

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Kebijakan Redaksi

Kebijakan redaksi merupakan dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitahukan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa, terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk berita. (Teba, 2005: 150)

Dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan peristiwa, pertama-tama ditentukan oleh sifat media massa yang bersangkutan. Media massa itu ada yang bersifat umum dan ada juga yang bersifat khusus. Media massa yang bersifat khusus, misalnya media massa ekonomi, hanya menyiarkan berita ekonomi dan hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi, media massa politik dan sebagainya. Kemudian kalau media massa itu bersifat umum, maka ia pada prinsipnya menyiarkan setiap peristiwa yang menarik dan penting. Tetapi karena peristiwa yang menarik itu banyak, maka belum tentu bisa menyiarkan semua sehingga harus ditentukan dasar pertimbangannya untuk menyiarkan suatu peristiwa dalam sebuah rapat redaksi. (Teba, 2005: 151)

Kerja redaksi media cetak atau elektronik umumnya di dahului oleh rapat perencanaan berita atau biasa disebut dengan rapat redaksi. Rapat ini biasanya diikuti jajaran redaksi, mulai dari pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, koordinator liputan, para redaktur dan reporter. Isi rapat membicarakan rencana berita-berita yang akan mengisi satu media cetak atau elektronik bisa dipersiapkan

lebih awal, lebih matang dan berkualitas. Perencanaan berita menjadi sangat vital karena menentukan isi media. (Zaenuddin, 2011: 82)

Dasar-dasar kebijakan yang bersifat khusus yang menjadi kriteria bagi suatu media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa, selain itu ada pertimbangan-pertimbangan yang bersifat khusus, yaitu *angle* (sudut pandang) suatu peristiwa. Karena setiap peristiwa, apalagi peristiwa besar, biasanya mengandung banyak *angle*. *Angle-angle* itu boleh jadi tidak diliput seluruhnya atau sebagian diliput secara mendalam dan sebagian lainnya hanya diliput sekedarnya. Ini tergantung pada kebijakan redaksi tentang *angle* yang paling penting untuk diliput dan disiarkan serta *angle* mana yang kurang penting. (Teba, 2005: 154-155)

Pertimbangan khusus itulah yang menentukan peristiwa tertentu yang merupakan ciri khas suatu lembaga media massa yang sebenarnya bersifat umum, seperti halnya surat kabar Riau Pos. Pemilihan liputan khusus atau pemilihan peristiwa tertentu menjadi dasar pertimbangan redaksi yang sangat strategis. Kebijakan redaksi juga di tentukan oleh pemilik lembaga media massa yang bersangkutan. Setiap lembaga ada pemiliknya dan dia memiliki berbagai kepentingan yang harus dijaga, seperti kepentingan bisnis .hal ini karena dasar pertimbangan untuk menyiarkan suatu peristiwa dalam sebuah media massa tentunya mengacu pada masalah bisnis. (Teba, 2005: 155-156)

Karena berita mempertimbangkan hasil produknya pada aspek komersial .maka dari itu aspek komersial sering menjadi bahan pertimbangan kebijakan redaksi dalam menentukan *headline*, banyak media kini cenderung memilih *headline* yang menarik pembaca alias laku dijual . semakin menarik *headline*-nya semakin banyak pula pembaca yang membeli media tersebut dan oplahnya akan

meningkat. Di sinilah redaksi media dituntut untuk memiliki *feeling* yang tepat dalam menentukan *headline* halamn utama. Redaksi harus mampu menemukan *headline* yang memiliki nilai jurnalistik sekaligus menarik perhatian pembaca. (Zaenuddin, 2011: 179)

Teori *agenda setting* ialah teori yang membahas mengenai dampak media atau efek komunikasi massa terhadap masyarakat dan budaya. Teori ini ditemukan oleh Maxwel Mcombs dan Donald shaw, denagn publikasi pertamanya “*The Agenda Setting Function Off The Mass Media*”. Model *agenda setting* mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media masa pada suatu persoalan dengan perhatian yang diberikan khalayak terhadap suatu persoalan. *Agenda setting* menonjolkan isu apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting juga oleh masyarakat. Apa yang dilupakan media akan luput juga dari perhatian masyarakat.

Realitas yang dihadirkan media massa, harusnya dilihat oleh khalayak sebagai realitas tangan kedua (*Second hand reality*) realitas yang diterima khlayak ini bukan realitas semu. Fakta semu inilah yang dianggap sebagai fakta oleh publik, sebab publik tidak mungkin melihat langsung fakta yang sesungguhnya selain yang disajikan oleh media masa. (Rakhmat, 2004: 68)

2. Media Massa

Media massa atau *mass media* berasal dari bahasa inggris, singkatan dari *Mass Media of Communication* atau *Media of Mass Communication*, yang artinya komunikasi media massa atau komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau

massa sebanyak-banyaknya dan dengan area yang seluas-luasnya. (Gusnadi, 1998: 75)

Istilah media massa merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekedar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun kesepakatan-kesepakatan lain. (Soyomukti, 2010: 198)

Media massa merupakan alat untuk menyampaikan informasi atau pesan komunikasi massa, seperti televisi, radio, surat kabar, dan media lainnya. Bahkan media pun bisa mempengaruhi masyarakat terhadap isu pesan yang disampaikan. Dari definisi media massa diatas, maka penulis akan memaparkan mengenai karakteristik media massa, agar dapat lebih memahami apa itu media massa.

Menurut Cangara media massa mempunyai karakteristik sebagai berikut; Karakteristik media massa Bersifat melembaga artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang yakni mulai dari proses pengumpulan data atau informasi, pengelolaan suatu informasi yang nantinya di publikasikan, sampai pada penyajian informasi yang telah di kelola. Kemudian media massa bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dengan penerima. Serta media massa itu meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang di saat yang sama. Dan pastinya media massa

memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya. Serta karakteristik media massa bersifat terbuka, artinya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal anak-anak atau dewasa tidak terbatas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa. (Cangara, 2008: 126)

Media massa berfungsi sebagai pemberi informasi, sarana edukasi, pengawas, pewarisan nilai-nilai, hiburan dan persuasif. Dari keenam fungsi media massa yang paling menonjol adalah berfungsi sebagai informasi. Karena pada umumnya masyarakat membutuhkan informasi (Elvinaro dkk, 2004: 32).

Dominic dalam Elvinaro dkk (2004: 32) menambahkan bahwa media massa juga bisa berfungsi sebagai pengawas dan penafsiran suatu pesan yang disampaikan. Sedangkan menurut Jay Black dan Federick C. Whitney (1988) dalam Elvinaro dkk (2004: 32) fungsi media massa itu *to inform* (menginformasikan), *to entertaint* (memberi hiburan), *to persuade* (membujuk), *transmission of the culture* (transmisi budaya). media massa adalah kekuatan kelima demokrasi karena mampu mempengaruhi wacana dan agenda dalam masyarakat dan media. Media sosial saat ini ikut menentukan apa yang diperbincangkan masyarakat. Bahkan media *mainstream* pun memperhitungkan apa yang diperbincangkan di media sosial dan akhirnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media dan media “*mainstream*” akhirnya juga ikut memberitakan apa yang dibincangkan dalam media sosial.

3. Berita

Secara etimologis dalam Bahasa Inggris, berita (*news*) berasal dari kata *new* (baru). Jadi berita adalah peristiwa-peristiwa atau hal yang baru. Sedangkan

dikalangan wartawan ada yang mengartikan *news* sebagai singkatan dari: *nort* (utara), *east* (timur), dan *south* (selatan). Mereka mengartikan berita sebagai laporan dari keempat penjuru angin tersebut, laporan dari mana-mana, dari berbagai tempat di dunia. (Effendy, 2003: 130)

Menurut Wibowo (2006: 39) Berita (*news*) merupakan sajian utama sebuah media massa di samping *views* (opini), mencari bahan berita lalu menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa).

Sementara itu, Notchlife dalam Syamsul (2003:5) menegaskan bahwa pengertian berita terletak pada unsur keanehan atau hal yang luar biasa, sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu orang. Misalnya jika seekor anjing menggigit orang, itu bukan berita. Lain halnya jika orang yang menggigit anjing, itu baru sebuah berita.

Definisi Pau De Massener dalam buku *Here's The News: Unesco Associate*, berita adalah informasi yang penting dan dapat menarik minat serta perhatian khalayak. Sementara Charnley dan James M. Neal mendefinisikan berita sebagai laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. (Dikutip dari Sumadiria, 2006: 64)

Haris Sumadiria (2006: 65) mendefinisikan berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi atau media *online* internet.

Dalam buku *Here the News* yang dihimpun oleh Paul De Meseneer, berita didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting dan bermakna (*significant*), yang berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka. (Dikutip dari Helena, 2007: 25)

Warren Bread (1956), dalam buku Denis Mc Quail (1996: 191) menyebutkan karakteristik umum berita yang disusun dengan beberapa istilah yang menguraikan berita: „layak dijual“, „dangkal“, „sederhana“, objektif, „berorientasi tindakan“, „menarik“ (cukup beda), bergaya, bijaksana.

Berita dalam kapasitasnya sebagai pembentuk dan dinamisator pengolahan interpretasi atas peristiwa manusia, menjadi hal yang sangat penting dalam proses pembentukan konstruk sosial. Berita pada titik tertentu, sangat mempengaruhi manusia merumuskan pandangannya tentang dunia. Pandangan terhadap dunia adalah bingkai yang dibuat oleh manusia untuk menggambarkan tentang apa dan bagaimana dunia dipahami.

Berita dalam kapasitasnya sebagai pembentuk dan dinamisator pengolahan interpretasi atas peristiwa manusia, menjadi hal yang sangat penting dalam proses pembentukan konstruk sosial. Berita pada titik tertentu, sangat mempengaruhi manusia merumuskan pandangannya tentang dunia. Pandangan terhadap dunia adalah bingkai yang dibuat oleh manusia untuk menggambarkan tentang apa dan bagaimana dunia dipahami.

Dalam berita ada beberapa karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan untuk menentukan khalayak berita (*news worthy*), jadi nilai berita itu

harus sesuai dengan objek atau harus mengikuti aturan pers yang berlaku. (Iswara, 2007: 53)

Nilai berita merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, seperti para reporter dan editor serta ketua redaksi, untuk memutuskan informasi atau fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Adapun nilai berita tersebut antara lain:

a. *Immediacy*

Immediacy, atau kerap diistilahkan dengan *timelines*, artinya terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan. Sebuah berita sering dinyatakan sebagai laporan dari apa yang baru saja terjadi. Semua hal yang baru apa pun itu, pasti memiliki nilai berita. Nama hari selalu berulang setiap minggunya, rabu hari ini bukanlah rabu sebelumnya, namun peristiwa kejadian atau perubahan yang terjadi setiap hari rabu tidak pernah sama. Selalu muncul perubahan baru, peristiwa baru, kecenderungan baru.

b. *Proximity*

Proximity, ialah keterdekatan peristiwa dengan pembaca atau pemirsa dalam keseharian hidup mereka. Orang-orang akan tertarik dengan berita yang menyangkut kehidupan mereka, baik secara geografis maupun secara psikologis. Peristiwa akan tetap memiliki daya tarik dan dianggap penting oleh khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsa, jika peristiwa itu berkaitan langsung atau mengandung arti dengan apa yang dipikirkan, dirasakan, diingat atau dikenangnya, walau secara fisik geografis tempat peristiwa itu terjadi berjauhan.

c. *Consequence*

Consequence, berita yang mengubah kehidupan pembaca adalah berita yang mengandung nilai konsekuensi. Dampak suatu pemberitaan bergantung pada beberapa hal seberapa banyak khlayak yang terpengaruh, pemberitaan itu langsung mengenai kepada khalayak atau tidak, dan segera tidaknya efek berita itu menyentuh khalayak media surat kabar, radio, atau televisi yang melaporkannya.

d. *Conflict*

Conflict, peristiwa perang demonstrasi atau kriminal merupakan contoh elemen konflik di dalam pemberitaan. Konflik atau pertentangan, merupakan sumber berita yang tidak pernah kering dan tidak akan pernah habis-habisnya. Selama masyarakat menyukai dan menganggap penting, perbedaan pendapat boleh saja, demokrasi dijadikan acuan, kebenaran masih diperdebatkan, peperangan masih terus berkecamuk di berbagai belahan dunia, serta perdamaian masih sebatas angan-angan.

Selama itu pula konflik masih akan tetap menghiasi halaman surat kabar, mengganggu pendengaran karena disiarkan diradio dan merusak mata karena selalu ditayangkan di televisi.

e. *Oddity*

Oddity, peristiwa yang tidak biasa terjadi atau kejutan ialah sesuatu yang akan diperhatikan segera oleh masyarakat. Sesuatu yang datangnya tiba-tiba, di luar dugaan, tidak direncanakan, di luar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya itu merupakan kejutan. Kejutan menunjuk pada ucapan dan perbuatan manusia.

Bisa juga menyangkut binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan alam, bendabenda mati. Semuanya itu bisa mengundang dan menciptakan informasi serta tindakan yang mengejutkan, mengguncang dunia.

f. *Sex*

seks kerap menjadi elemen utama dari sebuah pemberitaan, tapi sering pula seks menjadi elemen tambahan bagi pemberitaan tertentu, seperti pada berita *sports*, selebritis dan kriminal.

g. *Emotion*

Elemen *emotion* ini kadang dinamakan elemen *human interest*. Elemen ini menyangkut kisah-kisah yang mengandung kesedihan, kemarahan, simpati, ambisi, cinta, kebencian, kebahagiaan, atau humor. Kadang-kadang suatu peristiwa tidak menimbulkan efek berarti pada seseorang atau sekelompok orang, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan, dan alam perasaannya serta psikologinya.

h. *Frominence*

Frominence, elemen ini adalah unsur yang menjadi dasar istilah “*names make news*”, nama membuat berita. Unsur keterkenalan selalu menjadi incaran pembuat berita. Berita merupakan tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figur publik, orang-orang penting, terkemuka, di mana pun selalu membuat berita. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita (*names makes news*).

i. *Suspense*

Suspense, elemen ini menunjukkan sesuatu yang ditunggu-tunggu, terhadap sebuah peristiwa oleh masyarakat. Kisah berita yang menyampaikan fakta tetap

merupakan hal yang penting. Kejelasan fakta dituntut masyarakat untuk memberikan informasi yang bisa menghilangkan ketidakpastian. Sedangkan yang terakhir adalah *Progress*. *Progress*, elemen ini merupakan elemen “perkembangan” peristiwa yang ditunggu masyarakat mengenai aktualnya informasi yang dibutuhkan masyarakat luas. Berita yang terbaru dan berita yang harus segera disebarluaskan ke masyarakat. (Santana, 2005: 20)

4. **Headline (Judul berita)**

Pada hakikatnya *headline* merupakan intisari dari berita. Biasanya dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek., tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang di beritakan. Untuk diminati pembaca, penonton, maupun pendengarnya, *headlinedibuat* tidak seragam. Penyajian *headline* diusahakan agar masing-masing berita bisa ditonjolkan lain dari yang lain. Penyusunan huruf dan kata-kata dibuat sedemikian rupa sehingga khalayak merasa terpanggil dan mau membaca berita yang disajikan.

Headline sendiri merupakan kepala atau judul berita yang ditulis oleh seorang wartawan yang berada pada awal berita. *Headline* merupakan titik awal sebuah berita sebelum teras dan isi berita yang menceritakan intisari berita yang menggunakan kalimat aktif serta secara ketat membatasi diri pada fakta. (Anwar, 2004: 95-96)

Headline (judul berita) merupakan bagian yang penting dalam berita, kreativitas banyak digali untuk membuat judul yang menarik dan memikat pembaca. Untuk membuat judul yang cocok dan memikat, kata-kata disusun sedemikian rupa, melibatkan wawasan, emosi, dan kecerdikan penulis untuk

menarik pembaca. Meskipun sebuah judul harus mencerminkan isi tulisan, namun kaidah pembuatan judul mempersyaratkan ketentuan judul yang singkat dan padat, judul tidak harus berupa kalimat lengkap (subjek, prediket dan objek), tak perlu menyiratkan maksud utama penulis atau tegas menyamarkan makna (mengandung arti ganda). (Santana, 2002: 206)

Ada berbagai jenis *headline* yang bisa digunakan oleh wartawan:

- 1) Judul dari titik pandang isi, yaitu judul yang meletakkan sudut pandang dari materi tulisan sebagai daya pengungkap dan penjelas. Tiap katanya memberi tentang apa yang terdapat didalam keseluruhan tulisan sehingga pembaca bisa memutuskan akan membaca atau tidak.
- 2) Judul *how-to*, yaitu judul yang menerangkan isi atau maksud tulisan yang disusun dalam keringkasan judul yang spesifik.
- 3) Judul-judul 5W+ 1H, yaitu judul-judul yang merujuk pada unsur *who*, *what*, *where*, dan *why*.
- 4) Judul *superlatif*, yaitu judul yang mengilustrasikan keluar-biasaan atau kehebatan dari materi
- 5) Judul bertanya, yaitu judul yang menggunakan tanda Tanya yang biasanya menyentak, menggugah
- 6) Judul dari titi pandang bentuk, yaitu judul yang sering dianggap sebagai bentukan dari judul tulisan jurnalisme.

Headline di sebuah berita sangat penting, membuat *headline* yang berhasil, tidak sekedar asal-asalan. Diperlukan keterampilan tersendiri dalam membangun laporan berita yang sudah dimuat dan di publikasikan media cetak, kita memang

menyaksikan bahwa *headline* dulu tampak, bukan berita dan batang berita. Ini merupakan hasil akhir dari sebuah proses pencarian penulisan, dan pencetakan berita. Namun, sebenarnya *headline* di buat paling akhir setelah batang tubuh berita dan *lead* ditulis. (Putra, 2006: 63)

Headline merupakan inti dari informasi surat kabar yang akan diminati oleh *audience*. Oleh karena itu, penulisan *headline* harus benar-benar menarik karena *audience* sebelum membaca berita pastilah akan melihat judulnya terlebih dahulu. Untuk itu teknik dalam penulisan *headline* yang menarik harus benar-benar dipraktikkan oleh seorang wartawan.

a. Fungsi headline (judul berita)

Widodo (1997: 73-74) menyatakan *Headline* atau judul berita merupakan intisari dari judul berita yang memiliki beberapa fungsi antara lain:

- 1) Menarik perhatian. Dengan menarik fungsi ini menjadikan *headline* bertuga memamerkan berita, bahkan merias seluruh halaman surat kabar.
- 2) Identitas Berita. *Headline* merupakan identitas dari masing-masing berita, dengan demikian *headline* menjadi sebagai pemisah dan pembeda antara berita yang satu dengan yang lain. Sebab pada hakikatnya, antara berita yang satu dengan yang lain berbeda.
- 3) Pencerminan isi Berita. *Headline* atau kepala berita merupakan pencerminan isi. Seyogyanya *headline* itu merupakan bagian terpenting atau intisari dari berita. Mengintisari berita sekaligus mencerminkan isi berita.

b. Bahasa *Headline* (judul berita)

Headline atau kepala berita harus padat, menarik, dan benar benar hemat kata. Ada yang mengistilahkan bahasa *headline* adalah sebagai *telegrafis*. Sebab menyusun kata-kata dalam *headline* adalah sebagai harus singkat, padat, cepat, dan menarik. Hal itu dikarenakan ruang surat kabar yang terbatas dan selalu diburu waktu.

Sumadiria (2006: 20) menyatakan bahasa *headline*, prinsip yang dipegang adalah *headline* harus di tulis dalam bentuk kalimat akti. *Headline* aktif berarti harus mengandung kata kerja atau verb. Sebab, *headline* mesti “hidup”. Tanpa ada kata kerja didalamnya, maka *headline* itu “mati”. Dan disebut “label *headline*” atau kepala berita merk.

Anwar (2004: 95) prinsip lain ialah *headline* secara ketat harus membatasi diri pada fakta-fakta dalam berita atau dalam cerita. Hal yang bersifat pendapat atau opini, komentar atau ulasan, harus dibuang dari kepala berita. Dengan menggunakan kata-kata sederhana dan mengandung konotasi kata dalam bentuk aktif bukan pasif. Bahasa *headline* mesti padat dan dinamis, keterbatasan ruangan tambah menuntut dipenuhi syarat tersebut.

c. Pedoman menulis *headline*

Meskipun *headline* berisi kata paling sedikit dibandingkan unsur lain Koran atau majalah, namun dibutuhkan lebih banyak pemikiran dan kerativitas untuk menulis *headline* ketimbang menulis unsur lainnya. *Headline* biasanya dibuat baru menjelang *deadline*, dan penulis harus berusaha semaksimal mungkin untuk menciptakan *headline* yang bagus sehingga bisa menarik pembaca. Untuk itu berikut pedoman menulis *headline*. (Taylor, 2008: 224)

- 1) Harus akurat. Fakta di *headline* harus sepenuhnya sesuai dengan berita
- 2) Informatif. Cobalah jawaban sebanyak mungkin seperti dalam teras berita.
- 3) *Fair*. Jika berita memuat dua sisi suatu isu, cobalah untuk merefleksikan perbedaan itu dalam *headline* .jangan melakukan *editorialisasi* secara langsung atau tidak langsung kecuali *headline* itu untuk berita opini.
- 4) *Headline* harus memberi kesan yang sama dengan isi berita

Pada dasarnya *headline* memiliki berbagai macam bentuk dan jenisnya sesuai dengan pemakaiannya. Hal tersebut di lakukan agar bisa menarik perahntain pembaca atau *audience*. Berikut jenis- jenis *headline* berdasarkan kepentingan berita. (Suhadang, 2004: 116)

- 1) *Baner headline*, untuk berita yang sangat penting. Biasanya dibuat dengan jenis dan ukuran huruf yang mencerminkan sifat gagah dan kuat.
- 2) *Spread headline*, untuk berita penting, *headline* lebih kecil *baner headline*, serta memiliki tiga atau empat kolom saja.
- 3) *Secondary headline*, untuk berita yang kurang penting ia lebih kecil dari *spread headline* dan tempat yang diperlukan hanya dua kolom saja.
- 4) *Subordinated headline*, untuk berita yang dianggap tidak penting biasanya kehadirannya untuk menutup tempat yang kosong pada halaman yang bersangkutan. Karena itu tempatnya pun cukup satu kolom saja dengan ukuran huruf dan ketebalan lebih rendah ketimbang jenis lainnya.

Jika didasarkan dengan tampilannya, *headline* juga dibagi beberapa bagian yaitu: (Taylor, 2008: 224)

- 1) *Headline satu baris*, merupakan *headline* yang terdiri dari satu kalimat yang tidak terputus.
 - 2) *Headline dua baris*, merupakan *headline* yang terdiri dari satu kalimat yang dibagi menjadi dua baris sesungguhnya terdapat spasi yang tidak kelihatan
 - 3) *Headline tiga baris*, adalah satu kalimat yang dipecah menjadi tiga baris .
 - 4) *Deck*, merupakan *headlinesekunder* yang diletakan dibawah *headline* utama.
 - 5) *Hammer*, merupakan *headline* frasa singkat atau bahkan satu kata yang ditulis dengan huruf lebih besar.
5. *Tripot*, merupakan *headline* kombinasi huruf atau frasa berukuran besar yang diikuti dengan dua baris *headline* yang diketik dengan huruf setengahnya. Tinggi dua baris dibagian kedua itu sama dengan ketinggian huruf bagian pertama.

a. Politik

Politik dan media massa tidak dapat dipisahkan. Politik selalu menjadi perhatian media karena dua faktor. Pertama, saat ini politik berada dalam era mediasi (*politics in the age of mediation*) di mana media massa merupakan bagian tak terpisahkan dari politik. Bahkan aktor politik menggunakan media sebagai sarana untuk menciptakan peran dan kontestasi kuasa. Kedua peristiwa politik, aktivitas aktor politik selalu memiliki nilai berita yang begitu kuat dan menjadi pilihan rutin bagi media. Pandangan Dan Nimmo tentang relasi media dan politik

di mana media massa sebagai sarana transmisi pesan politik. Media adalah sarana penyampaian pesan politik yang begitu efektif. Komunikator politik membutuhkan media massa guna menyampaikan gagasan gagasannya. (Hasrullah, 2013)

Laswell mengidentifikasi tiga fungsi pokok media. Pertama *The surveillance of the environment, the correlation of the parts of society in responding to the environment, the transmission of the social heritage from one generation to the next*. Ketiga fungsi ini jika dikaitkan dengan politik, memiliki peran sentral. Fungsi pengawasan misalnya menjelaskan jikalau kekuasaan adalah sesuatu yang meniscayakan pengawasan. Tanpa pengawasan kekuasaan akan cenderung korup atau disalahgunakan. Fungsi lain adalah menghubungkan masyarakat dalam merespon situasi sosial. Hal ini juga sangat erat kaitannya dengan politik. Elemen-elemen tersebut mengindikasikan betapa proses politik tidak dapat dipisahkan dari *cover* media yang sejatinya sedang mengawasi kekuasaan atau justru melanggengkan kekuasaan. (Hasrullah, 2013)

Aktor politik dapat dikatakan sebagai pihak yang cukup berkepentingan dengan media massa. Elit politik berusaha memanfaatkan media massa guna mendukung kepentingan politiknya. Di sisi lain media juga mendapatkan keuntungan dari kedekatan dengan politisi. Kedekatan itu dimaksudkan untuk memudahkan aksesibilitas media dalam mendapatkan informasi. (Hasrullah, 2013)

b. Budaya

Kata kebudayaan berasal dari kata Sanskerta *buddhayah*, yaitu bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti budi atau akal (Koentjaraningrat, 2002: 181). Sedangkan menurut *The American Herriage Dictionary* mengartikan

kebudayaan adalah sebagai suatu keseluruhan dari pola perilaku yang dikirkirkan melalui kehidupan sosial, seni agama, kelembagaan, dan samua hasil kerja dan pemikiran manusia dari suatu kelompok manusia. Mujiyanto, dkk., 2010: 1)

Elvio (2008, 5) juga memiliki persepsi tentang budaya itu sendiri, “*Culture is a way of thinking, feeling, believing. It is the group’s knowledge stored up (in memories of men; in books and aobjects) for future use*”.

Cara seseorang berfikir, merasakan dan memercayai sangatlah berbeda dari manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Ini terbentuk karena adanya ideologi yang dilahirkan dari karakteristik budaya yang ia anut. Budaya juga bisa dikatakan sebagai sistem pengetahuan, nilai, adar istiadat, tatakrama dan ritual keagamaan yang menjadi identitas masing-masing individu.

Inti penting dari budaya adalah mempunyai pandangan bagaimana cara beradaptasi terhadap lingkungan sekitar. Budaya juga memiliki fungsi yang sangat berarti dalam kehidupan sebagai makhluk sosial, budaya dilambangkan sebagai aturan atau sistem sosial yang menjadi penunjuk dalam menjalani hidup dan meneruskannya pada kehidupan selanjutnya.

Budaya terakhir guna memberikan gambaran terhadap pengalaman empiris dan membagikannya pada generasi selanjutnya. Menjadikan pelajaran dalam berbagai hal dalam menjalani kehidupan sosial. Budaya juga memiliki banyak elemen-elemen, seperti makanan, tempat tinggal, pekerjaan, pertahanan, control sosial, perlindungan, psikologis, tujuan hidup dan lain-lain. Namun budaya juga memiliki komponen-komponen umum seperti sejarah, agama, nilai, organisasi sosial, dan bahasa.

Menurut Pearson, dkk., (2003: 212) Karakteristik-karakteristik budaya adalah sebagai berikut:

1. Budaya itu dipelajari
2. Budaya itu dibagikan
3. Budaya itu diturunkan dari generasi ke generasi
4. Budaya itu didasarkan pada simbol
5. Budaya itu dinamis
6. Budaya itu sistem yang terintegrasi

c. Ekonomi

Ekonomi secara umum mengkaji mengenai pemenuhan kebutuhan manusia dan kemakmuran manusia, dua hal pokok dari permasalahan ekonomi tersebut yaitu kebutuhan dan pencapaian kemakmuran merupakan salah satu dasar di dalam pelapisan sosial di dalam masyarakat bila dihubungkan dengan permasalahan mikro tingkat ekonomi masyarakat, dengan kata lain semakin makmur seseorang dan semakin mampu untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai tingkatannya maka semakin tinggi pula tingkat ekonomi seseorang di dalam struktur sosial kemasyarakatan, lebih lanjut kita dapat melihat definisi lain seperti yang diungkap. (Suherman, 2009: 27)

Rosyidi menyatakan: “begitu banyak tujuan hidup seseorang akan tetapi satu hal yang pasti yaitu bahwa setiap orang tentu ingin memiliki pendapatan yang cukup yang akan memungkinkan untuk memilih cara hidup yang dipilih dan yang disukainya, semakin besar pendapatannya akan semakin luas kesempatan yang terbuka baginya untuk memenuhi keinginannya”. (Suherman, 2009: 27)

B. Defenisi Operasional

Defenisi Operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Menentukan proyeksi liputan khusus. Bahwa dalam rapat proyeksi tentunya pimpinan redaksi akan memberika proyeksi liputan khusus kepada reporter untuk pengisi halaman utama, untuk itu ada suatu hal yang harus diperhatikan reporter dalam mendapatkan dan membuat berita yang diproyeksikan. liputan khusus ini nantinya wartawan tentu akan dibekali dengan TOR atau *Term of Referens*, yaitu sebuah daftar pertanyaan yang ditujukan kepada narasumber, di sini juga berisi latar belakang nara sumber yang akan diwawancarai, dan daftar naras umber.
2. Menentukan angel atau sisi berita. Merupakan penentuan *headline* atau judul berita, redaksi surat kabar Riau Pos memilih sisi berita yang menarik dari sebuah peristiwa yang diberitakan untuk dijadikan *headline*. Biasanya sisi lain itu diambil dari sisi humanisnya saja, karena sisi humanis merupakan hal yang menarik dalam nilai sebuah berita, dan dapat menjual.
3. Memilih berita yang menarik adalah judul berita sangat perlu dilakukan guna kepentingan dan keingintahuan pembaca, sebuah berita dipilih untuk dijadikan *headline* halaman utama harus memiliki efek, dalam artian berita yang dipilih akan menimbulkan efek kepada pembaca, membuat *headline* dari berita yang menarik tentunya untuk memenuhi permintaan pasar.
4. Menyesuaikan *headline* dengan kebutuhan komersial. Seorang pimpinan redaksi harus bisa membaca situasi dan kondisi perkembangan berita hangat dan terbaru, guna membedah kebutuhan pasar sesuai dengan *moment* dan *tren*

berita terkini. Bahkan untuk berita-berita tertentu, pimpinan redaksi harus memberikan tenaga ekstra untuk berita tersebut, misalnya ada peristiwa hebat di luar daerah, tim redaksi surat kabar Riau Pos akan berusaha untuk mengirim wartawan dan fotografer ke daerah tersebut untuk mendapatkan berita yang eksklusif dan menarik sehingga laku di pasaran, hal inilah yang harus kita penuhi demi kebutuhan pasar.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Temuan Penelitian
1.	Nurhasanah (2011)	Metode Kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif.	Untuk menggambarkan secara Rinci mengenai kebijakan redaksional Surat Kabar Media Indonesia dalam penulisan Editorial	Kebijakan redaksional Surat Kabar Media Indonesia dalam penulisan Editorial pada level individu, tingkat pengetahuan dan pengalaman penulsi lah yang mempengaruhi isi editorial. Pada level rutinitas media, standar nilai berita lah yang menjadi pertimbangannya. Kemudian tujuan media, mempengaruhi isi, ada pada level organisasi. Pada level ekstramedia, lingkungan politik turut serta mempengaruhi isi editorial, karenanya, kebanyakan isu yang diangkat merupakan isu-isu politik. Dan, yang paling kuat mempengaruhi isi editorial adalah ideologi media. Dimana ideologi ini mampu mengarahkan redaksi dalam membuat kebijakan. Maka, kebijakan redaksional Media Indonesia dalam penulisan editorial, tidak lepas dari kelima faktor menurut skema hierarchy of influence tersebut. Namun, yang paling kuat mempengaruhi adalah ideologi media. Ideologi nasionalisme yang mereka anut, mengantarkan editorial pada kebijakan yang menjadi arah tujuan Media Indonesia itu sendiri.
2.	Ryan Edi Saputra (2014)	Metode penelitian kualitatif dengan	Untuk mengetahui Analisis Kebijakan	Berdasarkan kebijakan redaksi surat kabar Pekanbaru Pos, bahwa headline atau judul berita yang layak dimuat pada halaman utama harus memiliki news

		menggunakan metode deskriptif.	Redaksi Dalam Penentuan Headline Halaman Utama Pada Surat Kabar Pekanbaru Pos	value (nilai berita), karena bagus tidaknya sebuah Headline tergantung dari nilai berita. Headline atau judul berita ditentukan melalui rapat redaksi. Namun demikian, dalam hal ini yang berhak untuk menentukan headline halaman utama adalah pimpinan redaksi dan redaktur pelaksana sekaligus redaktur halaman utama. Headline atau judul berita halaman utama juga didasarkan pada aspek komersial, artinya headline yang ditentukan juga harus memiliki nilai jual di pasaran, hal ini guna mendongkrak oplah dan pendapatan surat kabar Pekanbaru Pos. Jika headline menarik dan memiliki nilai yang lebih dari berita-berita lainnya tentu saja koran akan laku di pasaran.
--	--	--------------------------------	---	---

Persamaan dan Perbedaan

1. Pada penelitian Nurhasanah (2011) memiliki kesamaan yaitu Kebijakan redaksional Surat Kabar Media Indonesia dalam penulisan Editorial pada level individu, tingkat pengetahuan dan pengalaman penulislah yang mempengaruhi isi editorial. Pada level rutinitas media, standar nilai berita lah yang menjadi pertimbangannya. Sedangkan perbedaannya yaitu, Jika penelitian Ade Irwanto (2010) membahas tentang analisis redaksional dalam editorial, maka dalam penelitian ini meneliti tentang kebijakan redaksi dalam penentuan headline berita.
2. Pada penelitian Ryan Edi Saputra (2014) memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang kebijakan redaksi dalam menentukan headline. Sedangkan perbedaannya yaitu: jika pada peneliti Ryan Edi Saputra (2014) peneliti meneliti tentang analisis kebijakan redaksi dalam menentukan headline berita, maka dalam penelitian ini meneliti tentang kebijakan redaksi dalam menentukan headline berita.