

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi yang berkembang pesat membuat proses komunikasi melalui media menjadi lebih cepat, dan akibatnya adalah adanya perubahan pada proses serta bentuk dalam komunikasi massa. Kehidupan pada masyarakat, terutama di perkotaan sangat dinamis dan serba cepat yang berdampak pada konsumsi media. Informasi merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan informasi sebagian masyarakat kota besar memilih media baru yaitu media online.

Media online merupakan ruang pemberitaan yang menyatukan antara internet dan jurnalisme konvensional pada satu ruang yang disebut dengan jurnalisme online. Salah satu keunggulan media online adalah kecepatan pada penyajian sebuah informasi. Dalam hal *up to date* berita, media online lebih unggul dibandingkan media konvensional.

Di era digitalisasi dan globalisasi seperti sekarang ini, berita informasi tidak hanya bisa kita dapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah dan sebagainya maupun media elektronik seperti televisi dan radio. Media online yang dipandang sebagai media interaktif juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya, termasuk berita. Keberadaan internet di tengah masyarakat saat ini dimanfaatkan sebagai saluran untuk menyampaikan informasi dengan jangkauan dan kapasitas yang jauh lebih masif. Pengetahuan yang

memadai dan kemudahan mengaksesnya membuat masyarakat semakin akrab dengan internet, sehingga sebagian khalayak masyarakat kini mulai mengonsumsi informasi sehari-hari melalui internet.

Perkembangan pada internet serta media massa baru, semakin mengalami kemajuan yang pesat. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II/2020 mencapai 196,7 juta atau 73,7 persen dari populasi. Jumlah ini bertambah sekitar 25,5 juta pengguna dibandingkan tahun lalu (APJII, <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>, akses 5 Januari 2021).

Menanggapi perkembangan meningkatnya kebutuhan internet di Indonesia, membuat banyak media online bermunculan. Persaingan dalam industri media menuntut media mempunyai ciri khas tersendiri dan menarik minat para pembaca agar membaca berita yang diproduksi oleh media tersebut. Media harus mampu mengikuti selera masyarakat sesuai perkembangan zaman namun tetap sesuai dengan kaidah dan etika yang berlaku.

VICE.com adalah salah satu media online di Indonesia yang merupakan waralaba dari *VICE Media Group*. *VICE Media Group* berpusat di Brooklyn, New York, Amerika Serikat. *VICE* melakukan ekspansi ke Indonesia pada tahun 2016 dengan nama resmi sebagai PT.*VICE Media Indonesia*. *VICE.com* adalah salah satu media berbasis online yang memuat berbagai macam konten mulai dari gaya hidup,

teknologi, isu politik, lingkungan, seni, sampai agama. Berita *VICE* dimuat dalam portal berita online *VICE.com*. Tidak hanya melalui portal berita, *VICE* juga menyajikan beritanya melalui kanal lain seperti *Twitter*, *Instagram* dan *Youtube*.

Berangkat dari latar belakang media anak punk, *VICE* kemudian berkembang menjadi majalah anak muda. Sesuai dengan misi *VICE* yaitu enlighten, entertain and empower young people. *VICE.com* menyajikan berita yang khususnya menasar generasi Z dan Y tentunya dengan pengemasan isu yang berbeda. Tingkah laku dan kebiasaan dari pembaca mendorong *VICE.com* untuk terus melakukan pembaruan dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Kehadiran *VICE.com* dengan keunggulan dan kebaruan dalam menyugukan berita menjadi inovasi bagi media online di Indonesia. *VICE* menyajikan konten-konten berita yang tidak umum dipublikasikan oleh media *mainstream*, dengan memberikan sudut pandang berbeda kepada khalayak. Proses kurasi isu menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan isu apa yang akan dipilih dan bagaimana cara mengolah isu tersebut.

Seperti yang dilansir dari laman *marketeers.com*, jika biasanya perusahaan media akan cepat-cepat mengangkat berita yang akan dan tengah viral, tidak untuk *VICE* Indonesia. Besar di Amerika, *VICE* punya racikan konten sendiri untuk meraih segmen pembaca di Indonesia, khususnya segmen anak muda dengan kelas sosial ekonomi A dan B. *VICE* Indonesia pun memilih untuk membuat sesuatu yang pembaca tak bisa dapat lewat googling. Misalnya, “Siapa pentolan penagih utang di Jakarta”. Menurutny ini lebih bernilai. “Sudut pandang dan posisi berita itu

penting bagi anak muda. Mereka tak terlalu suka media yang posisinya di tengah-tengah atau mainstream,” imbuh Ardyan. (<https://marketeers.com/cara-vice-indonesia-bangun-pasar-pembacanya/> akses 22 Oktober 2021)

Pemilihan isu tersebut tentu tidak luput dari kebijakan redaksional. Media memiliki kebijakan redaksi untuk penentuan isu yang akan diangkat. Kebijakan redaksi merupakan acuan dalam proses berjalannya media massa mengenai peristiwa yang terjadi akan mempengaruhi konten media tersebut.

Setiap media massa mempunyai kebijakan redaksi dalam menentukan setiap isu yang akan diangkat menjadi sebuah pemberitaan. Menurut Sudirman Tebba (2005:150), kebijakan redaksi adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa dalam memberitahukan atau menyiarkan sebuah berita. Kebijakan redaksi memusatkan pada aspek serta misi ideal yang diterapkan di peliputan serta penempatan berita, laporan maupun gambar disesuaikan dengan kepentingan khalayak heterogen.

Dalam hirarkie pengaruh yang diperkenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D Reese bahwa pemberitaan di sebuah media dipengaruhi oleh kebijakan media tersebut. Kebijakan media merupakan hasil pengaruh dari pihak eksternal serta internal media. Kebijakan redaksional *VICE.com* bertujuan untuk membuat berita yang sesuai dengan visi misi dikemas dengan packaging yang berbeda dan isu yang tidak biasa. Oleh karena itu, kebijakan redaksinya penting untuk dijadikan bahan penelitian.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang bahwa penetapan suatu redaksi dalam mengatur kebijakan dapat dilihat dari lima level hirarki pengaruh media. Oleh karena itu, fokus pada kajian penelitian ini diturunkan kedalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level individu media untuk menentukan dan mengemas berita?
2. Bagaimana kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level rutinitas media untuk menentukan dan mengemas berita?
3. Bagaimana kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level organisasi media untuk menentukan dan mengemas berita?
4. Bagaimana kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level eksternal media untuk menentukan dan mengemas berita?
5. Bagaimana kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level ideologi media untuk menentukan dan mengemas berita?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan *VICE.com* dalam , dan tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level individu media untuk menentukan dan mengemas berita
2. Untuk mengetahui kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level rutinitas media untuk menentukan dan mengemas berita

3. Untuk mengetahui kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level organisasi media untuk menentukan dan mengemas berita
4. Untuk mengetahui kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level eksternal media untuk menentukan dan mengemas berita
5. Untuk mengetahui kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam level ideologi media untuk menentukan dan mengemas berita

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah pada kajian dalam dunia pendidikan khususnya dibidang Jurnalistik, umumnya dibidang Ilmu Komunikasi mengenai kebijakan redaksional dalam menentukan dan mengemas konten berita.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pemahaman mengenai kebijakan redaksi di media online serta memberikan tambahan informasi guna perkembangan jurnalisme online.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teori

Teori hirarkie pengaruh isi media merupakan teori dari Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Dalam hirarkie penaruh, bahwa isi pesan media merupakan hasil pengaruh dari dalam dan luar organisasi media. Hal ini diartikan, bahwa konten media merupakan perpaduan antara internal, keputusan manajerial

dan editorial, serta pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber non media. Menurut Pamela dan Reese terdapat lima level yang menjadi pengaruh sebuah media dalam menentukan pemberitaan, yaitu :

1) Level Individu Pekerja Media

Pemberitaan suatu media tidak terlepas dari peran pekerja media yang terjun langsung dalam proses pencarian berita. Seperti yang dikatakan oleh (Shoemaker dan Reese: 66-103), ada kecenderungan bahwa latar belakang individu seseorang dapat memengaruhi bagaimana ia melihat dunia. Latar belakang pendidikan, keluarga, ekonomi, agama dan sebagainya pada akhirnya akan memengaruhi objektivitas seorang pekerja media pada isi berita.

Factor latar belakang dan karakteristik pekerja media menurut Shoemaker dan Reese dibentuk oleh beberapa factor yaitu gender atau jenis kelamin dari jurnalis, etnis, orientasi seksual, latar belakang pendidikan dan dari golongan manakah jurnalis tersebut, orang kebanyakan atau dari golongan elit. (Shoemaker dan Reese, 1996: 64).

2) Level Rutinitas Media

Rutinitas media adalah kebiasaan media ketika mengemas sebuah pemberitaan. Dalam hirarkie pengaruh, level ini mempelajari mengenai efek pemberitaan dilihat dari sisi rutinitas media. Rutinitas media dibentuk oleh tiga unsur yang berkaitan yaitu sumber berita, organisasi media serta konsumen media. (Shoemaker dan Reese, 1996: 109). Ketiga unsur yang

berkaitan membentuk rutinitas media yang mempengaruhi isi pemberitaan dalam sebuah media.

3) Level Organisasi Media

Level organisasi media dalam hirarkie pengaruh lebih memberikan pengaruh dibandingkan level individu media serta level rutinitas media. Hal ini disebabkan karena kebijakan tertinggi dipegang oleh pemilik media melalui editor pada sebuah media. Jadi penentu kebijakan pada sebuah media dalam menentukan sebuah pemberitaan tetap dipegang oleh pemilik media. Ketika ada tekanan kepada pekerja secara individu dan rutinitas mereka harus tunduk pada organisasi yang lebih besar tujuannya (Shoemaker dan Reese, 1996: 140).

4) Level Ekstra Media.

Level ekstra media merupakan pengaruh pada isi media yang disebabkan luar organisasi media. Pengaruh tersebut berasal dari pengiklan, sumber berita, penonton, kontrol pemerintah, segmentasi pasar serta teknologi.

Efek yang memberikan pengaruh besar pada konten pemberitaan adalah sumber berita. Hal ini dikarenakan jurnalis tidak bisa membuat pada laporan berita apa yang mereka tidak tahu. Oleh karena itu, informasi didapatkan dari informan lain seperti orang yang berada di TKP, sumber resmi seperti pemerintah dan polisi, dan dari tiap individu yang memiliki sudut pandang unik dan berbeda mengenai apa yang terjadi (Shoemaker dan Reese, 1996: 178).

5) Level Ideologi Media

Ideologi merupakan kerangka berpikir untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Level ini berhubungan dengan posisi seseorang dalam menafsirkan realitas pada sebuah media sehingga level ini dianggap abstrak.

1.5.2 Landasan Konseptual

Media online *VICE.com* adalah media yang dikenal sebagai media anak muda. Dengan inovasi dalam penyajian beritanya, media online *VICE.com* berhasil memikat masyarakat Indonesia dengan cara yang berbeda. Sesuai dari jumlah pengikut Instagram yang awalnya sekitar 230.000 di tahun 2019, sekarang bertambah menjadi 629.000 di tahun 2021. Peningkatan minat baca konsumen media *VICE.com* tentunya tidak terlepas dari peran kebijakan redaksional yang ditetapkan oleh perusahaan mereka, mengingat berita merupakan hal yang utama dalam sebuah media massa.

Adapun pengertian dari kebijakan redaksional, media online, dan berita yaitu:

1) Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional merupakan dasar pertimbangan media massa dalam menyiarkan sebuah pemberitaan. Kebijakan redaksional disebut sebagai sikap redaksi media massa terhadap masalah aktual yang berkembang dan dituangkan dalam bentuk berita (Tebba, 2005: 150).

Kebijakan redaksional diartikan sebagai pedoman yang menjadi aturan bidang redaksi sesuai visi dan misi media. Kebijakan redaksional,

berkaitan dengan alasan isi pemberitaan serta tujuan dari pemberitaan tersebut.

2) Media Online

Seiring dengan perkembangan era digital, media dan teknologi memiliki keterkaitan. Teknologi dengan kemajuannya yang pesat memberikan pengaruh yang sangat besar pada perkembangan media.. Media online memiliki karakter yakni mampu menghubungkan unsur teks, audio, dan visual serta perpaduan layanan interaktif.

Jurnalistik online mempunyai keunggulan dalam menyiarkan berita dibandingkan media konvensional. Terdapat perbedaan utama antara media dengan media konvensional, yaitu kemampuan internet untuk menggabungkan sejumlah media, tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak, internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung secara berkelanjutan (Santana, 2005: 137).

Media online merupakan produk jurnalistik online yang merupakan pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Media online sama seperti media lainnya, yaitu berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial, dan penghubung wilayah secara geografis.

3) Berita

Berita secara etimologi berasal dari bahasa sangsekerta, yakni *Vrit* (ada). Sebagian ada yang menyebutnya dengan *Vritta* (kejadian). *Vritta* dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi berita atau warta. Berita

merupakan laporan mengenai kejadian atau peristiwa hangat. Jadi, berita dapat dikaitkan dengan peristiwa yang terjadi (Djuroto, 2004:46).

Sementara menurut Haris Sumadiria, dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia*, mendefinisikan berita merupakan laporan tercepat mengenai fakta terbaru yang benar, menarik serta penting bagi sebagian besar khalayak yang disampaikan melalui media secara berkala (Sumadiria, 2006: 64).

Dari semua pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat tentang peristiwa atau kejadian yang mengandung nilai berita dan disebarakan melalui media massa secara berkala.

1.6 Hasil Penelitian yang Relevan

Dari beberapa penelaahan baik itu melakukan tinjauan pustaka ke berbagai perpustakaan juga melalui media internet, peneliti menemukan skripsi yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti angkat namun tetap berbeda dari segi objek.

Pertama, skripsi Kartika , **“Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur Dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional”**. Skripsi Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar, 2016.

Pembahasan dalam penelitian ini mengenai tentang kebijakan redaksional harian Tribun dalam menyajikan rubric Tribun Nasional serta kategori yang sering dimuat di rubric Tribun Nasional pada harian Tribun Timur. Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Kebijakan redaksional harian Tribun Timur dalam

menyajikan rubrik Tribun Nasional memiliki pertimbangan khusus. Dasar pertimbangan layak atau tidaknya sebuah berita dimuat dalam rubric Tribun Nasional adalah berita tersebut harus memiliki nilai berita, memiliki kedekatan khususnya daerah Sulawesi baik dari segi geografis maupun segi emosional, serta berita yang terpopuler di Tribunnews.com. Relevansinya adalah metodologi penelitian yang dipakai sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman.

Kedua, Skripsi Rakhmad Gusdaryanto dengan judul **“Kebijakan Redaksional Situs Pada Siaran Kompas Jambi (Studi di Kompas Tv Jambi)”**. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Sultan Thaha Saifuddin Jambi. 2019.

Penelitian ini membahas tentang proses dan pola program berita Kompas Jambi di Kompas TV Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu konsep dari berita Kompas Jambi adalah mengutamakan Program berita mengupas tentang peristiwa, sosial kemasyarakatan, hukum, politik, kriminal, cerita humanis dan kisah inspiratif. Relevansi penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kebijakan redaksional sebagai subjeknya, hanya pada objeknya saja yang berbeda.

Ketiga, skripsi Wimbo Aji Setyabudi dengan judul **“Kebijakan Redaksional Situs Berita Detikcom Pada Jejaring Sosial Twitter”**. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana penerapan kebijakan redaksional pada situs berita detikcom, khususnya dalam menyajikan berita pada situs jejaring social twitter. Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Hasil penelitian ini adalah kebijakan yang diterapkan oleh tim redaksi detikcom berdasarkan pada kode etik jurnalistik. Kebijakan dalam menentukan berita yang layak dan tidak layak itu berdasarkan kebutuhan khalayak akan berita dan informasi. Relevansi dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti kebijakan redaksional di media online.

Keempat, skripsi dari Parama Arrazak Sambada dengan judul **“Hirarki Pengaruh Siaran Pada Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo”**. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh teori hirarki serta factor dominan yang mempengaruhi pemberitaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah majalah Tempo dalam pemberitaan mengenai pilkada 2018 mendapat pengaruh dominan dari level rutinitas media. Adapun yang berpengaruh tapi tidak terlalu dominan yaitu level ekstra media dan level ideology media. Relevansi yang terdapat dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian yang sama yaitu deskriptif dan menggunakan teori hirarki pengaruh.

Kelima, skripsi dari Widya Rahmatia yang berjudul **“Hirarki Pengaruh Media Dalam Program Layar Pemilu Terpercaya di CNN Indonesia”**. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh teori hirarki terhadap media. Jenis metode kualitatif yang digunakan oleh penelitian ini adalah studi kasus. Hasil penelitian ini adalah hierarki pengaruh media yang terdapat di program Layar Pemilu Terpercaya CNN Indonesia, yaitu level organisasi media dan level rutinitas media memiliki pengaruh terhadap isi program. Level lainnya juga memberikan pengaruh terhadap program Layar Pemilu Terpercaya CNN, yaitu level individu media, level ekstra media, dan level ideology media. Hal ini dikarenakan penentuan isu yang akan dibahas pada program Layar Pemilu Terpercaya CNN ditentukan oleh rapat redaksional CNN Indonesia. Relevansi yang terdapat dalam penelitian ini adalah teori utama yang digunakan adalah teori hierarki pengaruh media.

Penelitian ini dijadikan referensi rujukan oleh peneliti karena adanya pembahasan kebijakan redaksional yang mendekati dengan persamaan dengan penulisan penelitian ini. Serta adanya kesamaan dalam metode penelitian kualitatif.

Tabel 1. 1

Hasil Penelitian Relevan

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Metode | Hasil Penelitian | Relevansi |
|-----|---------------|--|-----------------------|--|--|
| 1. | Kartika | Kebijakan Redaksional Tribun Timur Dalam | Deskriptif Kualitatif | Kebijakan redaksional harian Tribun Timur dalam menyajikan rubrik Tribun Nasional memiliki | Relevansi dengan penelitian ini dilatarbelakangi pers... |

| | | | | | |
|----|------------------------|--|--------------------------|--|--|
| | | Menyajikan Rubrik Tribun Nasional | | pertimbangan khusus yaitu berita tersebut harus memiliki nilai berita, memiliki kedekatan khususnya daerah Sulawesi baik dari segi geografis maupun segi emosional, serta berita yang terpopuler di Tribunnews.com | men reda perb yang men VIC pen sala tribu |
| 2. | Rakhmad Gusdaryanto | Kebijakan Redaksional Situs Pada Siaran Kompas Jambi (Studi di Kompas TV Jambi) | Deskriptif Kualitatif | Hasil dari penelitian ini yaitu konsep dari berita Kompas Jambi adalah mengutamakan Program berita mengupas tentang peristiwa, sosial kemasyarakatan, hukum, politik, kriminal, cerita humanis dan kisah inspiratif. | Rele deng dila pen men reda pen kebi TV yang kebi med |
| 3. | Wimbo Aji Setyabudi | Kebijakan Redaksional | Deskriptif Kualitatif | Kebijakan dalam menentukan berita yang layak dan tidak | Rele deng |

| | | | | | |
|----|---------------------------|--|--------------------------|---|--|
| | | Situs Berita Detikcom Pada Jejaring Sosial Twitter | | layak itu berdasarkan kebutuhan masyarakat pada berita dan informasi. Relevansi dari penelitian ini adalah sama- sama meneliti kebijakan redaksional di media online. | dilal pers kebi med Perb men sala seda men reda |
| 4. | Parama Arrazak Sambada | Hirarki Pengaruh Siaran Pada Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo | Deskriptif Kualitatif | Hasil dari penelitian ini adalah majalah Tempo dalam pemberitaan mengenai pilkada 2018 mendapat pengaruh dominan dari level rutinitas media. Adapun yang berpengaruh tapi tidak terlalu dominan yaitu level ekstra media dan level ideology media. | Rele deng dila pers desk pene men peng seda dila men reda |

| | | | | | |
|----|-------------------|--|-------------|---|--|
| 5. | Widya Rahmatia | Hirarki Pengaruh Media Dalam Program Layar Pemilu Terpercaya di CNN Indonesia | Studi Kasus | <p>Hasil penelitian ini adalah hierarki pengaruh media yang terdapat di program Layar Pemilu Terpercaya CNN Indonesia, yaitu yang memberikan pengaruh terhadap isi program adalah level organisasi media dan level rutinitas media. Level lainnya yang memberikan pengaruh terhadap program Layar Pemilu Terpercaya CNN, yaitu level individu media, level ekstra media, dan level ideology media. Hal ini disebabkan isu yang dibahas pada program Layar Pemilu Terpercaya CNN ditentukan oleh rapat redaksional CNN Indonesia</p> | <p>Rele deng dilat pers desk pene men peng seda dilat men reda</p> |
|----|-------------------|--|-------------|---|--|



1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di kantor *VICE.com* yang berlokasi di Jl. Wolter Monginsidi No.61A, RT.1/RW.1, Rw. Bar., Kec. Kebayoran. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12180.

VICE.com dipilih menjadi lokasi penelitian karena *VICE.com* merupakan salah satu media online di Indonesia yang kontennya memiliki keunikan tersendiri dengan segmentasi pasar generasi anak muda.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

1. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma memandang pada media dan teks berita yang dihasilkan. Rancangan konstruktivisme melihat realitas pemberitaan pada media sebagai aktivitas konstruksi sosial (Bungin, 2004:204).

Paradigma Konstruktivisme dipilih menjadi paradigma penelitian ini karena untuk melihat realitas bagaimana kebijakan redaksional pada media *VICE.com* dalam menentukan dan mengemas konten berita pada kebijakan redaksi merupakan hasil dari aktivitas yang dikonstruksikan oleh media.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan dalam mendeskripsikan secara sistematis, akurat dan faktual mengenai sifat, faktor-faktor, dan hubungan antara

fenomena yang diteliti (Moelong, 2007: 9-10). Penelitian ini menjelaskan secara mendalam data dihubungkan dengan teori yang digunakan yaitu hirarki pengaruh media.

Pendekatan kualitatif digunakan sebagai pendekatan penelitian karena penelitian ini membahas secara mendalam kebijakan redaksional media *VICE.com* dalam menentukan dan mengemas konten berita dari data data yang dikumpulkan, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Metode analisis deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan situasi, pada hakikatnya metode deskriptif adalah pengumpulan data (Rakhmat, 2007: 24-25). Penelitian kualitatif memiliki tujuan menjelaskan sebuah fenomena lebih dalam melalui pengumpulan data secara mendalam.

Metode analisis deskriptif digunakan dalam penelitian mengenai kebijakan redaksi *VICE.com* bertujuan untuk mengetahui informasi sedalam – dalamnya mengenai kebijakan redaksi *VICE.com* dalam penentuan dan pengemasan sebuah pemberitaan.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data jenis kualitatif. Data kualitatif pada penelitian ini menghasilkan data berbentuk verbal bukan angka.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini didapatkan dari data primer serta data sekunder.

a. Data Primer

Sumber data primer didapatkan dari narasumber melalui wawancara dengan pihak *VICE.com*.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data penunjang dalam proses penelitian. Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari buku, situs internet dan dokumen pendukung yang relevan dengan penelitian.

1.7.5 Informan

Informan dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu salah satunya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan.

Informan pada penelitian ini merupakan jajaran redaksi *VICE.com* yang ada kaitannya atau keterlibatannya dengan pembuatan kebijakan redaksi *VICE.com* yaitu redaktur *VICE.com*, editor *VICE.com* serta staff writer *VICE.com*. Terdapat tiga informan pada penelitian ini :

Pertama, Ardyan Erlangga yang merupakan redaktur *VICE.com*. *kedua*, Prima Sulistya yang bertugas sebagai editor *VICE.com* dan *ketiga*, Rosa Folia yang merupakan seorang staff writer di *VICE.com*

Ketiga informan dianggap layak dan mampu memberikan jawaban mengenai pertanyaan – pertanyaan penelitian mengenai kebijakan redaksi *VICE.com* berdasarkan lima level pada hirarkie pengaruh.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan tiga teknik yaitu wawancara mendalam, observasi serta dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan memperoleh data langsung dari sumbernya. Pada penelitian ini, wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapat informasi secara langsung dari informan agar memperoleh data yang lengkap serta mendalam. (Kriyanto, 2006: 100).

Wawancara dilakukan pada jajaran redaksi *VICE.com* yang terlibat dalam pembuatan kebijakan redaksi untuk menentukan dan mengemas konten pemberitaan. Tujuan dari wawancara untuk mendapat informasi secara mendalam dan wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih valid.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung kondisi di lapangan yang memiliki relevansi terhadap permasalahan yang dikaji. Observasi dilakukan dengan menggali informasi melalui internet serta memilih informasi yang tepat mengenai *VICE.com*. Hasil observasi

merupakan data kasar dan dilakukan dikonfirmasi melalui wawancara mendalam untuk mendapatkan data yang valid serta mendalam.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dari dokumentasi digunakan untuk menambah informasi atau data sekunder pada penelitian serta mendukung analisis data dan interpretasi data penelitian. Metode ini dilakukan untuk memperoleh data tambahan media *VICE.com*, gambaran umum media *VICE.com* seperti sejarah *VICE.com* hingga visi misi di *VICE.com*

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang menggunakan sesuatu yang lain diluar dari data tersebut untuk menjadi pembanding data. Keabsahan data dengan menggunakan triangulasi dipilih oleh peneliti karena waktu yang digunakan lebih efisien. Hal ini dikarenakan saat pengumpulan data, peneliti pun melakukan pengecekan kredibilitas data

Dalam penelitian ini, triangulasi yang digunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber digunakan dengan menguji kredibilitas data caranya denganmengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Data yang telah diperoleh dianalisis oleh peneliti dan menghasilkan suatu kesimpulan lalu disepakati (*member check*) dengan tiga sumber data.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Teknis analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data menurut Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (Sugiyono: 2014), menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga tuntas (Sugiyono, 2014: 246). Analisis data yang dilakukan dengan cara :

1. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan wawancara, observasi serta dokumentasi sehingga terkumpul data yang berkaitan dengan gambaran umum *VICE.com* dan berkaitan dengan penelitian mengenai kebijakan redaksi di *VICE.com*.

2. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Setelah data dikumpulkan dari hasil wawancara, observasi serta dokumentasi data – data tersebut dirangkum agar memperoleh data pokok yang fokus untuk menjawab dan sesuai dengan pertanyaan penelitian.

Reduksi data dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan melihat jika ada yang kurang dari hasil penelitian sehingga peneliti dapat menyempurnakan data tersebut.

3. Penyajian Data

Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan tambahan studi dokumentasi disusun dalam bentuk teks dan bagan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sehingga data disajikan dalam bentuk narasi secara deskriptif.

4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Setelah data terkumpul, dilakukan reduksi data lalu data disajikan terakhir dilakukan verifikasi dan penarikan kesimpulan. Verifikasi dilakukan dengan melakukan pembahasan antara hasil temuan dikaitkan dengan teori hirarkie pengaruh. Dimana didalamnya ditentukan suatu kepastian mengenai kesesuaian atau ketidaksesuan dengan fakta hasil penelitian di lapangan. Kemudian peneliti membuat sebuah analisis atas tampilan data sesuai dengan permasalahan penelitian.

1.8 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 2
Jadwal Penelitian

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | |
|----|--------------------|-------|-----|-----|-----|-----|------|-----|----|----|----|
| | | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Juni | Jul | Ag | Se | Ok |
| 1 | Bimbingan Proposal | √ | √ | | | | | | | | |
| 2 | Seminar Proposal | | √ | | | | | | | | |
| 3 | Pencarian Data | | | √ | √ | √ | √ | √ | | | |
| 4 | Bimbingan | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |
| 5 | Penulisan Laporan | | | | √ | √ | √ | √ | √ | √ | √ |

| | | | | | | |
|---|---------------------|--|--|--|--|---|
| 6 | Sidang Munaqosah | | | | | √ |
|---|---------------------|--|--|--|--|---|

