

**HIERARKI PENGARUH DALAM MEDIA SIBER LOKAL DI LAMPUNG
PADA PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA)
GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR
PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2018**

Skripsi

Oleh

ISMADIAH WULANDARI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2019**

ABSTRAK

Hierarki Pengaruh dalam Media Siber Lokal di Lampung pada Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung Tahun 2018

Oleh:

ISMADIAH WULANDARI

Tahun 2018 merupakan tahun politik bagi masyarakat yang berada di berbagai daerah di Indonesia. Peristiwa ini biasa disebut dengan pilkada, yang bertujuan untuk memilih para calon wakil rakyat di tingkat daerah. Provinsi Lampung juga mengikuti pilkada serentak tahun ini dengan tujuan untuk memilih kepala daerah yaitu Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung. Segala pemberitaan mengenai pilkada yang berlangsung di Lampung tidak luput dari sorotan berbagai massa massa, khususnya media lokal di Lampung, yaitu Lampungpro.com, Peltaekspres.com, Jejamo.com, Lampung1.com dan Duajurai.co yang memberitakan segala sesuatu mengenai Pilkada Lampung 2018.

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018.

Teori yang digunakan untuk menganalisis masalah diatas, adalah *Theories of Influences on Media Content* yang dikenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan jurnalis, pemimpin redaksi/umum media online lokal Lampung, anggota KPU dan Bawaslu Lampung, pengamat media dan pengamat politik di Lampung.

Berdasarkan temuan peneliti, pemberitaan mengenai pemberitaan Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018 di media siber lokal Lampung. tidak lepas dari kelima faktor hierarki pengaruh tersebut, baik dari internal maupun eksternal media. Faktor individu dipengaruhi oleh nilai-nilai hak asasi manusia yang dianut oleh reporter. Faktor level kerutinan media yang digambarkan oleh rapat redaksi yang terjadi pada proses penyusunan pemberitaan. Faktor organisasi berpengaruh secara tidak langsung berupa saran dan usulan dari dewan direksi. Faktor ekstramedia yang dipengaruhi oleh dewan pers, sumber berita, iklan, pangsa pasar, dan teknologi. Faktor ideologi di media siber lokal di Lampung yaitu mengedepankan fakta yang ada di lapangan. Faktor yang paling berpengaruh dominan adalah faktor rutinitas media dan ideologi media.

Kata Kunci : Hierarki Pengaruh Pilkada Lampung 2018, Media Siber Lokal

ABSTRACT

The Effect Hierarchy of Local Cyber Media in Lampung on Regional Head Election News of Governor and Deputy Governor in Lampung Province 2018

by

ISMADIAH WULANDARI

2018 is politics year for Indonesian in various regions. It is usually called by Regional Head election (pilkada). Lampung Province also participated in simultaneous regional elections in this year with the aim of electing the regional head namely Governor and Deputy Governor of Lampung Province. All news about the elections that took place in Lampung did not escape from the spotlight of various masses, especially local media in Lampung. Lampungpro.com, Peltaekspres.com, Jejamo.com, Lampung1.com and Duajurai.co that reported everything about Lampung 2018 regional elections.

Based on the background above, the research purposes is to find out how the effect hierarchy of local cyber media in Lampung on Regional Head election News of Governor and Deputy Governor in Lampung Province 2018.

The theory used was theories of influences on media content introduced by Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese. This research was qualitative research design with descriptive methods. Data obtained from interview with journalists, editor in chief / general of local Lampung online media, member of KPU Lampung and election supervisory agency (bawaslu), media observers and political observers in Lampung.

The researcher found that reporting the news of Governor and Deputy Governor Election of Lampung Province in Lampung's local cyber media could not be separated from the five factors of effect hierarchy, both from internal and external media. Individual factor was influenced by human rights values which adopted by reporters. The level factor of media hygiene described by the editorial meeting that occurred in the process of preparing news. Influential organizational factors indirectly in the form of suggestions and proposals from the board of directors. Extramedia factors were influenced by the press council, news sources, advertising, market share, and technology. The ideological factor in local cyber media in Lampung is prioritizing the facts. The most dominant factors were the media routines and media ideology.

Keywords: The effect Hierarchy of Regional head election in Lampung Province 2018, local cyber media

**HIERARKI PENGARUH DALAM MEDIA SIBER LOKAL DI LAMPUNG
PADA PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA)
GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR
PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2018**

Oleh

ISMADIAH WULANDARI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

Judul Skripsi : **HIERARKI PENGARUH DALAM MEDIA SIBER LOKAL DI LAMPUNG PADA PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA) GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2018**

Nama Mahasiswa : *Ismadiyah Wulandari*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1416031066

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dhanik Sulistyarini, S.Sos., M.Comn&MediaSt
NIP. 19760422 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Abdul Firman Ashaf, M.Si


.....

Penguji Utama : Dr. Andy Corry W., M.Si


.....



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Syarif Makhya
NIP. 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Februari 2019

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat, Sum-Sel pada tanggal 06 Desember 1996. Penulis bernama lengkap Ismadiah Wulandari yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara, buah hati dari Bapak Ikrin Simat PB dan Ibu Maryani.

Pendidikan formal yang penulis tempuh dimulai dari Sekolah Dasar (SD) Negeri 07 Tanjung Sakti Pumi, pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2008, setelah itu melanjutkan pendidikan menengah di SMP Xaverius Tanjung Sakti, dan lulus pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA N 4 Pagar Alam, lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswi Program Strata Satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama menjalani studi, penulis juga aktif mengikuti organisasi internal yang ada di kampus. Penulis menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi pada bidang Jurnalistik. Pada Januari tahun 2017 penulis melaksanakan KKN di Kampung Cempaka Putih Kecamatan Bandar Surabaya Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari. Dan pada tahun yang sama penulis juga melaksanakan PKL di Kompas TV Lampung.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Ismadiyah Wulandari
NPM : 1416031066
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Mayor Sukardi Hamdani Palapa X B No. 1
No. HP : 081368373857

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Hierarki Pengaruh Dalam Media Siber Lokal di Lampung Pada Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung Tahun 2018”** Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandarlampung, 06 Februari 2019
Yang Menyatakan



Ismadiyah Wulandari
NPM. 1416031066

**Sesuatu yang tertunda, tetap memberikan makna
(Ismadiah Wulandari)**

**“Jangan bandingkan proses-mu dengan orang lain, sebab
bunga yang tumbuh takkan mekar bersamaan..”
(no name)**

**Ketika segalanya harus berakhir, maka akhirilah dengan
indah.
(Pongky Jikustik)**

**“Tak apa-apa melakukan kesalahan. Tak ada manusia yang
sempurna dan semua orang pasti pernah melakukan hal-
hal yang mereka sesali”
(Greatmind)**

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Kupersembahkan karya sederhana namun penuh perjuangan ini kepada kedua orangtua yang sangat kusayangi, Ayahanda Ikrin Simat PB dan Ibunda Maryani, serta adikku tersayang yang telah beranjak dewasa Edy Novriansyah PB

Kupersembahkan juga untuk pasanganku (kelak) dan semua sahabat, serta orang-orang yang selalu bersedia mendukungku sepenuh hati

Serta kepada almamaterku, Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillah rabbil'alamini, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Hierarki Pengaruh dalam Media Siber Lokal di Lampung pada Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung Tahun 2018”** sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki selama perkuliahan, serta berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Teruntuk kedua orangtuaku tercinta, anakmu ini mencoba memberikan yang terbaik untuk kalian. Betapa diri ini ingin melihat kalian bangga padaku. Betapa tak ternilai kasih sayang dan pengorbanan yang kalian berikan

untukku. Terimakasih atas dukungan moril maupun materil untukku selama ini diberikan kepada penulis. Bapakku, sosok laki-laki yang selalu kubanggakan **Ikrin Simat PB**, Bapak yang selalu menjadi sumber inspirasiku, makasih ya *pak* untuk pelajaran kesabaran yang sangat luar biasa. Bapak yang selalu berkorban untuk segala sesuatunya kepada keluarga terlebih kepada penulis, dan mendukung harapan serta keinginan anak-anaknya. Mamahku tersayang **Maryani**, sosok wanita hebat yang senantiasa berdoa untuk kesuksesan disetiap langkah anak-anaknya, yang selalu tiada henti mencurahkan kasih dan sayangnya kepada keluarga. Makasih *Mah* buat pelajaran keikhlasannya selama ini.

2. Adikku tersayang **Edy Novriansyah PB**. Kehadiranmu menyempurnakan hidupku. Contoh yang baik-baik aja ya *dek* dari *ayuk* , yang buruk-buruknya jangan dicontoh. Semoga kedepannya kita bisa berhasil dan tetap menjadi kebanggaan orang tua.
3. Teruntuk **Sony Hasudungan Lumban Gaol**, (sesuai janji abis kompre ditaro dinomor tiga hahah) terimakasih atas segala bentuk dukungannya selama proses penulisan skripsi ini, yang selalu siap nganterin kemanapun penulis melakukan wawancara, terimakasih untuk segala saran dan masukkannya dengan ide-ide mu yang luar biasa itu. You're the best.
4. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Ibu Dhanik Sulistyarini S.Sos, M.Comn&MediaSt, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

6. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, sekaligus dosen pembahas penulis yang selalu memberikan arahan, perbaikan dan masukan kepada penulis. Terima kasih atas semua kebaikan serta bantuan yang ibu berikan selama ini.
7. Bapak Dr. Abdul Firman A., M.Si, selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas kesediaan bapak untuk selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah yang penulis hadapi selama proses penyelesaian skripsi di tengah jadwal yang padat. Terimakasih atas segala kesabaran, masukan, saran dan bimbingan yang bapak berikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Terimakasih untuk semua motivasi dan nasihat yang bapak berikan kepada penulis sehingga penulis tetap semangat dalam menyusun skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan kepada bapak.
8. Bapak Dr. Andy Corry W., M.Si, selaku dosen pembahas yang telah memberikan pencerahan pemikiran terhadap penulis, tanpa kritik dan saran dari bapak niscaya skripsi ini jauh dari harapan. Terimakasih atas semua kebaikan serta bantuan yang bapak berikan selama ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan kepada bapak.
9. Bapak Toni Wijaya S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing akademik penulis yang selalu bersedia mendengarkan berbagai pertanyaan serta memberikan saran yang membangun kepada penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih pak.

10. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
11. Keluarga besar ku tersayang (kakek-nenek, om-tante, sepupu-sepupu) yang selalu memberikan semangat dihidupku dalam menyelesaikan skripsi ini dan untuk yuk Venti, yuk Fenny, Kak Zerry, Key dan Kanta terimakasih atas doa, saran dan motivasinya kepada penulis selama ini dan tak henti-hentinya mengingatkan untuk ngerjain skripsi dikala penulis sedang malas atau jenuh.
12. Pihak-pihak informan yang bersedia meluangkan waktunya dan memberikan data kepada penulis serta seluruh pihak informan yang telah memberikan izin penelitian serta memberikan informasi, masukan, dan kerjasamanya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
13. Untuk “**CUK GENG**” sebuah group yang bermula dari tugas KSP dan berlanjut ke tugas-tugas selanjutnya. Dihuni dengan manusia-manusia yang super luar biasa. **Arin, Ayu, Puput, Hariska** yang udah S.IKOM duluan terimakasih udah jadi motivasi biar cepet lulus juga, **Wak Arif** yang super sibuk dengan job MC kondangnya, **Bimawan** yang sibuk dengan bisnis berasnya, yok kalian berdua cepet selesaiin kuliahnya biar bisa tambah getol cari uangnya 😊 **Adhie Erone** yang sekarang sudah jadi pejabat di Lamteng, semangat terus yay nyari rupiahnya biar segera pinang pujaan hati, biar dispensernya CUK bisa otw ini. **Mas Teo** orang paling super cuek di group yang sebenarnya care tapi gengsi nunjukin ke publik karena gondrongnya, yok mas semangat kelarin bab 6 nya biar cepet hasil dan kompre juga dan biar bisa berkelana ke gunung lagi. **Riska** si reporter kondangnya CUK yang

sekarang super sibuk jadi kalo mau ketemu harus bikin janji di jauh hari, gimana dengan pujaan hati cit? Udah ada yang cocok? Jangan kasih kendor cit, semangat untuk hasilnya☺. Terimakasih CUK telah mengisi cerita indah, suka dan duka selama masa perkuliahan ini. Jangan pernah putus silaturahmi ya!!

14. Untuk “GOLONGAN KAMI” kelompok yang berawal dari game WW kemudian berlanjut ke group yang namanya selalu berubah sesuai apa yang lagi hitz diperbincangkan. Untuk **Adit** yang sebenarnya patner sejak semester pertama dan pernah menjadi rekan satu penelitiannya dosen, yok dit semangat BAP dan hasilnya biar cepet nyusul yang lainnya. **Ayung** si bolang yang sekarang udah S.IKOM duluan ditengah sibuknya dengan jadwal travellingnya, cepet dapet kerjaan ya yung biar cepet bagi seragam ☺. **Rahmad** manusia paling absurd yang pernah ditemuin, yang gebetannya tabur dimana-mana, udah lagi mad inshaf inget lo punya adek perempuan☺. **Ceceh** si gamer yang jarang muncul ke permukaa, Ceh apa kabarnya? Yok skripsinya cepet diselesaiin, jangan main game terus!! Terimakasih guys atas segala ceritanya ☺ *See you on top.*
15. Untuk Enin, Meje, dan Riska partner penelitian ku yang kadang jadi partner kulineran kalau habis turlap, Terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama proses penelitian. Yok semangat tinggal satu langkah lagi guys!!
16. Untuk teman-teman KKN Desa Cempaka Putih 1, Madian, Restu, Yolanda, Alvin, Rony dan Wanderi serta keluarga di Cempaka Putih. Terimakasih

keluarga baruku atas keseruan dan pengalaman yang kalian kasih selama 40 hari masa KKN. Tanpa kalian KKN ku akan biasa-biasa saja.

17. Tim Kompas TV Lampung, Bang Thomy, Bang Andro, Mba Cindy, dan Bintang yang menjadi partner kerja sekaligus mentor selama Praktik Kerja Lapangan (PKL). Mia, Dennis, rekan PKL ku selama 1 bulan di Kompas TV.
18. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 yang meramaikan hari-hariku menunggu lorong gedung C, Miki, Khesy, Bayu Ardi, Ratih, Metha, Dilla, Ratih, Meydina, Kumara, Ulfah, Manasye, Mbol dll yang ngga bisa disebutin satu-satu karena ada 120 orang ☺. Terima kasih kepada kalian semua atas cerita dan kenangan yang telah kita ukir bersama. Semoga kita semua berhasil di jalannya masing-masing.
19. Untuk semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Tanpa mengurangi rasa hormat, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga apa yang telah dilakukan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Aamiin.

Semoga Allah SWT selalu memberikan nikmat dan ridho-Nya untuk kita semua dalam hidup ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan keluasan ilmu bagi semua pihak yang telah membantu. Terima kasih banyak untuk segala bentuk doa dan dukungan yang kalian berikan.

Bandarlampung, 06 Februari 2019
Penulis

Ismadiyah Wulandari

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	viii
SANWACANA	ix
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Teoritis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	22

2.2.1 Media Siber Sebagai Media Baru (<i>New Media</i>).....	22
2.2.2 Teori Hierarki Pengaruh Isi Media.....	33
2.3 Kerangka Pikir	44
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Tipe Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	48
3.3 Fokus Penelitian.....	49
3.4 Penentuan Informan.....	50
3.5 Lokasi Penelitian	54
3.6 Sumber dan Jenis Data.....	54
3.7 Teknik Pengumpulan Data	55
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	57
3.9 Teknik Analisis Data	58
3.10 Teknik Keabsahan Data.....	59
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	61
4.1 Lampungpro.com.....	61
4.1.1 Profil Lampungpro.com	62
4.1.2 Visi dan Misi Lampungpro.com.....	63
4.1.3 Produk Lampungpro.com.....	63
4.1.4 <i>Rate Card</i> Harga Lampungpro.com	63
4.1.5 Peringkat Lampungpro.co di Web Alexa.com	64
4.1.6 Struktur Organisasi Lampungpro.com	65
4.2 Pelitaekspres.com	65
4.2.1 Profil Pelitaekspres.com.....	65
4.2.2 Struktur Organisasi Pelitaekspres.com.....	67
4.2.3 Rubrikasi Pelitaekspres.com	67
4.3 Jejamo.com	68
4.3.1 Profil Jejamo.com.....	68
4.3.2 Struktur Organisasi Jejamo.com	70
4.4 Lampung1.com	71
4.4.1 Profil Lampung1.com.....	71
4.4.2 Struktur Organisasi Lampung1.com	72
4.5 Dujurai.com	73
4.5.1 Profil Duajurai.co	73
4.5.2 Struktur Organisasi Duajurai.co	74
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	75
5.1 Identitas Informan.....	76
5.2 Hasil Wawancara Media Online Lampungpro.com	77
5.2.1 Level Individual	77
5.2.2 Level Rutinitas Media	81
5.2.3 Level Organisasi Media	88
5.2.4 Level Ekstramedia.....	92
5.2.5 Level Ideologi	101

5.3 Hasil Wawancara Media Online Pelitaekspres.com	105
5.3.1 Level Individual	105
5.3.2 Level Rutinitas Media	110
5.3.3 Level Organisasi Media	121
5.3.4 Level Ekstramedia	125
5.3.5 Level Ideologi	129
5.4 Hasil Wawancara Media Online Jejamo.com	133
5.4.1 Level Individual	133
5.4.2 Level Rutinitas Media	138
5.4.3 Level Organisasi	145
5.4.4 Level Ekstramedia	150
5.4.5 Level Ideologi	158
5.5 Hasil Wawancara Media <i>Online</i> Lampung1.com	160
5.5.1 Level Individual	160
5.5.2 Level Rutinitas Media	164
5.5.3 Level Organisasi	172
5.5.4 Level Ekstramedia	175
5.5.5 Level Ideologi	180
5.6 Hasil Wawancara Media <i>Online</i> Duajurai.co	182
5.6.1 Level Individual	182
5.6.2 Level Rutinitas Media	186
5.6.3 Level Organisasi	189
5.6.4 Level Ekstramedia	192
5.6.5 Level Ideologi	198
5.7 Pembahasan Level Individu	200
5.8 Pembahasan Level Rutinitas Media	211
5.9 Pembahasan Level Organisasi	221
5.10 Pembahasan Level Ekstramedia	228
5.11 Pembahasan Level Ideologi	234
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	245
6.1 Simpulan	245
6.2 Saran	248

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Peringkat 5 Besar Media Siber di Lampung	14
2. Penelitian Terdahulu	17
3. Tabel Rubrikasi Pelitaekspres.com	68
4. Daftar Nama Informan	76
5. Matriks Posisi Media dalam Teori Analisis Resepsi Level Individu	209
6. Matriks Posisi Media dalam Teori Analisis Resepsi Level Rutinitas Media ..	219
7. Matriks Posisi Media dalam Teori Analisis Resepsi Level Organisasi.....	227
8. Matriks Posisi Media dalam Teori Analisis Resepsi Level Ekstramedia.....	233
9. Matriks Posisi Media dalam Teori Analisis Resepsi Level Ideologi	240

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Jumlah Pengguna Internet Penduduk Indonesia Tahun 2017.....	6
2. Grafik Jumlah Pengakses Media Siber Indonesia Tahun 2017	7
3. Bagan Kerangka Pikir	47
4. Logo Lampungpro.com	62
5. Daftar Harga Produk di Lampungpro.com	63
6. Rangkaing Lampungpro.com di Situs Alexa.com per 18 April 2018	64
7. Logo Pelitaekspres.com	66
8. Logo Jejamo.com	69
9. Logo Lampung1.com	72
10. Logo Duajurai.co	74
11. Bagan Alur Penyajian Berita di Lampungpro	83
12. Peringkat Lampungpro.com di Portal Alexa pada April 2018	96
13. Contoh Jumlah Pembaca di Website Lampungpro.com	96
14. Contoh Jumlah Pembaca di Website Lampungpro.com	97
15. Bagan Rutinitas Media	138
16. Bagan Struktur Organisasi Jejamo.com	147
17. Bagan Unsur Rutinitas Media	164
18. Alur Proses Pemberitaan Duajurai.co	188
19. Pola Hierarki Pengaruh Level Individu	210
20. Pola Hierarki Pengaruh Level Rutinitas Media	220
21. Pola Hierarki Pengaruh Level Organisasi	228
22. Pola Hierarki Pengaruh Level Ekstramedia	234
23. Pola Hierarki Pengaruh Level Ideologi	241
24. Model Hierarki Pengaruh Media Siber	244

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2018 merupakan tahun politik bagi masyarakat yang berada di berbagai daerah di Indonesia. Karena di tahun ini terjadi peristiwa penting bagi bangsa Indonesia untuk menentukan masa depannya lima tahun ke depan. Peristiwa ini biasa disebut dengan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), yang bertujuan untuk memilih para calon wakil rakyat di tingkat daerah.

Sebelumnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah sukses menyelenggarakan Pilkada serentak pada 15 Februari 2017. Seluruh masyarakat Indonesia diberikan jaminan untuk memberikan hak suaranya secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Provinsi Lampung juga mengikuti Pilkada seentak tahun ini dengan tujuan untuk memilih kepala daerah yaitu Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung. Pilkada tahun 2018 merupakan pilkada ketiga kalinya bagi masyarakat Lampung yang dilakukan dengan sistem pencoblosan.

Menurut Miriam (2008: 461) pelaksanaan pemilihan umum merupakan tolak ukur atas pelaksanaan demokrasi di suatu negara. Pemilihan umum jika diartikan secara sederhana adalah cara individu warga negara melakukan aktivitas politik ataupun kontrak politik dengan kandidat atau partai politik

yang diberikan mandat atau wewenang untuk melaksanakan kekuasaan dalam politik. Dengan dilangsungkannya pemilihan umum, maka telah menempatkan kedaulatan pada tempat sesungguhnya, yaitu rakyat. Oleh karena itu rakyat adalah subjek yang menentukan pemimpin, bukan objek yang ditentukan, (Setiajid, 2010: 15).

Denver (1992: 414) dalam tulisannya mengenai pemilu pada tingkatan yang umum telah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perubahan kampanye. Faktor-faktor tersebut meliputi beberapa hal yakni semakin bertambahnya jumlah pemilih seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, semakin beragam dan meluasnya media massa, pergantian atau perubahan peraturan perundang-undangan yang mengatur pemilihan dan kampanye pemilihan, penggunaan *polling* pendapat umum, pesatnya perkembangan teknologi komputer yang kini nyaris tak terpisahkan dengan internet dan semakin mahalnnya biaya kampanye.

Tidak terkecuali pilkada pada masa pasca reformasi pun telah mencapai sebuah titik baru. Yaitu didorong oleh tuntutan reformasi, maka terbitlah Undang-Undang tentang pemerintahan daerah dan pemilihan kepala daerah yakni Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pemilihan Umum Kepala Daerah juga membawa dampak yang signifikan terhadap dinamika politik di masyarakat. Adanya sistem baru, kepala daerah dipilih melalui pemilihan langsung oleh rakyat tidak lagi melalui sistem pemilihan dalam dewan perwakilan rakyat. Oleh karena itu perolehan suara terbanyak adalah

syarat mutlak dalam memperoleh puncak tapuk kekuasaan (Novemilia, 2016: 2).

Pada bulan Juni 2018 Indonesia melaksanakan pilkada serentak secara nasional gelombang ketiga (gelombang pertama dilaksanakan tahun 2015 dan gelombang kedua dilaksanakan tahun 2017). Pilkada tahun 2018 ini diikuti oleh 171 daerah yang terdiri dari 17 tingkat provinsi, 115 kabupaten dan 39 kota.

Pilkada merupakan salah satu dari implementasi adanya demokrasi di Indonesia. Pilkada pada era sekarang ini dilaksanakan secara langsung. Salah satu yang berpengaruh dalam jalannya pilkada adalah pihak media. Para kandidat berlomba-lomba mempromosikan diri dan visi-misinya dengan harapan menarik persepsi positif dari publik. Kegiatan promosi yang menggunakan media massa (koran, majalah, radio, televisi) dan media siber ternyata memberikan pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi pemilih secara bertahap agar mau memilih salah satu kandidat sehingga membentuk sebuah loyalitas pemilih yang sangat kuat (Novemilia, 2016: 2).

Hal ini dapat kita lihat pada Provinsi Lampung yaitu salah satu provinsi yang mengikuti Pilkada serentak pada tahun 2018 ini. Para calon kandidat gubernur dan wakil gubernur berlomba-lomba untuk bisa menarik hati masyarakat agar mendapat citra diri yang baik dari opini masyarakat. Karena citra seorang pemimpin dalam era saat ini sedikit dipertimbangkan dibanding kemampuan dan intelektualitasnya (Novemilia, 2016: 3).

Politik dan media merupakan dua hal yang saling berkaitan. Di Indonesia media sangat berperan aktif dalam meningkatkan citra seseorang bahkan citra kelompok. Ada beberapa politikus dengan nama-nama besar yang lahir dari goresan tinta media. Ada partai baru yang mampu dengan cepat menarik dukungan rakyat melalui citra yang dikonstruksi oleh media massa.

Kehadiran media *online* dalam kehidupan manusia modern adalah salah satu bukti pesatnya perkembangan teknologi. Dengan demikian teknologi mempunyai banyak keterlibatan terhadap seluruh bidang kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang pesat pun berpengaruh pada eksistensi media, termasuk media siber. Media massa pun bermetamorfosa menuju arah yang lebih canggih. Kini majalah, buku, surat kabar, dan media cetak lainnya tidak hanya menggunakan kertas tetapi sudah merambah ke dunia *online*.

Media siber juga sering disebut sebagai karya jurnalistik yang diistilahkan jurnalisme *online*, yaitu situs-situs berita populer baik lokal maupun internasional. Media siber merupakan salah satu media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media siber terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi dengan menggunakan perangkat komputer ataupun *smartphone*. Keunggulan dari media siber adalah bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. *Up to date*, karena media siber dapat melakukan *upgrade* informasi dari waktu ke waktu. *Real time*, karena media siber dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Praktis, karena media siber dapat diakses dimana saja dan kapan saja sejauh di dukung teknologi internet.

Fenomena jurnalisme *online* menjadi contoh menarik. Khalayak mengakses media konvergen alias pembaca tinggal memilih informasi yang diinginkan di komputer atau *smartphone* yang sudah di lengkapi dengan aplikasi internet, untuk mengetahui informasi yang dikehendaki dan informasi yang dicari dapat diakses dengan mudah. Sehingga, aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mempercepat jalur pengiriman informasi media kepada khalayaknya.

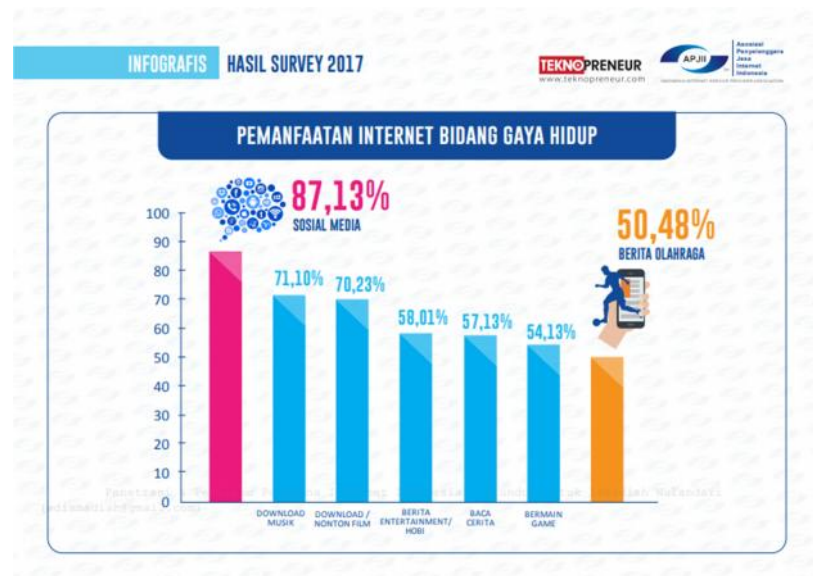
Jurnalisme *online* ini juga memperketat *deadline* (tenggat waktu) penulisan berita. Pada media cetak harian yakni *deadline* jam 12 malam, sedangkan jurnalisme *online* setiap saat bisa menjadi *deadline*. Sebab, begitu berita didapatkan, berita harus segera ditulis atau di laporkan via telepon ke kantor pusatnya.

Kelebihan yang ditawarkan jurnalisme *online* ada tiga diantaranya yaitu; Pertama, *audience control*, yang memungkinkan (*user/visitor*) leluasa dalam memilih berita yang diinginkan. Kedua, *non linearity*, setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan. Ketiga, *unlimited space*, relatif tanpa batasan jumlah berita atau informasi yang akan dipublikasikan, juga relatif tanpa batasan jumlah huruf dan kata/kalimat (Jamest C. Foust, 2005 dalam romelteamedia.com). Kemudahan akses informasi yang ditawarkan membuat masyarakat lebih memilih menggunakan media siber dibandingkan media massa lainnya.

Hal ini dibuktikan dengan data pengunjung media siber yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2017, sebanyak 143,27 juta jiwa mengakses internet dari total populasi 262 juta jiwa jumlah penduduk Indonesia. Kemudian dari jumlah populasi tersebut, sebanyak 58,01% juta penduduk Indonesia menggunakan internet untuk akses berita *online*. Pemaparan hasil riset tersebut telah menggambarkan keaktifan masyarakat Indonesia dalam mengakses berita *online*.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Internet Penduduk Indonesia tahun 2017



Gambar 2. Grafik Jumlah Pengakses Media Siber Indonesia tahun 2017

Masuknya pemimpin media massa dalam dunia politik memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pemberitaan-pemberitaan politik yang dimuat di media massa baik media cetak, media elektronik maupun media siber. Dengan demikian media tidak lagi mungkin terbebas dari kepentingan politik karena didukung oleh kekuatan politik tertentu. Adanya kepentingan dari media massa turut mempengaruhi berita yang disampaikan sehingga berita bukanlah fakta yang objektif melainkan fakta yang telah dikonstruksi oleh media atau penulis/wartawan dengan latar belakang kepentingan tertentu (Sudibyo, 2010: 91).

Terlepas dari segala kelebihan yang ditawarkan, jika dilihat dari sisi fungsional sebenarnya tidak ada perbedaan fungsi antara jurnalisme *online* dengan konvensional. Fungsinya masih tetap sama yakni sebagai ruang publik. Selain itu, sifatnya yang masif juga seharusnya menjalankan fungsi yang sama dengan komunikasi massa. Dimana fungsi media massa

diantaranya untuk menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), dan untuk menghibur (*to entertain*). Ditegaskan melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, bahwa fungsi pers adalah menginformasikan, mendidik, menghibur, dan melakukan pengawasan sosial (*social control*) baik pada perilaku publik maupun pada penguasa.

Media dalam menjalankan tugasnya berusaha menjalankan fungsi dengan semestinya sesuai ideologi media tersebut. Kepentingan pemilik media yang sering tertuang melalui media massa ialah menggunakan media untuk politik. Hal ini didukung oleh kenyataan bahwa pemilik sejumlah media juga memiliki kekuasaan pada dunia politik. Seperti Surya Paloh pemilik dari Media Indonesia dan stasiun televisi Metro TV, surat kabar Lampung Post, serta portal berita *online metrotvnews.com*. Kemudian Surya Paloh bersama Sri Sultan Hamengkubuwono X mencetuskan Partai Nasdem (Nasional Demokrat). Contoh lain, Aburizal Bakrie memiliki sejumlah media yakni TV One, ANTV, serta anak perusahaan berupa portal berita *online viva.co.id*. Bakrie dalam catatan aktivitas politik ia menjadi ketua Partai Golkar (Golongan Karya). Singkatnya, disimpulkan bahwa dalam hal ini pemilik media juga menjadi seorang politisi. Hal ini mengingatkan pada salah satu pemanfaatan media sebagai komunikasi politik. (Sarohmawati, 2017: 3).

Komunikasi politik di media massa erat kaitannya dengan opini publik. Opini publik yaitu upaya membangunkan sikap dan tindakan khalayak mengenai suatu masalah politik atau aktor politik. Dalam komunikasi politik, media massa menjadi penggerak utama dalam usaha mempengaruhi individu

terhadap terpaan berita yang diterimanya (Nimmo, 2001: 198-200). Media menjadi aktor politik yang digunakan untuk menyampaikan informasi politik. Para politisi menggunakan media massa untuk menghimpun atau mempertahankan dukungan terhadapnya (Nimmo, 2001: 201).

Bahkan media massa dilihat sebagai alat yang mampu memberi label terhadap realitas sosial yang terjadi di masyarakat (Nimmo, 2001: 201). Bukan sekedar sarana yang menampilkan kepada publik peristiwa politik secara apa adanya, tetapi tergantung kepada kelompok dan ideologi yang mendominasinya. Dengan demikian apapun yang ditampilkan atau dihasilkan oleh media merupakan representasi dari ideologi media massa tersebut.

Oleh karena itu, proses penyampaian pesan politik menjadi lebih penting daripada isinya sendiri. Ini berarti bahwa komunikasi politik itu tidak secara langsung menimbulkan pendapat atau perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara khalayak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan dan citra itulah yang mempengaruhi pendapat atau perilaku khalayak.

Segala pemberitaan mengenai pilkada yang berlangsung di Lampung tidak luput dari sorotan berbagai massa massa, khususnya media lokal di Lampung. Mulai dari isu pasangan calon mana yang maju, pasangan calon yang akhirnya mendeklarasikan dirinya maju dalam pilkada Lampung, proses kampanye, visi-misi yang ditawarkan dan berbagai berita lainnya. KPU Provinsi Lampung menetapkan empat pasang calon gubernur dan wakil gubernur Lampung yang akan bertarung dalam pilkada 2018 ini, yaitu pasangan dengan nomor urut 1 H. Muhammad Ridho Ficardo, M.Si-Bachtiar

Basri, S.H., MM., pasangan nomor urut 2 Drs. H. Herman Hasanusi, M.M-Ir. Sutono M.M., pasangan nomor urut 3 Ir. H. Arinal Djunaidi-Hj. Chusnunia Ph.D., pasangan nomor urut 4 Dr. H Mustafa-H. Ahmad Jajuli, STP., M.Si.

Di dalam penelitian Parama Arrazak Sumbada dengan mengusung tema *Hierarki Pengaruh Pada Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo (2016)*. Menjelaskan bahwa hierarki pengaruh pada pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo didominasi oleh level rutinitas media, khususnya pada unsur penyusunan pemberitaan. Rutinitas memiliki pengaruh yang penting dikarenakan telah terbentuk lingkungan dimana pekerja melaksanakan pekerjaannya secara alami dan tanpa paksaan.

Penelitian yang lainnya oleh Ayu Rara Novemilia yang berjudul *Kebijakan Lampung Post dalam Pembentukan Citra Politik (Studi Kasus Netralitas Media Cetak Terhadap Pemberitaan Calon Bupati Pesawaran Pada Pilkada 2015)*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik calon Bupati Pesawaran 2015 dapat dikatakan tidak netral. Dilihat dari 3 (tiga) aspek dalam kajian citra politik yaitu nilai, kepercayaan, dan pengharapan. Terlihat dari masing-masing aspek dalam pemberitaan semua calon Bupati Pesawaran 2015, porsi berita yang diberikan oleh Lampung Post tidak sama dan merata. Hal ini terlihat dari pengemasan berita Calon Bupati Pesawaran 2015 menunjukkan bahwa Lampung Post masih cenderung memihak terhadap salah satu calon walaupun keberpihakan tersebut diikuti dengan dalih “bukan unsur kesengajaan”.

Penelitian yang membahas tentang politik juga ditulis oleh Aprilia Dwi Aryanti yang berjudul *Netralitas Media Massa Sebagai Implementasi Fungsi Edukasi Politik di Indonesia*. Dari hasil penelitian didapat kesimpulan bahwa pengaruh media massa yang besar dalam rangka menjalankan fungsi edukasi politik yaitu memberikan informasi dalam rangka mendidik masyarakat agar mampu menentukan pilihannya, keputusan politiknya, hingga mampu meningkatkan partisipasi dalam rangka mengawal jalannya pemerintahan, tercermin dari bagaimana media mampu membentuk persepsi masyarakat yang berimbas pada perilaku politik tersebut. Oleh karena itu netralitas media massa dituntut untuk mampu mencapai fungsi tersebut sebagai salah satu perilaku media massa yang sesuai dengan prinsip prinsip independensi, kebebasan, kebenaran dan keakuratan, serta integritas dan dedikasi terhadap masyarakat.

Berdasarkan keputusan KPU tentang jadwal pelaksanaan masa kampanye yang dilakukan mulai dari 15 Februari-23 Juni 2018. Pada masa kampanye yang telah ditetapkan tersebut para pasangan calon gubernur dan wakil gubernur memiliki kebebasan untuk menyampaikan pesan politik baik secara langsung ataupun melalui media cetak, elektronik dan media siber. Di dalam media sendiri tidak ada larangan bagi jurnalis untuk meliput kegiatan politik partai tertentu, namun posisi media harus jelas dalam arus politik pilkada. Ketua KPI kembali menegaskan bahwa media massa tidak boleh bersikap partisan, apalagi hanya mementingkan golongan tertentu. Media siber harus bisa menjaga diri dari pengaruh maupun bias-bias politik praktis. Terlebih media yang mempunyai pengaruh luas di masyarakat.

Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) No. 01 tahun 2013 tentang pedoman pelaksanaan kampanye pemilihan umum anggota DPR, DPD, dan DPRD. Di dalam keputusannya, KPU mengatur tentang pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye merupakan penyampaian pesan-pesan kampanye oleh peserta pemilu kepada masyarakat melalui media cetak dan elektronik secara berulang-ulang berbentuk tulisan, gambar, animasi, promosi, suara, peragaan, sandiwara, debat, dan bentuk lainnya yang berisi ajakan, himbauan untuk memberikan dukungan kepada peserta pemilihan umum.

Oleh karena itu keputusan tersebut memberi ruang besar kepada para peserta Pilkada untuk menggunakan media massa sebagai salah satu saluran berkampanye. Pengaturan seperti ini di satu sisi dapat memberikan pedoman tapi juga rawan terhadap penyalahgunaan media massa, seperti promosi dimana biaya promosi dibebankan kepada peserta pemilu. Poin tersebut memungkinkan peserta pemilu untuk membuat materi siaran yang sangat dominan dan membeli kesempatan siarannya dengan uang yang cukup besar. Ini membuka kemungkinan media massa yang memprioritaskan keuntungan bisnis untuk menjadikan kampanye politik pihak tertentu sebagai bagian program siarannya yang dominan.

Faktor-faktor yang memengaruhi pemberitaan media didapat dari faktor internal dan eksternal. Pengaruh faktor-faktor ini disebut sebagai Teori Hierarki Pengaruh Media yang dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya *Mediating The Message: Theories Of*

Influences On Mass Media Content (1996, 222). Dalam teori ini terdapat 5 faktor yang memengaruhi pemberitaan di media, yaitu pengaruh individual level (*individual level*), level media rutin (*routinenes media level*), level organisasi (*organizational level*), level ekstra media (*extramedia level*) dan level ideologi (*ideological level*).

Dari kelima faktor tersebut, faktor internal melingkupi faktor individu, yang datang dari pekerja media (reporter, wartawan), faktor media rutin yang muncul dari keseharian sebuah media dalam pengemasan berita, dan faktor organisasi yang berkaitan dengan struktur organisasi atau kepemilikan. Sedangkan faktor eksternal melingkupi faktor ekstra media level yang berasal dari pengiklan, penonton, kontrol pemerintah, pangsa pasar atau sumber berita dan faktor pengaruh ideologi yang didasarkan cara pandang media.

Berdasarkan pernyataan Ketua Dewan Pers, Yosep Adi Prasetyo jumlah media di Indonesia paling banyak media di dunia, total media di Indonesia ada sekitar 47 ribu media, sedangkan yang terdata di Dewan Pers sekitar 321 media cetak dan 2000 media siber.

Menurut data dari Serikat Media Siber Indonesia (SMSI) anggota SMSI di Provinsi Lampung tahun 2018 ada 67 media, belum lagi ditambah jumlah media yang tidak tergabung dalam SMSI. Banyaknya media siber di Lampung, maka peneliti ingin membatasi jumlah media siber yang akan diteliti. Indikator pemilihan media tersebut didasarkan pada data Dewan Pers terkait pers yang telah terverifikasi administrasi dan terverifikasi secara administrasi serta faktual, juga berdasarkan data yang telah dihimpun *website*

pemeringkat internet Alexa.com, ada lima media siber yang sering dikunjungi di Lampung pada saat pilkada berlangsung. Berikut tabel data peringkat 5 besar media siber yang berbasis di Lampung.

Tabel 1. Peringkat 5 Besar Media Siber di Lampung

No	Nama Media Siber	Peringkat se-Lampung	Peringkat se-Inodensia
1.	Lampungpro.com	1	1.501
2.	Jejamo.com	2	12.066
3.	Duajurai.co	3	21.333
4.	Lampung1.com	4	41.439
5.	Pelitaekspres.com	5	44.567

Sumber: <http://www.alex.com/siteinfo> ,diakses 15 April 2018 pukul 14.30 WIB

Keberadaan media siber lokal diatas sebagai salah satu media dan sarana informasi yang cukup efektif untuk melancarkan kepentingan politik pada saat pelaksanaan pemilihan kepala daerah karena wilayah jaringannya hampir seluruh daerah Provinsi Lampung. Dalam pengemasan berita, media siber diatas sudah pasti dipengaruhi juga oleh kelima faktor hierarki. Media siber diatas juga belum diketahui keberpihakannya. Hal tersebut ditegaskan oleh Kun Wazis dalam buku Media Massa dan Konstruksi Realitas yang mengatakan bahwa tidak semua media sudah terlihat jelas ke arah politik mana media berlabuh, seperti kelompok Tempo dan Kompas yang masih menjadi bola liar. Secara formal sulit mendefinisikan kedekatan politik mereka. (Wazis, Kun: 2012)

Di sinilah ketertarikan peneliti untuk meneliti media siber sebagai media yang masih menjadi bola liar. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Hierarki Pengaruh dalam Media Siber Lokal di

Lampung pada Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tahun 2018”. Penelitian ini dilakukan karena belum banyak penelitian mengenai hierarki pengaruh dalam media siber di Lampung terutama dalam pemberitaan mengenai pemilihan gubernur dan wakil gubernur Lampung tahun 2018.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah “Bagaimana hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini adalah suatu penelitian dibidang ilmu komunikasi yang diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu media massa dan jurnalistik khususnya tentang hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumber bahan referensi bersama dalam memahami hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai panduan serta perbandingan sebagai upaya untuk mengurangi kegiatan penggandaan karya dan sejenisnya. Penelitian terdahulu juga menjadi referensi dalam memilih sistematika penulisan maupun langkah-langkah sistematis teori hierarki pengaruh. Selain itu untuk menambah wawasan mengenai hasil penelitian tersebut. Berikut penelitian terdahulu yang sudah berhasil dikumpulkan oleh peneliti sebagai salah satu referensi :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

1.	Judul	Hierarki Pengaruh pada Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo
	Penulis	Parama Arrazak Sumbada, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2016) : Skripsi
	Metode Penelitian	Kualitatif eksplanatif
	Hasil Penelitian Terdahulu	Berdasarkan hasil temuan dan analisis diketahui bahwa hierarki pengaruh pada pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo didominasi oleh level rutinitas media, khususnya pada unsur penyusunan pemberitaan. Rutinitas memiliki pengaruh yang penting dikarenakan telah terbentuk lingkungan dimana pekerja melaksanakan pekerjaannya secara alami dan tanpa paksaan. Level berikutnya yang dinilai cukup berpengaruh adalah level individu media, dalam hal ini adalah reporter. Reporter bersentuhan secara langsung dalam pencarian data di lapangan. Level-level lain memengaruhi secara tidak langsung. Level organisasi media diwakili oleh jajaran manajemen dan pemegang saham PT. Tempo Inti Media Tbk, level ekstra media diwakili oleh pengiklan, dan level ideologi Majalah Tempo yang menjunjung tinggi

		pluralisme dan independensi.
	Perbedaan Penelitian Terdahulu	Penelitian terdahulu objeknya adalah majalah Tempo, sedangkan penelitian ini adalah media siber lokal dilampung serta subjek juga berbeda, penelitian terdahulu meneliti masalah pemberitaan mengenai pemberitaan Pilkada DKI Jakarta sedangkan penelitian ini meneliti pilkada Lampung.
	Kontribusi Penelitian Terdahulu	Penelitian terdahulu memberikan data-data mengenai pemberitaan mengenai Hierarki pengaruh pemberitaan pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo.
2.	Judul	Kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik (studi kasus netralitas media cetak terhadap pemberitaan calon bupati Pesawaran pada Pilkada 2015)
	Penulis	Ayu Rara Novemilia, Universitas Lampung (2016) : Skripsi
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian Terdahulu	Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan bahwa kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik calon Bupati Pesawaran 2015 dapat dikatakan tidak netral. Dilihat dari 3 (tiga) aspek dalam kajian citra politik yaitu nilai, kepercayaan, dan pengharapan. Terlihat dari masing-masing aspek dalam pemberitaan semua calon Bupati Pesawaran 2015, porsi berita yang diberikan oleh Lampung Post tidak sama dan merata. Hal ini terlihat dari pengemasan berita Calon Bupati Pesawaran 2015 menunjukkan bahwa Lampung Post masih cenderung memihak terhadap salah satu calon walaupun keberpihakan tersebut diikuti dengan dalih “bukan unsur kesengajaan”.
	Perbedaan Penelitian Terdahulu	Perbedaan penelitian terletak pada penelitian terdahulu yang memfokuskan diri pada kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik, sedangkan penelitian ini fokus kepada hierarki pengaruh dalam media siber lokal pada pilkada gubernur dan wakil gubernur lampung tahun 2018.
	Kontribusi Penelitian Terdahulu	Memberikan wawasan mengenai kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik.
3.	Judul	Netralitas Media Massa Sebagai Implementasi Fungsi Edukasi Politik di Indonesia.
	Penulis	Aprilia Dwi Aryanti, Universitas Lampung (2016) : Skripsi
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian Terdahulu	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh media massa yang besar dalam rangka menjalankan fungsi edukasi politik yaitu memberikan informasi dalam rangka mendidik masyarakat agar mampu menentukan pilihannya, keputusan politiknya, hingga mampu meningkatkan partisipasi dalam rangka mengawal jalannya pemerintahan, tercermin dari bagaimana media mampu

	membentuk persepsi masyarakat yang berimbang pada perilaku politik tersebut. Oleh karena itu netralitas media massa dituntut untuk mampu mencapai fungsi tersebut sebagai salah satu perilaku media massa yang sesuai dengan prinsip prinsip independensi, kebebasan, kebenaran dan keakuratan, serta integritas dan dedikasi terhadap masyarakat.
Perbedaan Penelitian Terdahulu	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aryanti, 2014) yaitu pada ruang lingkup obyek dan subyek penelitian. Batasan obyek penelitian dalam penelitian ini yaitu hierarki pengaruh dalam media siber pada pemilihan kepala daerah di Lampung, sedangkan penelitian Aryanti obyeknya lebih difokuskan pada netralitas media massa sebagai edukasi politik di seluruh Indonesia. Subyek dalam penelitian ini hanya sebatas media siber lokal, sedangkan penelitian Aryanti lebih luas yaitu media massa, baik media cetak maupun media elektronik.
Kontribusi Penelitian Terdahulu	Memberikan gambaran mengenai netralitas media massa sebagai edukasi politik.

Sumber : Dari hasil kajian peneliti dari berbagai sumber (2018)

1. Hierarki Pengaruh pada Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo

Penelitian ini dilakukan untuk melihat hierarki pengaruh pada pemberitaan pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo. Hasil penelitian yang dilakukan Parama Arrazak Sumbada (mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) ditemukan bahwa hierarki pengaruh pada pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo didominasi oleh level rutinitas media dari kelima hierarki yang ada, khususnya pada unsur penyusunan pemberitaan. Rutinitas memiliki pengaruh yang penting dikarenakan telah terbentuk lingkungan dimana pekerja melaksanakan pekerjaannya secara alami dan tanpa paksaan. Level berikutnya yang dinilai cukup berpengaruh adalah level individu media, dalam hal ini adalah reporter. Reporter bersentuhan secara langsung dalam pencarian data di lapangan. Level-level lain memengaruhi secara tidak langsung. Level organisasi media diwakili oleh jajaran manajemen dan

pemegang saham PT. Tempo Inti Media Tbk, level ekstra media diwakili oleh pengiklan, dan level ideologi Majalah Tempo yang menjunjung tinggi pluralisme dan independensi.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti saat ini adalah terletak pada objeknya, penelitian terdahulu meneliti majalah Tempo sebagai objeknya, sedangkan penelitian ini adalah media siber lokal di Lampung serta subjek juga berbeda, penelitian terdahulu meneliti masalah pemberitaan mengenai pemberitaan Pilkada DKI Jakarta sedangkan penelitian ini meneliti pilkada Lampung. Kontribusi penelitian yaitu memberikan data-data mengenai pemberitaan mengenai Hierarki pengaruh pemberitaan pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo.

2. Kebijakan Lampung Post dalam Pembentukan Citra Politik (Studi Kasus Netralitas Media Cetak Terhadap Pemberitaan Calon Bupati Pesawaran Pada Pilkada 2015)

Pada Pilkada Pesawaran 2015 semua calon bupati terindikasi menggunakan media massa yaitu media cetak atau koran Lampung Post dalam upaya pencitraan guna membentuk opini publik. Peneliti memperoleh data pemberitaan tentang citra politik calon Bupati dari surat kabar Lampung Post pada bulan Juni-November 2015 menunjukkan adanya data yang fluktuatif dalam pemberitaan tersebut. Yaitu semua calon tidak memperoleh porsi pemberitaan yang sama. Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media kepada agenda publik. Bagaimanapun juga netralitas media dituntut agar mampu mencerdaskan masyarakat dalam menilai calon pemimpin yang berkualitas.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan bahwa kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik calon Bupati Pesawaran 2015 dapat dikatakan tidak netral. Dilihat dari 3 (tiga) aspek dalam kajian citra politik yaitu nilai, kepercayaan, dan pengharapan. Terlihat dari masing-masing aspek dalam pemberitaan semua calon Bupati Pesawaran 2015, porsi berita yang diberikan oleh Lampung Post tidak sama dan merata. Hal ini terlihat dari pengemasan berita Calon Bupati Pesawaran 2015 menunjukkan bahwa Lampung Post masih cenderung memihak terhadap salah satu calon walaupun keberpihakan tersebut diikuti dengan dalih “bukan unsur kesengajaan”.

Perbedaan penelitian terletak pada penelitian terdahulu yang memfokuskan diri pada kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik, sedangkan penelitian saat ini fokus kepada hierarki pengaruh dalam media siber lokal pada pilkada gubernur dan wakil gubernur lampung tahun 2018. Kontribusi penelitian yaitu memberikan wawasan mengenai kebijakan Lampung Post dalam pembentukan citra politik.

3. Netralitas Media Massa Sebagai Implementasi Fungsi Edukasi Politik di Indonesia

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh media massa yang besar dalam rangka menjalankan fungsi edukasi politik yaitu memberikan informasi dalam rangka mendidik masyarakat agar mampu menentukan pilihannya, keputusan politiknya, hingga mampu meningkatkan partisipasi dalam rangka mengawal jalannya pemerintahan, tercermin dari bagaimana

media mampu membentuk persepsi masyarakat yang berimbas pada perilaku politik tersebut. Oleh karena itu netralitas media massa dituntut untuk mampu mencapai fungsi tersebut sebagai salah satu perilaku media massa yang sesuai dengan prinsip prinsip independensi, kebebasan, kebenaran dan keakuratan, serta integritas dan dedikasi terhadap masyarakat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aryanti, 2014) yaitu pada ruang lingkup obyek dan subyek penelitian. Batasan objek penelitian dalam penelitian ini yaitu hierarki pengaruh dalam media siber pada pemilihan kepala daerah di Lampung, sedangkan penelitian Aryanti objeknya lebih difokuskan pada netralitas media massa sebagai edukasi politik di seluruh Indonesia. Subyek dalam penelitian ini hanya sebatas media siber lokal, sedangkan penelitian Aryanti lebih luas yaitu media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Kontribusi penelitian yaitu memberikan gambaran mengenai netralitas media massa sebagai edukasi politik.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Media Siber Sebagai Media Baru (*New Media*)

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat dewasa ini, telah membuat dunia terasa makin luas dan ruang seolah menjadi tak berjarak lagi. Perubahan informasi kini tidak lagi dalam jangka minggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan waktu tiap detik. Istilah ‘media baru’ (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi

komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa*, McQuail menjelaskan bahwa “media baru atau *new media* adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. Menurut Denis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya. Castells berpendapat bahwa pada awalnya, internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan jasa, dan sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi (McQuail, 2011: 41).

Teori difusi dan inovasi, Everett M. Rogers, seperti yang dikutip oleh Nurudin, dikatakan bahwa “Komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Dengan demikian inovasi (penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya” (Nurudin, 2011: 188).

Dari penjelasan diatas dapat dilihat bagaimana media memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk membentuk opini publik. Masyarakat akan diarahkan pada sebuah isu atau pemberitaan yang dibawa oleh media massa. Dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak tentu seorang komunikator membutuhkan media dalam menyampaikannya. Banyak sekali media atau jenis komunikasi massa yang digunakan dan dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan. Perkembangan zaman juga mempengaruhi jenis komunikasi massa yang ada.

Di era digital seperti ini ada beragam pilihan media yang bisa digunakan seperti televisi, media cetak bahkan media siber. Kebutuhan akan informasi pada saat ini, membuat manusia lebih memilih media yang mudah dan cepat diakses untuk mendapatkan informasi. Bahkan pada faktanya saat ini hampir semua manusia atau masyarakat yang hidup di era digital seperti memiliki alat atau teknologi yang digunakan untuk mengakses informasi seperti *smartphone*, atau sejenisnya. Maka komunikator akan sangat dimudahkan dalam hal ini untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak. Dengan semakin menjamurnya penggunaan internet dan didukung dengan kemajuan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadilah pemekaran (konvergensi) dari media-media yang sudah ada sebelumnya yang dikenal dengan *new media* atau media baru.

Teori konvergensi seperti yang dikutip Septiawan (2005:135) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalisme Kontemporer*, menyatakan bahwa “Berbagai perkembangan bentuk media massa terus merentang dari sejak awal siklus penemuannya. Setiap model media terbaru tersebut cenderung merupakan perpanjangan, atau evolusi dari model-model terdahulu. Dalam konteks ini, internet bukanlah suatu pengecualian”.

Menurut Romli (2012:30), media *online* disebut juga *cybermedia* (media siber), internet media (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Secara teknis atau fisik, media siber adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media siber adalah portal, *website* (situs web, termasuk *blog* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*), radio *online*, TV *online*, dan *email*.

Menurut Septiawan internet adalah medium terbaru yang mengkonvergikan seluruh karakteristik dari bentuk-bentuk terdahulu. Karena itu, apa yang berubah bukanlah substansinya, melainkan mode-mode produksi dan perangkatnya (Hilf, 2000).

Inilah keajaiban teknologi informasi terkini. Komuterisasi, menurut Bittner (1986: 314), membuat pemberitaan dapat dikirim, disebar, dan diterima dalam kepingan data-data. Kecepatan ruang-waktu elektronika dipakai untuk mengantarkan pesan bergambar dan bersuara

(multimedia). Teknologi digitalisasi membuat informasi dapat diakses siapa pun dan dimana pun secara pribadi.

Publik dewasa ini tak hanya mengenal surat kabar, majalah, radio, atau televisi sebagai media massa, tetapi juga situs-situs berita di dalam ruang siber. Media massa bertambah anggota dengan kelahiran situs-situs berita di ruang siber dalam kategori yang disebut dengan portal berita. Portal berita terdiri dari dua kata, yaitu portal dan berita. Portal memiliki pengertian sebagai situs atau halaman web, sedangkan berita dapat didefinisikan sebagai informasi terbaru mengenai sesuatu yang sedang terjadi. Jadi, secara umum portal berita dapat diartikan sebagai situs atau halaman web yang berisi mengenai berbagai jenis berita.

Kehadiran media siber memunculkan generasi baru jurnalistik yakni jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* (*online journalism*) disebut juga *cyberjournalism*, jurnalistik internet, dan *jurnalistik web* (*web journalism*) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism*) radio dan televisi.

Dalam jurnalistik *online*, proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan media internet. Perkembangan internet yang pesat saat ini telah melahirkan beragam bentuk media siber seperti contohnya *website* dan portal yang digunakan sebagai media untuk menyebarkan berita dan informasi.

Sejarah media massa memperlihatkan bahwa sebuah teknologi baru tidak pernah menghilangkan teknologi yang lama, namun menggantikan yang lama. Jurnalisme *online* tidak akan menghapuskan jurnalisme tradisional, namun meningkatkan intensitasnya dengan menggabungkan fungsi-fungsi dari teknologi internet dengan media tradisional.

Didalam media siber, teknologi menjadi faktor penentu. Beda wartawan siber dengan wartawan lainnya adalah pada tantangan berita siber yang begitu cepat, hampir tiap menit perubahannya, dan ruang pemberitaan yang sebatas layar monitor. Pemberitaannya bisa ditanggapi langsung khalayak, dan dapat terhubung dengan berbagai berita, arsip, dan sumber lain, melalui format *hyperlinks*. Pavlik (2001) menyebut jurnalisme ini sebagai *contextualized journalism*, dikarenakan kemampuannya dalam menggabungkan kemampuan multimedia digital, interaksi *online*, dan tata rupa fiturnya.

Perbedaan utama jurnalistik *online* dengan jurnalistik tradisional (cetak, radio, TV) adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-*update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (*user*) (Romli, 2012: 14).

Dimensi *online* memiliki kekuasaan lain, pengelola ditantang untuk menciptakan sarana yang lebih jauh dan lebih inovatif untuk mengirimkan berita. Biggs merujuk ucapan perancang data ulung

Edward Tufte, bahwa dunia *online* bersifat kompleks, dinamis, dan multidimensi, sementara surat kabar bersifat statis dan datar. Media internet membuka perluasan informasi berdasarkan jaringan yang multidimensi.

Media siber, sebagaimana media massa lainnya berperan sebagai alat informasi, hiburan, kontrol sosial, dan penghubung wilayah secara geografis. Bersama dengan jalannya proses penyampaian pesan media *online* kepada khalayaknya, maka isi pesan itu juga akan diartikan secara berbeda-beda menurut visi khalayak. Serta dampak yang ditimbulkan juga beraneka ragam. Hal ini terjadi karena tingkat pemahaman dan kebutuhan pembaca (khalayak) berkaitan erat dengan status sosial ekonomi serta situasi dan kondisi pembaca pada saat membaca berita di media siber.

Media siber mem-posting berita dalam kurun waktu cepat setiap harinya. Berbagai berita yang dimuat adalah peristiwa di segala penjuru dunia yang sedang menjadi bahan perbincangan masyarakat luas, dan memiliki nilai berita. Sehingga banyak masyarakat dapat cepat mengakses berita tersebut tanpa perlu menunggu besok ketika berita tersebut diterbitkan seperti media cetak.

Jurnalisme *online* memiliki beragam sebutan seperti *internet journalisme*, *digital journalisme*, *website journalisme*, *daring journalisme*, dan *headline journalisme*. Kesemuanya memiliki arti yang

sama yakni proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah lalu. Jurnalisme *online* bentuk baru dari jurnalisme konvensional yang membutuhkan akses internet dalam produksinya.

Seperti yang dikemukakan oleh Deuze (dalam Santana, 2005: 137), bahwa hal yang membedakan antara jurnalisme *online* dengan konvensional adalah keputusan baru yang harus diambil wartawan siber dalam memproduksi berita. "*Online jurnalisme*" harus membuat keputusan-keputusan mengenai format media yang paling tepat mengungkapkan sebuah kisah tertentu dan harus mempertimbangkan cara-cara untuk menghubungkan kisah tersebut dengan kisah lainnya, arsip, sumber-sumber dan lainnya melalui *hyperlinks*. Seluruh peristiwa yang diproduksi dihubungkan melalui *hyperlinks* untuk dapat sampai ke masyarakat. Jamest C Foust, 2005 (dalam Romelteamedia.com) mengemukakan karakteristik sekaligus menjadi kelebihan media siber dibandingkan dengan media konvensional diantaranya, *audience control* (kendali pembaca). *Non linearity*, media siber memungkinkan setiap berita yang ditampilkan dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan.

Storage and retrieval, memungkinkan berita tersimpan, tersipkan atau terdokumentasikan dengan baik. *Unlimited Space* (ruang tanpa batas) dan *Immediacy*, yang dimaksud disini adalah kesegaran dan kecepatan.

Multimedia capability, berita yang disampaikan tidak hanya dalam format teks, tetapi dilengkapi dengan audio maupun video. *Interactivity*, adanya peningkatan partisipasi pembaca dalam setiap berita. Keunggulan yang dimiliki oleh media siber, menarik minat pembaca untuk mengakses berita secara *online* dibandingkan dengan media konvensional.

Rafaeli dan Newhagen mengidentifikasi lima perbedaan utama yang ada diantara jurnalisme *online* dan media massa tradisional yaitu kemampuan internet untuk mengombinasikan semua media, kurangnya tirani penulis atas pembaca, tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak, internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung, dan interaktifitas web. (Santana, 2005: 183).

Teori media baru adalah sebuah istilah yang digunakan untuk bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Media baru di Indonesia berkembang pesat. Eko Maryadi dalam Margianto dan Syaefullah (2006: 5) memberikan data dalam lima tahun terakhir, pengakses internet terus melonjak seiring dengan ketersediaan infrastruktur yang makin meluas, terjangkau, dan murah.

Pada tahun 2011, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 55, 23 juta, meningkat dari 42, 16 juta orang di tahun 2010. Itu artinya, seperempat penduduk Indonesia sudah kenal internet. Adapun ciri-ciri

dari kehadiran media baru internet menurut Dennis McQuail (2011: 150) adalah :

- 1) Internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan, pertukaran dan penyimpanan.
- 2) Media baru merupakan lembaga komunikasi publik dan privat, dan diatur (atau tidak) dengan layak.
- 3) Tidak seteratur sebagaimana media massa yang professional dan birokratis.

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru yakni:

- 1) Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- 2) Interaksi dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
- 3) Mobilitas untuk mengirim dan menerima.
- 4) Adaptasi terhadap peranan publikasi khalayak.
- 5) Munculnya beragam bentuk baru “pintu” (*gateway*) media.
- 6) Pemisahan dan pengaburan dari “lembaga media”.

McQuail (2011: 127-128) juga memberikan 5 konsep pembeda antara media baru dengan media konvensional diantaranya:

- 1) Derajat interaktivitas, dimana interaksi dalam new media lebih fleksibel dan lebih tinggi dibanding media konvensional. Derajat *social presence* (keberadaan sosial) dimana media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Pada penerapannya, *cyber journalisme* sebagai media baru memungkinkan khalayak untuk bisa

berhubungan secara personal dengan media dengan melakukan kontak langsung.

- 2) Derajat otonomi, dimana user dalam hal ini netizen memiliki kemampuan untuk mengotrol isi dan penggunaan medianya sendiri dan menjadi sumber independen. Bagian ini menjadi bagian terpenting dalam sejarah keberadaan *cyber journalisme*, dimana warga bisa memiliki media sendiri dan diolah sendiri.
- 3) Derajat *playfulness*, kemampuan media menyediakan hiburan bagi para user.
- 4) Derajat privasi yang berhubungan dengan tepi isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menampilkan apapun di media baru (internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal.

Media massa dalam menyajikan berita dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat luas tentu tidak terlepas dari hal-hal yang memengaruhi media massa itu sendiri. Dalam pembahasan mengenai faktor yang memengaruhi sebuah media massa, terdapat level atau tingkatan yang berpengaruh dalam sebuah konten media. Atas dasar itu, penelitian ini menggunakan teori hierarki pengaruh.

2.2.2 Teori Hierarki Pengaruh Isi Media

Teori hierarki pengaruh isi media ditemukan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam bukunya *Mediating The Message: Theories Of Influences On Mass Media Content* (1996: 60). Terdapat lima level atau tingkatan yang memengaruhi isi media. Shoemaker dan Reese membagi beberapa level pengaruh isi media, yaitu level individu (*individual level*), level media rutin (*media routines level*), level organisasi (*organizational level*), level ekstra media (*extra media level*), dan yang terakhir adalah level ideologi (*ideological level*).

Jadi, dalam teori ini diasumsikan bahwa isi yang ditampilkan media kepada masyarakat (penonton) adalah suatu hasil yang dipengaruhi oleh kebijakan internal organisasi media dan eksternal media. Faktor pengaruh internal pada konten media meliputi kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita dan rutinitas organisasi media. Di sisi luar, yakni faktor eksternal mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pengiklan, pemerintah, masyarakat dan faktor eksternal lainnya. Stephen D. Reese menyatakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media. Level-level tersebut adalah sebagai berikut:

1. Level Individu (*Individual Level*)

Dalam level ini, Shoemaker dan Reese menyatakan bahwa seorang jurnalis memiliki orientasi nilai tertentu dalam berhadapan dengan realitas yang sedang terjadi (memiliki pengaruh dalam menciptakan

konstruksi sosial). Orientasi ini tidak hanya dibentuk dari sikap, nilai dan kepercayaan pribadi individu namun juga mengenai latar belakang dan pengalaman profesionalnya.

Semua hal tersebut memiliki efek terhadap konten media, secara langsung maupun tidak langsung. Faktor-faktor tersebut yakni seperti faktor latar belakang dan karakteristik seorang pekerja media atau jurnalis, faktor nilai dan kepercayaan seorang jurnalis dan faktor orientasi seorang jurnalis.

a. Faktor Latar Belakang dan Karakteristik

Faktor latar belakang dan karakteristik dari seorang pekerja media menurut Shoemaker dan Reese dibentuk oleh beberapa faktor, yaitu masalah gender atau jenis kelamin, etnis, orientasi seksual, pendidikan sang jurnalis dan dari golongan manakah jurnalis tersebut, orang kebanyakan atau golongan elit.

Faktor latar belakang dan karakteristik seorang pekerja media tidak banyak memengaruhi individu seorang jurnalis, namun faktor pendidikan dianggap yang paling berpengaruh dibanding lainnya, karena kompetensi seorang jurnalis dapat dilihat dari segi pendidikan, dikarenakan tingkat intelektualitas atau disiplin ilmu yang diambil seorang jurnalis ketika bangku kuliah dapat mempengaruhi pemberitaan sebuah media. (Resse, Shoemaker 1996: 64)

b. Faktor Nilai-nilai dan Kepercayaan

Faktor kedua yang membentuk faktor individual adalah faktor kepercayaan, nilai-nilai dan perilaku seorang jurnalis. faktor-faktor ini sangat mempengaruhi sebuah pemberitaan yang dibentuk oleh jurnalis. Karena segala pengalaman dan nilai-nilai yang didapatkan secara tidak langsung dapat berefek pada pemberitaan yang dikonstruksi oleh seorang jurnalis.

2. Level Media Rutin (*Media Routines Level*)

Level kedua dalam hierarki pengaruh adalah level media rutin. Media rutin adalah kebiasaan media dalam mengemas sebuah berita. Media rutin terbentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan yaitu sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*) dan audiens (*consumers*).

Ketiga unsur ini saling berhubungan, berkaitan dan membentuk media rutin yang membentuk pemberitaan pada sebuah media.

a. Audiens (*Consumer*)

Untuk mengupas tentang level media rutin, pertama-tama kita akan membahas tentang unsur audiens. Unsur audiens ini turut berpengaruh pada level media rutin, dikarenakan pemilihan sebuah berita yang akan ditampilkan sebuah media pada akhirnya akan disampaikan pada audiens. Ketergantungan terhadap audiens ini memberi keuntungan bagi media.

Media juga mempunyai tugas dalam mengemas suatu

pemberitaan menjadi sebuah struktur cerita. Pada media cetak/siber pemberitaannya harus mudah dibaca (*readable*), foto pada sebuah berita harus memiliki kaitan dengan sebuah cerita dan judul pada sebuah *headline* harus menarik perhatian audiens terhadap sebuah pemberitaan.

Disisi lain media pun diharuskan untuk selalu membuat pemberitaan yang objektif, faktual dan terpercaya. Menurut Michael Schudson para reporter wajib menghibur audiens disatu sisi dan memberikan pemberitaan yang faktual pada satu sisi. Karena sebuah objektivitas pada sebuah media membantu sebuah media melegitimasi dirinya. Ini berkaitan dengan kredibilitas sebuah media yang membuat sebuah pemberitaan.

Sehingga pemberitaan sebuah media tidak selalu mengikuti apa kemauan dari audiens tapi juga mengikuti fakta-fakta apa saja yang berkembang di lapangan. Inilah yang membentuk pemberitaan sebuah media pada unsur audiens di level media rutin.

b. Organisasi Media (*Proccesing*)

Unsur selanjutnya yang membentuk level media rutin adalah organisasi media atau pengolah pemberitaan (*processing*). Unsur yang paling berpengaruh pada organisasi media adalah editor atau yang biasa disebut sebagai “*gatekeeper*”. Editor pada setiap media adalah yang menentukan mana berita yang layak untuk

diterbitkan atau tidak. Hasil pencarian berita oleh wartawan diputuskan oleh editor di meja redaksi. Jadi editor lah yang menentukan mana berita yang layak terbit. Kebijakan dari editor lah yang menentukan rutinitas media dalam menentukan pemberitaan.

c. Sumber Berita (*Suppliers*)

Sumber berita adalah berita atau informasi yang didapatkan oleh para pencari berita. Sumber berita biasanya lembaga pemerintah, swasta, lembaga swadaya masyarakat, partai politik dan sebagainya. Lembaga-lembaga ini dapat memengaruhi pemberitaan sebuah media, karena kadang lembaga-lembaga ini memberikan pesanan agar berita yang keluar dari sebuah media tidak bertentangan dengan lembaganya.

Rutinitas dari sebuah media memiliki pengaruh yang penting pada produksi isi simbolik. Mereka membentuk lingkungan dimana pekerja media melaksanakan pekerjaannya. Dan rutinitas media ini berpengaruh secara alami karena bersifat keseharian dan terkesan tidak memaksa pekerja media.

3. Level Organisasi (*Organization Level*)

Level ketiga dalam teori hierarki pengaruh media adalah level organisasi media. Pada level ini akan dibahas pengaruh organisasi pada sebuah media terhadap pemberitaan. Level organisasi berkaitan dengan struktur manajemen organisasi pada sebuah media,

kebijakan sebuah media dan tujuan sebuah media. Berkaitan dengan level sebelumnya, pada teori hierarki pengaruh yaitu level individu dan level media rutin, level organisasi ini lebih berpengaruh dibanding kedua level sebelumnya.

Bicara tentang level pengaruh organisasi, sama dengan bicara tentang kepemilikan. Sebuah struktur tertinggi manajemen media biasanya ditampuk oleh pemilik media. Misalnya, pada media televisi TV One yang pemiliknya adalah Aburizal Bakrie, pemberitaan pada media tersebut lebih condong untuk meningkatkan citra positif baik untuk pribadi maupun golongannya dan menekan pemberitaan yang negatif. Hal demikian dapat terjadi karena pemegang kekuasaan tertinggi yang sekaligus ikut memengaruhi isi pemberitaan adalah pemilik media. Pengaruh dari kepemilikan media terhadap konten media ini menjadi perhatian penting dalam studi mengenai konten media. Dapat dijabarkan bahwa kebijakan terbesar dipegang oleh pemilik media melalui editor.

Para pemimpin media tidak terlalu sering mengintervensi dan memengaruhi sebuah berita secara spesifik, tetapi jika sebuah media mendapatkan intervensi dari institusi yang lebih berkuasa seperti pemerintah, pemimpin media dapat langsung mengintervensi pemberitaan. Bahkan jika dibutuhkan atau mendesak, para pemimpin media dapat langsung mengubah rutinitas sebuah media. Titik fokus level ini adalah pada pemilik atau pemimpin media yang

menentukan arah kebijakan sebuah media.

4. Level Ekstramedia (*Extramedia Level*)

Level keempat dari teori hierarki pengaruh media adalah level pengaruh dari luar organisasi media atau bisa disebut ekstra media level. Level ekstramedia adalah pengaruh-pengaruh pada isi media yang berasal dari luar organisasi media itu sendiri. Pengaruh-pengaruh dari media itu berasal dari sumber berita, pengiklan dan penonton, kontrol dari pemerintah, pangsa pasar dan teknologi.

a. Sumber Berita

Sumber berita memiliki efek yang sangat besar pada konten sebuah media massa, karena seorang jurnalis tidak bisa menyertakan pada laporan beritanya apa yang mereka tidak tahu. Contohnya adalah seorang jurnalis hampir tidak pernah menjadi saksi mata sebuah kecelakaan pesawat, hingga untuk mendapatkan sebuah berita mereka mendapatkan informasi dari jurnalis lainnya, dari orang yang berada di tempat kejadian, dari sumber resmi pemerintah dan polisi, dari petugas bandara; dan dari tiap individu memiliki sudut pandang yang unik dan berbeda tentang apa yang terjadi.

Contoh di atas menjelaskan bahwa media yang diberitakan oleh seorang jurnalis dapat dibentuk oleh sumber lain. Karena sudut pandang yang berbeda dari sumber berita itu sendiri. Bahkan kadang sumber berita juga bisa bias karena sumber berita juga

bisa berkata tidak jujur terhadap seorang jurnalis pada sebuah wawancara.

b. Pengiklan dan Pembaca

Unsur selanjutnya dari level ekstramedia adalah pengiklan dan audiens atau pembaca. Unsur ini sangat berpengaruh dalam level ekstramedia karena iklan dan pembaca adalah penentu kelangsungan sebuah media selain dari iklan. Kedua unsur ini lah yang membiayai jalannya produksi dan menjadi sumber keuntungan dari sebuah media. Menurut J.H Altschull yang dikutip oleh Shoemaker dan Reese:

“Sebuah konten dari pers secara langsung berhubungan dengan kepentingan yang membiayai sebuah pers. Sebuah pers diibaratkan sebagai peniup terompet dan suara dari terompet itu dikomposisikan oleh orang yang membiayai peniup terompet tersebut. Ini bukti secara substansial bahwa isi dari media secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi oleh pengiklan dan pembaca”

Pengaruh pemasangan iklan juga terlihat pada isi media yang dirancang sedemikian rupa sehingga memiliki pola-pola yang sama dengan pola konsumsi target konsumen. Dalam hal ini media mencoba menyesuaikan pola konsumen yang ingin dicapai oleh para pengiklan untuk mendapatkan keuntungan yang sangat besar. Berita yang dipasang juga menggunakan kekuatan modal dari pengiklan yang secara langsung ikut membiayai sebuah media, agar konten dari media tidak bertentangan dengan kepentingan citra dari produk yang diiklankan.

c. Kontrol dari Pemerintah

Unsur ketiga yang memengaruhi konten pada pemberitaan sebuah media adalah kontrol dari pemerintah. Pemerintah dapat mengontrol pemberitaan sebuah media jika bertentangan dengan kebijakan pemerintahan. Kontrol dari pemerintah biasanya berupa sebuah kebijakan peraturan perundang-undangan atau dari lembaga negara seperti kementerian atau lembaga negara lainnya.

Penguasa atau pemerintah memberikan pengaruh besar kepada isi pesan media. Kekuatan media dalam membentuk agenda publik sebagian tergantung pada hubungan media bersangkutan dengan pusat kekuasaan. Jika media memiliki hubungan yang dekat dengan kelompok elit di pemerintahan, maka kelompok tersebut akan mempengaruhi apa yang harus disampaikan oleh media.

Biasanya kontrol dari pemerintah berlaku pada negara-negara yang tidak demokratis sistem pemerintahannya. Faktor ini dikarenakan negara yang lebih demokratis memberikan kebebasan kepada media dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, hal ini disebut sebagai kebebasan pers. Sedangkan negara-negara yang tidak demokratis, media biasanya masih ketat dalam pengawasan pemerintah.

d. Pangsa Pasar Media

Unsur keempat yang dapat memengaruhi isi dari pemberitaan sebuah media adalah pangsa pasar media. Media massa beroperasi secara primer pada pasar yang komersil, dimana media harus berkompetisi dengan media lainnya untuk mendapatkan perhatian dari pembaca dan pengiklan. Hal ini yang membuat media berlomba-lomba merebut dan menarik perhatian para audiens dan pengiklan untuk mendapatkan keuntungan dari iklan dan pembaca melalui konten media tersebut.

e. Teknologi

Unsur terakhir yang membentuk efek dari luar organisasi media pada sebuah pemberitaan adalah teknologi. Teknologi yang digunakan oleh media juga dapat memengaruhi konten media. Kemajuan teknologi kini juga dapat memberikan pengaruh bagi konten media. Teknologi seperti komputer, televisi, radio, satelit dan lainnya dapat memudahkan sebuah media untuk memberi dan menyalurkan informasi secara cepat kepada masyarakat.

Terdapat empat alasan mengapa teknologi dapat memengaruhi sebuah media terutama media cetak. Pertama, komputer membantu editor dan penyunting berita untuk menyiapkan grafik informasi yang bisa memberikan pemberitaan yang lebih baik. Kedua, teknologi pada komputer dapat membuat kualitas foto yang lebih baik bagi media cetak. Ketiga, reporter menggunakan

komputer untuk mengakses data dan menggunakan informasinya untuk menyiapkan berita yang lebih baik. Keempat, sebuah media cetak dapat membuat halaman dengan komputer dan editor dapat memiliki kontrol yang lebih terhadap desain dari halaman.

5. Level Ideologi (*Ideological Level*)

Level terakhir dalam teori hierarki pengaruh media adalah level ideologi. Level ideologi ini merupakan suatu hal yang abstrak karena berkaitan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas suatu media. Sebagai sebuah lembaga dalam masyarakat, media memiliki landasan ideologis yang membingkai isinya agar sejalan dengan ideologi media. Level ini mempelajari tentang hubungan antara pembentukan sebuah konten media dengan nilai-nilai, kepentingan dan relasi kuasa media.

Kekuasaan pemerintah bukan hanya menjadi satu-satunya simbol kekuatan yang mempengaruhi media, namun juga kekuatan yang ada pada rakyat dan kelompok masyarakat secara abstrak juga bisa diartikan sebagai kekuasaan kelas yang berkuasa. Kekuasaan ini tidak netral, sehingga akhirnya menciptakan simbol yang kemudian akan menciptakan keadaan di mana struktur pemberitaan di media sesuai dari perspektif kepentingan kelompok yang berkuasa.

Pada level ini juga akan dibahas lebih luas mengenai bagaimana kekuatan-kekuatan yang bersifat abstrak seperti ide memengaruhi sebuah media terutama ide kelas yang berkuasa. Lebih jauh lagi

tentang bagaimana ideologi kelas yang berkuasa memengaruhi sebuah pemberitaan bukan dengan kepentingan yang bersifat individu atau yang bersifat mikro tetapi kepentingan kelas yang berkuasa. Kelas yang berkuasa yang melanggar sistem kapitalis secara struktural melalui media.

2.3 Kerangka Pikir

Pilkada serentak diadakan pada 27 Juni 2018 merupakan yang ketiga kali diadakan dengan cakupan nasional (pilkada serentak pertama tahun 2015 dan yang kedua tahun 2017). Pilkada pada 27 Juni 2018 berlangsung dengan tahapan pemilihan dan hari pencoblosan yang bersamaan untuk 171 daerah yang terdiri dari 17 tingkat provinsi, 115 kabupaten dan 39 kota.

Salah satu provinsi yang mengikuti pilkada serentak pada 2018 ini adalah Provinsi Lampung, pada pilkada kali ini terdapat empat pasang calon gubernur dan wakil gubernur yang akan mengikuti pilkada 2018 ini. Para calon gubernur dan wakil gubernur berlomba untuk menarik hati masyarakat agar mendapat citra diri yang baik dari opini masyarakat dengan menggunakan media massa. Para kandidat bersaing dengan menonjolkan isu, citra dan karakteristik mereka melalui media massa baik cetak, elektronik maupun media siber untuk memperoleh citra yang baik di masyarakat.

Pilkada merupakan salah satu dari implementasi adanya demokrasi di Indonesia. Pilkada pada era sekarang ini dilaksanakan secara langsung. Salah satu unsur yang berpengaruh dalam jalannya pilkada adalah pihak media.

Para kandidat berlomba–lomba mempromosikan dirinya dan visi–misinya dengan harapan menarik persepsi positif dari publik. Kegiatan promosi yang digunakan melalui media massa (koran, majalah, radio, televisi) dan media siber ternyata memberikan pengaruh yang signifikan untuk mempengaruhi pemilih secara bertahap agar mau memilih salah satu kandidat sehingga membentuk sebuah loyalitas pemilih yang sangat kuat.

Media mengkontruksi berita melalui wartawan sebagai agen utamanya dengan cara meliput peristiwa yang ada dilapangan. Adapun faktor yang mempengaruhi wartawan dilapangan adalah prinsip dan profesionalitasannya. Faktor rutinitas media ini terkait dengan bagaimana mekanisme di media massa. Mekanisme media tersebut menyangkut bagaimana proses pencarian berita dan dilanjutkan dengan bagaimana redaksi masing-masing menyikapi pemberitaan tersebut. Dalam hal ini biasanya terjadi proses pengeditan dari editor dan pembuatan angel berita. Namun, perlu diketahui jika dalam hal ini setiap media memiliki kebijakan dan ciri khas tersendiri untuk membedakan dirinya dengan media lain. Hambatan yang ada yang ada biasanya adalah pada waktu dan halaman koran tersebut.

Faktor organisasi media, faktor ini terdiri dari dalam kelembagaan media itu sendiri misalnya struktur organisasi, sistem organisasi yang sudah ditetapkan oleh redaksi sendiri. Bicara masalah struktur organisasi, dalam redaksi khususnya ada hal lain yang mampu mempengaruhi pemberitaan diantaranya adalah sirkulasi iklan. Pada waktu yang bersamaan, setiap organisasi berita harus mengorientasikan dirinya juga pada kompetitor yang berada pada arena

yang sama. Agen politik seperti pembuat kebijakan adalah mereka yang membuat kerangka kerja secara umum mengenai bagaimana sebuah media berita harus beroperasi dengan berbagai kepentingan.

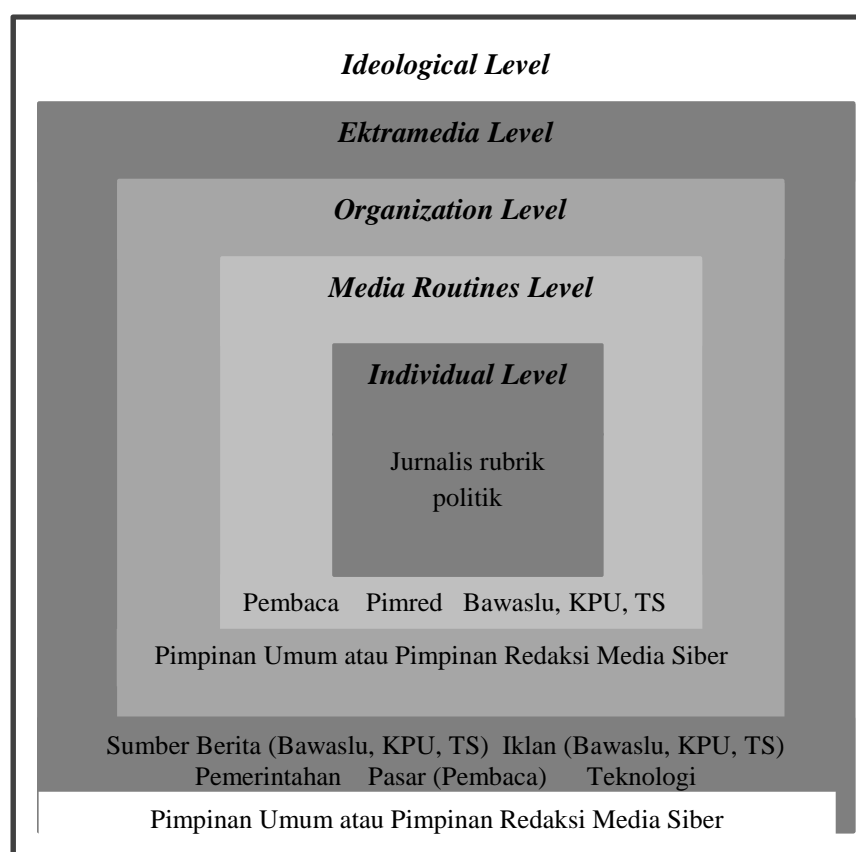
Agen narasumber merepresentasikan pemberi informasi bagi berita dan karenanya hubungan dengan narasumber ini dipelihara untuk memastikan peliputan yang berkelanjutan dari sektor-sektor sosial utama. Pemerintah mempengaruhi media bukan hanya melalui tekanan ekonomi, melainkan juga monopoli terhadap informasi yang resmi, nara sumber pemerintah adalah contoh yang paling nyata. Jenis monopoli ini memberikan pada pemerintah yang memiliki otoritas kekuasaan untuk memanipulasi berita atau memilih sumber-sumber berita tertentu untuk mendapatkan berita yang eksklusif.

Khalayak juga dilihat sebagai pasar atau konsumen yang juga harus dipahami dan dalam kerangka yang luas, khalayak dari sebuah organisasi berita terdiri dari konstitusi yang heterogen, mulai dari jurnalis lain sampai pada publik umum yang akan memberikan label dan memuat peringkat media berita dalam hubungannya dengan yang lain. *News organization* atau media lain juga berandil dalam menentukan isi media.

Jurnalis dalam upaya mendapatkan eksklusifitas pada sisi lain mengarahkannya pada uniformitas. Mereka mendapatkan tekanan untuk memperoleh berita dari kejadian-kejadian yang tidak biasa. Dalam persaingan dengan media lain, wartawan kemudian berlomba-lomba lebih cepat dalam mendapatkan dan menyajikan berita. Hasilnya adalah banyaknya wartawan yang saling mengkopi isi media dan semuanya berupaya mengejar berita yang

sama dalam sektor ekonomi dan politik, media massa mampu menyebarkan dan memperkuat sistem ekonomi dan politik tertentu dan tidak jarang melakukan negasi atas sistem ekonomi dan politik yang lain.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengetahui hierarki pengaruh media siber lokal di Lampung, penulis menggunakan Teori Hierarki Pengaruh Terhadap Isi Media. Teori ini digunakan untuk membantu melihat realitas yang tersembunyi dan menganalisis pemberitaan Pemilihan Gubernur Lampung Dan Wakil Gubernur 2018 yang ada di media siber lokal di Lampung.



Gambar 3. Bagan Kerangka Pikir

Sumber : Modifikasi Peneliti 2018

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Peneliti melakukan suatu penelitian dengan pendekatan secara kualitatif untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal.

Menurut David Williams (1995) dalam buku Lexy Moleong menyatakan:

“Bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah” (Moleong, 2007: 5).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif menurut penjelasan Moh. Nazir adalah :

“Metode deskriptif bertujuan untuk mendapatkan fakta secara cermat dan faktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta berhubungan antar fenomena yang diselidiki serta mengembanngkan atau memaparkan masalah dan mengadakan analisa yang didasarkan atas hasil pengamatan dari berbagai kejadian” (Nazir,2014:63).

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi bagaimana para pelaku komunikasi baik komunikator maupun komunikan melakukan interaksi.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif adalah fokus kajian atau pokok soal hendak diteliti mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian dalam hal yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas (Bungin, 2014: 41). Fokus dalam penelitian ini diarahkan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Terkait konteks penelitian ini, penulis akan memfokuskan penelitian pada hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan pilkada gubernur dan wakil gubernur Provinsi Lampung tahun 2018, khususnya dikaitkan dengan indikator dari hierarki pengaruh pemberitaan media :

1. Level Individu

Pemberitaan suatu media dan pembentukan konten media tidak terlepas dari faktor individu seorang pencari berita atau jurnalis. Arah pemberitaan dan unsur-unsur yang diberitakikan tidak dapat dilepaskan dari peran seorang jurnalis. Faktor intra seorang jurnalis pun dapat potensi untuk memengaruhi isi dari sebuah media massa seperti latar belakang dan karakteristik dari seorang pekerja media atau jurnalis, perilaku, nilai dan

kepercayaan dari seorang jurnalis dan yang terakhir adalah orientasi dari seorang jurnalis.

2. Level Media Rutin

Media Rutin adalah kebiasaan media dalam mengemas sebuah berita. media rutin terbentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan yaitu sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*) dan audiens (*consumers*).

3. Level Organisasi

Level organisasi berkaitan dengan struktur manajemen organisasi pada sebuah media, kebijakan sebuah media dan tujuan sebuah media.

4. Level Ekstramedia

Ekstramedia adalah pengaruh-pengaruh pada isi media yang berasal dari luar organisasi media itu sendiri. Pengaruh-pengaruh dari media itu berasal dari sumber berita, pengiklan dan penonton, kontrol dari pemerintah, pangsa pasar dan teknologi.

5. Level Ideologi

Level ideologi ini merupakan suatu hal yang abstrak karena berkaitan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas suatu media. Sebagai sebuah lembaga dalam masyarakat, media memiliki landasan ideologis yang membingkai isinya agar sejalan dengan ideologi media. Level ini mempelajari tentang hubungan antara pembentukan sebuah konten media dengan nilai-nilai, kepentingan dan relasi kuasa media.

3.4 Penentuan Informan

Suyanto dan Sutinah (2011: 171-172) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan informan adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemakaian teknik *purposive* disebabkan oleh bentuk dan ciri penelitian ini sendiri yaitu untuk mendapatkan informasi-informasi yang sesuai dengan tujuan dari pelaksanaan penelitian ini.

Informan dalam penelitian ini antara lain :

1. Faktor pada level individu narasumber adalah orang yang berprofesi sebagai wartawan. Dalam penelitian ini objek penelitian pada level individu adalah wartawan rubrik politik media siber lokal Lampung yaitu Lampungpro.com (Erzal Syahreza), Lampung1.com (Aryani Zhani), Jejamo.com (Esha Enanda), Duajurai.co (Imelda Astari), dan Pelitaekpres.com (Tami).
2. Faktor pada level rutinitas media, level organisasi dan level ideologi merupakan pihak-pihak didalam media yang memiliki peran dalam penyiaran konten media yang berkaitan dengan kebijakan keputusan, kepentingan ekonomi/politik dan kepentingan idealisme, yaitu pimpinan umum atau pimpinan redaksi Lampungpro.com (Amiruddi Sormin), Lampung1.com (Zaini Tubara), Jejamo.com (Adian Saputra), Duajurai.co (Juwendra Asdiansyah), dan Pelitaekpres.com (Sudipto).

3. Faktor level ekstramedia yaitu pihak-pihak diluar media yang memiliki pengaruh dalam penyiaran konten media seperti pengiklan, pemerintah dan pendengar. Dalam penelitian ini salah satu pihak ekstra media yang memiliki pengaruh dan wewenang dalam mempengaruhi konten media ialah KPU Lampung (Komisi Pemilihan Umum). Hal tersebut sesuai dengan peraturan Undang-undang Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia No.4 Tahun 2017 tentang kampanye pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota pasal 33 ayat 1 yang menyatakan

“Materi iklan kampanye sebagaimana dibiayai oleh partai politik atau gabungan partai politik, pasangan calon dan/atau tim kampanye sesuai dengan ukuran atau durasi yang 1) telah ditentukan oleh KPU, adapun pihak ekstra media yang lain yaitu 2) pengamat politik, 3) pengamat media, dan 4) Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu).”

Oleh karena itu, tim sukses dari masing-masing pasangan calon wajib untuk menyerahkan materi kampanye kepada pihak KPU untuk di verifikasi dan didistribusikan kepada media siber lokal Lampung.

Sehingga dapat dikatakan bahwa KPU lah yang memiliki (*power*) atau kekuasaan yang besar dalam pengiklanan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur, kekuasaan itu dalam hubungannya dengan wacana penting untuk melihat apa yang disebut sebagai kontrol. Kelompok dominan dapat membuat kelompok lain seperti yang diinginkan olehnya, karena kelompok dominan lebih mempunyai akses seperti pengetahuan, uang, dan pendidikan dibandingkan kelompok yang tidak dominan. (Eriyanto:2011:12)

Selain KPU yang mengakomodir kepentingan dari masing-masing tim sukses, pada level ekstramedia ini juga terdapat narasumber yang turut serta mempengaruhi konten media seperti : Badan Pengawas Pemilu Lampung (BAWASLU) dan Dewan Pers sebagai pihak-pihak ekstra media dari aspek pemerintah, serta pengamat media dan pengamat politik sebagai pihak-pihak dari aspek pendengar dari konten media siber itu sendiri.

Berdasarkan kriteria penentuan informan diatas, maka informan dalam penelitian ini adalah : Rian Yuli Adila yang memiliki posisi sebagai tata kelola politik di KPU Lampung (pengiklan dan kontrol pemerintah), Iskardo Panggar sebagai anggota di BAWASLU Lampung (kontrol pemerintah), Fadli Ramadhan (pengamat media dan kontrol pemerintah), dan Dedy Hermawan yang merupakan seorang dosen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung (pengamat politik).

Alasan pemilihan informan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan merupakan orang yang berkaitan langsung dengan permasalahan, dalam hal ini seperti wartawan atau jurnalis rubrik politik mereka yang akan menjadi informan untuk level individual, Pimred dan Pimpum menjadi informan untuk mengetahui masalah level ideologi, level rutinitas media, serta organisasi .
2. Informan mempunyai cukup informasi terkait tentang permasalahan. Tim Sukses, Bawaslu, KPU dijadikan informan dikarenakan mereka

merupakan sumber berita serta pengiklan tentang Pilkada Lampung tahun 2018 ini.

3.5 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandarlampung. Tepatnya di beberapa media siber lokal Lampung. Seperti Lampungpro.com, Lampung1.com, Jejamo.com, Duajurai.co, dan Pelitaekpres.com, serta di posko pemenangan setiap pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tahun 2018.

3.6 Sumber dan Jenis Data

Sutopo (2006: 56) mengemukakan bahwa jenis data dikelompokkan berdasarkan jenis dan posisinya, mulai dari yang paling nyata sampai dengan yang paling samar-samar dan mulai dari yang paling terlibat sampai dengan yang bersifat sekunder. Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti sumber data tertulis. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer yang digunakan adalah berasal dari hasil wawancara. Sumber data ditulis atau direkam (Sutopo, 2006:57). Wawancara dilakukan kepada informan yang telah ditentukan dengan menggunakan panduan wawancara mengenai hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pilkada gubernur dan wakil gubernur Provinsi Lampung tahun 2018.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber yang ada (Sutopo, 2006: 58). Data sekunder digunakan sebagai pendukung guna

mencari fakta yang sebenarnya. Data sekunder juga diperlukan untuk melengkapi informasi dalam rangka mencocokkan data yang diperoleh.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dan berdasarkan jenis data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian, maka teknik dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

1. Dokumentasi Teks

Dokumentasi merupakan salah satu metode penelitian kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau orang lain tentang subjek. Dan dilengkapi dengan analisis dokumen seperti otobiografi, memoar, catatan harian, surat-surat pribadi, berita koran, artikel, brosur, buletin, dan foto-foto. Dalam penelitian ini data dokumen diperoleh dari mengkaji dokumen yang dimiliki media siber baik tertulis, gambar atau foto, grafik dan lain sebagainya. Ada juga data yang bersumber dari buku, majalah, dan internet berupa artikel-artikel media massa yang ada keterkaitannya dengan materi penelitian untuk selanjutnya dijadikan bahan sebagai data untuk peneliti.

Melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari situs media siber mengenai pemberitaan tentang Pilkada Gubernur Provinsi Lampung 2018. Dokumen terdiri dari data teks seperti berita, editorial, UU Pilkada yang berkaitan dengan media, surat-surat atau dokumen resmi. Menurut Guba dan Lincoln, dokumen digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dapat dipertanggung-jawabkan.

2. Wawancara Secara Mendalam (*Indepth Interviewing*)

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.

Wawancara bersifat terbuka dan luwes yang dilakukan dalam suasana yang informal dan akrab. Pertanyaan yang dilontarkan tidak kaku dan terlalu terstruktur, sehingga dapat dilakukan wawancara ulang dengan sumber yang sama jika diperlukan. Melalui cara tersebut, diharapkan sumber dapat memberikan jawaban yang jujur dan terbuka. Tujuan dari wawancara ditegaskan oleh Guba dan Lincoln antara lain untuk mengkonstruksi, merekonstruksi, memproyeksikan dan memverifikasi objek penelitian.

3. Observasi

Dalam hal ini peneliti akan melakukan observasi langsung yang bersifat pasif. Maksudnya, peneliti tidak akan terlibat jauh secara emosional dengan objek yang diteliti. Pengamatan secara mendetail berkaitan dengan hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018. Observasi dilakukan tidak hanya mencatat suatu kejadian atau peristiwa, akan tetapi juga segala sesuatu atau sebanyak mungkin hal-hal yang diduga ada kaitannya.

Setelah mengadakan pengamatan, peneliti selanjutnya akan membuat catatan yang berisi tentang aktivitas yang telah diamati, secara lengkap disebut sebagai catatan lapangan. Bogdan dan Biklen mendefinisikan catatan lapangan adalah catatan tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif.

Observasi langsung yang pasif, dilakukan dengan cara yang membuat keluarga tersebut tetap nyaman untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Meskipun peneliti tidak melakukan observasi setiap jam, tetapi poin-poin yang termasuk penting dapat teramati. Didukung dengan teknik wawancara, observasi dapat dilaksanakan.

3.8 Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul melalui penelitian, kemudian penulis melakukan pengolahan data tersebut sesuai dengan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan (Suyanto dan Sutinah, 2011: 27). Setelah data yang yang diperoleh dari lapangan telah terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah mengolah data dengan teknik sebagai berikut :

1. *Editing*, yaitu cara yang digunakan untuk meneliti kembali data yang telah diperoleh dari lapangan baik diperoleh dari kuesioner, wawancara maupun dokumentasi.
2. Tabulasi, yaitu menyusun data ke dalam bentuk tabel yang telah di proses dan di susun ke dalam suatu pola tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dibuat agar tersusun secara berurutan.

3. Interpretasi, yaitu memberikan penafsiran atau penjabaran hasil penelitian untuk dicari makna yang lebih luas dengan menghubungkan jawaban yang diperoleh dengan data lain.

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis meliputi:

1. Reduksi data (*data reduction*), dengan meringkas data kontak narasumber, pengkodean, pembuatan catatan objektif berupa klarifikasi dan mengedit jawaban secara faktual, membuat catatan refleksi peneliti, membuat catatan marginal untuk memisahkan komentar peneliti, penyimpanan data, membuat memo (konsep ide dan pengembangan pendapat), analisis antar lokasi, dan pembuatan ringkasan sementara antar lokasi (matriks).
2. Penyajian data (*data display*) memperkenalkan dua macam format, yaitu: diagram konteks (*context chart*) dan matriks. Peneliti akan menggunakan diagram konteks dan dijabarkan melalui teks naratif.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

Dengan mengkonfirmasi makna setiap data yang diperoleh dengan menggunakan satu cara atau lebih, diharapkan peneliti memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut sebagai verifikasi data. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dalam arti konsisten dengan kondisi yang ditemukan saat peneliti kembali ke lapangan maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.10 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Menurut Moleong (2010: 330), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Teknik triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Sugiyono (2015: 274) mengatakan bahwa triangulasi sumber adalah teknik menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Seluruh data dan informasi dikumpulkan dari sumber yang berbeda, sehingga terjadinya bias dalam penyusunan dan analisis data dapat dikurangi. Data atau informasi dari satu pihak harus dicek kebenarannya dengan cara memperoleh data itu dari sumber lain, misalnya dari pihak kedua, ketiga dan seterusnya. Melalui

cara ini informasi tentang hal yang sama diperoleh dari berbagai pihak dapat dibandingkan, agar ada jaminan tentang tingkat kepercayaan data. Cara ini juga mencegah munculnya subjektivitas yang dapat membuat keraguan pada hasil penelitian. Pengambilan kesimpulan yakni setelah data dari informan telah dikompilasikan dengan hasil dokumentasi yang diperkuat oleh observasi yang memiliki kesamaan informasi.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Lampungpro.com

4.1.1 Profil Lampungpro.com

Lampungpro.com adalah salah satu media *online* di Lampung, pertama kali hadir di Internet pada 1 Januari 2017. Saat ini Lampungpro.com di bawah manajemen PT Lampung Media Pro.

Tujuan Lampungpro.com adalah memberikan layanan informasi kepada para pembaca dengan semua segmentasi masyarakat tidak hanya di Lampung tapi juga di Indonesia. Pengunjung *website* ini adalah mayoritas warga Lampung yang dapat mengakses internet ditambah warga seluruh Indonesia bahkan seluruh dunia.

Pengunjung Lampungpro.com meningkat pesat seiring dengan tumbuhnya kepercayaan pembaca atas berita-berita yang disajikan, sehingga pada bulan April 2017 Lampungpro.com menjadi media *online* nomor satu di Lampung berdasarkan situs Alexa.com yang selama ini menjadi situs rujukan media online dalam membaca *traffic* pembaca.

Lampungpro.com adalah portal berita pengusung semangat jurnalisisme kebaikan dan perbaikan dengan berpijak pada kepentingan khalayak.

Lampungpro.com diasuh para jurnalis bersertifikat Uji Kompetensi Wartawan (UKW) dari Dewan Pers. Dimana dua orang wartawan lampungpro.com memiliki sertifikasi wartawan utama dan lima orang bersertifikasi wartawan muda.

Alamat redaksi Lampungpro.com di Jl. Ratu Dibalau No. 168
Tanjungsenang Bandarlampung Palma One Lt. 5-Suite 500 Jl. HR.
Rasuna Said Kav. 4 Blok X-2 Jakarta, 12950.



Gambar 4. Logo Lampungpro.com

4.1.2 Visi dan Misi Lampungpro.com

Visi Lampungpro.com :

Menjadi portal berita *online* nomor satu Lampung

Misi

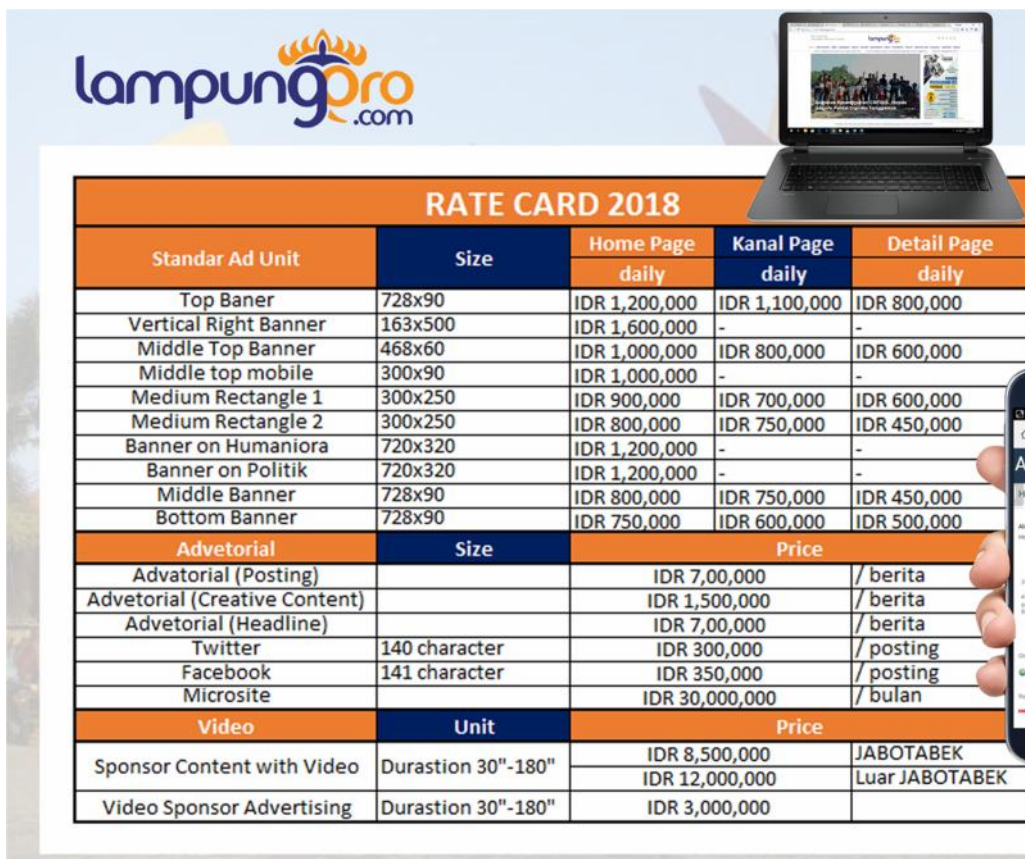
1. Menyampaikan informasi yang akurat dan terkini.
2. Mewujudkan media yang mengedepankan konfirmasi dan anti hoax.
3. Membantu masyarakat dalam mempermudah mengakses informasi.
4. Mewujudkan perusahaan yang berdaya saing dan mandiri.

4.1.3 Produk Lampungpro.com

Produk Lampungpro diantaranya,

1. Publikasi iklan
2. Publikasi berita/advetorial
3. Publikasi video/videopro
4. Majalah/tabloid edisi khusus
5. *Event organizer*
6. *Jurnalistic training*
7. Pendampingan sosial media
8. *Web design*
9. *Film and cinema.*

4.1.4 Rate Card Harga Lampungpro.com



RATE CARD 2018				
Standar Ad Unit	Size	Home Page	Kanal Page	Detail Page
		daily	daily	daily
Top Baner	728x90	IDR 1,200,000	IDR 1,100,000	IDR 800,000
Vertical Right Banner	163x500	IDR 1,600,000	-	-
Middle Top Banner	468x60	IDR 1,000,000	IDR 800,000	IDR 600,000
Middle top mobile	300x90	IDR 1,000,000	-	-
Medium Rectangle 1	300x250	IDR 900,000	IDR 700,000	IDR 600,000
Medium Rectangle 2	300x250	IDR 800,000	IDR 750,000	IDR 450,000
Banner on Humaniora	720x320	IDR 1,200,000	-	-
Banner on Politik	720x320	IDR 1,200,000	-	-
Middle Banner	728x90	IDR 800,000	IDR 750,000	IDR 450,000
Bottom Banner	728x90	IDR 750,000	IDR 600,000	IDR 500,000
Advetorial		Price		
Advetorial (Posting)		IDR 7,00,000	/ berita	
Advetorial (Creative Content)		IDR 1,500,000	/ berita	
Advetorial (Headline)		IDR 7,00,000	/ berita	
Twitter	140 character	IDR 300,000	/ posting	
Facebook	141 character	IDR 350,000	/ posting	
Microsite		IDR 30,000,000	/ bulan	
Video		Price		
Sponsor Content with Video	Durastion 30"-180"	IDR 8,500,000	JABOTABEK	
		IDR 12,000,000	Luar JABOTABEK	
Video Sponsor Advertising	Durastion 30"-180"	IDR 3,000,000		

Gambar 5. Daftar Harga Produk di Lampungpro.com

4.1.5 Peringkat Lampungpro.co di Web Alexa.com

Alexa rank adalah sebuah situs yang beralamat di www.alexa.com yang menyediakan fasilitas informasi tentang ranking/peringkat suatu situs, yang didasarkan pada jumlah *traffic* pengunjung yang masuk ke situs tersebut. Yang mana semakin besar *traffic*-nya maka semakin tinggi peringkat dari situs tersebut dan juga sebaliknya semakin kecil traffiknya maka semakin rendah lah peringkat dari situs tersebut, hal ini sangatlah perlu diketahui oleh seorang blogger yang memang ingin menjadikan situsnya sebagai lahan bisnis.

Alexa rank mempunyai nilai peringkat dari nilai terkecil yaitu angka satu sampai dengan seterusnya (nilai berjuta-juta) yang mana dalam perhitungan sistem di Alexa rank apabila semakin kecil nilai Alexa rank situs anda maka semakin baguslah peringkat situs tersebut.

Saat ini Lampungpro.com menjadi media *online* nomor satu di Lampung dengan peringkat alexa tertinggi saat ini.



Gambar 6. Rangkaing Lampungpro.com di situs Alexa.com per 18 April 2018

4.1.6 Struktur Organisasi Lampungpro.com

Direktur Utama	:	Mochamad Irwan
Pemimpin Perusahaan	:	Muhammad Asyihin, S. Pd., M.M.
Pemimpin Redaksi/PJ	:	Amiruddin Sormin
Redaktur Pelaksana	:	Lukman Hakim
Penasehat Hukum	:	Wiliyus Prayietno, SH., MH.
Dewan Redaksi Ketua	:	Dr. V. Saptarini, S.H., M.M.
Anggota	:	Rahmad Mirzani Djausal, S.T., M.M. - Dr. Muhammad Kadafi, M.H. S.T., M.M. - Maya Goestie
Reporter	:	Erzal Syahreza Aswir - Heflan Rekanza
Koresponden Mesuji		Rosario Sidabutar
Koresponden Lamtim		Agus Susanto
Tim Creative Content		Ermayanti

4.2 Pelitaekspres.com

4.2.1 Profil Pelitaekspres.com

PT Rawas Indo Media didirikan oleh Sudipto, berdiri sejak tanggal 27 November 2015 dan telah berbadan hukum. Salah satu kegiatannya adalah mendirikan media online bernama Pelitaekspres.com dan mempublikasikan berita-berita lokal, nasional dan internasional.

PT Rawas Indo Media berskala regional yang memiliki beberapa unit usaha. Kepemilikan modal dan pengelolaannya masih dimiliki oleh perusahaan swasta daerah secara murni. Usaha ini ditangani oleh tenaga profesional dibidangnya tanpa campur tangan pihak asing.

PT Rawas Indo Media melalui media *online* Pelitaekspres.com telah terbentuk diseluruh daerah Provinsi Lampung. Bahkan beberapa provinsi telah membentuk perwakilan salah satunya adalah Provinsi Sumatera Selatan, Jambi, Riau dan DKI Jakarta.

Susunan Direksi PT Rawas Indo Media adalah Sudipto sebagai Direktur sedangkan sebagai komisaris adalah Desmiati. Pelitaekspres.com mempunyai kantor redaksi di Jl. Nusantara No. 30 Sepang Jaya, gang Perkutut Bandarlampung.



Gambar 7. Logo Pelitaekspres.com

4.2.2 Struktur Organisasi Pelitaekspres.com

Pimpinan Umum	:	Sudipto
Pemimpin Redaksi	:	Jon Heri
Pemimpin Perusahaan	:	Muhammad Raid Akbar
Sekretaris Redaksi	:	Yosi Susanti
Redaktur	:	Desmiati, Yosi Susanti, Nur Azizah Hanum
Reporter	:	Muslimin, Bendi E., Karim, Ansori, Rahman
Devisi Keuangan	:	Desmiati
Devisi Iklan	:	Konstantina Balga
Administrasi Umum	:	Nur Azizah Hanum
Biro-Biro	:	Ary Virgo (Bandarlampung), Kartono (Kabiro), Rahman (Lam-Sel), Hendra (Lampura), Ari Rahman (Lam-Teng), Edi Samsuri (Lam-Bar), A. Kurmain (Pesawaran), Yudistira (Metro), Hazriah (Kabiro), Subandi (Tanggamus), Mahgandi (Tuba), Deni A. (Kabiro), Muslimin (Waykanan), Joni E. (Tubaba), Suratman (Mesuji), Komariah (Pringsewu), Edi Samsuri (Pesbar)
Perwakilan	:	Agus Rahmat, Umri, Misran (Sumsel), Ir. Efdinnur S. (Jambi), Reilawati (Kalbar), Rahman Nur (Sulawesi)

4.2.3 Rubrikasi Pelitaekspres.com

Tabel 3. Tabel rubrikasi Pelitaekspres.com

No	Judul Kepala	Kategori Berita
1	Hukum & Kriminal	Hukum & Kriminal
2	Politik	Politik
3	Daerah	Kegiatan di daerah Lampung
4	Nasional	Beita-berita antar provinsi
5	Pendidikan	SD, SMP, SMK, SMA & Perguruan Tinggi
6	Hiburan	Lokal dan Nasional
7	Ekonomi	Harga bahan pokok, Pasar, Perbankan
8	Pariwisata	Perhotelan dan Wisata daerah
9	Olahraga & Kesehatan	Kegiatan olahraga daerah dan nasional
10	Pemerintahan	Kegiatan pemerintahan daerah dan nasional

4.3 Jejamo.com

4.3.1 Profil Jejamo.com

Jejamo.com perdana tayang *online* pada 22 Agustus 2015 dibawah naungan PT Jejamo Media Mandiri, dengan pemegang saham atau komisaris 7 orang, yaitu Arif Surahman, Azis Surahman, Habib Mawandi, Roy Mawandi, Ade Suryani, Adian Saputra, dan Budi Bagus Dermawan.

Jejamo.com adalah portal berita *online* berbasis di Lampung yang menyajikan informasi seputar ruwajurai, nusantara, mancanegara, bisnis, sepak bola, *sport, lifestyle* dan lainnya.

Jejamo.com merupakan media visioner yang memberikan pembacanya pilihan berita dalam bentuk tulisan dan video. Format video menjadi salah satu keunggulan Jejamo.com untuk menyebarkan informasi audio visual yang kian mudah diakses tanpa terkendala kondisi geografis dan daya pancar.

Jejamo.com menyajikan informasi dengan standar jurnalisme berkualitas. Dengan *tagline* **Berita Lampung Terbaru dan Terpercaya**. Jejamo.com mengusung kode etik jurnalistik dalam setiap penyajian berita sehingga informasi yang diberikan dapat dipertanggungjawabkan.

Bukan hanya sebagai portal berita, Jejamo.com juga hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kegiatan jual dan beli *online* yang telah menjadi bagian dari gaya hidup di era digital.

Alamat rekasi Jejamo.com Jl. Adi Sucipto Nomor 65/87 Kebon Jeruk, Tanjungkarang Timur, Bandarlampung.



Gambar 8. Logo Jejamo.com

4.3.2 Struktur Organisasi Jejamo.com

Pemimpin Umum	:	H. Sudirman KM, S.Pd
Pemimpin Perusahaan	:	Arif Surakhman, S.Sos
Pemimpin Redaksi	:	Adian Saputra, S.E
Editor	:	Budi Bagus Dermawan, S.Ikom, Roy Mawandhi S.I.Kom, Siti Mualifah, S.E
Editor Video	:	Adif
Reporter	:	Sugiono, Desi Ilham Sianturi, Andi Apriyadi, Arif Wiryatama (Bandarlampung) , Elly Agustina, T Daryanto (Metro) , Eko P. (Lambar) , Agus S. (Lantim) , Raeza H. (Lamteng) , Prika, Lia, Frengki, Mulyadi, Mukadam (Lampura, Tuba, Tubaba) , Fathur R (Mesuji)
Kabiro Lampura, Way Kanan, Tuba dan Tubaba	:	Bukhori Adi
Kabiro Lambar, Pesawaran, Pringsewu, Pesbar	:	Irma Yanti
Web Master & Support	:	Azis Surakman, M.Soc.Sc
Kepala Keuangan	:	Ade Suryani, M.Soc.Sc
Kepala Pemasaran	:	Widyaningrum Febrianti
Kepala Produksi Video	:	Ahmad Jaelani
Pemasaran	:	M. Ricardo, T. Daryanto
Media Sosial	:	Marwan, Hasby Thaufiq

4.4 Lampung1.com

4.4.1 Profil Lampung1.com

Lampung1.com adalah salah satu media *online* lokal di Provinsi Lampung. Lampung1.com tayang perdana pada tanggal 16 Maret 2016. Lampung1.com saat ini bernaung dibawah **PT. Lampung Raya Indonesia.**

Berani dan Populer adalah *tagline* Lampung1.com dalam menyajikan informasi dan hiburan ke khalayak.

Untuk memenuhi keinginan khalayak, Lampung1.com menghadirkan berbagai berita diantaranya berita daerah, nasional, mancanegara, hukum, politik, sosial budaya, bisnis, olahraga dan gaya hidup yang selalu di update setiap hari.

Lampung1.com dikemas dalam bentuk tulisan, foto, dan video yang bersifat karya jurnalis, sehingga tidak diragukan lagi tenaga profesional yang Lampung1.com miliki.

Lampung1.com menyajikan berita terbaik dengan mengacu pada Undang-Undang Pers no. 40 tahun 1999 dan menjunjung tinggi Kode Etik Jurnalistik.

Lampung1.com mempunyai kantor redaksi di Jl. Laksamana Malahayati No. 88 Teluk Betung, Bandar Lampung.



Gambar 9. Logo Lampung1.com

4.4.2 Struktur Organisasi Lampung1.com

Dewan Redaksi	:	Ipni (Ketua), Chandra H., Zaini Tubara, Dede Safara W., Arief Mulyana
Pemimpin Umum	:	Zaini Tubara
Pemimpin Perusahaan	:	Dede Safara W
Pemimpin Redaksi	:	Juniardi, S.IP., M.H
Redaktur Pelaksana	:	Jani Wirsa, Farzani
Penasihat Hukum	:	Rozali Umar SH, Fauzi Silalahi, SH
Konsultan	:	Juniardi, S.IP., M.H
Master Web	:	Basir Subur, M.S
Koordinator Daerah	:	Eko Arif
Kepala Produksi	:	Jumli Seprika
Administrasi & Keuangan	:	Roza Lavenia
Kameramen/Reporter	:	Aryani Zhani, Elza, Roza
Pemasaran	:	Qorina Mukarromah
Editor	:	Salsa Khalisah, Hardani Kintan
Biro	:	Jani Wirsa (Balam), Eko Arif (Kabiro), Tiyas (Metro), Panzi H (Lampura), Muslim P, Supra D (Lamsel), Zaini (Mesuji), Eko Arif (Lamtim), Fery, Azhari (Waykanan), Adi P.J, Hendra (Lamteng), Agus Salim, Sumarlin, Sanadi (Lambar), Zaini (Tubaba), Adi Chandra (Tanggamus), Adel S (Jabodetabek)

4.5 Dujurai.com

4.5.1 Profil Duajurai.co

Duajurai.co adalah **portal berita Lampung** yang menyajikan berbagai informasi dalam bentuk *news* (berita), *views* (artikel), foto, maupun video. Informasi segar dan beragam juga dapat diakses lewat *fanspage* facebook *duajurai.co* dan twitter *@duajurai*.

Dengan *tagline* **Portal Berita Lampung Terkini Terpercaya**, **Duajurai.co** mengusung misi menjadi rujukan informasi utama bagi para pengambil kebijakan, pebisnis, kalangan profesional, dan khalayak luas. Kecepatan, akurasi, kekayaan informasi, serta pengabdian kepada kepentingan publik merupakan komitmen **Duajurai.co** kepada para pembaca dan pengiklan.

Duajurai.co hadir dengan pilihan informasi lengkap dan beragam di bidang politik, pemerintahan, layanan publik, ekonomi-bisnis, olahraga, hukum, hiburan, gaya hidup, wisata, kesehatan, dan teknologi.

Duajurai.co mengusung standar jurnalisme berkualitas dalam meliput dan menyajikan informasi sebagai upaya memenuhi tujuan jurnalisme memberikan informasi kepada masyarakat agar mereka bisa mengelola hidupnya sendiri.

Wartawan **Duajurai.co** bekerja dengan standar mutu yang tinggi, pemahaman terhadap nilai-nilai dan prinsip-prinsip jurnalisme, serta ketaatan terhadap Kode Etik Jurnalistik.

Online perdana pada 12 Agustus 2014, **Duajurai.co** saat ini berkembang menjadi salah satu media berita siber Lampung yang paling banyak dikunjungi dan dibaca.

Kantor Redaksi dan Bisnis Duajurai.co berada di Jalan Dr Harun II, Perumahan Gading Jaya II, Blok H Nomor 18, Kota Baru, Tanjungkarang Timur, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia, 35121.



Gambar 10. Logo Duajurai.co

4.5.2 Struktur Organisasi Duajurai.co

Pemimpin Umum	: Herdi Mansyah
Pemimpin Redaksi/PJ	: Juwendra Asdiansyah
Dewan Redaksi	: Hendry Sihaloho, Imelda Astari Ibrahim, Juwendra Asdiansyah, Muhamad Nurul Huda, Rudi Virgo
Editor Tamu	: Esti Malasofia
IT/Web Master	: Dede Darmawan Saputra, Khairul Anom
Grafis	: Joe Chaniago
Marketing	: Amanda Rizki EP, Yolanda DP
Kerjasama/PR	: Dedi Supriyadi
Umum/Sekretariat	: Irwan Saputra

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hierarki pengaruh dalam media siber lokal di Lampung pada pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018. Peneliti menarik kesimpulan dan hasil pada penelitian ini, yaitu dari penelitian yang dilakukan di media siber lokal di Lampung terkait Hierarki Pengaruh pemberitaan Pilkada Lampung 2018 adalah pengaruh paling dominan terhadap isi pemberitaan tersebut berasal dari level ideologi dan rutinitas media, karena kedua level ini yang memberikan pengaruh dalam proses pembuatan berita di media siber lokal di Lampung.

Peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor individu digambarkan pada reporter yang langsung terjun ke lapangan dalam mencari berita. Reporter tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai tentang hak asasi manusia yang dianut olehnya. Sedangkan pengaruh dari individu reporter ini, cenderung bagaimana reporter tersebut menjalankan kode etik jurnalistik dengan baik sehingga pemberitaan pemberitaan mengenai Pilkada Lampung 2018 di media siber lokal

Lampung telah memenuhi faktor keberimbangan sebuah pemberitaan. Hal ini dilihat dari tidak adanya teguran dari Dewan Pers, KPU serta Bawaslu selama Pilkada Lampung berlangsung. Dari hasil analisis peneliti di level individu, peneliti melihat bahwa pengaruh dari level individu ini tidak besar dalam memengaruhi pemberitaan mengenai Pilkada Lampung 2018 di Lampungpro.com Pelitaekspres.com, Jejamo.com dan Duajurai.co. Hal ini karena setiap berita mengenai Pilkada Lampung 2018 di keempat media tersebut sebelum diterbitkan akan diseleksi dan ditentukan oleh redaksi guna menjadi suatu konsumsi berita yang menarik bagi pembaca. Sedangkan di Lampung1.com wartawan atau reporter dapat memberikan pengaruh lewat rapat redaksi atau rapat proyeksi. Bahkan reporter diberikan kebebasan untuk menentukan narasumber.

2. Faktor rutinitas media dipengaruhi oleh unsur sumber berita, pengolahan berita, dan audiens yang membentuk rutinitas media di media siber lokal Lampung. Dalam rutinitas media terdapat rapat-rapat pengambil keputusan yang terjadi di Lampungpro.com, Pelitaekspres.com, Jejamo.com, Lampung1.com dan Duajurai.co. Rapat tersebut menjadi acuan dan kebijakan bagi para pekerja media dalam menentukan sikap dalam mencari berita tentang pernyataan Pilkada Lampung 2018. Dalam level rutinitas media faktor yang paling besar pengaruhnya yaitu unsur pengolahan berita, yang mana semua media menentukan sebagian besar beritanya lewat rapat-rapat yang ada.

3. Faktor organisasi media dipengaruhi oleh manajemen organisasi media,

baik itu dari pemilik atau jajaran redaksi. Pengaruh dari pemilik terjadi secara tidak langsung. Dalam konteks pemberitaan mengenai pemberitaan Pilkada Lampung 2018 pemilik dari kelima media siber tersebut memberikan pengaruhnya berupa usulan dan masukan. Dalam faktor organisasi pengaruh tidak hanya dari pemilik media namun dari redaktur pelaksana karena memiliki kewenangan penuh dalam menaikkan dan menurunkan pemberitaan mengenai pernyataan Pilkada Lampung 2018.

4. Faktor ekstra media berasal dari pengaruh luar media. Hal ini dipengaruhi oleh peraturan dewan pers, sumber berita, dan pangsa pasar. Kelima media siber ini dalam pemberitaan mengenai Pilkada Lampung 2018 telah melaksanakan fungsi dan peranannya sebagai pers dengan baik, terbukti dengan tidak adanya teguran yang diadukan selama ini kepada Dewan Pers dan Bawaslu. Sumber berita yang digunakan media siber lokal di Lampung dalam pemberitaan Pilkada Lampung 2018 diperoleh dari sumber yang kredibel dan akurat, yaitu dari para tim sukses dan paslonnya sendiri. Kemudian, kelima media ini selalu mengaitkan dengan keinginan public, serta memberikan fakta-fakta mengenai Pilkada Lampung 2018 yang tidak benar untuk menjawab pertanyaan dari publik.
5. Pengaruh ideologi sifatnya secara langsung dan sejalan dengan prinsip dari media siber lokal di Lampung sebagai media yang memberitakan sesuai fakta. Pada level ideologi pada masing-masing redaksi disetiap media siber lokal Lampung yang diteliti, ideologi atau suatu paham dalam pembuatan isi berita melebur menjadi sebuah peraturan yang harus ditaati oleh semua

pihak media dalam menentukan sikap mengenai pemberitaan pemilihan kepala daerah untuk tetap menjadi media yang objektif dan netral untuk kepentingan khalayak luas. Lampungpro.com dengan ideologinya nasionalisme yang mengedepankan nilai-nilai nasionalisme. Pelitaekspres.com dengan ideologinya demokrasi dan hal itu juga yang membuat mereka condong memberitakan Pilkada Lampung 2018 karena mereka melihat bagaimana masyarakat berdemokrasi dalam memilih paslon gubernur dan wakil gubernur. Sedangkan Jejamo.com, Lampung1.com dan Duajurai menganut ideologi kebebasan pers.

6.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah:

1. Untuk media siber lokal yang ada di Lampung agar selalu menjaga nilai berita (*news value*) dalam menyajikan berita, dan tetap konsisten dalam memisahkan antara fakta dan opini, untuk para reporter agar selalu memberitakan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Kemudian untuk pembaca media siber lokal yang ada di Lampung peneliti mengharapkan agar pembaca dapat menjadi pembaca yang kritis dalam melihat isu-isu yang sedang diberitakan.

2. Untuk penelitian yang menggunakan Teori Hierarki Pengaruh Isi Media Massa agar lebih mendalami teori yang akan digunakan atau menggunakan metode yang berbeda supaya mendapatkan hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Dalam pengambilan data disarankan menggunakan teknik observasi partisipatif seperti magang ditempat yang menjadi objek penelitian. Selain itu, diharapkan kepada penelitian mengenai Hierarki Pengaruh selanjutnya bisa mendapatkan data mengenai kepemilikan saham pada media yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodelogi Penelitian*. Bina Aksara: Yogyakarta.
- Arif Sugiono. 2004. *Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Memilih Dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden RI 2004*. Jurnal Universitas Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
- Barus, Sedia Willing. 2010. *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Erlangga: Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Sosial*. Airlangga: Surabaya.
- Budiardjo, Marriam. 2008 . *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Gramedia: Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Denver, David. 1992. *Campaigns and Elections* dalam Mary Hawkeswart & Maurice kogan (eds) *Encyclopedia of Government and Politics Vol. 1*. Raoutledge: London.
- Effendy, Onong Uchyana. 2012. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Hary Susanto, Eko. 2013. *Komunikasi Politik Pesan Kepemimpinan Dan Khalayak*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Margianto, J. Heru dan Asep Syaefullah. 2006. *Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Aliansi Juranlis Independen (AJI) Indonesia: Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Morissan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Edisi VI (Buku II)*. Salemba Humanika: Jakarta.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik, komunikator, Pesan dan Media*. PT Rosda Karya: Bandung.
- Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Yayasan Obor Indonesia: Jakarta .

- Setiajid. 2010. *Pengembangan Materi Politik, Demokrasi dan HAM (Buku Ajar PPG)*. IKP Press Semarang. Semarang.
- Shoemaker, Pamela J. and Reese, Stephen D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman Publisher: New York.
- Storey, J. 2004. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Qalam: Yogyakarta.
- Sudibyo, Agus. 2010. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. LkiS: Jakarta.
- Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Universitas Sebelas Maret Press: Surakarta.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2015. *Metode Penelitian Sosial berbagai Alternatif Pendekatan*. Prenada Media Group: Jakarta.
- Romli, Khomsahrial. 2012. *Komunikasi Massa*. PT Grasindo: Jakarta.
- Wazis, Kun. 2012. *Media Massa dan Konstruksi Realitas*. Aditya Medina Publishing: Malang.

SKRIPSI

- Ayu Rara Novemilia. 2016. *Kebijakan Lampung Post dalam Pembentukan Citra Politik; Studi Kasus Netralisasi Media Cetak Terhadap Pemberitaan Calon Bupati Pesawaran Pada Pilkada 2015*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Aprilia Dwi Aryanti. 2014. *Netralitas Media Mssa Sebagai Implementasi Fungsi Edukasi Politik di Indonesia*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Parama Arrazak Sumbada. 2017. *Hierarki Pengaruh Pada Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di Majalah Tempo*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Siti Sarohmawati. 2017. *Sikap Media Terhadap Isu Politik dan Agama Islam; Analisis Framing Robert N. Entman Berita Ahok Dan Q.S Al – Maidah Ayat 51 Pada Situs Berita Online Republika.Co.Id Dan Metrotvnews.Com Tanggal 7 Oktober–4 Desember 2016*. Skripsi Universitas Lampung.

WEBSITE

- KPU. <https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018>. Diakses pada tanggal 14 April 2018, pukul 19. 35 WIB.
- APJII. <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>. Diakses pada tanggal 10 April 2018 pukul 18.54 WIB.
- <https://www.lampungekspres-plus.com>. Dikases pada tanggal 18 Februari 2018 pukul 13.06 WIB.