

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Koran Digital Sebagai Media Komunikasi Massa

Istilah *communication* dalam bahasa Inggris memiliki berbagai makna. Secara etimologis, kata ini berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti "sama" atau "bersama". Dari kata *communis* kemudian berkembang menjadi *communicare*, yang merujuk pada tindakan menyampaikan atau menyebarkan informasi kepada orang lain dengan tujuan mencapai pemahaman yang seragam atau saling mengerti. Dengan demikian, komunikasi dapat diartikan sebagai proses berbagi informasi, ide, atau pemikiran agar tercipta kesamaan persepsi antara pengirim dan penerima pesan.

Menurut Harold Lasswell, komunikasi dapat dijelaskan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti: "Siapa yang menyampaikan pesan? Apa isi pesannya? Melalui saluran atau media apa? Kepada siapa pesan itu ditujukan? Dan apa dampak atau efek yang ditimbulkan?" Definisi ini merangkum komunikasi menjadi lima komponen utama yang saling berkaitan, di antaranya: Pertama, sumber merupakan orang yang membuat dan mengirim pesan komunikasi kepada calon penerima pesan atau komunikan. Kedua, pesan merupakan sesuatu yang disampaikan dari komunikator ke komunikan. Pesan bisa meliputi rangkaian kosakata, simbol non verbal yang mempresentasikan perasaan serta pikiran pemberi pesan dengan menggunakan saluran untuk mengirim pesan komunikasi. Ketiga, saluran merupakan alat penghubung pesan yang dikirim dan diterima dari sumber ke penerima pesan dalam kegiatan komunikasi. Keempat, penerima adalah pihak yang menerima pesan yang kemungkinan mengalami kegagalan disaat menerima pesan karena gangguan saat penyampaian pesan. Kelima, efek menggambarkan bagaimana penerima merespons atau bereaksi terhadap informasi yang diterima. (Mulyana, 2016).

Menurut Wursanto (dalam Fenny Oktavian, 2016), komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan, informasi, atau berita yang bermakna dari satu pihak ke pihak lain, baik antarindividu maupun antarlembaga, dengan tujuan untuk mencapai pemahaman bersama. Proses ini melibatkan pengiriman dan penerimaan informasi yang diharapkan dapat menciptakan kesepahaman atau memperkaya pemahaman di antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Pada hakikatnya proses komunikasi harus

melihat siapa yang menjadi komunikator, kepada siapa ia berkomunikasi, dengan saluran apa, dan apa pengaruh yang ingin dicapai.

Banyak pakar komunikasi yang berbeda pendapat mengenai bentuk-bentuk komunikasi, begitu pula Joseph A. Devito dalam buku yang ditulis Nurudin (2014) yang berjudul Sistem Komunikasi Indonesia hanya membagi komunikasi ke dalam beberapa bentuk, antara lain:

Komunikasi intrapersonal terjadi ketika seseorang berdialog dengan dirinya sendiri dalam pikiran. Bentuk komunikasi ini adalah level awal sebelum menjalin komunikasi dengan individu lain. Keberhasilan komunikasi dengan orang lain bergantung pada kemampuan individu dalam berkomunikasi dengan dirinya sendiri, misalnya berhayal.

Komunikasi antarpribadi atau lebih dikenal interpersonal mengacu pada proses interaksi antara individu yang bertujuan untuk membangun hubungan dan saling memahami makna. Proses ini terjadi melalui serangkaian tindakan yang terorganisir, berulang, dan berlangsung dalam kurun waktu tertentu. Bentuk komunikasi ini bersifat personal, baik dilakukan tanpa perantara maupun dengan bantuan media. Contohnya adalah percakapan langsung, panggilan telepon, atau mengirim pesan lewat Whatsapp.

Komunikasi kelompok merupakan bentuk komunikasi yang terjadi di antara sejumlah individu di dalam sebuah kelompok demi mencapai tujuan bersama. Proses ini melibatkan serangkaian dinamika kelompok, efektivitas dalam penyampaian pesan, pola interaksi, dan cara kelompok individu mengambil keputusan bersama. Komunikasi kelompok mengenal konsep kohesi yang artinya rasa kebersamaan, serta sinergi yang berarti menggabungkan berbagai perspektif untuk menyelesaikan berbagai persoalan.

Komunikasi organisasi merujuk pada pertukaran pesan yang terjadi di antara anggota organisasi baik dalam konteks formal maupun informal. Bentuk komunikasi ini melibatkan berbagai jenis interaksi, termasuk komunikasi formal saat melaksanakan rapat, komunikasi informal saat bersantai, komunikasi antarpribadi seperti negosiasi gaji, serta komunikasi kelompok saat melakukan diskusi.

Komunikasi organisasi menitikberatkan struktur organisasi, peran dan fungsi organisasi, interaksi antar individu, serta budaya organisasi..

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada khalayak luas yang disalurkan melalui berbagai jenis media massa. Media ini berperan besar sebagai alat utama untuk mendistribusikan pesan-pesan kepada masyarakat. Bentuk media massa mencakup antara lain koran, majalah, dan buku; media elektronik seperti radio dan televisi; serta media digital, seperti *platform* berbasis internet. Terdapat beberapa kriteria khusus yang membuat suatu media disebut media massa. Menurut Cangara (2010) kriteria media massa yaitu:

- a. Bersifat melembaga, hal ini berarti pengelolaan media mencakup berbagai pihak yang bertanggung jawab pada tahapan berbeda, mulai dari mengumpulkan informasi, mengelola konten, hingga menyampaikan berita tersebut kepada masyarakat.
- b. Bersifat linear, kriteria ini cenderung tidak memerlukan adanya interaksi langsung antara komunikator dengan komunikan. Seandainya terjadi respons atau masukan, prosesnya akan memakan waktu atau bahkan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, hal ini mengindikasikan bahwa penyebaran informasi komunikasi massa tidak terkendala waktu dan jarak karena kecepatannya. Informasi dapat tersebar secara luas dan serentak, sehingga pesan dalam waktu bersamaan dapat tersampaikan kepada masyarakat luas.
- d. Menggunakan serangkaian alat teknis dan mekanis, seperti media elektronik berupa radio dan televisi, serta media cetak seperti surat kabar dan majalah.

Di tengah perkembangan teknologi hari ini, manusia tidak terlepas dari kebutuhan informasi. Sebagai instrumen penting, informasi membantu dalam pengambilan keputusan dan pengembangan masyarakat. Media massa hadir sebagai sarana yang memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi secara luas. Sebelum memasuki era digital seperti saat ini, kita telah mengenal berbagai media konvensional, seperti surat kabar, radio, televisi, majalah, serta jenis media cetak

lainnya. Media massa konvensional memiliki beberapa karakteristik yakni, penyampaian pesan cenderung satu arah di mana informasi disampaikan dari komunikator ke audiens tanpa interaksi balik. Kemudian media konvensional memiliki keterbatasan seperti geografis dan waktu tertentu.

Kehadiran media baru tidak lepas dari kemunculan internet. Sekarang orang-orang tidak lagi harus berlangganan koran hanya untuk mendapatkan berita terbaru, dengan internet kita dapat mengakses berbagai macam informasi yang kita inginkan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Dampak media baru memberikan di bidang komunikasi sangatlah besar. Kini setiap orang dapat saling terkoneksi dari belahan bumi manapun hanya dengan menggunakan smartphone dan koneksi internet. Menurut McQuail (2011) media baru memiliki ciri-ciri khusus yaitu adanya interkoneksi, interaktivitas, dan kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka serta sifatnya ada di mana-mana.

Perbedaan antara media baru dan media lama terletak pada penggunaan media cetak yang semakin berkurang dalam media baru, dengan lebih banyak menggunakan model penyiaran untuk menyampaikan informasi. Media baru memungkinkan terjadinya percakapan antara banyak pihak secara bersamaan, perubahan, dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi sentralnya, menghapus batasan geografis dari modernitas, menyediakan kontak global secara singkat, dan memasukkan subjek modern ke dalam jaringan mesin yang terhubung (McQuail, 2011).

Saat ini media daring menjamur sangat cepat. Segala macam kebutuhan informasi dan berita yang dibutuhkan tersaji secara luas pada media daring. Berbeda dari jurnalisme tradisional, media daring hadir membawa sejumlah fitur dan karakteristik baru. Semua fitur tersebut menawarkan peluang tak terbatas dalam pengolahan dan penyebaran informasi serta berita.

Romli (2012) menjelaskan bahwa media daring yang juga disebut media siber, internet media, dan media baru yang dipublikasikan secara daring melalui situs web di internet. Media ini beroperasi menggunakan teknologi telekomunikasi dan multimedia, khususnya komputer dan internet. Media daring memiliki sejumlah karakteristik yang menjadikannya lebih unggul dibandingkan media konvensional.

Media daring dapat diidentifikasi ke beberapa karakteristik yang membedakan dari media lainnya antara lain:

1. Multimedia : Media daring dapat memuat teks, audio, video, grafis, secara bersamaan
2. Aktual : Terdapat berita atau informasi aktual
3. Cepat : Dapat diakses dengan cepat begitu dipublis
4. Update : Pembaruan informasi, baik yang berkaitan dengan isi konten maupun perbaikan redaksional (seperti kesalahan pengetikan atau ejaan), dapat dilakukan secara efisien dan cepat
5. Hosting luas : Hosting website bisa menyimpan naskah artikel begitu panjang
6. Fleksibel : Proses pemuatan dan penyuntingan naskah dapat dilakukan di berbagai tempat dan waktu, sementara jadwal penerbitan (update) tidak terikat, bisa diatur kapan saja dan sesering mungkin

## **2.2 Koran Digital Sebagai Industri**

Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2016 mendefinisikan industri sebagai semua jenis kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah atau memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan barang yang memiliki nilai lebih atau manfaat yang lebih besar, termasuk juga layanan industri. Dalam pengertian yang lebih sempit, industri merujuk pada kelompok perusahaan yang memproduksi barang sejenis dengan bahan baku, proses, produk akhir, dan konsumen yang serupa. Sedangkan dalam definisi yang lebih luas, industri mencakup perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang dan jasa dengan hubungan silang yang positif dan tingkat elastisitas yang tinggi antar produk-produk yang dihasilkan.

Badan Pusat Statistik membagi industri ke dalam 3 kategori berdasarkan pada banyaknya tenaga kerja yang bekerja serta besarnya modal yang ditanam pada suatu industri yaitu:

1. Industri kecil, didefinisikan sebagai usaha yang mempekerjakan maksimal 19 orang dan memiliki nilai investasi yang totalnya kurang dari satu milyar rupiah.

2. Industri menengah adalah perusahaan atau usaha industri yang mempunyai jumlah tenaga kerja maksimal 19 orang dan nilai investasi kurang dari satu milyar rupiah, atau mempekerjakan setidaknya 20 orang dan beroperasi dengan nilai investasi maksimum 15 milyar rupiah.
3. Industri besar merujuk pada usaha yang mempekerjakan setidaknya 20 orang tenaga kerja dan memiliki investasi yang lebih besar dari 15 milyar rupiah..

Kelompok J kode 5813 menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020 mencakup sektor penerbitan yang terdiri dari surat kabar, majalah, buletin, jurnal, komik, serta iklan surat kabar. Selain itu, kelompok ini juga mencakup penerbitan jadwal siaran untuk radio dan televisi, yang dapat disajikan dalam format cetak maupun elektronik, termasuk melalui internet.

Dinul Fitrah Mubaraq dalam bukunya yang berjudul "Analisis Teks Media Sebuah Pengantar Riset Jurnalistik" (2020) menjelaskan bahwa media daring memiliki berbagai karakteristik unggulan. Media ini memudahkan akses bagi pengguna untuk memperoleh informasi, hiburan, dan pengetahuan. Selain itu, media daring bersifat *real-time*, menyediakan pembaruan informasi secara berkala, menawarkan beragam elemen multimedia, dan memungkinkan interaksi antara pengguna dan penyedia konten.

Febri Nurrahmi dalam bukunya "Jurnalisme Kontemporer: Etika dan Bisnis dalam Jurnalisme" (2021) mengungkapkan bahwa salah satu keunggulan media daring adalah kemampuannya untuk mengirimkan informasi secara cepat. Hal ini berarti media daring dapat memberikan laporan tentang suatu kejadian tepat pada saat kejadian itu terjadi, sehingga penyebaran informasi ke masyarakat bisa lebih langsung dan lebih cepat.

Salah satu fitur menonjol dari media daring adalah kemampuannya dalam memperbarui informasi, memberikan akses yang fleksibel kepada pengguna untuk membaca informasi kapan dan di mana saja. Informasi yang disampaikan tidak hanya diperbarui secara berkala, tetapi juga sering kali diperjelas dengan tambahan informasi yang lebih komprehensif. Media daring juga memfasilitasi interaksi dua arah antara

media dan audiens, di mana penggunaanya dapat memberikan umpan balik melalui kolom komentar atau forum, memberikan kesempatan untuk berbagi opini, kritik, atau saran.

Pengguna media daring memiliki keleluasaan untuk memilih berita yang sesuai dengan minat mereka. Platform ini menyajikan fitur-fitur yang memudahkan pembaca untuk menemukan artikel yang relevan dan menyediakan tautan yang mengarah pada informasi lebih lanjut. Media daring juga memiliki kapasitas yang hampir tak terbatas yang mampu penyimpanan jumlah besar berita, termasuk elemen-elemen multimedia seperti gambar, video, dan lainnya. Tak hanya itu, media *online* memungkinkan penyajian berbagai jenis konten dalam format multimedia, seperti teks, gambar, suara, dan video, untuk memperkaya pengalaman informasi bagi audiens.

### **2.3 Kasus Judi *Online* Sebagai Topik pada Koran Digital**

Pada umumnya, media massa bertugas untuk menyebarkan informasi kepada publik. Untuk memastikan informasi tersebut sampai kepada audiens dengan tepat, konten yang disampaikan harus relevan dengan kepentingan masyarakat dan mampu menarik minat mereka. Agar informasi tersebut efektif, media massa harus melalui tahapan jurnalistik yang sistematis, yang pada akhirnya menghasilkan sebuah berita yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan khalayak.

Tidak semua peristiwa yang terjadi di sekitar kita, maupun yang jauh dari kita, dapat langsung dijadikan sebagai berita. Oleh karena itu, sebuah berita harus memiliki nilai tertentu yang digunakan sebagai pedoman oleh jurnalis, baik reporter maupun editor, dalam menentukan peristiwa yang layak diberitakan dan mana yang lebih baik untuk dikesampingkan. Kriteria nilai berita ini membantu reporter dalam memahami dan mengenali peristiwa mana yang penting untuk diliput serta mana yang sebaiknya diabaikan.

Dalam dunia jurnalistik, kriteria umum nilai berita menjadi elemen penting yang dapat membantu editor dalam memilih mana berita yang harus diutamakan untuk dipublikasikan, disiarkan, atau ditayangkan kepada khalayak. Kriteria ini mencakup berbagai aspek yang memastikan bahwa peristiwa yang diberitakan memiliki bobot dan relevansi yang cukup tinggi untuk disampaikan kepada publik. Berikut adalah beberapa nilai berita yang umum menurut Sumadiria (2006):

1. **Kebaruan (*Timeless*):** Peristiwa yang baru terjadi atau informasi terbaru yang relevan sering kali memiliki nilai berita tinggi karena dianggap penting bagi audiens.
2. **Kedekatan (*Proximity*):** Peristiwa yang terjadi dekat dengan pembaca atau audiens, baik secara geografis atau kultural, cenderung memiliki nilai berita lebih tinggi.
3. **Konflik (*Conflict*):** Berita yang mengandung unsur konflik, seperti perselisihan politik, perang, atau perselisihan hukum, cenderung menarik perhatian karena menciptakan drama dan ketegangan.
4. **Keluarbiasa (*Unusual*):** Suatu kejadian atau peristiwa yang tidak biasanya terjadi dan merupakan pengecualian dari pengalaman sehari-hari.
5. **Keterkenalan (*Prominence*):** Peristiwa yang melibatkan tokoh terkenal, selebritas, pejabat, atau institusi penting biasanya menarik perhatian lebih besar.
6. **Akibat (*Impact*):** Berita yang berdampak besar pada masyarakat, seperti perubahan kebijakan, bencana alam, atau peristiwa ekonomi besar, dianggap lebih penting dan bernilai.
7. **Informasi (*Information*).** Schramm menjelaskan bahwa informasi berfungsi untuk mengurangi ketidakpastian, namun dalam dunia jurnalistik, tidak semua informasi dapat dianggap sebagai berita. Sebuah informasi baru bisa dikatakan memiliki nilai berita jika ia memberikan manfaat yang berarti bagi masyarakat dan layak untuk diterbitkan, disiarkan, atau ditayangkan melalui media massa.

Di tengah kemajuan teknologi digital yang begitu cepat, fenomena judi *online* telah berubah menjadi salah satu topik hangat yang sering muncul di berbagai portal berita *online*. Artikel-artikel yang mengulas berbagai aspek judi *online* sering kali menjadi sorotan utama, memunculkan dilema dan konstruksi realitas yang menarik untuk diungkap.

Pemberitaan tentang judi *online* dalam media selalu menarik perhatian masyarakat. Media berperan aktif ketika membentuk opini khalayak terkait isu apapun, termasuk judi *online*. Dalam konteks ini, media dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pelaku dan korban, serta memainkan peran dalam memperkuat

atau merusak citra mereka. Penyajian berita mengenai judi *online* di media daring bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebijakan editorial yang diterapkan, pandangan politik, norma sosial, dan tingkat keberagaman dalam industri media. Dalam hal ini, setiap media dituntut untuk tetap berpegang teguh terhadap kode etik jurnalistik ketika memberitakan tentang isu-isu judi *online*.

Isu judi *online* yang beragam menjadikannya sebagai topik tersendiri di berbagai koran digital karena pembahasannya yang begitu detail sehingga dampaknya meluas dan mendalam di berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan hukum. Koran digital memberitakan tentang bagaimana judi *online* berkembang pesat bahkan di tengah upaya pemerintah untuk memberantasnya, siapa saja yang terlibat dalam mempromosikan judi *online*, hingga perdebatan mengenai strategi yang digunakan pemerintah dan apakah pendekatan tersebut efektif atau justru menimbulkan masalah baru.

#### **2.4 Konstruksi Realitas Oleh Koran Digital**

Tidak semua berita yang dikonsumsi oleh masyarakat sepenuhnya menyampaikan fakta. Ada kalanya fakta-fakta tersebut dikaburkan atau disusun sedemikian rupa untuk memenuhi agenda atau kepentingan tertentu dari media yang bersangkutan. Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (dalam Eriyanto, 2015) realitas bukanlah sesuatu yang bersifat mutlak atau ilahiah, melainkan merupakan hasil konstruksi manusia. Dengan demikian, setiap individu memiliki kebebasan untuk menafsirkan realitas dengan cara yang berbeda-beda sesuai dengan pemahaman, pengalaman, dan perspektifnya.

Berger membagi proses konstruksi sosial ke dalam tiga bagian penting. Tahap pertama adalah eksternalisasi, yaitu ketika individu menuangkan ide, konsep, atau perilaku ke dalam realitas eksternal melalui aktivitas berpikir dan bertindak. Tahap kedua adalah objektivasi, yang merujuk pada hasil nyata dari proses eksternalisasi tersebut, di mana ekspresi individu diakui sebagai sesuatu yang bersifat objektif dan dapat diakses oleh orang lain. Ketiga adalah internalisasi, yaitu proses menyerap kembali realitas objektif tersebut ke dalam kesadaran individu, sehingga struktur dunia sosial membentuk pandangan dan perilaku individu.

Menurut Burhan Bungin (2011), pokok dari media massa membentuk konstruksi sosial melalui penyebaran informasi yang berlangsung cepat dan merata. Dengan perannya tersebut, media mampu memperbaiki substansi yang lemah dan menyempurnakan konsep “konstruksi sosial atas realitas” dengan memanfaatkan keunggulannya dan memahami efek yang ditimbulkan. Dengan begitu, Bungin menguraikan empat tahapan penting yang mendasari proses ini dalam kelahiran konstruksi sosial melalui media massa.

### 1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Media massa setiap hari memusatkan perhatian pada berbagai isu penting yang melibatkan tiga elemen inti: kekuasaan atau kedudukan (tahta), kekayaan (harta), dan aspek gender (khususnya perempuan). Selain itu, media juga menyoroti konten yang membangkitkan reaksi emosional masyarakat, seperti isu yang bersifat sensitif, sensual, atau memicu rasa takut dan kengerian. Terdapat tiga elemen kunci dalam mempersiapkan materi konstruksi sosial, yaitu:

(1) Media massa cenderung berpihak pada kepentingan kapitalisme. Dalam hal ini, media dimanfaatkan oleh kekuatan-kekuatan pemilik modal untuk menjadi instrumen yang menghasilkan keuntungan dan mempercepat akumulasi kekayaan. Fungsi media sebagai penyebar informasi bertransformasi menjadi alat yang mendukung proses komersialisasi dan penguatan dominasi kapital.

(2) Keberpihakan media terhadap masyarakat sering kali bersifat semu. Mereka memproyeksikan kesan peduli dan mendukung kepentingan publik, padahal hal ini hanya untuk mempertahankan loyalitas audiens atau memenuhi kepentingan tertentu. Empati yang ditampilkan bukanlah aksi nyata, melainkan bagian dari retorika untuk memperkuat posisi media di mata masyarakat.

(3) Idealnya, media massa menjadikan visi utama mereka untuk berpihak pada kepentingan umum. Namun, belakangan ini, visi tersebut jarang diwujudkan dalam praktik nyata. Meski media terus menggaungkan slogan-slogan yang menekankan keberpihakan terhadap kepentingan umum, tindakan mereka justru seringkali berlawanan dengan prinsip tersebut..

### 2. Tahap Sebaran Konstruksi

Pada tahap ini orinsip dasar dari konstruksi sosial pada media massa adalah memastikan informasi disampaikan kepada pemirsa atau pembaca dengan cepat dan akurat sesuai agenda yang ditetapkan oleh media. Informasi yang dianggap penting oleh media cenderung menjadi penting juga bagi khalayaknya.

### 3. Pembentukan Konstruksi Realitas

Begitu audiens menerima berita, masyarakat akan mengalami proses konstruksi melalui tiga tahapan umum. Pertama, menciptakan realitas yang dirasa benar, tahap kedua, kesiapan masyarakat untuk menyerap informasi yang dikonstruksi oleh media, tahap terakhir media massa menjadi sarana konsumsi informasi yang dipilih secara berulang.

Tahap berikutnya adalah membentuk citra yang diinginkan oleh media massa melalui konstruksi tertentu. Citra yang dibangun oleh media massa terbagi menjadi dua bentuk, yaitu citra positif atau *good news*, dan citra negatif atau *bad news*. Bentuk *good news* menyajikan pemberitaan dengan kecenderungan membentuk kesan positif, sedangkan model *bad news* membentuk kesan negatif terhadap objek pemberitaan, sering kali membuat objek tersebut tampak lebih buruk atau lebih jahat daripada kondisi aslinya..

### 4. Tahap Konfirmasi

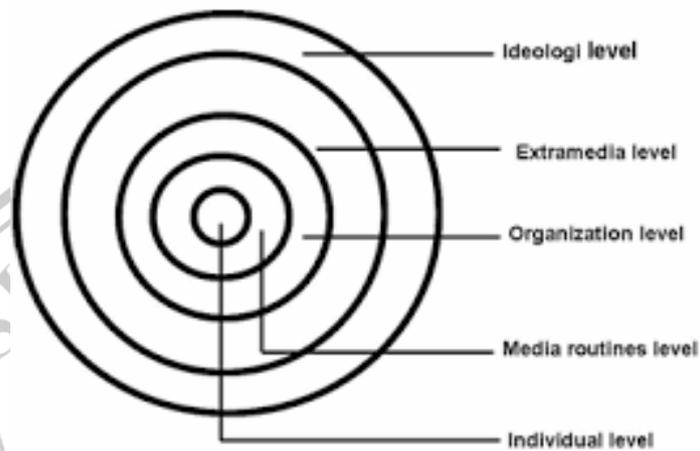
Pada tahap konfirmasi, baik media massa maupun audiens memberikan penjelasan yang mendukung keputusan mereka untuk berpartisipasi dalam proses konstruksi sosial. Media memanfaatkan tahap ini untuk membuktikan atau membela alasan di balik sudut pandang yang mereka konstruksikan. Di sisi lain, pembaca dan pemirsa menggunakan tahap ini untuk menyatakan alasan mengapa mereka memilih untuk terlibat atau mengikuti arus konstruksi tersebut.

## 2.5 Teori Hirarki Pengaruh

Shoemaker dan Reese dalam teori Hierarki Pengaruh (dalam Krisdianto, 2014) konten media massa dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor internal melibatkan kepentingan pemilik, latar belakang jurnalis, dan rutinitas kerja di dalam organisasi media. Di sisi lain, faktor eksternal mencakup tekanan dari sumber berita, keinginan pengiklan atau audiens, kebijakan pemerintah, pengaruh kelompok

tertentu, pasar, serta teknologi yang digunakan. Pamela berpendapat bahwa berita bukanlah sekadar representasi realitas, melainkan konstruksi yang terbentuk dari berbagai pengaruh tersebut, menghasilkan interpretasi realitas yang berbeda-beda. Pamela membagi kelima faktor pengaruh media sebagai berikut:

Gambar 2: Lima Lingkaran Hirarki Pengaruh



### 1. Faktor Individu

Latar belakang dan pengalaman pribadi seorang pekerja media, termasuk jurnalis, tidak selalu memberikan pengaruh langsung terhadap konten yang dihasilkan oleh media. Namun, hal ini memiliki dampak terhadap sikap dan perilaku pribadi serta profesional yang bersangkutan, yang pada akhirnya mengonstruksi isi pemberitaan. Bisa dikatakan, latar belakang individu tidak secara langsung memengaruhi isi media, tetapi cenderung memengaruhi bagaimana individu tersebut menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, baik secara personal maupun profesional.

Dalam praktiknya, sikap profesional dan kepatuhan terhadap kode etik media lebih memengaruhi konten yang disampaikan dibandingkan dengan keyakinan pribadi pekerja media, seperti ideologi politik atau faktor demografis, termasuk jenis kelamin, ras, dan orientasi seksual.

Sebagai ilustrasi, seorang pekerja media yang berasal dari keluarga berkecukupan dan hidup di lingkungan sosial yang mendukung pertumbuhan ekonomi berpotensi memiliki keyakinan terhadap prinsip-prinsip kapitalisme. Latar belakang

ini bisa memengaruhi sudut pandang atau narasi yang disampaikan dalam konten yang media produksi.

Contoh lainnya adalah pengalaman belajar di bidang jurnalisme memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemahaman dan penerapan kode etik profesional, yang pada gilirannya lebih berdampak pada isi media yang dihasilkan daripada keyakinan pribadi individu tersebut.

## 2. Level Rutinitas Media

Rutinitas media mencakup mekanisme yang digunakan untuk menentukan berita mana yang layak diberitakan. Setiap media massa memiliki kriteria sendiri dalam mendefinisikan apa yang dianggap sebagai berita, bagaimana kualitas berita yang baik, dan apa yang memenuhi standar kelayakan berita. Kriteria tersebut merupakan bagian dari rutinitas harian yang menjadi prosedur baku bagi pengelola media. Selain itu, proses ini juga mencakup cara berita disusun, mulai dari pengambilan keputusan tentang peristiwa penting yang perlu diliput hingga delegasi tugas, proses pengolahan, dan siapa yang terlibat dalam mengirimkan tulisan ke tahap penerbitan atau penyiaran.

Tiga elemen utama yang membentuk rutinitas media adalah sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*), dan khalayak (*consumers*). Sumber berita adalah pihak yang memberikan informasi yang akan diproses oleh media. Organisasi media, yang dapat diartikan sebagai tim redaksi, berfungsi untuk mengedit dan menyusun informasi tersebut sebelum disebarluaskan kepada audiens. Terakhir, khalayak merujuk pada orang-orang yang menerima berita tersebut, seperti pembaca, pendengar, atau penonton.

Perbedaan jenis media turut menentukan bagaimana rutinitas dalam media dijalankan, yang pada selanjutnya berdampak pada isi yang disajikan kepada publik. Sebagai contoh, koran harian atau artikel berita *online* dengan televisi. Jurnalis media cetak atau artikel berita *online* lebih banyak kebebasan untuk memilih sudut pandang dalam pemberitaan, seperti penggunaan 5W + 1H dalam berita yang dibuat. Di sisi lain, reporter televisi lebih terbatas pada peran mereka sebagai penyampai berita yang bersifat langsung. Mereka biasanya melaporkan situasi terkini dari tempat kejadian

tanpa memberikan analisis atau komentar mendalam, hanya menampilkan fakta yang ada.

### 3. Level Organisasi

Level organisasi berkaitan dengan struktur internal media, kebijakan yang diterapkan, serta tujuan yang ingin dicapai oleh media tersebut. Menurut Shoemaker dan Reese, level ini memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap isi media jika dibandingkan dengan level individu dan rutinitas media. Hal ini terjadi karena pemilik media memegang kendali atas kebijakan utama yang didelegasikan melalui editor. Saat pemilik media memberikan arahan atau tekanan pada konten tertentu, maka pekerja media baik secara individu maupun melalui rutinitas mereka, harus mengikuti arahan tersebut.

Di bagian bawah struktur organisasi, terdapat staf operasional seperti wartawan dan pekerja kreatif yang melakukan pengumpulan dan pengolahan informasi untuk diberitakan. Di tingkat menengah para manajer, editor, produser, dan staf lain bekerja untuk mengatur alur komunikasi antar tim dan menjembatani kebutuhan antara level operasional dan eksekutif yang menetapkan kebijakan strategis. Di level tertinggi, eksekutif memiliki tanggung jawab utama dalam merumuskan kebijakan organisasi, mengatur anggaran, serta melindungi kepentingan perusahaan dalam hal komersial dan politik, serta memastikan bahwa karyawan terlindungi dari pengaruh eksternal yang mungkin mengganggu jalannya organisasi.

### 4. Level Ekstramedia

Ekstramedia mencakup berbagai faktor dari luar media yang memiliki pengaruh pada konten pemberitaan. Walaupun berada di luar kontrol langsung organisasi media, faktor-faktor eksternal ini tetap dapat mempengaruhi bagaimana berita disajikan. Salah satu contoh penting adalah sumber berita, yang bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, melainkan seringkali memiliki tujuan untuk mempengaruhi media demi mencapai tujuan tertentu, seperti membentuk opini masyarakat atau menciptakan citra positif atau negatif terhadap subjek yang diberitakan. Selanjutnya pengiklan dan audiens juga memainkan peranan penting sebab dua unsur tersebut merupakan sumber yang memastikan kelangsungan

operasional media, yang tidak hanya membiayai kegiatan produksi, tetapi juga menjadi penopang utama dalam menghasilkan keuntungan finansial bagi media.

Kontrol pemerintah merupakan elemen yang tidak kalah penting. Pada umumnya pemerintah memiliki kapasitas untuk mengatur media massa melalui undang-undang atau kebijakan yang ditetapkan oleh lembaga negara, seperti kementerian atau badan lainnya. Selanjutnya, pangsa pasar menjadi faktor kunci, mengingat media massa beroperasi dalam ranah komersial dan harus bersaing dengan media lainnya untuk menarik perhatian audiens dan pengiklan. Terakhir, inovasi teknologi juga turut berpengaruh pada isi media, dengan perkembangan teknologi yang memungkinkan media untuk beradaptasi dengan cara-cara baru dalam menyampaikan informasi.

#### 5. Level Ideologi

Level terakhir dalam teori hirarki adalah ideologi. Ideologi dapat dipahami sebagai suatu cara berpikir atau pandangan hidup yang digunakan oleh individu untuk menilai dan menghadapi kenyataan. Jika dibandingkan dengan level sebelumnya yang lebih terstruktur dan jelas, ideologi bersifat lebih abstrak dan mendalam. Pada level ini, ideologi memengaruhi bagaimana seseorang menafsirkan berbagai peristiwa yang disajikan oleh media.

Shoemaker-Reese pada level ini menekankan bagaimana pengaruh kekuatan abstrak, seperti gagasan atau ideologi, dapat menentukan isi media, terutama ideologi yang diperjuangkan oleh kelas penguasa. Hal ini mengacu pada pandangan Noam Chomsky dan Edward Herman yang menyatakan bahwa media lebih banyak melayani kepentingan elit yang memegang kekuasaan dalam masyarakat.

Media yang dimiliki oleh pihak pribadi tanpa adanya sensor atau regulasi dari pemerintah berisiko berubah menjadi alat untuk kepentingan propaganda. Chomsky dan Herman menjelaskan bahwa ketika media berada di bawah kontrol pribadi, perusahaan, atau pemerintah, peran media sebagai penyampai informasi yang adil dan seimbang akan bergeser menjadi alat untuk menguntungkan kelompok yang menguasainya.

Di level ini, ideologi kelas penguasa memengaruhi bagaimana pemberitaan diproses, dengan kelas tersebut menggunakan media sebagai sarana untuk memperkuat struktur kapitalisme yang mereka kendalikan. Menurut Chomsky dan Herman, media menyaring informasi sehingga apa yang sampai ke publik lebih banyak berupa propaganda atau produk komersial yang memberi keuntungan bagi pihak-pihak yang menguasai media.

Saringan pertama berhubungan dengan kepemilikan media dan orientasi bisnis yang bertujuan untuk meraih keuntungan. Saringan kedua adalah iklan yang menjadi sumber pendapatan utama bagi media massa. Saringan ketiga merujuk pada ketergantungan media terhadap sumber informasi pihak-pihak berkuasa, seperti pemerintah dan lembaga lainnya. Saringan keempat dikenal dengan sebutan "flak" merujuk pada lembaga pengawas media yang berfungsi mengatur dan mengontrol pemberitaan. Terakhir, saringan kelima adalah antikomunisme yang berfungsi sebagai ideologi dominan dalam negara kapitalis dan berfungsi sebagai mekanisme kontrol terhadap pemberitaan.

## 2.6 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penjelasan dan pemahaman yang mendalam tentang suatu konsep atau ide secara abstrak. Ini mencakup pengidentifikasian dan pembagian konsep-konsep kunci yang terkait dengan topik atau fenomena tertentu. Definisi konseptual membantu membentuk dasar teoritis dan memastikan pemahaman yang jelas terhadap elemen-elemen yang terlibat dalam suatu penelitian atau analisis.

Judi *online* merujuk pada praktik perjudian yang dilakukan melalui *platform* internet yang mencakup beragam jenis permainan judi yang dapat diakses dan dimainkan secara *online* melalui situs web atau aplikasi khusus. Beberapa contoh melibatkan taruhan uang pada hasil permainan kasino, taruhan olahraga, poker daring, permainan kartu, mesin slot, dan bentuk perjudian lainnya.

*Framing* merupakan pemahaman mendalam tentang bagaimana proses informasi disusun, dipilih, dan disajikan sedemikian rupa untuk mempengaruhi cara orang memahami dan menafsirkan suatu peristiwa, isu, atau topik tertentu. Dalam konteks ini, framing dapat dianggap sebagai kaca mata interpretatif yang membentuk sudut pandang atau kerangka pemikiran yang memandu persepsi audiens.

*Framing* melibatkan pemilihan elemen-elemen tertentu dalam penyajian informasi, seperti kata-kata, gambar, atau konteks, untuk menonjolkan aspek tertentu dari suatu isu atau peristiwa. Framing tidak hanya mempengaruhi cara orang melihat suatu topik, tetapi juga dapat mempengaruhi emosi, sikap, dan keputusan yang diambil oleh audiens.

Koran digital merupakan *platform* digital yang menyediakan akses kepada pengguna untuk mengonsumsi berita dan informasi melalui ponsel cerdas atau komputer yang terhubung ke internet. Koran digital menawarkan harga yang lebih terjangkau dibanding koran cetak. Selain itu, koran digital memberikan berita lebih cepat dan efisien hanya dengan mengetik kata kunci yang diinginkan. Dalam hal ini, koran digital berfungsi sebagai alternatif bagi pembaca untuk mendapatkan berita yang lebih eksklusif terkait topik tertentu.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Teori	Hasil
1	Muhammad Alberian Reformansyah dan Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti (2022)	Analisis Framing Robert Entman Tentang Berita Kompas.com dan Detik.com tentang Kasus 'IDI Kacung WHO	Teori analisis framing Robert N. Entman	Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Detik.com lebih menyoroti aspek pelanggaran Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang dilakukan oleh Jerinx. Sebaliknya, Kompas.com menyajikan sudut pandang yang berbeda dengan menggambarkan Jerinx sebagai pihak yang

				dirugikan oleh penerapan UU ITE. Perbedaan ini terlihat dalam pemberitaan terkait unggahan Jerinx di Instagram yang berbunyi "IDI Kacung WHO.
2	Sandy Gunarso Wijoyo (2023)	Analisis Framing Robert Entman Tentang Kasus Kejahatan Anak Di Bawah Umur	Teori analisis framing model Robert Entman.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Liputan6.com dan Kompas.com memiliki pendekatan yang berbeda dalam membingkai serta menyajikan peristiwa dalam pemberitaan. Liputan6.com cenderung menyoroti perspektif pelaku saat mengemas berita, sementara Kompas.com memilih pendekatan yang lebih seimbang dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang dan berupaya menghindari kesan menghakimi.

Penelitian ini memiliki sejumlah kesamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan model analisis framing yang dikembangkan oleh Robert N. Entman. Namun, perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, di mana penelitian ini memfokuskan pada pemberitaan mengenai judi *online* yang dimuat di Koran Tempo Digital.

