeeping</i> dalam media massa serta menggunakan pendekatan kualitatif dan teori <i>gatekeeping</i>

perbedaan	Penelitian ini berfokus pada informasi yang berasal dari partisipasi Masyarakat seperti laporan lalu lintas via telepon atau SMS, melihat bagaimana radio mengapresiasi peran serta warga dalam melaporkan persititwa.	Faktor yang diitekankan Teknis produksi dan regulasi penyiaran (agar tidak melanggar SARA/nama baik).	Focus pada media cetak (surat kabar), menekankan pengaruh aspek ekonomi terhadap kelayan berita, dan Lokasi penelitian di Harian Metrosulawesi Palu
-----------	---	--	--

Penelitian-penelitian tersebut belum membahas secara komprehensif bagaimana proses *gatekeeping* berlangsung sejak tahap perolehan informasi, proses produksi dan sintesis berita, hingga bagaimana proses tersebut berkontribusi dalam menjaga kredibilitas pemberitaan. Penelitian ini memiliki fokus yang berbeda karena mengkaji implementasi *gatekeeping* dalam pemilihan berita di Radio Elshinta Bandung dengan menggunakan empat turunan teori *gatekeeping* Shoemaker dan Vos, yaitu *channel*, *gates*, *gatekeeper*, dan *positive and negative forces*. Melalui fokus tersebut, penelitian ini tidak hanya melihat proses penyaringan berita, tetapi juga bagaimana informasi diperoleh, disalurkan, hingga akhirnya dipublikasikan kepada masyarakat.

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi massa

Komunikasi massa sendiri berasal dari istilah bahasa Inggris yakni *massa communication*. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bitter (Ardianto, dkk. 2007:3) yakni “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” (*massa communication is messafes communicated through a mass medium to a large number people*).

Definisi komunikasi massa dalam buku psikologi. Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogeny dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2008:189).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menyampaikan pesan kepada komunikan banyak berupa informasi, gagasan dan sikap dengan menggunakan media massa sebagai saluran masal.

2.1.2.1.1 Karakteristik Komunikasi massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Adapun karakteristik dari komunikasi massa sendiri menurut Ardianto dan Erdinaya (2005:7) dapat diuraikan masing-masing sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan ciri komunikasi massa yang pertama Adalah komunikatornya. Komunikasi mass itu melibatkan Lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.
2. Pesan bersifat umum. Artinya komunikasi mass itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk kelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.
3. Komunikannya anonym dan heterogeny. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonym), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka.
4. Media massa menimbulkan keserempakan.
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbangan hubungan.
6. Komunikasi bersifat satu arah. Karena komunikasinya melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

7. Stimulus alat indra terbatas dalam komunikasi massa, stimulus alat indra bergantung pada jenis media massa
8. Umpan balik tertunda komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam komunikasi.

Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat serempak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (Effendy, O.U. 1998:36). Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

2.1.2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Lasswell dalam Wright (1985:7-8) menyebut tiga fungsi pokok komunikasi massa (media massa) yaitu: (1) fungsi pengawasan lingkungan (*surveillance*), (2) fungsi hubungan (*correlation*), (3) fungsi transmisi warisan sosial (*social heritage*) dari generasi ke generasi berikutnya. Kemudian Wright (1985:8) menambahkan fungsi keempat yaitu fungsi hiburan (*entertainment*), demikian Lazarsfeld dan Merton menyebut lagi satu fungsi media massa yaitu memberi status (*status conferral*), yang artinya orang atau Lembaga yang disiarkan nama dan gambarnya oleh media massa (dalam Arifin, 2010: 143). Fungsi media massa secara universal menurut (Wardhani, 2008:25) yaitu:

1. Fungsi menyiarkan informasi (*to inform*)

2. Fungsi mendidik (*to educate*)
3. Fungsi menghibur (*to entertain*)
4. Fungsi mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi dari media massa itu sendiri bisa memberikan informasi berupa pesan kepada masyarakat dan banyak memberikan berbagai macam hiburan dalam berbagai macam bentuk.

2.1.2.1.3 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Denis Mcquail menjelaskan ciri dari komunikasi massa yang telah dirangkum oleh Morissan dalam bukunya tentang teori komunikasi massa (2010:9) yaitu:

1. Ciri utama yang paling jelas dimiliki oleh media massa adalah bahwa institusi ini dirancang untuk menjangkau Masyarakat luas
2. Pengirim, dalam hal ini yaitu organisasi media massa atau komunikator profesional seperti wartawan, penyiar, produser, artis dan sebagainya yang bekerja untuk organisasi media massa yang bersangkutan. Pengirim dapat pula terdiri atas suara-suara di Masyarakat yang diberikan kesempatan untuk menggunakan saluran media massa, baik dengan cara membayar ataupun gratis, seperti pemasangan iklan, politisi, pedakwah, pejabat dan sebagainya.
3. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu pihak (*one sided*) dan tidak ditunjukkan kepada orang-orang tertentu saja (*impersonal*) dan terdapat

jarak sosial dan jarak fisik yang memisahkan kedudukan pengirim dan penerima pesan.

4. Pengirim pesan biasanya memiliki lebih banyak otoritas, keahlian dan juga gengsi (*prestige*) dibandingkan penerima pesan.
5. Hubungan antara pengirim dengan penerima pesan tidak saja bersifat asimetris, namun juga kalkulatif dan manipulatif.
6. Pesan komunikasi massa memiliki ciri dirancang dengan cara yang sudah distandarkan (produksi massa) dan kemudian diproduksi dalam jumlah banyak.
7. Audiens media massa terdiri atas kumpulan besar orang yang terletak tersebar dan bersifat pasif karena tidak memiliki kesempatan untuk memberikan responsa atau berpartisipasi dalam proses komunikasi dengan cara yang alami (orisinil).
8. Audiens media massa pada umumnya menyadari bahwa mereka adalah bagian dari audiens yang lebih besar, namun mereka memiliki hubungan atau pengetahuan yang terbatas dengan audiens lainnya.
9. Audiens yang bersifat massa itu terbentuk untuk sementara waktu karena adanya hubungan yang bersifat serentak dengan pengirim (sumber).

Menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip oleh Wardhani (2008:22) komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa mempunyai ciri sebagai berikut:

1. Prosesnya berlangsung satu arah media massa, komunikasi hanya berjalan satu arah. Ketika tidak bisa langsung memberikan respon kepada

komunikator (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda.

2. Komunikatornya melembaga munikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi Kumpulan orang. Suatu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain dengan mengolah pesan itu menjadi sumber informasi.
3. Pesannya bersifat umum dan untuk kepentingan umum apa yang di berikan tidak hanya untuk 1 kelompok tapi bagi khalayak banyak.
4. Mediana menimbulkan keserempakan salah satu ciri komunikasi massa, keserempakan proses penyebaran pesannya. Seperti disaat demo
5. Komunikannya heterogeen, terdiri dari beragam Pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan yang beragam, dan memiliki agama atau kepercayaan yang berbeda pula.

Dapat di simpulkan bahwa ciri-ciri dari komunikasi massa adanya proses satu arah komunikannya merupakan kelompokk berjumlah banyak tidak antar individu pesan yang di sampaikan bersifat umum atau untuk khalayak dan yang menjadi komunikannya beragam

2.1.2.2 Media Massa

Media massa merupakan salah satu komponen masyarakat yang tidak dapat dipisahkan. Ada banyak jenis media massa, seperti media cetak, surat kabar, media elektronik, televisi, bahkan media baru seperti internet menjadi sangat dekat dengan masyarakat. Kehadiran media massa di masyarakat telah mendekatkan informasi dan menghadirkan pemenuhan kebutuhan masyarakat yang ideal. Menurut Bungin,

media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.

Menurut Cangara (2006:3) mengatakan bahwa media massa adalah cara bagi komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada khalayak, sedangkan gagasan media massa adalah cara bagi sumber untuk menyampaikan pesannya kepada khalayak melalui alat-alat seperti media online, surat kabar, film, radio, dan TV.

Dengan kata lain, media massa adalah alat atau metode untuk menyampaikan berita, opini, komentar, hiburan, dan bentuk informasi lainnya kepada khalayak luas. Alat media massa meliputi surat kabar, media online, film, radio, dan televisi. Menurut definisi ini, setiap media massa didukung oleh sistem yang terorganisir. Dalam demokrasi, perpaduan antara media massa dan politik dianalogikan sebagai dua pisau yang saling tolak namun bersatu. Media massa merupakan alat utama untuk menjalankan tujuan politik. Media massa akhirnya menjadi sesuatu yang sangat penting bagi nafas politisi, terutama dalam hal membangun makna citra.

2.1.2.2.1 Fungsi Media Massa

Menurut Dominick(2001), terdiri dari pengawasan (surveillance), penafsiran(Interpretation), pertalian (Linkage), penyebaran nilai-nilai (Transmission of Value), hiburan (Entertainment).

1) Surveillance (pengawasan)

a) Pengawasan peringatan (warning or beware surveillance)

b) Pengawasan instrumental (instrumental surveillance)

2) Interpretation (penafsiran)

Media menyajikan tidak hanya data dan fakta, tetapi juga informasi dan interpretasi tentang peristiwa tertentu.

3) Linkage (pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang berbeda, membentuk ikatan berdasarkan kepentingan dan hasrat bersama.

4) Transmission of values (penyebaran nilai-nilai)

Fungsi penyebaran nilai tampak sederhana. Fungsi ini disebut juga sebagai sosialisasi (socialization)

5) Entertainment (hiburan)

Meskipun fungsi utama media massa seperti surat kabar dan majalah adalah memberikan informasi dalam bentuk pemberitaan, namun bagian hiburan, baik cerita pendek, cerita panjang, maupun cerita bergambar selalu hadir.

Charles Wright mendefinisikan empat fungsi dasar media massa:

1) Pengamat lingkungan (Surveillance)

Agar anggota masyarakat umum mengetahui tentang perkembangan lingkungan yang akan datang yang mungkin berdampak pada mereka, pesan-pesan terus

menerus disiarkan oleh media massa. Selain itu, pengamat lingkungan bertindak sebagai pengawas, memberi tahu masyarakat umum tentang potensi ancaman seperti angin topan dan polusi udara dan air.

2) Korelasi (Correlation)

Pesan tentang peristiwa terkini dihubungkan dan ditafsirkan oleh media massa. Fungsi korelasi membantu masyarakat mengetahui bagaimana berbagai data surveilans yang penting bagi mereka cocok satu sama lain.

3) Sosialisasi (Socialization)

Sebagian para pecinta lingkungan dan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain, serta cara orang bersosialisasi melalui media. Media massa memberi orang pengalaman yang sama, harapan yang sama, dan perasaan tentang apa yang benar dan salah untuk dilakukan. Mereka juga membantu membentuk berbagai jenis budaya bersama dan konsensus budaya. Berbagi warisan budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya juga tergantung pada seberapa baik orang dapat berbicara satu sama lain melalui media.

4) Hiburan (Entertainment)

Media massa merupakan sumber yang dapat memberikan hiburan massal dan hiburan dasar kepada masyarakat umum.

Media massa pada umumnya mempunyai banyak tujuan. Media massa juga berperan penting dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat umum dan merupakan bentuk pelayanan publik dalam hal pemantauan kontrol sosial

masyarakat, korelasi dalam arti membantu masyarakat umum dalam menentukan relevansi berbagai informasi pemantauan, interpretasi, sosialisasi, dan hiburan bagi masyarakat.

Fungsi-fungsi ini adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipecah menjadi bagian-bagian komponennya. Peran media sebagai alat promosi, yang menciptakan gambaran realita yang sangat berpengaruh pada khalayak. Selain berperan dalam politik, media juga memiliki kemampuan untuk berperan dalam persepsi publik terhadap tokoh politik tertentu.

2.1.2.2.2 Peran media massa

Tidak ada lagi yang dapat menyangkal dampak luas media pada kehidupan sehari-hari. Menjamurnya stasiun, bisnis, situs web, dan program yang tersedia melalui media online membuktikan keberhasilan media tersebut dalam memenuhi perannya sebagai komunikator, begitu pula dengan kelangsungan keberadaan media tersebut hingga saat ini. Alasannya adalah karena media memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Menurut McQuail (2000:66) , ada enam (enam) perspektif secara keseluruhan tentang bagaimana media memengaruhi kehidupan sosial, khususnya dalam masyarakat kontemporer, antara lain:

1. Melihat berita sebagai jendela kehidupan dan peristiwa orang lain. Orang melihat media massa sebagai jendela yang memungkinkan mereka melihat apa yang terjadi di dunia atau sebagai sumber informasi tentang berbagai peristiwa.

2. Media massa sering dilihat sebagai cermin dari apa yang terjadi di masyarakat dan di belahan dunia lainnya, yang artinya menunjukkan kebenaran. Karena media merupakan cerminan dari apa yang terjadi di masyarakat dan dunia, pengelola media seringkali merasa tidak bersalah ketika media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi, dan keburukan lainnya.
3. Melihat media massa sebagai filter atau menjaga yang memilih apa yang diperhatikan dan apa yang diabaikan. Televisi selalu mengangkat isu, fakta, dan jenis konten lainnya berdasarkan apa yang dianggap terbaik oleh pengelolanya.
4. Media massa seringkali dipandang sebagai pemandu, penafsir, atau penafsir yang menerjemahkan dan menunjukkan jalannya berbagai ketidakpastian atau pilihan.
5. Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
6. Media massa yang berfungsi tidak hanya sebagai tempat penyebaran informasi tetapi juga sebagai mitra dalam komunikasi yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi satu sama lain.

Media massa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Media massa bertindak sebagai filter yang memotong beberapa pengalaman dan menyoroti yang lain. Mereka juga bertindak sebagai cermin dari apa yang terjadi di masyarakat dan dunia. Sekarang teknologi adalah bagian besar dari kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern, media massa

menggunakannya sebagai panduan di saat ketidakpastian dan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan orang.

Peran media massa tidak lepas dari apa yang mereka lakukan secara keseluruhan. Dalam menjalankan tugasnya, media massa harus memperhatikan dan mengingat apa tugasnya. Masyarakat tidak lagi harus mencari media cetak untuk mendapatkan berita terkini. Sebaliknya, mereka dapat dengan mudah mendapatkan semua yang mereka butuhkan dari media online dengan koneksi internet. Dalam hal ini, media sangat penting untuk mendapatkan informasi yang dapat di-backup.

2.1.2.3 Ideologi Media

Ideologi secara etimologis berasal dari kata “idea’ dan “logos”. Idea yang berarti gagasan, konsep, pengertian dasar, cita-cita. Kata idea sendiri berasal dari Bahasa Yunani *ideos* yang berarti bentuk atau idean yang berarti melihat, sedangkan *logos* berarti ilmu. Ideologi bisa diartikan sebagai ilmu pengertian dasar ide-ide (*the science of ideas*) atau ajaran tentang pengertian-pengertian dasar. Dengan demikian ideologi dapat diartikan sebagai cita-cita yang memiliki sifat tetap dan yang musti dicapai (Syamsudin, 2009: 98).

Shoemaker dan Reese meyakini bahwa isi media ini dapat dipengaruhi oleh adanya faktor ideologi dari setiap media. Ideologi sendiri digunakan sebagai pembatas dalam sebuah kehidupan bermasyarakat dan menjadikan keberadaan ideologi tersebut sebagai mekanisme simbolik. Dalam tahapannya ideologi menjadikan sebuah institusi itu sebagai tempat untuk mencapai suatu tujuan dengan

maksud tertentu yang didasarkan atas kepentingan (Shoemaker dan Reese, 1996: 223).

Gramsci (1999: 124) mengemukakan bahwasanya hubungan antara pemilik modal dan pekerja yang dalam konteks media massa antara wartawan dan pemilik media merupakan hubungan yang bersifat hegemoni. Maka bisa di artikan bahwa pemilik industry memiliki pengaruh besar terhadap berita yang di peroleh oleh wartawan dan berita yang akan diterbitkan akan sesuai dengan ideologi Perusahaan tersebut.

Ketima media dilandasi oleh berbagai kepentingan baik kepentingan politik maupun kepentingan personal yang lain, maka Ketika digunakan sebagai cermin realitas (*mirror of reality*). Media akan didakwa sebagai perumus realitas (*definer of reality*) sama seperti ideologi yang melandasinya. Beroperasinya ideologi dibalik media, tidak terlepas dari mekanisme ketersembunyia (*invisibility*) dan ketidaksadaran yang merupakan kondisi dari keberhasilan dari diterimanya sebuah ideologi. Artinya, sebuah ideologi dapat menyusup atau disusupkan dan menanamkan pengaruhnya melalui media. Hal ini tentunya akan dapat merubah pandangan setiap orang secara tidak sadar (Mahpuddin, 2009: 194).

2.1.2.4 Radio

Radio Adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media sudio (Riswandi, 2009:2). Radio siaram Adalah suatu media massa yang menyampaikan pesan dalam bentuk berupa tanda-tanda (*morse*), suara (*voice*), kalimat (*talk*), bunyi-bunyian (*sounds*), dan sebagainya, yang dipancarkan melalui gelombang

elektromagnetik dengan frekwensi tinggi ke udara melalui antena, yang kemudian disebut dengan pemancar (*transmitter*). Sinyal-sinyal tersebut kemudian diterima oleh suatu alat penerima yang disebut radio penerima (*recive*) (Djurotoo, 2007:3).

Radio siaran mendapat julukan “kekuasaan ke lima” atau “*the fifth estate*” setelah pers dianggap sebagai kekuasaan ke empat. Radio dijuluki sebagai kekuasaan ke lima karena tiga faktor yang mendukung (Ardianto, 2009:119). Untuk lebih jelasnya tentang faktor yang mendukung Adalah:

1. Radio siaran berisfat langsung. Sifat langsung radio siaran Adalah bahwa suatu pesan yang akan disiarkan dapat dilakukan tanpa melalui proses yang rumit.
2. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan. Bagi radio tidak ada jarak waktu, begitu suatu pesan diucapkan oleh penyiar pada saat itu juga dapat diterima oleh khalayak. Bagi radio tidak ada pula jarak ruang. Suatu pesan yang disiarkan dari satu tempat dapat sampai seketika dengan baik.
3. Radio siaran memiliki daya Tarik radio. Daya Tarik ini disebabkan oleh tiga unsur yang melekat padanya, yakni:
 - a. Kata-kata lisan (*spoken words*)
 - b. Music (*music*)
 - c. Efek suara (*sound effect*)

Dengan adanya musik ataupun *sound effect*, siaran radio dapat lebih hidup dan menarik. Seiring dengan munculnya TV, keberadaan radio masih tetap diminati. Bila dilihat dari segi ekonomis, khalayak juga dapat lebih santai tidak seperti halnya

ketika menonton TV karena siaran radio dapat dinikmati sambil bekerja maupun saat berkendara.

Menurut (Ardianto, 2009) mengatakan bahwa radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Radio siaran juga dapat melakukan fungsi kontrol sosial seperti surat kabar, disamping empat fungsi lainnya yakni memberi informasi, menghibur, mendidik dan melakukan persuasi. Kekuatan radio siaran dalam mempengaruhi khalayak sudah dibuktikan dari masa ke masa diberbagai negara.

2.1.2.5 Radio Berita

Radio berita adalah jenis stasiun radio yang mendesikasikan sebagian besar durasi untuk penyampaian informasi, berita, dan dialog publik daripada konten hiburan atau musik. Berbeda dengan media lain, radio berita memiliki karakteristik untuk karena sifatnya yang audiovisual dan linear, di mana setiap detik siaran harus dimanfaatkan secara optimal. Menurut (Asep Syamsul M. Romli 2009), jurnalistik radio adalah proses pencarian, pengolahan, dan penyebaran berita melalui media radio. Ia menekankan bahwa kekuatan radio berita terletak pada sifat *immediacy* (kesegeraan), di mana peristiwa yang sedang terjadi dapat langsung dilaporkan saat itu juga

2.1.2.5.1 Struktur Redaksi Radio Berita

Struktur redaksi pada media penyiaran radio berita merupakan rantai komando yang mengatur aliran informasi dari sumber berita hingga sampai ke telinga pendengar. Dalam radio berita, struktur ini harus bersifat dinamis dan cepat

karena tuntutan siaran yang bersifat real time. Menurut (Shoemaker & Vos, 2009) dalam perspektif mereka, setiap individu dalam struktur redaksi adalah seorang *gatekeeper*. Namun, editor memiliki "kekuatan pintu" (*gatekeeping power*) paling besar karena mereka yang memegang kendali atas apa yang akhirnya boleh "lewat" ke pemancar.

Berikut adalah komponen-komponen utama dalam struktur redaksi radio berita dan fungsinya:

1. Pemimpin Redaksi (Chief Editor)

Bertanggung jawab penuh atas seluruh isi siaran berita dan kebijakan redaksional stasiun radio. Ia menentukan arah pemberitaan (garis haluan media) dan bertanggung jawab secara hukum serta etika terhadap konten yang disiarkan.

2. Redaktur/Editor (The *Gatekeeper*)

Dalam teori *gatekeeping*, Redaktur adalah sosok utama. Ia bertugas:

- Menyeleksi: Memilih informasi mana yang layak tayang berdasarkan nilai berita (*news value*).
- Menyunting: Memastikan naskah berita menggunakan bahasa tutur yang mudah dimengerti (prinsip *write for the ear*).
- Verifikasi: Mengecek kembali kebenaran informasi, terutama jika informasi berasal dari *citizen journalism* (pendengar).

3. Koordinator Liputan (Korlip)

Bertugas menjembatani antara meja redaksi dengan reporter di lapangan. Korlip mengarahkan reporter untuk meliput isu-isu tertentu yang sedang hangat di masyarakat.

4. Reporter dan Kontributor

Ujung tombak yang mencari fakta di lapangan. Di radio, reporter dituntut memiliki kemampuan melaporkan langsung (*live report*) dengan deskripsi visual yang kuat agar pendengar bisa membayangkan kejadian tersebut.

2.1.2.5.2 Karakteristik Nilai Berita

Berapa karakter berita radio yang perlu diperhatikan karena berita radio berbeda dengan berita media cetak yang bisa dibaca denan sesuka hati atau media televisi yang dapat memvisualkan suara dan gambar untuk memperjelas isi berita yang ditayangkan meskipun radio merupakan salah satu media elektronik non visuak yang menyuguhkan berbagai macam informasi, radio tidak melupakan nilai-nilai berita yang harus diperhatikan untuk tetap menarik perhatian audiens dalam mendengarkan berita yang berhubungan dengan kepentingan publik dan menyakut pemerintahan dan banyak pihak. Niali berita yang sangat diperhatikan antara lain:

a. Segera cepat

Dalam hal ini radio lebih unggul dari media massa yang lain, radio dapat menyajikan berita secara langsung dari tempat kejadian dalam waktu yang bersamaan. Laporan peristiwa atau opini di radio harus sesegera mungkin untuk mengoptimalkan kesegaran sebagai kekuatan radio, peristiwa yang disajikan lewat berita radio dengan segera sampai pada pendengar.

b. aktual dan faktual

Merupakan hasil liputan peristiwa atau opini yang segar dan akurat sesuai fakta, opini terkait dengan upaya pendalaman liputan. Peristiwa yang disajikan merupakan hal yang sedang menjadi perbincangan publik

c. Penting bagi Masyarakat luas

Isi berita merupakan hal yang dapat menarik perhatian masyarakat, merupakan sesuatu yang penting untuk masyarakat. Kedekatan secara emosi dan fisik akan membuat sebuah berita menarik perhatian pendengar. Isi berita dapat membuat pendengar terbawa pada situasi yang sedang terjadi di lapangan.

d. Relefan dan berdampak luas

Menyajikan berita-berita yang menyentuh kemanusiaan seperti masalah pengungsi dan kelaparan, selain menggugah empati juga membangun sikap simpatik para pendengar. Masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkan dan akan mendapat manfaat optimal dari berita yang di dengarkan tersebut. (Masduki,2001:12)

2.1.2.5.3 kode Etik Jurnalistik

Dalam mencegah perilaku yang tidak diinginkan atau tidak etis oleh para professional diperlukannya kode etik. Kode etik profesi adalah seperangkat norma yang dikembangkan dan diterima oleh industry yang memberikan pedoman dan pedoman tentang bagaimana bertindak sambil memastikan kualitas etika professional (Yuwono, 2011: 25). Etika professional adalah hasil dari disiplin diri professional yang relevan tidak tundukpada paksaan suatu eksternal. Oleh karena

itu, profesi ini merupakan kebutuhan yang melekat. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi etika profesi bisa saja berubah agar dapat mengikuti zaman. Kode etik adalah seperangkat norma atau prinsip yang ditulis dan di terima oleh kelompok sebagai dasar perilaku sehari-hari di Masyarakat atau di tempat kerja (Arifin, 2012:52-53).

Menurut Sedia Wiling Barus (2010:235), kode etik adalah pedoman etika dan etika profesi yang dikembangkan dan ditetapkan oleh organisasi profesi untuk mencegah anggota profesi yang terlibat dalam perilaku profesional dan sosial yang merugikan. Kebebasan pers dijadikan dasar untuk melanggar hak orang lain sehingga etika menjadi penting.

Kode etik jurnalistik sebagai acuan dasar yang harus diperhatikan setiap wartawan. Berikut ini digunakan beberapa acuan dasar yang menyangkut etika jurnalistik menurut Syarifuddin Yunus (2012:107-108), yaitu:

1. Mengaku profesi sebagai wartawan
2. Melindungi kerahasiaan narasumber
3. Mencari narasumber yang memiliki kapasitas
4. Tidak menerima suap, hadiah, atau fasilitas lain dari narasumber
5. Mengutamakan akurasi data
6. Memberi kesempatan klarifikasi
7. Melaporkan secara berimbang
8. Membedakan dengan tegas antara fakta dan pendapat pribadi
9. Menggunakan Bahasa yang tepat

10. Tidak menyembunyikan fakta

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang wartawan Indonesia menetapkan dan menaati sebagai berikut:

- Pasal 1, Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.
- Pasal 2, Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
- Pasal 3, Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
- Pasal 4, Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
- Pasal 5, Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
- Pasal 6, Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
- Pasal 7, Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan “off the record” sesuai dengan kesepakatan.
- Pasal 8, Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar

perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

- Pasal 9, Wartawan indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
- Pasal 10, Wartawan indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
- Pasal 11, Wartawan indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

2.1.2.6 Hoax

Menurut Silalahi & Sevilla (2019) hoaks adalah istilah yang digunakan untuk menyebut informasi bohong yang mencakup fitnah, misinformasi, disinformasi, propaganda, dan bentuk manipulasi informasi lainnya, sehingga menimbulkan kebingungan publik dalam membedakan informasi benar dan salah.

Fake news dianggap sebagai berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki agenda politik tertentu. *Hoax* bukan sekedar misleading alias menyesatkan, informasi dalam *fake news* juga tidak memiliki landasan faktual, namun disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta (Posetti, 2018). *Hoax* dapat dipahami sebagai informasi palsu atau menyesatkan yang dibuat dan disebarluaskan secara sengaja dengan tujuan menipu, memanipulasi opini publik, serta berpotensi menimbulkan dampak sosial, politik, dan hukum.

Hoax sering dikemas menyerupai berita faktual sehingga menyulitkan Masyarakat dalam membedakan informasi yang benar dan yang salah

2.1.2.6.1 Jenis-Jenis *Hoax*

Menurut (Laowo, 2020), menjelaskan bahwa *hoax* dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan bentuk, isi, dan tujuan penyebaran informasi palsu, yaitu:

1. *Fake news* atau berita bohong, berita yang berusaha menggantikan berita asli, berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita.
2. Clickbait, judul yang secara strategis yang Dimana bertujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten didalam sesuai dengan fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau di pasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca
3. Bias konfirmasi, kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
4. Misinformasi, informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditunjukkan untuk menipu
5. Satire, sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengumentasi kejadian yang sedang hangat.
6. Post-truth, kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.
7. Propaganda, aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argument, gossip, setengah kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi publik.

2.1.2.7 *Gatekeeper*

Walaupun wartawan telah menulis suatu berita berdasarkan nilai-nilai berita, akan tetapi harus juga diperhatikan apakah tulisannya layak berita. Layak berita merupakan gabungan anatara 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 pemimpin redaksi, dan pemimpin redaksi. Sedangkan, menurut Romli (2016), konteks media massa, biasanya *gatekeeper* merupakan pimpinan redaksi, editor, dan wartawan. Walau begitu, tiap Perusahaan media memiliki kebijaknnya masing-masing mengenai penentuan *gatekeeper*.

Gatekeeper adalah orang yang memiliki peran penting dalam penentu materi berita yang diterbitkan suatu media, karena tugas menyeleksi dilakukan oleh *gatekeeper* (Vera, 2018). Sedangkan, menurut Musman & Mulyadi (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.

Istilah *Gatekeeper* pertama kali oleh seorang psikolog Austria, Kurt Lewin, yang merujuk pada individu atau kelompok orang yang mengatur perjalanan atau

berita di saluran komunikasi. Lewin mendefinisikan *gatekeeper* yaitu orang hingga kelompok yang terganis yang terlibat langsung dalam menyampaikan informasi dari satu orang ke orang lain melalui media massa.

Menurut John R. Bittner (1996) mengistilahkan *gatekeeper* sebagai individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa). Maka, yang disebut sebagai *gatekeeper* adalah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet, dan televisi. Dengan demikian mereka yang disebut *gatekeeper* antara lain reporter, editor berita, dan editor film dalam media massa ikut menentukan informasi yang disebar luaskan.

2.1.3 kerangka teoritis

Konsep *gatekeeping* ini adalah pondasi utama dalam memahami bagaimana sebuah informasi yang dipilih, diolah, hingga akhirnya disiarkan kepada khalayak. Secara historis, teori ini pertama kali di kemukakan oleh psikolog sosial yaitu Kurt Lewin. Teori *gatekeeping* sendiri pertama kali di temukan oleh seorang psikolog asal Austria Bernama Kur Lewin (1947). Robert (2005: 5) menjelaskan bahwa individu atau kelompok orang yang berpengaruh dalam perjalanan berita suatu saluran komunikasi. Lewat perjalanan ini, Lewin menyatakan layaknya ibu rumah tangga sebagai seorang *gagtekeeper*, di mana kemudia mereka mengontrol atau menyeleksi makan yang masuk pada "saluran" yang berasal dari supermarket atau Perkebunan, lalu membawanya ke meja makan.

Hal ini menggambarkan bahwa dalam setiap saluran akan selalu dikelilingi *gatekeeper* atau pihak yang mengambil Keputusan. Dalam proses tersebut, seorang yang berperan sebagai *gatekeeper* yang bisa menentukan topik atau editorial dalam pengolahan dan mengontrol pesan yang akan disampaikan secara luas kepada publik (Robert, 2005: 5)

Walaupun Lewin menyatakan teori *gatekeeping* dalam bentuk makanan yang berasal dari supermarket atau Perkebunan kemudian disajikan di atas meja makan, Lewin juga menjelaskan teorinya tersebut juga dapat diimplementasikan kepada aspek lainnya. Salah satunya Adalah berita yang dengan memanfaatkan saluran komunikasi, seorang pengambil Keputusan harus bisa mengontrol informasi apa saja yang akan disajikan (Robert, 2005, : 5).

Dari teori yang dipaparkan Robert (2005,: 5) disimpulkan bahwa seorang *gatekeeper* bisa melakukan pengambilan sebuah Keputusan dari saluran informasi yang mengalir. Bersamaan dengan pengambilan Keputusan tersebut, bisa juga menyesuaikan dengan kebijakan atau ideologi yang dianut sebuah Perusahaan atau media, baru kemudian *gatekeeper* mengambil Keputusan.

Chinfook dan Simmonds (2011) menilai kondisi media *online* sekarang, *gatekeeper* adalah seorang editor. Terdapat seorang editor yang bekerja sebagai pengambil keputusan sebelum berita tersebut akan disajikan kepada publik. *Gatekeeper* di setiap jabatannya tidak hanya mengikuti sebuah aturan dari suatu perusahaan media tersebut, namun juga terkadang mamaksakan kehendak sendiri. Dalam hal ini, ada berita yang *gatekeeper* biarkan masuk atau tidak masuk.

Bahkan di era sekarang di zaman khalayak sudah lebih mudah mendapatkan informasi melalui internet, khalayak bisa dianggap sebagian dari *gatekeeper*. Hal ini dikarenakan pada era media tradisional, khalayak belum bisa berinteraksi dan memberikan respons atau *feedback* secara langsung terkait informasi yang diberitakan. Pada era sekarang, dengan dipermudahnya distribusi berita lewat media sosial, mampu meningkatkan interaksi khalayak dengan memberikan respons langsung terkait berita tersebut.

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

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

Menurut Nuruudin (2009, :12) salah satu ciri komunikasi massa itu adalah tidak terletaknya akan adanya kontrol atau pengendalian yang dilakukan oleh *gatekeeper*. Jika *gatekeeping* adalah tugasnya, maka *gatekeeper* adalah orang yang

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

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

Setelah waktu kerjanya berakhir, white membuat catatan mengapa berita-berita tersebut gagal terbit dalam dua hal, yaitu karena tidak layak untuk terbit dan serupa dengan laporan lainnya (welbers, 2015, : 4).

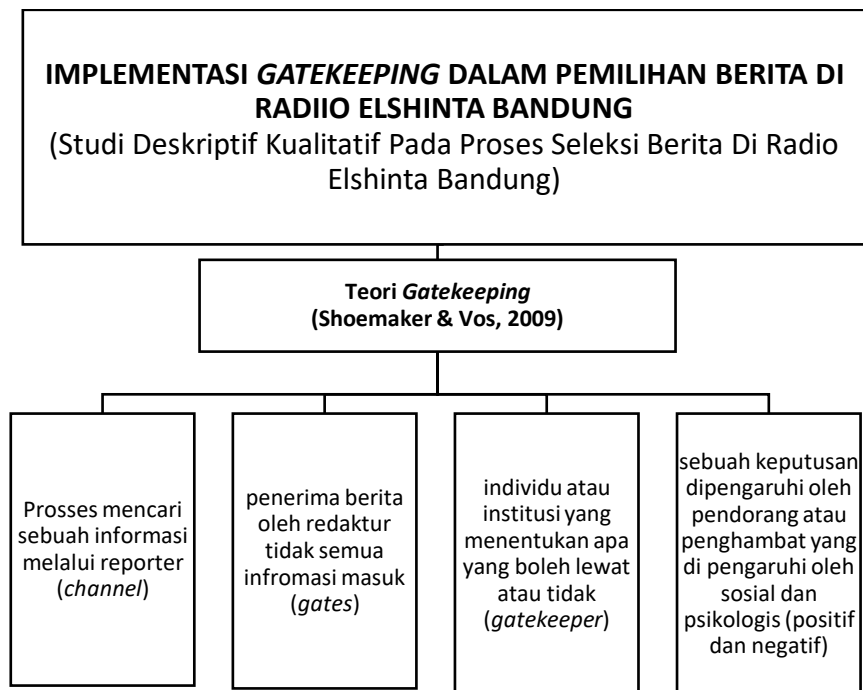
Berdasarkan teori *gatekeeping* Shoemaker & vos (2009) ada proses yang dinamakan *channel*, *gates*, *gatekeeper*, *positive forces* dan *negative forces*. *Channel* merupakan jalur atau saluran yang dilalui informasi sebelum sampai kepada khalayak. *Channel* menunjukkan bagaimana informasi bergerak dari sumber informasi menuju organisasi media melalui berbagai tahapan komunikasi. Melalui *channel*, informasi dapat berasal dari berbagai sumber dan disalurkan melalui proses pengumpulan, pengolahan, serta penyampaian informasi kepada publik. Dengan demikian, channel berfungsi sebagai jalur perpindahan informasi dalam proses *gatekeeping*.

Gates merupakan titik atau tahap penyaringan dalam proses komunikasi, yaitu ketika suatu informasi dinilai, dipilih, diterima, ditolak, atau diprioritaskan sebelum dipublikasikan kepada khalayak. Pada tahap ini, informasi melewati berbagai pertimbangan yang menentukan apakah informasi tersebut layak untuk diteruskan atau dihentikan. *Gates* berfungsi sebagai mekanisme seleksi dalam proses *gatekeeping*.

Gatekeeper yaitu seorang individu atau pihak yang memiliki kewenangan untuk menyaring, memilih, mengedit, menentukan prioritas, serta memutuskan apakah suatu informasi layak dipublikasikan atau tidak. *Gatekeeper* berperaan sebagai pengambil keputusan yang mengendalikan suatu arus informasi sebelum sampai kepada khalayak. Maka dari itu, *gatekeeper* menjadi aktor utama dalam proses *gatekeeping* karena memiliki pengaruh terhadap informasi yang diterima oleh masyarakat.

Positive forces & negative forces merupakan keputusan seorang *gatekeeper* dalam memilih atau menolak suatu informasi. *Positive forces* adalah faktor yang mendorong suatu informasi untuk diterima dan dipublikasikan, sedangkan *negative forces* adalah faktor yang menghambat atau menyebabkan suatu informasi ditolak atau tidak dipublikasikan. Kedua faktor tersebut yang menentukan hasil akhir proses *gatekeeping* sebelum informasi disampaikan kepada khalayak.

2.2 kerangka pemikiran



Sumber : olahan peneliti (2026)