

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL KORAN LOKAL DI LAMPUNG DALAM  
PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA)  
GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR  
PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2018**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**ENINDITA PRASTIWI**



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

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL KORAN LOKAL DI LAMPUNG DALAM  
PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA)  
GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR  
PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2018**

**Oleh  
ENINDITA PRASTIWI**

---

**ABSTRAK**

Indonesia telah menyelenggarakan Pemilihan Kepala Daerah serentak pada 27 Juni 2018 yang diikuti oleh 17 Provinsi, 39 Kota dan 115 Kabupaten se-Indonesia termasuk Provinsi Lampung. Pemilihan Kepala Daerah merupakan salah satu implementasi demokrasi di Indonesia. Media massa dan politik merupakan kedua hal yang tidak dapat dipisahkan. Segala pemberitaan mengenai Pilkada di Lampung tidak luput dari sorotan media cetak lokal di Lampung yaitu Lampung Post, Radar Lampung, Tribun Lampung, Kupas Tuntas dan Trans Lampung. Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kebijakan redaksional koran lokal di Lampung dalam pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tahun 2018. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Hirarki Pengaruh Isi Media oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese. Teori yang menjelaskan adanya pengaruh dalam suatu pemberitaan di media. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan jurnalis, kepala pemberitaan media cetak, anggota Komisi Pemilihan Umum, Badan Pengawas Pemilihan Umum, pengamat media dan pengamat politik di Lampung serta dokumentasi dan observasi di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian, kebijakan redaksional koran lokal di Lampung dalam pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tahun 2018, terpengaruhi dari kelima faktor hirarki. Faktor Individu, wartawan dipengaruhi oleh nilai keprofesionalitasan wartawan. Faktor Rutinitas Media digambarkan melalui rapat redaksi pada proses pemilihan dan penyusunan berita. Faktor Organisasi Media berpengaruh secara tidak langsung berupa arahan dari pimpinan. Faktor Ekstra Media pihak luar yang memiliki pengaruh adalah pengiklan, sumber berita, teknologi dan kontrol dari pemerintah. Faktor ideologi, pemberitaan mengedepankan fakta yang ada di lapangan. Faktor yang paling berpengaruh adalah faktor rutinitas media, ekstra media dan ideologi media.

Kata Kunci : Kebijakan Redaksional, Koran Lokal, Pilkada

***EDITORIAL POLICY OF LOCAL NEWSPAPER IN LAMPUNG IN  
REPORTING THE REGIONAL HEAD ELECTION OF  
GOVERNOR AND VICE GOVERNUR OF  
LAMPUNG IN 2018***

**By  
ENINDITA PRASTIWI**

---

**ABSTRACT**

Indonesia has organized a simultaneous local elections on June 27, 2018, followed by 17 provincial, 39 and 115 City Regency in Indonesia including Lampung Province. Regional Head Election is one implementation of democracy in Indonesia. The mass media and politics are two things that can not be separated. All the news about the elections in Lampung was criticized in the local print media, namely Lampung Post, Radar Lampung, Tribun Lampung, Kupas Tuntas and Trans Lampung. Based on the above background, the purpose of this study was to determine how the editorial policy of local newspapers in Lampung in spreading the Regional Head Election (Election) Governor and Vice Governor of Lampung in 2018. In this study, researchers used Contents Media Influence Hierarchy Theory by Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese. The theory explains the influence of a media exposure. The study used a qualitative approach with descriptive methods. The data have been obtained from interviews with journalists, the head of the print media reports, members of the Election Commission, the Election Supervisory Board, media analysts and political observers in Lampung as well as documentation and observation. Based on this research, a local newspaper editorial policy in Lampung in spreading the Regional Head Election (Election) Governor and Vice Governor of Lampung in 2018, influenced the hierarchy of the five factors. Individual factors, the reporter is influenced by the value of professionalism of journalists. Routines Factor Media is illustrated by an editorial meeting on the electoral process and preparation of the news. Factors Media Organization indirect effect in the form of directives from the leadership. Extra Factor Media outsiders who have influence are advertisers, news sources, technology and control of the government. Factors ideology, preaching emphasizes the fact that there are in the field. The most influential factor is the factor of media routines, extra media and media ideology.

*Key Words: Editorial Policy, Local Media, Regional Head Election.*

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL KORAN LOKAL DI LAMPUNG DALAM  
PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA)  
GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR  
PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2018**

**Oleh**

**ENINDITA PRASTIWI**

**Skripsi**

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

**Pada**

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



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

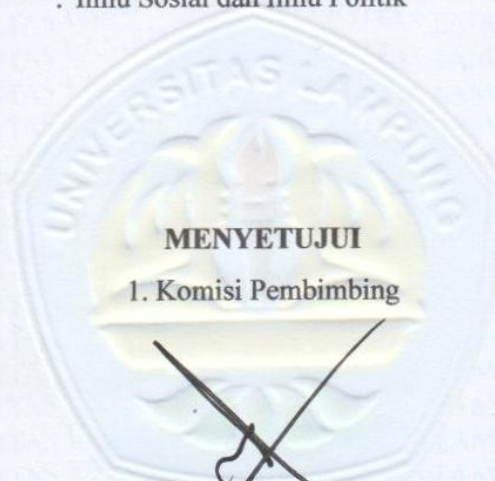
Judul Skripsi : **KEBIJAKAN REDAKSIONAL KORAN LOKAL DI LAMPUNG DALAM PEMBERITAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA) GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR LAMPUNG TAHUN 2018**

Nama Mahasiswa : **Enindita Prastiwi**

No. Pokok Mahasiswa : 1416031050

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Abdul Firman Ashaf, S.IP., M.Si.**  
NIP 19721111 199903 1 001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

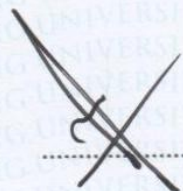
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dhanik', is written above the name of the second official.

**Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.**  
NIP 19760422 200012 2 001

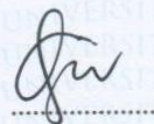
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Abdul Firman Ashaf, S.IP., M.Si.**



Penguji Utama : **Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dr. Syarif Makhya**

1990803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **28 Mei 2019**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Enindita Prastiwi

NPM : 1416031050

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Dusun IV RT/RW 024/004 Kel. Terbanggi Besar Kec. Terbanggi Besar, Lampung Tengah

No. HP : 082279111562

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Kebijakan Redaksional Koran Lokal di Lampung Dalam 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, 13 Mei 2019  
Yang Menyatakan



**Enindita Prastiwi**  
**NPM. 1416031050**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Enindita Prastiwi Lahir di Lampung Tengah pada tanggal 30 Maret 1996. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Sihono dan Ibu Widarti, memiliki satu kakak: Ana Wihartatik, S.Pd dan satu adik: Rayi Andita Putri. Jenjang akademis penulis diawali dari TK Gula Putih Mataram pada tahun 2002, kemudian melanjutkan ke SD 2 Gula Putih Mataram, lulus tahun 2008. Selanjutnya penulis berhasil menyelesaikan jenjang SMP Gula Putih Mataram di tahun 2011. Terakhir menyelesaikan studi di SMA *Sugar Group* pada tahun 2014. Selama menjalani mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi kampus seperti menjadi Reporter UKPM Teknokra 2014-2016 dan juga sebagai anggota Jurnalistik HMJ Ilmu Komunikasi periode 2016-2017. Staf Tim Seleksi Pada Rekrutmen Calon Anggota Bawaslu Provinsi Dan Kabupaten/Kota Provinsi Lampung Masa Jabatan 2018-2023 Pada Tahun 2018. Pada tahun 2016 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Nambah Dadi, Lampung Tengah dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Badan Pengawas Pemilihan Umum (BAWASLU) Provinsi Lampung dibagian Hukum, Humas dan Hubungan Masyarakat.



## **MOTTO**

**"Ketika terasa berat dan ingin menyerah, kuatkan usaha dan harapan imbangi dengan doa"**

(Enindita Prastiwi)

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Kupersembahkan karya sederhana namun penuh perjuangan ini kepada kedua orangtua yang sangat kucintai, Bapak Sihono, Ibu Widarti, kakakku tersayang Mbak Ana, Adik Rayi dan Kirana serta orang terkasih Mas Zaen

Kupersembahkan juga untuk semua sahabat, serta orang-orang yang selalu bersedia mendukungku sepenuh hati. Orang-orang yang senantiasa mewarnai hidupku dengan gelak tawanya.

Serta kepada almamater tercinta, Universitas Lampung

## SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Kebijakan Redaksional Koran Lokal di Lampung dalam Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung Tahun 2018.**

Skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat iman yang kuat luar biasa sehingga penulis diberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Teruntuk kedua orangtuaku tercinta, betapa tak ternilai kasih sayang dan pengorbanan yang kalian berikan untukku. Terimakasih atas dukungan moril maupun materil untukku selama ini diberikan. Bapak Sihono dan Ibu Widarti, yang selalu berkorban untuk segala sesuatunya kepada

keluarga dan senantiasa berdoa untuk kesuksesan disetiap langkah anak-anaknya.

3. Kakak tersayang Ana Wihartatik, SP.d dan adik Rayi, ponakan yang kayak anak sendiri, Kirana dan Dian *soulmate* di kamar Kos yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi, mengibur untuk penulis yang edang berjuang menjadi sarjana. Semoga kita bisa berhasil untuk sukses dunia-akhirat dan tetap menjadi kebanggaan Ibu Bapak. *Bismillah!*.
4. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung beserta seluruh staf dan jajarannya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dhanik Sulistyarini S.Sos, M.Comn&MediaSt, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Terimakasih untuk segala keramahan, kesabaran serta keikhlasannya mendidik dan membantu penulis selama ini.
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 akademik serta dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih atas kesediaan waktu untuk mendengarkan keluh kesah yang penulis hadapi selama proses penyelesaian skripsi. 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 Prof. Dr. Karomani, M.si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia membantu penulis mengenai akademik kampus dari awal hingga akhir perkuliahan.
10. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
11. Pihak-pihak informan yang bersedia meluangkan waktu, ilmu, pengalaman dan memberikan data kepada penulis serta seluruh pihak informan yang telah memberikan izin penelitian serta masukan, dan kerjasamanya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
12. Untuk “Rusunawa” *genk* yang dulu keanggotaanku masih setengah-setengah sampai akhirnya jadi anggota resmi. Wanita dan pria kesayangan Kumara, Nia, Ulfa, Adit, Rendy, Mbol, Bayu aku Pernah sampai di tahap

‘kesepian gilak kalo sehari gak kumpul’. Terimakasih untuk cerita di masa perkuliahan, menemani di kala senang dan sulit, kalian spesial.

13. Untuk Ismadiyah, MJ dan Riska *genk* penelitian. Genk yang jika setelah mencari data atau wawancara kita langsung wisata kuliner dadakn. Terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama proses penelitian. Semangat sukses untuk OTW GSG!
14. Teman-teman Komunikasi 2014, Arin, Andaru, Anyes, Ayu Ika, Puput, Retnoningayu, Mia, Annisa Wp, Oci, Ratu, Azizah, Ifah, Rahmad, Ratih, Siti dan semua yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih atas semua kenangan, kebersamaan, ilmu, pengalaman dan kerjasama yang dilakukan selama proses perkuliahan. Semoga silaturahmi angkatan 2014 tidak berhenti hanya disini. Aamiin.
15. Untuk teman-teman KKN Desa Nambah Dadi, Kak Neldi, Yanya, Cia, Mpok Atik, Rindu dan Gema, terimakasih atas keseruan dan pengalaman yang kalian berikan selama 40 hari masa KKN yang tidak membuat drama berlebihan. Pusingnya hanya jika jemuran baju kehujanan.
16. Teman-teman UKPM Teknokra Unila, terimakasih telah memberikan wadah untuk belajar memimpin, menulis berita dan memutuskan suatu proyek yang berguna untuk masyarakat sekitar.
17. Keluarga Rajabasa, Mbak Aing, Mbak Wury, Mas Radit, Saron, Mas Obet, Mama Okta, Kiyak, Mbak Iis, Mas Toni, Kang Pupung, Mbah Endut dan Lucky, terimakasih untuk segala pengalaman dan cerita. Keluarga yang

memperkenalkan aku apa dan bagaimana itu pondok pesantren, sholawat dan bertemu tokoh-tokoh politik.

18. Buat sahabat rasa keluarga, Measi Arsita terlalu banyak cerita senang, sedih, omongan *absurd* ala kita, keluh kesah percintaan, Terimakasih telah menjadi sahabat terbaik dalam memberikan pelajaran hidup, suka dan duka dari masa SMP sampai seterusnya. Semoga kita selalu akur, tercapai mimpi-mimpi dan sehat selalu. *Love You* Mes, kamu orang hebat!
19. Buat sahabat senasip ku, Lailatul Badriah alias Ayi. Partner hidup, Terimakasih buat canda, cerita hidup dan referensi Drama Korea untuk *stress release* dan mengusir jenuh kuliah dan skripsi. Semoga kita selalu sehat, bahagia dan dilancarkan segala hajat. Aamiin.
20. Pria dewasa bernama Mas Dwi Zaen Prasetyo, S.H sudah menjadi teman terdekat dan terbaik yang selalu perhatian, sabar dan penuh dengan motivasi. *Partner* setia ke bioskop dan kulineran serta selalu menyemangati penulis ketika menulis skripsi.
21. Teman-teman Asrama Putri Difra, Resti, Ica, Ari, Mbak Lia, Tina, Ade, Hanifah terimakasih untuk bantuannya selama menjadi anak kosan di masa perkuliahan terutama ketika penulis sakit.
22. 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, 13 Mei 2019  
Penulis

**Enindita Prastiwi**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Kebijakan Redaksional .....	15
2.2.2 Koran Lokal .....	20
2.2.3 Teori Hirarki Pengaruh Isi Media.....	22
2.2.4 Teori Analisis Resepsi .....	36
2.3 Kerangka Pemikiran .....	38
<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian .....	42
3.2 Metode Penelitian .....	42
3.3 Fokus Penelitian .....	43
3.4 Informan .....	43
3.5 Lokasi Penelitian .....	44
3.6 Sumber Data .....	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	47
3.9 Teknik Analisis Data .....	48

3.10 Teknik Keabsahan Data .....	49
----------------------------------	----

#### **IV. GAMBARAN UMUM**

4.1 Lampung Post .....	51
4.1.1 Profil Lampung Post .....	51
4.1.2 Visi dan Misi .....	52
4.1.3 Struktur Organisasi .....	53
4.2 Radar Lampung .....	54
4.2.1 Profil Radar Lampung .....	54
4.2.2 Visi dan Misi .....	55
4.2.3 Struktur Organisasi .....	55
4.3 Tribun Lampung .....	56
4.3.1 Profil Tribun Lampung .....	56
4.3.2 Visi dan Misi .....	57
4.3.3 Struktur Organisasi .....	58
4.4 Kupas Tuntas .....	59
4.4.1 Profil Kupas Tuntas .....	59
4.4.2 Visi dan Misi .....	61
4.4.3 Struktur Organisasi .....	62
4.5 Trans Lampung .....	62
4.5.1 Profil Trans Lampung .....	62
4.5.2 Visi dan Misi .....	64
4.5.3 Struktur Organisasi .....	64

#### **V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Identitas Informan .....	66
5.2 Hasil Wawancara Media Lampung Post .....	68
5.2.1 Level Individu .....	68
5.2.2 Level Rutinitas Media .....	72
5.2.3 Level Organisasi Media .....	78
5.2.4 Level Ekstra Media .....	81
5.2.5 Level Ideologi .....	88
5.3 Hasil Wawancara Media Radar Lampung .....	89
5.3.1 Level Individu .....	89
5.3.2 Level Rutinitas Media .....	94
5.3.3 Level Organisasi Media .....	101
5.3.4 Level Ekstra Media .....	105
5.3.5 Level Ideologi .....	112
5.4 Hasil Wawancara Media Tribun Lampung .....	114
5.4.1 Level Individu .....	114
5.4.2 Level Rutinitas Media .....	119
5.4.3 Level Organisasi Media .....	126
5.4.4 Level Ekstra Media .....	131
5.4.5 Level Ideologi .....	139

5.5 Hasil Wawancara Media Kupas Tuntas.....	141
5.5.1 Level Individu.....	141
5.5.2 Level Rutinitas Media.....	145
5.5.3 Level Organisasi Media.....	148
5.5.4 Level Ekstra Media.....	154
5.5.5 Level Ideologi.....	161
5.6 Hasil Wawancara Media Trans Lampung .....	164
5.6.1 Level Individu.....	164
5.6.2 Level Rutinitas Media.....	169
5.6.3 Level Organisasi Media.....	172
5.6.4 Level Ekstra Media.....	179
5.6.5 Level Ideologi.....	187
5.7 Pembahasal Level Individu .....	190
5.8 Pembahasan Level Rutinitas Media .....	199
5.9 Pembahasan Level Organisasi Media.....	210
5.10 Pembahasan Level Ekstra Media.....	218
5.11 Pembahasan Level Ideologi.....	222

## **VI. SIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Simpulan.....	240
6.2 Saran .....	246

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	248
-----------------------------	-----

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penetapan Paslon, Partai Pengusung dan Jumlah Kursi, dan Total Kursi Paslon Gubernur Dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018 .....	2
2. Daftar Nama Media Cetak Aktif Daerah Lampung yang Terdaftar di Persatuan Wartawan Indonesia Cabang Lampung Tahun 2018 .....	3
3. Penelitian Terdahulu .....	13
4. Daftar Nama Informan .....	67
5. Posisi Media Dalam Teori Analisis Resepsi Level Individual .....	197
6. Posisi Media Dalam Teori Analisis Resepsi Level Rutinitas Media .....	208
7. Posisi Media Dalam Teori Analisis Resepsi Level Organisasi Media .....	216
8. Posisi Media Dalam Teori Analisis Resepsi Level Ekstra Media .....	220
9. Posisi Media Dalam Teori Analisis Resepsi Level Ideologi .....	226

## DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
1. Kerangka Pikir .....	41
2. Alur Penyajian Berita Di Lampung Post .....	75
3. Alur Pengolahan Berita Politik di Tribun Lampung.....	121
4. Alur Penyajian Berita di Kupas Tuntas .....	149
5. Alur Pengolahan Berita Politik Di Trans Lampung.....	175
6. Pola Kebijakan Redaksional Level Individual Dalam Pemberitaan Pilkada Lampung 2018 .....	199
7. Pola Kebijakan Redaksional Level Rutinitas Media Dalam Pemberitaan Pilkada Lampung 2018 .....	210
8. Pola Kebijakan Redaksional Level Organisasi Media Dalam Pemberitaan Pilkada Lampung 2018 .....	218
9. Pola Kebijakan Redaksional Level Ekstra Media Dalam Pemberitaan Pilkada Lampung 2018 .....	222
10. Pola Kebijakan Redaksional Level Ideologi Dalam Pemberitaan Pilkada Lampung 2018 .....	230
11. Model Kebijakan Redaksional Koran Lokal Di Lampung Dalam Pemberitaan Kepala Daerah Gubernur Dan Wakil Gubernur Lampung 2018 .....	232

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Logo Lampung Post .....	52
2. Logo Radar Lampung .....	55
3. Logo Tribun Lampung .....	57
4. Logo Kupas Tuntas .....	60
5. Logo Trans Lampung .....	64
6. Rubrik Lampung Memilih Pada Lampung Post .....	76
7. Rubrik Rumah Demokrasi Pada Lampung Post .....	76
8. Rubrik Menuju BE 1 Radar Lampung .....	99
9. Rubrik Politik Trans Lampung .....	122
10. Rubrik Politik Kupas Tuntas pada Halaman Depan .....	151
11. Rubrik Politik Kupas Tuntas pada Halaman Belakang .....	152

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia akan menyelenggarakan Pemilihan Kepala Daerah serentak pada 27 Juni 2018 akan yang diikuti oleh 17 Provinsi, 39 Kota dan 115 Kabupaten se-Indonesia (<https://m.detik.com>, diakses 18 Februari 2018). Salah satu provinsi yang akan menyelenggarakan Pemilihan Gubernur (Pilgub) dan Wakil Gubernur Periode 2018-2023 adalah Provinsi Lampung. Pemilihan Kepala Daerah merupakan salah satu dari implementasi adanya demokrasi di Indonesia. Salah satu unsur yang sangat berpengaruh dalam proses jalannya Pilkada adalah media.

Para Pasangan Calon (Paslon) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung saling bertanding untuk mempromosikan diri dan visi-misi dengan harapan menarik suara pemilih. Media massa seperti koran, radio, portal *online*, majalah, televisi, masih dinilai sebagai media yang cukup efektif untuk melakukan kegiatan promosi tersebut. Media massa dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi daya tarik pemilih secara bertahap agar menjatuhkan pilihan ke salah satu pasangan kandidat.

Berdasarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung Nomor: 70/HK.03.1-Kpt/18/Prov/II/2018 tentang Penetapan Paslon Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018 yang memenuhi syarat pencalonan dan syarat calon, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Penetapan Paslon, Partai Pengusung dan Jumlah Kursi, dan Total Kursi Paslon Gubernur Dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018**

No	Nama Paslon	Partai Pengusung dan Jumlah Kursi	Total Kursi
1	Dr. Ir. H. Mustafa, M.H dan H. Ahmad Jajuli, S.I.P., M. Si	Nasdem: 8 PKS : 8 Hanura : 2	18
2	Drs. H. Herman Hasanusi, M.M dan Ir. Sutono, M.M	PDIP :17	17
3	Ir. Arinal Djunaidi dan Hj. Chusnunia, M. Si., M.Kn., Ph.D	Golkar : 10 PKB : 7 PAN : 8	25
4	H. Muhammad Ridho Ficardo S.Pi., M. Si dan Bachtiar Basri, SH., MM	Demokrat : 11 PPP : 4 Gerindra : 10	25

*Sumber: Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung 2018*

Pengumuman Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung Nomor 158/HM.02/030/Prov/II/2018 tentang Hasil Pengundian Nomor Urut Paslon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018 menyatakan Paslon nomor urut satu yakni H. Muhammad Ridho Ficardo S.Pi., M. Si dan Bachtiar Basri, S.H., M.M, Paslon nomor urut dua Drs. H. Herman Hasanusi, M.M dan Ir. Sutono, M.M, Paslon nomor urut tiga Ir. Arinal Djunaidi dan Hj. Chusnunia, M. Si., M.Kn.. Ph.D dan Paslon nomor urut 4 Dr. Ir. H. Mustafa, M.H dan H. Ahmad Jajuli, S.I.P., M. Si.

Media massa dan politik merupakan kedua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Media massa dan politik diibaratkan sebagai sebuah hubungan simbiosis



mutualisme, yang berarti saling menguntungkan. Adanya media massa bagi para pelaku politik beserta partainya bisa menjadi sarana untuk menyampaikan dan mencitrakan keunggulan visi-misi dan hal sudah mereka capai. Kemudian bagi media massa, kegiatan ini dapat menjadi bahan berita serta dapat menghasilkan keuntungan bagi instansi media massa tersebut. Tidak sedikit masyarakat Lampung yang mempunyai akses dalam memperoleh informasi tersebut melalui media cetak seperti koran. Pihak media cetak maupun Paslon Gubernur dan Wakil Gubernur melihat hal ini sebagai sebuah peluang demi mencapai kepentingan dan tujuan politiknya.

**Tabel. 2 Daftar Nama Media Cetak Aktif Daerah Lampung yang Terdaftar di Persatuan Wartawan Indonesia Cabang Lampung Tahun 2018**

Nama Media		
Harian		Mingguan
Lampung Post	Bongkar Post	Haluan Lampung
Lampung Ekspres Plus	Haluan Lampung	Faktual
Radar Lampung	Harian Ekspres	Media Merdeka
Tribun Lampung	Lampung News Paper	Agsi Post
Kupas Tuntas	Trans Lampung	Fokus Lampung
Bandarlampung News	Harian Pilar	Yudha Post
Rakyat Lampung	Swara Lampung	
Fajar Sumatera Plus	Poros Lampung	
Koran Editor	Medinas Lampung	

*Sumber: Persatuan Wartawan Indonesia Cabang Lampung Tahun 2018*

Media massa cetak di Indonesia hadir dalam lingkup nasional seperti Kompas, Tempo, Seputar Indonesia (Sindo), dan lain sebagainya. Lingkup media massa lokal di Lampung terdapat 56 media terdiri atas 32 media cetak (koran), 12 siaran (televisi) dan 12 portal siber. Menurut data Dewan Pers, media yang terverifikasi secara faktual dan administrasi terdiri atas 6 media cetak (Faktual, Lampung Post, Radar Lampung, Kupas Tuntas, Trans

Lampung dan Radar Tanggamus serta 2 portal siber yakni Lintaslampung.com dan Pelitaekspres.com

(<https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers> diakses pada 15 Maret 2018).

Keberadaan koran lokal tersebut sebagai salah satu media dan sarana informasi yang cukup efektif untuk melancarkan kepentingan politik pada saat pelaksanaan pemilihan umum karena daerah pendistribusian koran keseluruh daerah di Provinsi Lampung. Berdasarkan hasil survey The Asia Foundation (Yusuf, 2011: 305), lebih dari 90% masyarakat menggunakan media sebagai sumber informasi pemilihan umum. Survey tersebut dijadikan dasar penggunaan media sebagai alat untuk melancarkan kepentingan politik. Meski penggunaan media sebagai alat untuk melakukan komunikasi politik dibolehkan, namun harus sesuai dengan kaidah dan peraturan yang ada, sebagaimana terdapat dalam PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) No. 4 tahun 2017 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan atau Walikota dan Wakil Walikota dan sesuai dengan etika jurnalisme yang berlaku.

Wartawan dan media massa harus dijadikan *partner* strategis bagi partai politik untuk mengkomunikasikan program kerja dan semua hal yang telah mereka lakukan. Melalui jaringan media massa, pesan tersebut akan dapat dengan mudah menjangkau masyarakat yang lebih luas (Firmansyah, 2012:265). Kondisi ini membuat persaingan untuk mendapatkan akses ke media massa menjadi tinggi. Semua pihak merasakan pentingnya peran dan

kontribusi media massa sebagai institusi yang mengkomunikasikan aktivitas kandidat Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2018.

Semua pihak bersaing untuk mendapatkan akses pemberitaan media massa. Pemberitaan yang intensif akan dapat dengan mudah menciptakan *public-awareness*. Publik akan dapat dengan cepat mengetahui apa saja yang telah dilakukan partai-partai politik. Pada gilirannya, hal ini akan dapat dengan mudah mempengaruhi opini publik. Persepsi publik terhadap suatu partai politik atau seorang individu dapat dibentuk sesuai dengan pemberitaan yang ada (Firmansyah, 2012:265). Oleh karena itu, setiap media massa memiliki kebijakan redaksi yang berbeda-beda dalam mengolah pemberitaan yang akan dipublikasi.

Kebijakan redaksional bisa dimaknai sebagai serangkaian pedoman yang menjadi dasar di bidang redaksional sesuai visi dan misi media massa yang bersangkutan. Kebijakan redaksional di samping berkaitan dengan substansi pemberitaan, juga meliputi tujuan mengapa berita tersebut dinaikkan atau diturunkan bisa berasal dari etnis, kelas sosial, latar belakang pribadi yang berkaitan dengan status sosial, ekonomi, pendidikan, orientasi religius bahkan situasi dan sikap politik (Tohir, 2013:19).

Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2017 tentang Tahapan, Program dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan atau Walikota Dan Wakil Walikota Tahun 2018, masa kampanye dimulai sejak 15 Februari 2018 s.d 23 Juni 2018, dimana kampanye melalui media

massa, cetak dan elektronik berlangsung pada 10 Juni sampai dengan 23 Juni 2018.

Media massa cetak berlomba-lomba untuk menawarkan ruang politik terbaiknya bagi para calon kandidat Kepala Daerah terutama pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur tahun 2018. Para kandidat calon Gubernur dan Wakil Gubernur merespon hal ini dengan positif terlihat dengan telah maraknya kampanye-kampanye pada surat kabar lokal Lampung dan alat peraga kampanye lainnya. Menurut Negrine (1996) dalam skripsi Novemilia (2016:4) media dianggap memiliki peran yang sangat penting dalam mentransmisi dan menstimulasi permasalahan politik.

Para pelaku media yang aktif andil dalam Pilkada termasuk wartawan harus menerapkan dan memahami Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU), profesi secara profesional sesuai dengan Undang-Undang(UU) Pers Indonesia Nomor 44 Tahun 1999, Kode Etik Jurnalistik, Kode Etik Jurnalistik Persatuan Wartawan Indonesia, Kode Etik Jurnalistik Aliansi Jurnalistik Indonesia, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016, Pedoman Pemberitaan Media Siber dan Kode Etik Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia. Dengan berita yang selalu disajikan setiap harinya, bagaimana tim redaksi dari media cetak tersebut untuk mendapatkan berita-berita yang memiliki nilai berita tinggi dan berpengaruh pada kehidupan masyarakat, terutama berita politik terkait pemberitaan Pemilihan Gubernur Tahun 2018.

Banyak berita yang diterima oleh tim redaksi, cara memilih berita yang layak dan tidak untuk disajikan ke dalam terbitan koran, kemudian bagaimana penyuntingan berita apabila terdapat kesalahan dalam penulisan berita, bagaimana kebijakan redaksi media lokal dalam memberitakan kandidat Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur tahun 2018. Bagaimana implementasi teori hirarki pengaruh yang diterapkan media lokal di Lampung terkait pemberitaan Pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur tahun 2018. Jika benar media hanya mentransmisikan realitas, seharusnya semua media menyajikan gambaran yang sama tentang realitas yang ada.

Penelitian ini akan di kaji menggunakan kajian kebijakan redaksional, organisasi media, teori analisis resepsi dan teori Shoemaker dan Reese 'Hirarki Pengaruh Terhadap Isi Media' untuk mengetahui dan memahami fenomena yang "tersembunyi" yaitu orang-orang dan organisasi yang memproduksi isi media. Kajian tentang isi media juga membantu kita memprediksi dampaknya terhadap khalayak. Asumsinya bahwa media adalah yang menyajikan "realitas" kepada khalayak, maka mempelajari isi media membantu kita untuk menilai "realitas" seperti apa sebenarnya yang dikonsumsi khalayak. Kajian isi media tidaklah cukup untuk memahami baik kekuatan yang memproduksi isi media maupun efeknya kepada khalayak. Namun, kajian isi media bisa menjadi titik awal, karena kecenderungan-kecenderungan yang muncul dalam isi media merupakan hasil dari faktor-faktor struktural yang pasti.

Penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan tentang kebijakan redaksional pada koran salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Fajriannoor Fanani (2011) dengan judul “Analisis Kebijakan Redaksional Harian Republika Pada Pemberitaan Religio-Politik Masa Kampanye Presiden Tahun 2009” penelitian ini mendeskripsikan bagaimana kebijakan dan toleransi Republika memberitakan isu religio-politik dalam masa kampanye presiden dan wakil presiden tahun 2009 serta model ke-Islaman Republika. Di dalamnya Republika menciptakan wadah bagi umat Islam Indonesia dengan visi Islam Moderat dan toleransi politik dimana mereka mendorong umat Islam untuk aktif dalam berpolitik, bernegara dan berdemokrasi seperti kampanye calon presiden untuk mendukung massa Islam. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif yang akan diadopsi oleh penulis dalam penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Muhammad Tohir (2013) dengan judul “Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*” menggambarkan bagaimana penerapan lima Teori Hirarki Pengaruh pada kebijakan redaksional surat kabar Republika dalam menentukan berita yang dipilih menjadi *headline*. Di dalamnya faktor yang lebih berperan dalam mempengaruhi isi berita *Headline* Republika adalah faktor organisasional dan ideologi.

Berdasarkan pada uraian-uraian di atas dan merujuk pada data-data penelitian terdahulu yang dikemukakan penulis, maka dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti tentang “Kebijakan Redaksional Koran Lokal Di

Lampung dalam Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018”. Penelitian ini dilakukan karena belum banyak penelitian mengenai kebijakan redaksional koran lokal di Lampung terutama dalam pemberitaan mengenai Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tahun 2018. Koran Lokal di Lampung yang akan diteliti adalah Lampung Post, Radar Lampung, Kupas Tuntas, Trans Lampung, dan Tribun Lampung. Pemilihan media tersebut dipilih berdasarkan status verifikasi administrasi dan faktual di Dewan Pers dan masuk dalam daftar keanggotaan Persatuan Wartawan Indonesia Cabang Lampung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana kebijakan redaksional koran lokal di Lampung dalam pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tahun 2018?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kebijakan redaksional koran lokal di Lampung dalam pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung tahun 2018.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **a. Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada disiplin ilmu jurnalistik, khususnya tentang kebijakan redaksional pada sebuah media massa, yang dalam penelitian ini dikhususkan pada koran lokal di Lampung.

### **b. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi komunikasi jurnalistik dalam membahas masalah kebijakan redaksional, terlebih mahasiswa yang belajar ilmu kejournalistikan, baik di Universitas Lampung, maupun mahasiswa lain yang menekuni bidang tersebut.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai panduan serta perbandingan sebagai upaya untuk mengurangi kegiatan penggandaan karya dan sejenisnya. Penelitian terdahulu juga dimaksudkan untuk menambah referensi dan wawasan penulis dalam menjalankan penelitian ini.

Penelitian pertama berjudul “Analisis Kebijakan Redaksional Harian Republika Pada Pemberitaan Religio-Politik Masa Kampanye Presiden Tahun 2009” yang ditulis oleh Fajriannoor Fanani dalam *master thesis* program Ilmu Komunikasi di Universitas Diponegoro tahun 2011. Dalam penelitian ini Fajriannoor Fanani melakukan analisis kualitatif terhadap kebijakan redaksional dan toleransi politik Republika dalam pemberitaan Religio-Politik masa Kampanye Presiden dan Wakil Presiden tahun 2009 serta kebijakan model ke-Islaman Republika. Metode *gatekeeping* dipakai untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi redaksional Republika dan mempengaruhi toleransi politik mereka.

Adapun relevansi penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu metode penelitian. Penelitian terdahulu dan penulis

menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan menelaah berita. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian terdahulu menggunakan surat kabar nasional Harian Republika sebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian penulis adalah surat kabar lokal di Lampung.

Penelitian kedua berjudul “Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur Dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional” yang ditulis oleh Kartika, Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar Tahun 2016. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan pendekatan keilmuan komunikasi. Relevansi penelitian ini dengan yang akan diteliti oleh penulis dapat menambah referensi tentang kebijakan redaksional koran lokal dalam membuat berita. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu fokus penelitian. Penelitian Kartika lebih fokus pada satu media lokal (Tribun Timur) dalam menyajikan rubrik Tribun Nasional di Harian Tribun Timur, sedangkan penulis mengambil 6 media lokal dalam menyajikan berita pada semua rubrik dalam koran tersebut yang ada kaitannya dengan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung 2018.

Penelitian ketiga berjudul “Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*” yang ditulis oleh Muhammad Tohir dalam skripsi penelitian UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta tahun 2013. Penelitian ini menganalisis penerapan lima teori Hirarki

Pengaruh yang dapat mempengaruhi Kebijakan Redaksional Surat Kabar *Republika* dalam menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*.

Relevansi penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu teori yang digunakan ‘Teori Hirarki Pengaruh’ oleh Pameela Shoemaker dan Stephen D. Reese. Perbedaannya yaitu penulis menggunakan beberapa berita dalam setiap rubrik koran lokal di Lampung yang dianggap memiliki arah pemberitaan mengenai Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung 2018. Sedangkan penelitian terdahulu hanya mengambil konteks berita yang akan dijadikan *headline* pada koran *Harian Republika*.

**Tabel 3. Penelitian Terdahulu**

1	Penulis	Fajriannoor Fanani Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang (Tahun 2011)
	Judul Penelitian (Jurnal)	Analisis Kebijakan Redaksional <i>Harian Republika</i> Pada Pemberitaan Religio-Politik Masa Kampanye Presiden Tahun 2009
	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
	Hasil Penelitian	Menciptakan wadah bagi umat Islam Indonesia dengan visi Islam moderat dan toleransi politik yang terbatas. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana <i>Republika</i> mendorong komunitas umat Islam untuk aktif dalam berpolitik, bernegara dan berdemokrasi. Dukungan <i>Republika</i> tersebut dalam setiap pemberitaannya yang mengulas berbagai partisipasi umat Islam dalam kegiatan politik dan demokrasi seperti kegiatan politik dan demokrasi seperti kegiatan partai-partai Islam, kampanye calon presiden untuk mendukung massa Islam. <i>Republika</i> dengan demikian berperan dalam menghapuskan depolitisasi era orde baru terhadap umat Islam di Indonesia dan memberi kontribusi bagi peningkatan kecerdasan serta kesadaran terhadap politik bagi umat Islam di Indonesia
	Perbedaan	Penelitian ini menitikberatkan pada kebijakan model ke-Islaman <i>Republika</i> , <i>Republika</i> saat memberitakan isu religio-politik dalam masa kampanye presiden dan wakil presiden tahun 2009 dan toleransi politik

		Republika dalam pemberitaan. Objek penelitian surat kabar nasional.
	Kontribusi Bagi Penelitian Ini	Menjadi acuan dalam bentuk metode penelitian dan cara menelaah berita
2	Penulis	Kartika Alumnus Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar (Tahun 2016)
	Judul Penelitian (Jurnal)	Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur Dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Kebijakan redaksional yang dipakai memiliki dasar pertimbangan untuk layak dimuat seperti nilai berita, kedekatan geografis dan emosional Sulawesi, berita populer di tribunnews.com dan kompas.com. Level ideologi media mempengaruhi isi pemberitaan paling tinggi. Berita politik (partai Golkar) dan hukum (tentang orang Sulawesi bekerja di KPK) yang sering dimuat
	Perbedaan	Objek penelitian ini hanya satu media massa yakni Tribun Timur dan hanya mengkaji rubrik Tribun Nasional. sedangkan penulis, akan ada 6 media massa yang diteliti yakni Lampung Post, Radar Lampung, Kupas Tuntas, Faktual, Trans Lampung dan Tribun Lampung dan mengkaji semua rubrik yang ada pada koran tersebut terkait Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2018
	Kontribusi Bagi Penelitian Ini	Menjadi acuan penulis untuk mengetahui bentuk akhir penelitian kebijakan redaksional di koran lokal dalam membuat berita pada satu rubrik
3	Penulis	Muhammad Tohir Alumnus Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Konsentrasi jurnalistik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (Tahun 2013)
	Judul Penelitian (Jurnal)	Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi <i>Headline</i>
	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
	Hasil Penelitian	Penentuan berita headline berdasarkan informasi yang menarik, ditunggu masyarakat, berkualitas bagus, layak publikasi dan memberikan efek. Faktor yang lebih berperan dalam mempengaruhi isi berita <i>Headline</i> Republika adalah faktor organisasional dan ideologi.
	Perbedaan	Penelitian terdahulu membahas mengenai kebijakan redaksional berita Republika secara umum untuk dijadikan berita <i>Headline</i> , sedangkan penulis lebih memfokuskan pemberitaan pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2018 pada setiap rubrik yang ada pada koran lokal tersebut
	Kontribusi Bagi Penelitian Ini	Menjadikan acuan penulis untuk menelaah lebih dalam tentang penggunaan teori Hirarki Pengaruh Isi

	Media dan cara analisis dokumentasi dengan keadaan surat kabar yang diteliti
--	--

*Sumber: Diolah sendiri oleh peneliti*

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Kebijakan Redaksional**

Kebijakan adalah suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara-cara bertindak yang dibuat secara terencana dan konsisten dalam mencapai tujuan tertentu. Secara umum kebijakan komunikasi adalah seluruh peraturan yang mengatur proses komunikasi masyarakat, baik yang menggunakan media (mulai dari sosial, media massa, hingga media interaktif) maupun yang tidak menggunakan media, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan sebagainya. Tetapi, selama ini kebijakan komunikasi yang terumuskan secara jelas dan spesifik baru menyangkut media massa, seperti media penyiaran, pers, dan film (Abrar, 2008:13).

Redaksional berasal dari kata redaksi yang berarti suatu bagian terpenting dalam organisasi media komunikasi massa yang tugas pokoknya mengelola isi atau acara media massa baik cetak ataupun elektronik. Secara umum redaksi mempunyai tugas dan wewenang untuk pengadaan, pengelolaan, penampilan dan penyusunan komposisi naskah sesuai dengan misi media tersebut (Iskandar,1990: 125).

Kebijakan redaksional merupakan suatu hal mutlak yang harus dimiliki oleh sebuah media massa. Hal itu disebabkan kebijakan

redaksi dibutuhkan oleh sebuah media massa untuk memilih dan memilah setiap berita yang layak dan tidak layak untuk diterbitkan sesuai dengan kebijakan redaksional media. Kebijakan redaksi penting karena digunakan untuk menyikapi suatu peristiwa karena dalam dunia pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri (Tebba, 2005:150).

Aceng Abdullah dalam bukunya *Press Relations* (2011), menjelaskan mengenai kebijakan redaksional ini meliputi sikap “politik” media dan aturan keredaksian kewartawanan. Politik di sini dapat diartikan secara sesungguhnya atau juga bukan dalam arti sesungguhnya. Berkaitan dengan kebijakan redaksional, setiap media massa memiliki sikap yang berbeda dalam melihat satu permasalahan, sehingga antara media yang satu dengan media lainnya pasti memiliki sikap yang berbeda. Begitupun dalam pengertian politik yang sesungguhnya, ada kalanya setiap media memiliki kepentingan untuk golongan politik tertentu.

Sikap “politik” media bukan hanya pada partai politik, akan tetapi terhadap berbagai kepentingan lain yang berhubungan dengan kepemilikan media, sejarah media, alasan ekonomi, misi media serta kepentingan lainnya. Kepentingan lain bisa berupa kepentingan bisnis, redaksi, ideologi, pembaca bahkan lingkungan kerja. Misalnya, karena misionernya, sebuah majalah khusus tentang Islam

tentunya tidak akan memuat pemberitaan atau *press release* dari agama yang lain dengan alasan sasaran pembacanya tidak tepat.

Penentuan ini dipilih melalui proses perencanaan dan bahkan hasil kajian yang sangat panjang. Setiap media biasanya memiliki buku pedoman atau panduan masing-masing. Menurut Sumadiria (2010:21-23) dalam bukunya Bahasa Jurnalistik, buku pedoman harus memiliki empat faktor yaitu:

#### 1. Filosofi Media

Filosofi media berarti sesuatu yang menjadi cita-cita ideal, landasan pokok, atau pijakan dasar yang senantiasa menjiwai seluruh kebijakan, peraturan serta orientasi sikap dan perilaku suatu media dalam menjalankan aktifitasnya sehari-hari. Setiap media harus memiliki idealisme. Idealisme adalah cita-cita, obsesi, sesuatu yang harus dikejar untuk bisa dijangkau dengan segala daya dan cara yang dibenarkan menurut etika dan norma profesi yang berlaku serta diakui oleh masyarakat dan negara. Menegakkan nilai demokrasi dan hak asasi manusia, memperjuangkan keadilan dan kebenaran adalah contoh idealisme yang harus senantiasa diperjuangkan pers.

#### 2. Visi Media

Visi media berarti pandangan, bisa juga disebut sebagai jangkauan masa depan yang ingin diraih. Setiap media disyaratkan untuk memiliki visi yang jelas dalam menyikapi

persoalan masyarakat dan bangsa. Visi merupakan penjabaran dari landasan filosofis dan ideologis yang dianut suatu media. Contoh misi media adalah mencerdaskan kehidupan bangsa, menegakkan supremasi hukum atau membangun masyarakat adil makmur sejahtera.

### 3. Misi Media

Misi berkaitan dengan tugas pokok yang diemban dan tujuan yang ingin dicapai. Visi baru bersifat konseptual, sedangkan misi sudah bersifat operasional, sekaligus merupakan penjabaran apa yang sudah dinyatakan dalam visi. Contoh misi secara konkret, operasional, dan manajerial adalah mendirikan perusahaan penerbitan surat kabar harian yang berkualitas dengan sirkulasi luas dan harga terjangkau dalam kerangka memberikan pendidikan kepada masyarakat menengah-bawah dipertanian.

### 4. Kebijakan Redaksional Media

Semua segi dan dimensi yang berkaitan dengan filosofi, visi, misi penerbitan, pada akhirnya dijabarkan secara lebih operasional dan lebih spesifik dalam apa yang disebut kebijakan penerbitan. Kebijakan penerbitan mencakup dua bagian besar: kebijakan komersial dan kebijakan perusahaan. Kebijakan ini mengatur bagaimana perusahaan dikelola dan dikembangkan. Salah satu prinsip dasar dalam kebijakan perusahaan tentu pengelolaan



menekankan pada finansial secara efisien dengan tingkat pendapatan yang maksimal.

AS Haris Sumadiria (2016) dalam “Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional” mengungkapkan bahwa kebijakan redaksional pers lokal lebih bertumpu pada pengembangan dimensi kedekatan geografis dan kedekatan psikologis (*proximity*) dalam segala dimensi dan implikasinya. Pers lokal juga bisa disebut sebagai buka harian sebuah kota.

Pers lokal hanya beredar disebuah kota dan sekitarnya. Salah satu ciri pers lokal adalah 80 persen isinya didominasi oleh berita, laporan, tulisan dan sajian gambar bernuansa lokal. Motivasi dan ambisi pers lokal adalah menjadi “raja” di kotanya sendiri. Pers lokal bisa disebut kamus dan cermin berjalan sebuah kota karena apapun peristiwa dan fenomena tentang kota tersebut, pasti dijumpai di dalamnya. (Sumadiria, 2005:44).

Kehadiran surat kabar lokal dapat dijadikan indikator dari dinamika kehidupan lokal. Berbagai kegiatan institusi sosial dalam kehidupan publikan muncul dalam media lokal, otomatis warga akan memerlukan media lokal.

### 2.2.2 Koran Lokal

Surat kabar merupakan media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, sosial, kriminal, budaya, seni, olahraga, luar negeri, dalam negeri, dan sebagainya (Suryawati, 2011:40). Menurut Agee (dalam Suryawati, 2011: 41), surat kabar mengemban fungsi primer dan fungsi sekunder. Fungsi primer dari surat kabar terdiri dari tiga, yaitu:

- a. Menginformasikan kejadian yang penting dan menarik kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara dan dunia
- b. Mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam berita dan kemudian menyampaikannya kepada masyarakat: dan
- c. Menyediakan keperluan informasi bagi masyarakat yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media.

Sedangkan fungsi sekunder surat kabar terdiri atas:

- a. Mengkampanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi- kondisi tertentu
- b. Memberikan hiburan kepada pembaca, melalui rubrik hiburan seperti humor, cerita pendek dan lain-lain
- c. Melayani pembaca sebagai pembimbing yang ramah, melalui tanya jawab yang disediakan oleh masing-masing surat kabar,

- d. Menjadi agen dan memperjuangkan hak, adanya kolom inspirasi atau gagasan pada sebuah surat kabar.

Syarat utama koran (Rachmadi, 1990:4-6) adalah publisitas, periodesitas, universalitas, objektivitas dan aktualitas. Publisitas berarti informasi di dalamnya dikhususkan atau diperuntukkan bagi khalayak ramai, periodesitas yakni keteraturan dalam masa cetaknya bisa satu hari sekali, satu minggu sekali atau lainnya. Universalitas berarti isinya ada banyak dan terdiri dari berbagai macam, serta berita didalamnya datang dari berbagai penjuru negeri bahkan dunia. Objektivitas merupakan etika dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya, sedangkan aktualitas bermakna di dalamnya memuat informasi terbaru yang ada di lapangan (<http://arti-definisi-pengertian.info/mengenal-lima-karakteristik-pers/>).

Surat kabar lokal adalah surat kabar yang cakupan distribusinya berskala lebih sempit dan beragam, bisa mencapai satu provinsi, satu wilayah kota atau kabupaten, maupun skala yang lebih sempit lagi (Sulistiyono, 2014:26). Surat kabar ini hanya beredar di sebuah kota dan sekitarnya. Ciri utama dari surat kabar ini adalah 80% isinya didominasi oleh berita, laporan, tulisan dan sajian bergambar nuansa lokal (Dzulfikri, 2014:27).

Berdasarkan wawancara penulis dengan Pimpinan Redaksi media lokal di Lampung, dalam hal ini Lampung Post, Tribun Lampung,

Radar Lampung, Kupas Tuntas, dan Trans Lampung termasuk surat kabar lokal yang beredar di wilayah 15 kabupaten/kota Lampung dan sekitarnya dan terverifikasi secara administrasi dan faktual di Dewan Pers Indonesia kecuali Tribun Lampung. Meski demikian, Tribun Lampung tetap menjadi objek penelitian peneliti, karena Tribun Lampung termasuk media besar di Lampung dan dapat memberikan pengaruh politik di Lampung.

### **2.2.3 Teori Hirarki Pengaruh Isi Media**

Teori ini diperkenalkan oleh Pameela J Shoemaker dan Stephen D Reese dalam bukunya *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content* (1991:121). Asumsi dari teori ini adalah bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri.

Stephen D. Reese (1991 dalam Morissan, 2013:499) mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media. Dengan kata lain, isi atau konten media merupakan kombinasi dari program internal, keputusan manajerial dan editorial, serta pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber non-media, seperti individu-individu berpengaruh secara sosial, pejabat pemerintah, pemasang iklan dan sebagainya.

Teori Hirarki pengaruh oleh Shoemaker dan Reese (dalam Putra, 2012: 107-110) membagi kepada beberapa level pengaruh isi media, yaitu:

1. Level Profesional Atau Individu Pekerja Media (*Individual Level*)

Mulai dari pewarta paling bawah hingga elit media menduduki posisi pengambil kebijakan redaksional. Pada dasarnya dalam struktur media, para jurnalis sangat penting karena tak hanya berperan sebagai pembawa kabar, melainkan juga sebagai agen yang mengkonstruksi realitas sekaligus diseminator pesan (termasuk menjadi agen framing berita). Dengan alasan tersebut, kemampuan profesional sebagai jurnalis tidak lagi menjadi satu-satunya prioritas utama, melainkan harus adanya keteguhan moral dan kepekaan sosial terhadap lingkungan. Namun, kondisi demikian masih menjadi wilayah *primitive* ketika banyak media yang mengesampingkan hubungan sosial dan lebih mementingkan pundi-pundi nominal tunai, dialetika kapitalisme dan berbagai rumusan kepentingan lainnya.

Menurut Brosius & Weimann (1996) dalam terjemahan buku '*Communication Theories: Origins, Methods, & Uses In The Mass Media*' oleh Sugeng Hariyanto (2014: 278) menjelaskan individu-individu tertentu yang disebut orang-orang yang mengetahui terlebih dahulu (*early recognizer*), juga bisa memainkan peran kunci dalam menentukan agenda media.

Orang-orang ini (para profesional media) mengetahui sebuah isu pada tahap-tahap perkembangannya yang bekerja melakukan pengamatan dan yang terikat dengan jaringan kerja organisasi dan sosial.

Faktor-faktor instrinsik pekerja media yang memiliki pengaruh potensial di isi media massa menurut Shoemaker dan Reese (1991: 60-98), sebagai berikut:

a. Latar Belakang Profesional dan Pengalaman Komunikator

Faktor gender atau jenis kelamin seorang jurnalis seperti proporsi jumlah wanita dan laki-laki dalam berita media akan memengaruhi berita yang dibuat. Misalnya seberapa seringkah isu tentang wanita diangkat jika kebanyakan pekerjaannya adalah laki-laki? Menurut Weaver & Wilhoit (1993:5) perempuan lebih tinggi mewakili di majalah berita (46 persen), koran mingguan (44 persen) dan koran harian (34 persen). Perwakilan terendah berada pada perempuan yang baru bekerja di berita televisi, dimana hanya 25 persen jurnalis perempuan.

Faktor orientasi seksual merupakan faktor diikuti dari kebiasaan seorang jurnalis ketika harus memilih apakah seorang jurnalis yang gay akan bersifat objektif ketika harus meliput peristiwa tentang gay juga? Secara logika, seseorang akan cenderung membela orang lain yang termasuk dalam

kelompoknya. Maka, sangat mungkin terjadi subjektifitas seorang jurnalis pada berita yang dibuatnya.

b. Peran Profesional Komunikator dan Etnik

Peran profesional pekerja media dapat berasal dari faktor elit atau menengah (stratifikasi sosial) dimana mencakup tingkat pendidikan, ekonomi, keluarga, agama dan profesi dan sebagainya akan mempengaruhi objektifitas seorang pekerja media pada isi berita dan cara pandang melihat dunia.

Faktor etnis merupakan suatu ciri atau pribadi seseorang, serta suku atau adat istiadat yang merupakan faktor kepercayaan, nilai-nilai dan perilaku pada seorang jurnalis. Thomas H Greer, wakil presiden dan editor senior 'Plain Dealer' di Cleveland, memberikan contoh Jurnalis Afrika-Amerika yang telah pindah manajemen. Greer mengatakan pada sebuah konvensi *National Association of Black Journalist* di Houston bahwa terkadang pegawai berkulit hitam yang memiliki bos berkulit hitam, tidak membedakan rasa hormat jika bos mereka berkulit putih.

c. Sikap Pribadi, Nilai-Nilai dan Kepercayaan Komunikator

Dari sisi sikap pribadi, hal-hal yang dapat memengaruhi isi media adalah nilai dan kepercayaan yang dianut oleh individu, agama, serta kecenderungan politik individu. Sementara jika dilihat dari sisi profesi, maka aturan-aturan

profesional serta kode etik profesional yang dipegang oleh individu juga dapat memengaruhi isi media. Ada kemungkinan bahwa ketika komunikator memiliki kekuatan lebih besar dari pesannya dan bekerja dibawah tekanan, sikap pribadi, nilai dan keyakinan mereka memiliki lebih banyak kesempatan untuk mempengaruhi isi pesan.

d. Kekuatan Komunikator dalam Organisasi

Reese dan Danielian (1989:40) menunjukkan bahwa ketika salah satu media elit mengambil cerita tertentu, media lain akan cepat mengikuti. Namun, terkadang pemilik media atau posisi manajerial biasanya bisa mempengaruhi arah isi berita.

2. Level Dinamisme Media Atau Rutinitas Media (*Media Routines*)

Rutinitas media dapat diartikan sebagai sesuatu yang sudah terpola, sudah dipraktikkan oleh pekerja media, dan terjadi secara berulang-ulang. Sebagai contoh, seorang reporter dalam menjalankan tugasnya menggunakan aturan-aturan baku yang sudah ditetapkan di media tempatnya bekerja. Misalnya menggunakan aturan struktur piramida terbalik dalam membuat naskah berita, bagi produser tidak meloloskan berita yang tidak memenuhi standar berita di media tersebut, dan lain sebagainya.

Apa yang dilakukan oleh reporter dan *gatekeeper* tersebut sesungguhnya bukan berasal dari individu mereka, tetapi mereka menyesuaikan diri dengan aturan yang berlaku di media massa



yang bersangkutan. Seorang jurnalis akan bertindak sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku dikelompoknya. Norma dan aturan-aturan tersebut mengatur bagaimana jurnalis harus bertindak. Karena itulah, isi media juga dipengaruhi oleh kebiasaan-kebiasaan atau aturan-aturan ditetapkan di media massa yang bersangkutan.

### 3. Level Organisasi Media (*Organization Level*)

Pada setiap Media massa hampir sebagian besar berorientasi pada keuntungan. Media berusaha mengambil keuntungan dengan menjual berita pada khalayak. Keadaan seperti ini ternyata berdampak pada isi media yang mereka produksi. Tekanan ekonomi yang membatasi keputusan-keputusan yang boleh diambil oleh jurnalis. Sebagai contoh, didalam sebuah organisasi media, tidak hanya ada divisi pemberitaan, tetapi juga ada divisi HRD, marketing, litbang, dan sebagainya.

Divisi tersebut merupakan seorang produser sebuah berita yang sebenarnya tidak penting, karena terbukti berita tersebut bisa meningkatkan penjualan. Namun, tentu saja pemegang kekuasaan tertinggi yang sekaligus ikut memengaruhi isi media adalah *owner*. Pengaruh dari kepemilikan media terhadap konten media ini menjadi perhatian penting dalam studi mengenai konten media.

Berkaitan dengan struktur dan kebijakan sebuah organisasi dari sebuah media tentunya berkaitan dengan tujuan dari sebuah media. Tujuan dari sebuah media pada sistem ekonomi kapitalis tentunya berkaitan dengan profit. Seperti apa yang dikatakan oleh Shoemaker dan Reese bahwa nilai kepercayaan mendasar pada sistem ekonomi kapitalis adalah kepemilikan individu, pengejaran untuk yang berkaitan dengan kepentingan pengusaha dan pasar bebas. Tujuan dari profit ini selain untuk menggerakkan roda organisasi dan kelangsungan sebuah media juga berkaitan dengan keuntungan yang akan didapat dari sebuah media.

Organisasi menurut Griffin memiliki sumber daya, yaitu: sumber daya manusia (*human resources*), sumber daya alam (*natural resources*), sumber daya dana (*financial resources*) atau keuntungan (*funds*) dan sumber daya informasi (*informational resources*). Bagaimana keseluruhan sumber daya dikelola melalui kerjasama orang-orang yang berbeda sehingga tujuan organisasi tercapai. Disinilah pentingnya manajemen. Menurut Totok Djuroto (2004:18-24) dalam bukunya Pengantar Studi Kebijakan membagi keredaksian menjadi pemimpin Umum, pemimpin redaksi, sekretaris redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, wartawan, dan koresponden.

Manajemen keredaksian dalam organisasi media massa adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat. Dalam organisasi media dikenal sebuah istilah *newsroom* yang mengarah pada sebuah struktur yang beroperasi di dalam organisasi media. Struktur ini mempengaruhi cara berita diproduksi sebab struktur mempengaruhi apa yang dilakukan jurnalis, apa yang ditulis editor, dan apa yang akan diterbitkan. Di dalam *newsroom* ini, nilai-nilai berita dalam suatu media dipertaruhkan. Di dalam *newsroom* ini pula, kebijakan redaksional suatu media dibuat dan diterapkan. *Newsroom* menjadi identitas penting dalam organisasi media, sebab pusat kegiatan produksi jurnalistik bermula dari sini.

#### 4. Level Ektra Media (*Outside of Media Organizations Level*)

Level ekstra media adalah 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. 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.

Hal tersebut misalnya 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 advokasi keselamatan konsumen, 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 berita karena sudut pandang yang berbeda dari sumber berita itu sendiri. Bahkan, kadang sumber berita juga bisa menjadi biasa bagi sebuah berita karena sumber berita juga bisa bohong terhadap seorang jurnalis dalam sebuah wawancara.

Seorang jurnalis mendapatkan berita dari berbagai macam sumber, bisa dari laporan masyarakat, sumber resmi seperti pemerintah, konferensi pers, dan lain-lain. Setiap sumber menyediakan informasi yang berbeda-beda, bisa jadi informasi yang didapatkan tidak akurat, disinilah peran jurnalis untuk menyatukan informasi-informasi yang berbeda tersebut menjadi sebuah berita yang lengkap dan dapat dipercaya. Menurut Shoemaker dan Reese mencatat beberapa hal di media yang dapat memengaruhi pemberitaan di media, antara lain:

a. Pengiklan dan *Audiens*

Media massa sebagai organisasi yang berorientasi tentu tidak bisa mengesampingkan faktor-faktor lain di ekstra media seperti pengiklan. Karena faktor dari ekstra media tersebut menentukan keberlangsungan hidup mereka, karena itulah berita yang mereka produksi harus disesuaikan dengan kepentingan-kepentingan lain yang berasal dari ekstra media. Misalnya, dengan tidak membuat berita yang dapat merugikan pengiklan atau mengekspos berita yang sedang menjadi perbincangan masyarakat luas demi mencapai rating tinggi.

Shoemaker dan Reese (1991) mengemukakan iklan dan pembaca adalah penentu kelangsungan sebuah media. Kedua unsur ini yang membiayai jalannya produksi dan sumber keuntungan dari sebuah media. 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. Media dalam hal ini mencoba menyesuaikan pola konsumen yang ingin dicapai oleh para pengiklan untuk mendapatkan keuntungan sangat besar. Pemasang iklan menggunakan kekuatan modalnya yang membiayai sebuah media, agar konten dari media tidak bertentangan dengan kepentingan citra dari produknya.

b. Peraturan Pemerintah

Dalam dunia penyiaran, ada istilah regulasi penyiaran yang dibuat oleh pemerintah, berisi aturan-aturan yang harus dipatuhi media. Aturan-aturan tersebut sedikit banyak dapat memengaruhi konten media. 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 memengaruhi apa yang harus disampaikan oleh media.

Biasanya kontrol terhadap media yang sangat ketat terjadi pada negara-negara yang tidak terlalu demokratis dalam penerapan pemerintahannya. Faktor ini dikarenakan negara yang lebih memberikan kebebasan kepada media dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, sedangkan negara-negara yang tidak demokratis cenderung lebih ketat

dalam pengawasan terhadap media. Pada sebagian negara dimana medianya dimiliki oleh swasta, kontrol yang dilakukan oleh pemerintah antara lain melalui hukum, regulasi, lisensi dan pajak. Sedangkan pada negara yang medianya sebagian besar dimiliki oleh pemerintah, bentuk kontrol pemerintahnya adalah melalui keuangan media itu sendiri.

c. Kompetensi Pasar

Persaingan antar sesama organisasi media juga dapat memengaruhi konten berita. Contohnya, agar memenangi kompetensi di pasar, setiap media berlomba-lomba memperebutkan *audiens* dan pengiklan dengan membuat berita semenarik mungkin, misalnya dengan membuat berita yang berbeda dari para kompetitornya. Media massa beroperasi secara primer pada pasar yang komersil. Dimana media harus berkompetisi dengan media lainnya untuk mendapatkan perhatian dari pembaca dan pengiklan. Inilah yang membuat media berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan dari iklan dan pembaca lewat konten itu sendiri.

Komunitas media juga dapat memengaruhi konten dari media itu sendiri. Komunitas media adalah lingkungan dimana media tersebut beroperasi, dan komunitas ekonomi tersebut sama seperti masalah sosial yang dapat berefek terhadap media itu sendiri.

d. Teknologi

Teknologi tidak bisa dipungkiri lagi, teknologi telah membantu banyak pekerjaan manusia, termasuk jurnalis. Seperti dikemukakan oleh Theodore Peterson bahwa revolusi teknologi yang terjadi selama tahun 1880 hingga 1890 telah merevolusi media massa. Kehadiran komputer, internet, dan sebagainya, telah membantu banyak media dalam memproduksi berita.

*New York Times*, *Wall Street Journal*, dan *USA Today* menggunakan teknologi satelit untuk mengirimkan edisi Koran nasional mereka ke daerah-daerah lain untuk dicetak dan didistribusikan. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Randal pada tahun 1979 mengungkapkan bahwa koran yang menggunakan komputer untuk kepentingan editing memiliki sedikit kesalahan dalam ejaan kata, struktur kalimat, tipografi, dan sebagainya.

Pada tingkat ekstramedia ini berarti berbagai kekuatan dan juga kekuasaan (*power*) dari pihak luar (*outsiders*) sangat memengaruhi kerja media. Kekuatan dalam pengertian ini bukan sebatas persoalan politik saja yang terkesan represif dan serba membatasi, seperti kekuasaan negara. Tetapi juga kekuatan lain dan boleh jadi bersifat intimidatif yang bersifat demonstrasi dan ancaman penduduk dari kelompok sosial



tertentu yang merasa dirugikan oleh pemberitaan atau media, bersifat ekonomi-politik yang mempunyai kepentingan financial dan permodalan dari pemilik media, maupun yang berkaitan dengan profit mengenai pemasang iklan dan selera masyarakat.

#### 5. Level Ideologi (*Ideology Level*)

Setiap media massa ideologi yang mereka pegang teguh sebagai landasan dalam berfikir dan bertindak. Ideologi bukanlah sebuah sistem kepercayaan individu, ia merupakan level sosial. Pada level ideologi ini kita melihat secara lebih dekat bagaimana media berfungsi sebagai perpanjangan dari sebuah kepentingan yang kuat di masyarakat. Bagaimana media rutin, nilai-nilai, dan struktur organisasi bersatu untuk mempertahankan ideologi yang dominan. Ideologi bukan sesuatu yang berada *behind the scene*, tetapi ia ada sebagai sesuatu yang secara natural.

Level ideologi media merupakan tataran yang secara menonjol lebih berhubungan dengan tuntutan dan kepentingan sosial masyarakat secara lebih luas. Di sini dengan mudah kita dapat mendeteksi pers mengikuti gagasan atau ideologi dominan yang sedang berjalan atau diberlakukan oleh negara atau masyarakat (Soedibyo, 2006:7).

Daniel Hallien memperkenalkan sebuah model yang dapat membantu kita untuk memahami bagaimana berita ditempatkan

dalam level ideologi. Ia membagi jurnalis ke dalam tiga bidang yakni *sphere of deviance* (bidang penyimpangan), *sphere of legitimate controversy* (bidang kontroversi), dan *sphere of consensus* (bidang konsensus). Bidang-bidang ini membantu kita untuk memahami bagaimana sebuah peristiwa ditempatkan oleh media dalam peta ideologi mereka, sebuah peristiwa akan dibingkai sebagai wilayah menyimpang, kontroversi, atau konsensus.

Di dalam peta ideologi kita bisa melihat bagaimana sebuah berita dibingkai oleh media. Media yang dianggap bahwa perilaku *gay* dan *lesbian* sebagai sesuatu yang menyimpang tentu akan berbeda cara pemberitaannya dengan media yang menerima perilaku *gay* dan *lesbian* sebagai sebuah realitas yang ada (Eriyanto, 2002:127-128).

#### **2.2.4 Teori Analisis Resepsi**

Kelahiran *Reception Research* dalam penelitian komunikasi massa kembali pada *Encoding* dan *Decoding* Stuart Hall (1974) dalam wacana televisi. Apa yang dikenal sebagai *Reception Research* dalam studi media adalah terkait dengan kajian budaya dan Birmingham Centre, meskipun kemudian menunjukkan bahwa teori resepsi memiliki akar lainnya (Alaasutari,1999:2). Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses *decoding* yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses *encoding*. *Decoding* adalah

kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima (Morissan, 2013: 21). Menurut Stuart Hall, khalayak melakukan *decoding* terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

1. Posisi Hegemoni Dominan

Situasi dimana khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media. Ini adalah situasi dimana media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat. Dengan kata lain, baik media dan khalayak sama-sama menggunakan budaya dominan yang berlaku. Media harus memastikan bahwa pesan yang diproduksinya harus sesuai dengan budaya dominan yang ada dalam masyarakat. Jika misalnya khalayak menginterpretasikan pesan iklan di media melalui cara-cara yang dikehendaki media maka media, pesan, dan khalayak sama-sama menggunakan ideologi dominan.

2. Posisi Negosiasi

Posisi dimana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu (sepaimana dikemukakan Stuart Hall: *the audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case*). Dalam hal ini, khalayak bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka

akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat.

### 3. Posisi Oposisi

Cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan *decoding* terhadap pesan media adalah melalui oposisi yang terjadi ketika khalayak audiensi yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Audiensi menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media. Stuart Hall menerima fakta dengan maksud tersembunyi yaitu untuk membujuk, namun demikian khalayak juga memiliki kemampuan untuk menghindari diri dari kemungkinan tertelan oleh ideologi dominan. Namun demikian, sering kali pesan bujukan yang diterima khalayak bersifat sangat halus. Para ahli teori studi kultural tidak berpandangan khalayak mudah dibodohi media, namunseringkali khalayak tidak mengetahui bahwa mereka telah terpengaruh dan menjadi bagian dari ideologi dominan (Morissan, 2013: 550-551).

## 2.3 Kerangka Pemikiran

Kebijakan redaksional atau redaksi merupakan suatu prinsip yang menjadi pedoman serta dasar pertimbangan suatu lembaga pers dalam memilih berita, apakah suatu peristiwa dikatakan layak atau tidak untuk diberitakan. Kebijakan ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang dianut

media tersebut. Kebijakan redaksional lebih memusatkan pada aspek-aspek dan misi ideal yang dijabarkan dalam peliputan dan penempatan berita sesuai dengan kepentingan dan selera khalayak yang relatif beragam. Demikian halnya dengan proses pengambilan keputusan kebijakan redaksional dalam hal peliputan dan penempatan berita terkait Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2018 pada koran lokal di Lampung.

Aktifitas kampanye para kandidat Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Periode 2018-2023 telah ditetapkan secara resmi dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia No 1 Tahun 2017 tentang Peraturan Tahapan, Program dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan atau Walikota dan Wakil Walikota 2018. Hal ini menjadi kesempatan bagi para kandidat Gubernur dan Wakil Gubernur 2018-2023 untuk memperkenalkan diri dan mempromosikan program kerja kepada masyarakat Lampung.

Berdasarkan peraturan tersebut, masa kampanye Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Periode 2018-2023 telah dimulai sejak 15 Februari 2018 s.d 24 Juni 2018. Aktifitas kampanye meliputi pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka dan dialog, penyebaran bahan kampanye kepada umum, pemasangan alat peraga, dan atau kegiatan lain; debat publik atau terbuka antara Paslon, kampanye melalui media massa, cetak dan elektronik.

Media dalam Pemilihan Kepala Daerah merupakan unsur penting yang tidak dapat dipisahkan. Adanya media massa bagi para pelaku politik beserta partainya bisa menjadi sarana untuk menyampaikan dan mencitrakan

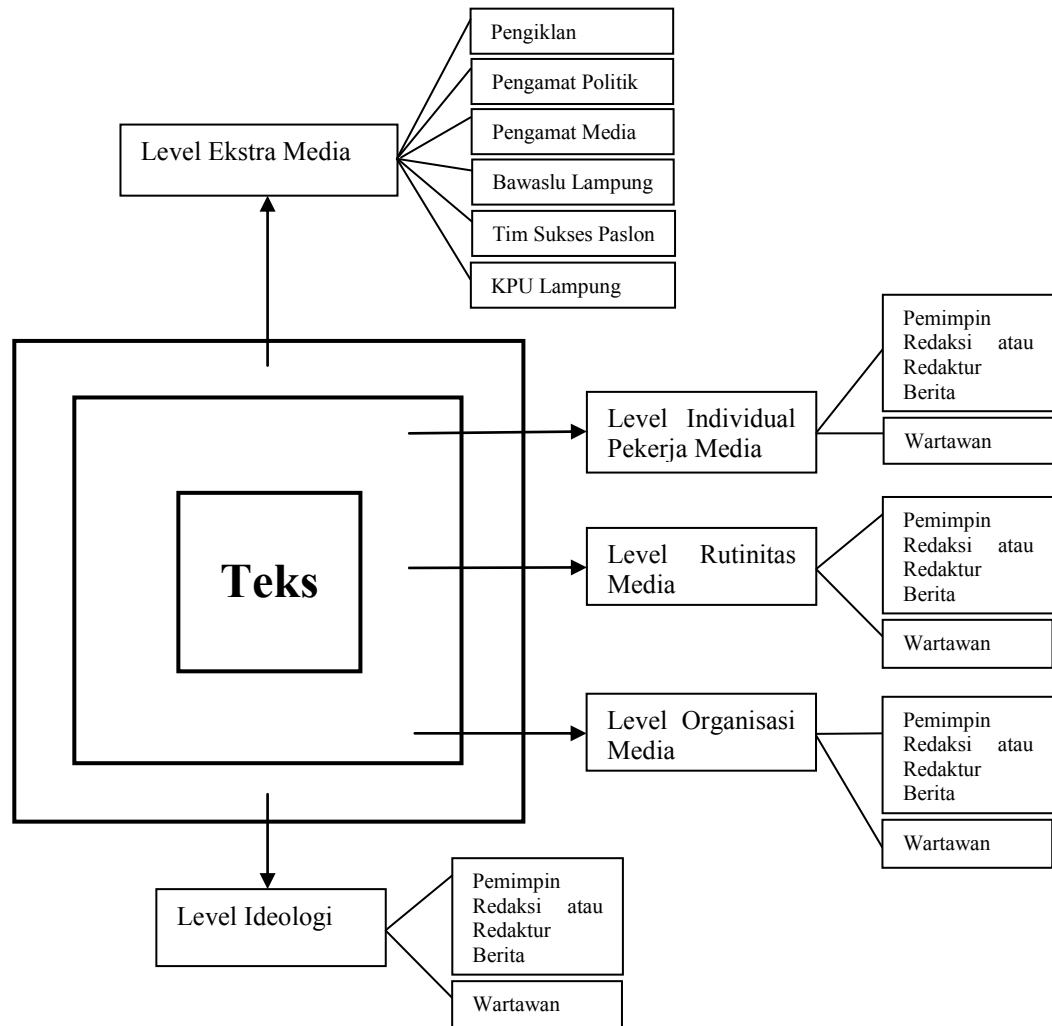
keunggulan visi, misi dan hal sudah mereka capai. Kemudian bagi media massa, kegiatan ini dapat menjadi bahan berita serta dapat menghasilkan keuntungan bagi instansi media massa tersebut.

Adanya hubungan yang saling terikat antar pelaku politik dan media pers dapat menimbulkan bias kebenaran berita. Apakah berita yang menjadi isi media benar-benar fakta, cermin realitas dan bernilai berita atau adakah campur tangan berbagai pihak redaksi? Benarkah media bersikap bebas, objektif dan selalu perpegangan pada kode etik kejournalistikan? Pertanyaan seperti itu, akan bisa teruraikan dengan teori Hirarki Pengaruh Terhadap Isi Media yang dikembangkan oleh Shoemaker dan Reese (1991)

Teori ‘Hirarki Pengaruh Terhadap Isi Media’ merupakan teori yang digunakan untuk mengetahui dan memahami fenomena yang “tersembunyi” yaitu orang-orang dan organisasi yang memproduksi isi media. Kajian tentang isi media juga membantu kita memprediksi dampaknya terhadap khalayak. Asumsinya bahwa medialah yang menyajikan “realitas” kepada khalayak, maka mempelajari isi media membantu kita untuk menilai “realitas” seperti apa sebenarnya yang dikonsumsi khalayak. Isi media (pesan atau berita) dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal media.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengetahui kebijakan redaksional yang ditetapkan koran lokal di Lampung, penulis menggunakan Teori Hirarki 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 koran lokal di Lampung.



**Bagan 1. Kerangka Pikir**  
*Sumber: Modifikasi Peneliti 2018*

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Menurut Neuman (2014:38-39) dalam skripsi Novemilia (2016:40), penelitian deskriptif artinya dimulai dengan *well-defined issue or question* dan kemudian mencoba untuk mendeskripsikannya secara akurat. Hasil dari studi kemudian adalah gambaran realistis terhadap situasi yang diteliti secara mendetail guna menjawab rumusan masalah.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikitpun belum diketahui dan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui, serta dapat membantu peneliti memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif. Format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau



berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. (Bungin, 2007:68).

### **3.3 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian kualitatif menurut Bungin, (2012:41) adalah fokus kajian penelitian atau pokok soal yang hendak diteliti, mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimen siapa yang menjadi pusat perhatian dan hal yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas. Fokus penelitian bertujuan untuk membatasi kajian penelitian dan diharapkan data yang telah diperoleh dapat memberikan informasi yang akurat. Maka dalam penelitian ini, yang menjadi fokus penelitian adalah hasil observasi peneliti dan pernyataan narasumber mengenai kebijakan redaksional koran lokal di Lampung dalam Pemberitaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung 2018.

### **3.4 Informan**

Informan adalah orang yang dimintai keterangan informasi tentang suatu situasi dan kondisi latar penelitian. Seorang informan adalah sumber data yang dibutuhkan oleh penulis dalam sebuah penelitian (Moleong, 2002:132). Informan dipilih untuk mendapatkan informasi sesuai dengan permasalahan penelitian.

Sampel pada penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik (*Purposive Sampling*). Teknik *purposive sampling* adalah teknik yang menentukan *sampling* dengan peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria pada calon

informan. Teknik *purposive sampling* harus memiliki syarat informan yang digunakan sebagai sampel harus mengetahui tentang penelitian yang sedang dilaksanakan, mengutamakan kedalaman data daripada untuk tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan. Peneliti memfokuskan informan kepada Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana/Redaktur/Asisten Redaktur, Wartawan rubrik politik dan Pilkada, Tim Sukses Kandidat Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur, pengamat politik, pengamat media, Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung dan Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi Lampung.

### **3.5 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian berada di Bandar Lampung. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa lokasi yang diambil akan membantu penulis untuk memahami masalah penelitian.

### **3.6 Sumber Data**

Menurut Sukandarrumidi (2006:44) sumber data yang bersifat kualitatif di dalam penelitian diusahakan tidak bersifat subjektif, oleh sebab itu diberikan bobot. Sumber data yang akan digunakan peneliti terdiri dari dua jenis data adalah:

#### **3.6.1 Data Primer**

Peneliti akan menggunakan data primer yang berasal dari hasil wawancara, baik terstruktur ataupun mendalam (*in depth interview*), serta observasi langsung oleh penulis. Saat menetapkan informan, penulis akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni dengan

pengambilan sampel sumber data dengan perbandingan tertentu dalam penelitian.

### **3.6.2 Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Studi dokumen yaitu peneliti menggunakan bahan-bahan tertulis yang mendukung penelitian. Data sekunder meliputi berkas-berkas, laporan kegiatan dan juga dokumentasi kegiatan yang dilakukan oleh setiap media pers.

## **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.7.1 Dokumentasi Teks**

Menurut Sugiyono (2005: 83) studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan atau menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitian kualitatifnya. Kajian dokumen merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar pernyataan tertulis kebijakan media, undang-undang, berita-berita yang berkaitan dengan koran lokal di Lampung. Teknik dokumentasi teks dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian dan dapat dijadikan bahan triangulasi untuk mengecek kesesuaian data.

### **3.7.2 Wawancara**

Wawancara adalah suatu proses tanya jawab lisan, dimana 2 orang atau lebih saling berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka lain dan mendengar dengan telinga sendiri dari suaranya (Sukandarrumidi, 2006:89). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur dan mendalam untuk menggali data maupun informasi sebanyak-banyaknya dari responden dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

### **3.7.3 Observasi**

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengamati secara langsung objek penelitian disertai dengan pencatatan yang diperlukan. Ada dua jenis observasi yakni observasi partisipan, yaitu periset ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti. Kedua, observasi nonpartisipan yaitu observasi di mana periset tidak memosisikan dirinya sebagai anggota kelompok yang diteliti (Krisyantono, 2009:64).

Adapun jenis observasi peneliti lakukan adalah observasi nonpartisipan karena dengan observasi non-partisipan maka peneliti dapat mengamati secara leluasa dan dapat memberikan sebuah makna berkaitan dengan Kebijakan Redaksional Koran Lokal di Lampung dalam Pemberitaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung tahun 2018. Observasi yang dilakukan

oleh peneliti adalah mengamati terbitan pada bulan 15 Februari s.d 23 Juni 2018 dengan tujuan untuk melengkapi data-data dari wawancara.

### **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 diperoleh dari lapangan telah terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah mengolah data dengan teknik sebagai berikut:

#### **3.8.1 *Editing***

*Editing* yaitu cara yang digunakan untuk meneliti kembali data yang telah diperoleh dari lapangan baik diperoleh dari kuesioner, wawancara maupun dokumentasi.

#### **3.8.2 *Tabulasi***

Tabulasi yaitu menyusun data kedalam bentuk tabel yang telah di proses dan disusun kedalam suatu pola tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dibuat agar tersusun secara berurutan.

#### **3.8.3 *Interpretasi***

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

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*)

Reduksi data dilakukan 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*)

Miles dan Huberman (1984) 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*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan 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**

Menetapkan keabsahan data dibutuhkan teknik triangulasi data. Dimana setelah data terkumpul melalui proses pencarian data yang valid, kemudian peneliti melanjutkan dengan memeriksa keabsahan data.

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.



## **IV. GAMBARAN UMUM**

### **4.1 Lampung Post**

#### **4.1.1 Profil Lampung Post**

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan Republik Indonesia No.0148/SK/DIRJEN/PG/SIT/1974 pada tanggal 17 Juli 1974 Lampung Post berdiri sejak tanggal 17 Juli 1974 dan terbit perdanatanggal 10 Agustus 1974 di bawah manajemen PT Masa Kini Mandiri. Pada tanggal 15 April 1986, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan Republik Indonesia No. 150/SK/MENPEN/SIUPP/A7/ 1986 PT. Masa Kini Mandiri baru mendapatkan SIUPP. Surat Izin Usaha Penerbitan Pers tersebut merupakan landasan hukum bagi PT. Masa Kini Mandiri sebagai penerbit Surat Kabar Harian Umum Lampung Post.

Surat Kabar Harian Umum Lampung Post sebagai koran pertama dan terpercaya di Lampung yang pada tanggal 09 Agustus 2018 kemarin genap berusia 44 tahun, telah menunjukkan tingkat informasi berkualitas dan acuan pemuasan informasi di Lampung. Lampung Post menjaga kepercayaan masyarakat dengan tidak memihak pada kepentingan politik tertentu. Kebenaran menjadi nilai yang selalu

dituangkan dalam pemberitaan. *Tagline* yang diusung Lampung Post adalah “Teruji Terpercaya”. Surat Kabar Harian yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 108, Rajabasa, Bandar Lampung ini berkomitmen berpihak kepada kepentingan masyarakat.

Lampung Post pertama terbit dalam bentuk tabloid dengan 4 halaman. Saat ini, Lampung Post berkembang sampai 24 halaman dan tersebar hampir di seluruh Provinsi Lampung termasuk daerah pedesaan. Ketersebaran tersebut menandakan eksistensi Lampung Post sebagai referensi pembaca lokal masyarakat Lampung.



Gambar 1. Logo Lampung Post

#### 4.1.2 Visi dan Misi

##### a. Visi

Menjadi Surat Kabar Terdepan Yang Jujur, Jernih, Bermutu dan Paling Berpengaruh di Provinsi Lampung

##### b. Misi

1. Memberikan Informasi yang Bermutu Mengiringi Masyarakat Lampung Menghadapi Kemajuan Sebagai Bacaan Masyarakat Terdidik
2. Meningkatkan Kualitas Produk yang Menunjang Pengembangan Pasar

### 3. Membangun Suasana Kerja yang Harmonis dan Bersama

Membangun Perusahaan yang Sehat serta Menguntungkan

#### 4.1.3 Struktur Organisasi

Direktur	:	Usman Kansong
Pemimpin Redaksi	:	Iskandar Zulkarnain
Pemimpin Perusahaan	:	Prianto A. Suryono
Redaktur	:	Abdul Gofur, Iyar Jarkasih, Muharram Candra Lugina, Padli Ramdan, Vera Aglisa, Wiwik Hastuti
Asisten Redaktur	:	Aris Susanto, Dian Wahyu Kusuma, Delima Natalia Napitupulu, Eka Setiawan, Fathul Mu'in, Rudiansyah, Wandu Barboy
Desain Grafis/Foto Redaktur	:	Hendrivan Gumala
Kepala Divisi Pemberitaan	:	D. Widodo
Kepala Divisi Content Enrichment	:	Iskak Susanto
Kepala Divisi Percetakan	:	Kresna Murti
Manajer Sirkulasi	:	Indra Sutaryoto
Manajer Keuangan Dan Akunting	:	Handoko
Reporter	:	<b>(Bandar Lampung)</b> Adi Sunaryo, Asrul Septian Malik, Efran Kurniawan, Febi Herumanika, Firman Luqmanul Hakim, Ikhsan Dwi Satrio, M. Umarudinsyah Mokoagow, Nur. Jannah, Setiaji Bintang Pamungkas, Triyasi Isworo, Umar Wirahadikusuma, Zainuddin <b>(Kabiro Lampung Utara)</b> Mat Saleh <b>(Kabiro Lampung Tengah)</b> Chairuddin <b>(Kabiro Tulang Bawang, Mesuji, Tulang Bawang Barat)</b> Juan Santoso Situmeang <b>(Kabiro Tanggamus, Pringsewu, Pesawaran)</b> Widodo <b>(Kabiro Lampung Selatan)</b> Herwansyah

## **4.2 Radar Lampung**

### **4.2.1 Profil Radar Lampung**

Radar Lampung merupakan surat kabar harian lokal di Provinsi Lampung yang berada di Grha Pena Lampung Jl. Sultan Agung No. 18, Kedaton, Bandar Lampung. Koran ini pertama kali terbit 2 Februari 2000. Pada tanggal 18 November tahun 2002 merupakan awal berdirinya Radar Lampung Grup.

Radar Lampung merupakan surat kabar harian lokal diterbitkan oleh PT Wahana Semesta Lampung. Frekuensi penerbitan adalah setiap hari kecuali pada hari libur nasional. Jumlah halaman dalam surat kabar ini adalah sebanyak 32 halaman. Surat kabar ini dicetak oleh PT. Lampung Intermedia. Persebaran koran Radar Lampung sangat luas, hal ini ditandai dengan terbitnya Radar Lamteng (Lampung Tengah), Radar Tuba (Tulang Bawang), Radar Lamtim (Lampung Timur), Radar Lamsel (Lampung Selatan), Radar Tanggamus, Radar Kotabumi (Lampung Utara), Radar Metro, Trans Lampung dan Lampung Newspaper.

Pada 18 Agustus 2015, pada ulang tahun yang ke-12 Radar Lampung mengganti moto dari “Selalu ada yang baru” menjadi “Satu untuk semua”. Perubahan moto tersebut menambah performa dari surat kabar Radar Lampung dengan diraihnya beberapa prestasi. Slogan tersebut menunjukkan komitmen untuk memberikan kemanfaatan kepada masyarakat. Surat kabar Radar Lampung telah memperoleh tiga penghargaan bergengsi berupa sampul muka terbaik media cetak

se-Indonesia dari Indonesia Print Media Award. Pada Tahun 2013, Radar Lampung meraih predikat sebagai Surat Kabar Harian Terbaik se-Sumatera. Radar Lampung sampai dengan tahun 2014 telah mencatat rekor sebagai koran harian yang terbit 140 halaman edisi spesial.

# RADAR LAMPUNG

*Selalu Ada yang Baru*

Gambar 2. Logo Radar Lampung

## 4.2.2 Visi dan Misi

### a. Visi

Menjadi Surat Kabar Terdepan yang Jujur, Jernih Bermutu dan Paling Berpengaruh di Provinsi Lampung.

### b. Misi

1. Berkomitmen Kuat untuk Mendukung Media yang Transparan dan Akuntabel
2. Mendukung Tegaknya Karakter Demokrasi di Tingkat Lokal

## 4.2.3 Struktur Organisasi

General Manager	:	H. Purna Wirawan, Liris Vawina
Deputy General Manajer	:	H. Abdurrahman
Manager Iklan	:	Desti Mulyati
Manager EO	:	Liris Vawina
Manager Pemasaran	:	H. Abdurrahman
Manager SDM & Umum	:	Farah Diba
Manager	:	H. Purna Wirawan

Keuangan	
Pemimpin Redaksi	: H. Wirahadi Kusumah
Redaktur	: Eko Nugroho, H. Riswandi
Pelaksana	
Redaktur	: Abdul Karim, Irwansa, Alam Islam, Kesumayuda, Dina Puspasari, Nurlaila Yanti
Asisten Redaktur	: Ary Susanto
Reporter	: <b>(Bandar Lampung)</b> Yuda Pranata, Agung Budiarto, Anggi Rhaisa, Elga Puranti, Prima Imansyah Permana, Rimadani Eka Mareta, Rizki Panchanov <b>(CEO Pringsewu)</b> Agus Swignyo <b>(CEO Lampung Timur)</b> Dwi Prihantoro <b>(CEO Tanggamus)</b> Edi Herliansyah <b>(CEO Way Kanan)</b> Hermansyah <b>(CEO Tulangbawang Barat)</b> Yusuf AS <b>(Mesuji)</b> Ardian <b>(Pesawaran)</b> Fahrurrozi <b>(Lampung Utara)</b> Fahrozi Irsan Toni <b>(Lampung Barat)</b> Joko Suseno <b>(Tulang Bawang)</b> M. Zainal Arifin <b>(Metro)</b> Ruri Setiauntari <b>(Lampung Tengah)</b> Syaiful Mahrum <b>(Lampung Selatan)</b> Yuda Pranata
Reporter Foto	: M. Tegar Mujahid
Copy Editor	: Rudy Saputra
Layout	: Edwin Jaya

### 4.3 Tribun Lampung

#### 4.3.1 Profil Tribun Lampung

Harian pagi Tribun Lampung merupakan Media surat kabar lokal yang berdiri di bawah naungan PT. Lampung Media Grafika. Tribun Lampung merupakan salah satu koran daerah yang tergabung dalam group Kompas Gramedia yang dikelola PT Indopersda Primamedia (Persda Network) di bawah Divisi Koran Daerah Kompas Gramedia. Tribun Lampung resmi berdiri sejak tanggal 8 Februari 2009. Tribun

Lampung merupakan Tribun generasi ke-8 setelah Tribun Timur dan koran daerah ke-13 dalam Kelompok Koran Kompas Gramedia.

Oplah Tribun Lampung mencapai 65.000 eksemplar perhari. Surat kabar Tribun Lampung dijual dengan harga Rp. 2.000,00 dengan 20 halaman setiap harinya yang menyajikan berita aktual dan terpercaya. Tribun Lampung dalam penulisannya menggunakan kertas berukuran 69,4 cm x 57,3 cm.

Tribun Lampung muncul membawa semangat baru bagi masyarakat Lampung dengan motto "Spirit Baru Bumi Ruwa Jurai". Tribun Lampung menawarkan konsep baru dalam pemberitaan dengan konsep pemberitaan *multi angle* (banyak angle pemberitaan) dan *friendly newspaper* (koran yang bersahabat). Hal ini tertuang pada penyajian berita-berita yang eksklusif, dapat dibaca dengan cepat, tata wajah tampilan yang fleksibel dan menarik serta lebih menekankan pada penyelesaian masalah bukan memperbesar masalah.



Gambar 3. Logo Tribun Lampung

#### 4.3.2 Visi dan Misi

##### a. Visi

Menjadi Kelompok Usaha Penerbitan Surat Kabar Terbesar dan Tersebar di Lampung

## b. Misi

1. Menciptkan Informasi yang Terpercaya untuk Memberikan Spirit Baru
2. Mendorong Terciptanya Demokratisasi di Daerah yang Menjalankan Bisnis Beretika, Efisien, Menguntungkan Bagi Perusahaan dan Masyarakat

### 4.3.3 Struktur Organisasi

Pemimpin Umum	:	Herman Darmo
Pemimpin Redaksi	:	Andi Asmadi
Pemimpin Perusahaan	:	Ellys Rahmayani
Manager Produksi	:	Juang Naibaho
Manager Liputan	:	Gustina Asmara
Manager Iklan	:	Lisnawati
Manager Keuangan	:	Mira Novia Sari
Manager Percetakan	:	Iwan Setiawan
Manager Umum/PSDM	:	Ellys Rahmayani
Staf Redaksi	:	Herman Darmo, Andi Asmadi, Safruddin, Juang Naibaho, Gustina Asmara, Ganiel Tri Hardanto, Soniyuntavia, Taryono, Muhammad Azzim, Nashrullah Haqiyudin, Yoso Muliawan, Teguh Prasetyo, Herbitus Sulis Setyanto, Ridwan Hardiansyah, Martin Lumban Tobing, Wakos Reza Gautama, Reny Fitriani
Reporter	:	<b>(Bandar Lampung)</b> Perdiansyah, Romi Rinando, Eka Ahmad Solichin, Ferika Okwa Romanto, Bayu Saputra, Okta Kusuma Jatha, Beni Yulianto, Noval Andriansyah, Jelita Dini Kinanti, Ana Puspitasari, Hanif Mustafa, Dennis Prasetya <b>(Metro)</b> Indra S. Simanjuntak <b>(Gunung Sugih)</b> Syamsir Alam <b>(Kotabumi)</b> Anung Bayuardi <b>(Kota Agung)</b> Tri Yulianto <b>(Pringsewu)</b> Robertus Didik Budiawan <b>(Kalianda)</b> Dedi Sutomo <b>(Menggala)</b> Endra Zulkarnaen



Perwajahan : Adriyadi  
Desain Grafis : Setiawan Sapto Apriviantoro, Dodi R. Kurniawan  
IT : Yoga Dwi CN, Vicentius Bayu Septian

#### **4.4 Kupas Tuntas**

##### **4.4.1 Profil Kupas Tuntas**

Kupas Tuntas merupakan media massa cetak lokal di Lampung. Kupas Tuntas berdiri sejak 3 Desember 2006 oleh seorang jurnalis bernama Donald Harris Sihotang. Kupas Tuntas terbit berdasarkan Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-11794.AH.01.01.Tahun 2013. SKH Kupas Tuntas didirikan di bawah payung hukum CV Hotang Brother dan berganti nama menjadi PT. Yobel Irene Media dengan akta pendirian nomor 09 pada 15 Januari 2013 serta dengan Surat Izin Usaha Penerbitan (SIUP) Nomor 510.2.2/00050/30.17/III.27.2/II/2017 (Data Kumpas Tuntas 2018).

Awal Kupas Tuntas lahir sebagai koran mingguan yang bergerak hanya dari sebuah rumah kontrakan. Satu tahun kemudian Kupas Tuntas berhasil menjadi surat kabar harian yang didukung dengan kekompakan dan etos kerja yang harmonis. Kupas Tuntas setiap tahun selalu berusaha untuk terus berinovasi dengan memberikan informasi yang terbaru dan terpercaya dengan desain yang menarik kepada seluruh masyarakat Lampung.

Surat kabar Kupas Tuntas dijual dengan harga Rp. 4.000,00 dengan 12 halaman, 10.000 eksemplar setiap harinya yang menyajikan

berita yang akurat, berimbang, tajam, sopan dan terpercaya. Kupas Tuntas dalam penulisannya menggunakan kertas berukuran 58 cm x 32,5 cm. *Tagline* yang diusung Kupas Tuntas adalah ‘Ada Untuk Semua’.

Kupas Tuntas selalu melakukan perubahan dan pembenahan secara konsisten termasuk membekali sumber daya manusia dengan kepercayaan diri untuk tetap menjunjung tinggi kode etik jurnalistik. Media ini juga selalu menumbuhkan hubungan kelembagaan dengan para *stakeholder* untuk membangkitkan kepercayaan antar sesama. SKH Kupas Tuntas sudah tersebar di seluruh Kabupaten dan Kota di Propinsi Lampung.

Enam tahun kemudian Kupas Tuntas berhasil membangun Kantor redaksi yang cukup representatif di di Jl. Turi Raya Gg. Perintis No 24, Tanjung Senang, Bandar Lampung. Data Dewan Pers Indonesia sampai 4 Desember 2018 tercatat ada 14 wartawan Kupas Tuntas yang mendapat Sertifikasi Wartawan terdiri atas 11 Wartawan Muda, 1 Wartawan Madya Dan 2 Wartawan Utama.



Gambar 4. Logo Kupas Tuntas

#### 4.4.2 Visi, Misi dan Tujuan

##### a. Visi

Menjadi Perusahaan Terbaik dalam Menyediakan Jasa Dibidang Informasi

##### b. Misi

1. Menyajikan Informasi yang Akurat, Terkini dan Terpercaya
2. Tampil dengan Desain yang Menarik dan Berkarakter
3. Menyajikan Informasi dengan Rubrik Terlengkap
4. Memiliki Tenaga Jurnalistik yang Handal, Berdedikasi dan Bermartabat
5. Menjangkau Seluruh Lapisan Masyarakat di Provinsi Lampung

##### c. Tujuan

1. Menciptakan Lapangan Pekerjaan
2. Membangun Provinsi Lampung yang Maju, Tangguh dan Bermartabat
3. Sebagai Media Penyebar Informasi yang Terpercaya
4. Mencerdaskan dan Mendidik Masyarakat Lampung
5. Menjadi Media Referensi Para Pengambil Keputusan untuk Kebijakan Pembangunan Lampung
6. Sebagai Sarana Kontrol Sosial yang Efektif, Objektif dan Proposional

#### 4.4.3 Struktur Organisasi

Direktur Utama	: Donald Harris Sihotang
Direktur	: Rospita Uli Sitorus
Pemimpin Redaksi	: Donald Harris Sihotang
Pemimpin Perusahaan	: Suhaili
Wakil Pemimpin Perusahaan	: Zainal Hidayat
Redaktur	: S. Sanjaya, Tampan Fernando
Asisten Redaktur	: Herwanda Pratama, Oscar
Reporter	: <b>(Bandar Lampung)</b> Oscar, Herwanda Pratama, Bong Bongan, Ricardo <b>(Kabiro Metro)</b> Johansyah <b>(Lampung Timur)</b> Surya Sanjaya <b>(Kabiro Lampung Selatan)</b> Sodugaon Sinaga <b>(Lampung Tengah)</b> Sutowo <b>(Kabiro Pesawaran)</b> Zainal Hidayat <b>(Kabiro Tanggamus)</b> Sunaryo <b>(Pringsewu)</b> Tutor Manalu <b>(Kabiro Lampung Barat)</b> Satoris M. Baki <b>(Lampung Utara)</b> Arnolds Sitorus <b>(Kabiro Tulangbawang Barat)</b> Kadarsyah <b>(Kabiro Tulang Bawang)</b> Erwin <b>(Kabiro Way Kanan)</b> Fito Aliesetiady <b>(Mesuji)</b> Gusti
Sekretaris Redaksi	: Frima Dayu Siallagan
Manager Keuangan	: Linda Rosmala Dewi
Manager Marketing	: Zainal Hidayat
Pemasaran	: (Kepala) Gunawan, Marozi, Hendra, Sigit Darmaji, Dosi, Muhidin
Bagian Umum	: Yusuf
Pracetak	: Damar Singgih Wicaksono, Widya Firmadana, Rozaedi, Haykal M. Nur

#### 4.5 Trans Lampung

##### 4.5.1 Profil Trans Lampung

Surat kabar harian Trans Lampung berdiri sejak 3 Juli 2009 berdasarkan pengesahan Kementerian Hukum dan HAM AHU-30442.AH.01.01. Media lokal ini adalah jaringan luas dari Radar

Lampung Grup yang merupakan bagian dari *Jawa Post National Network*(JPNN).

Surat kabar harian Trans Lampung hadir dengan 8 halaman yang terdiri dari rubrik Berita Utama, Bandar Lampung, Daerah, Pendidikan, Olahraga, Nasional Dan Politik. Trans Lampung dijual dengan harga Rp. 5.000,00 dengan 12 halaman. Media ini setiap harinya yang menyajikan berita yang akuntabel dan berimbang. Trans Lampung dalam penulisannya menggunakan kertas berukuran 58 cm x 32,5 cm. *Tagline* yang diusung Trans Lampung adalah ‘Selalu Ada Solusi’.

Trans Lampung resmi menjadi salah satu media yang sudah terverifikasi administrasi dan faktual oleh Dewan Pers Indonesia No 131/DP-Terverifikasi/K/II/2018. Pemberian sertifikat bertepatan dengan acara Hari Pers Nasional di Padang pada 7-9 Februari 2018. Berdasarkan Data Dewan Pers Indonesia Sampai 4 Desember 2018 tercatat ada 17 wartawan Trans Lampung yang mendapat Sertifikasi Wartawan terdiri atas 13 Wartawan Muda, 3 Wartawan Madya Dan 1 Wartawan Utama.

Surat kabar harian Trans Lampung tetap mampu bersaing dengan surat kabar harian lokal lainnya di provinsi Lampung dan tetap berada di hati para penikmat berita cetak harian di provinsi Lampung. Pemberian sertifikat verifikasi administrasi dan faktual memberikan manfaat beban moral dan tanggungjawab lebih besar kepada Trans Lampung. Kantor redaksi Trans Lampung berada di



Gambar 5. Logo Trans Lampung

#### 4.5.2 Visi dan Misi

##### a. Visi

Menjadikan Perusahaan Pers yang Profesional dan Memegang Teguh Kode Etik Jurnalistik

##### b. Misi

Membentuk Wartawan yang Taat Peraturan dan Berprinsip pada Kode Etik Jurnalistik.

#### 4.5.3 Struktur Organisasi

Direktur Utama	:	Ardiansyah
Direktur	:	Abdurrahman
Penanggung Jawab Media/General Manager	:	Ismail Komar
Pemimpin Redaksi	:	Ismail Komar
Pemimpin Perusahaan	:	Hermansyah Albantani
Manager Iklan	:	Nevy Handayani
Manager Pemasaran	:	Hendra Surya
Manager Keuangan	:	Zely Natasari
Manager Pracetak	:	Deki Syaputra
Redaktur Pelaksana	:	A Yogi Pratama
Redaktur	:	Heru Kisworo
Wartawan	:	<b>(Bandar Lampung)</b> Jefri Arifin, Heru Kisworo, Yudi Indrawan <b>(Pringsewu)</b> Ariza Zusanfri

**(Lampung Tengah, Metro)** Hermansyah,  
Raden Yusuf

**(Tulang Bawang)** Alamsyah

**(Tulang Bawang Barat)** Sudirman

**(Pesisir Barat, Lampung Barat)** Eko S

**(Tanggamus)** Yogi

**(Lampung Utara)** Antaufik Riska

**(Way Kanan)** Yudi Hasan

**(Lampung Selatan)** Johansyah

**(Lampung Timur)** Tarmizi Husen

## VI. SIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Simpulan

Berdasarkan koran lokal yang menjadi objek penelitian yaitu Lampung Post, Radar Lampung, Tribun Lampung, Kupas Tuntas dan Trans Lampung dapat disimpulkan kebijakan redaksional koran lokal Lampung pada pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Lampung 2018 memiliki kebijakan redaksional tersendiri dalam mengolah pemberitaan yang akan dipublikasi. Proses pengolahan dimulai dari wartawan mendapatkan isu berita, menentukan *angle*, gaya penulisan, kemudian bagaimana berita diolah di meja redaksi (faktor rutinitas dan organisasi media) hingga layak dikonsumsi publik. Adanya faktor ekstra media (pembaca, pengiklan, pangsa pasar, Dewan Pers, AJI, instansi pemerintah) dapat mempengaruhi pemberitaan dan faktor ideologi media menjadi acuan para pekerja media untuk dipatuhi.

Peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Level Individu dalam media tidak terlepas dari peran seorang reporter yang bertugas mencari data di lapangan. Level Individu ini dapat mempengaruhi isi pemberitaan, untuk wartawan Lampung Post dalam menempatkan wartawan atau reporter pada rubrik politik disesuaikan dengan latar belakang pendidikan yakni lulusan jurnalistik, ilmu politik dan ilmu sosial. Reporter lebih memiliki kepekaan pada fenomena sosial,



memiliki mental berani dan kritis. Sedangkan reporter Radar Lampung, Tribun Lampung, Kupas Tuntas dan Trans Lampung bisa berasal dari latar belakang pendidikan yang beragam. Dalam menjalankan tugas dan fungsi reporter dan media harus berlandaskan kaidah jurnalistik dan kode etik jurnalistik. Sehingga visi misi perusahaan pers tersebut dapat mencapai tujuan yang diharapkan, salah satunya adalah menjadi *watchdog* pemerintah dan sumber referensi pembaca. Level individual dari segi latar belakang pendidikan tidak terlalu memberikan pengaruh lebih pada pemberitaan Pilkada Lampung 2018, sebab wartawan mengalami proses *rolling* rubrik dimana keterampilan menulis dan analisis sudah bisa berkembang dengan seiring pengalaman wartawan di setiap rubrik tersebut.

2. Level Rutinitas Media lebih dipengaruhi oleh unsur pihak eksternal media dan pengolahan berita dimulai dari rapat redaksi, berita masuk meja redaksi dan siap cetak untuk publik. Pada umumnya media Lampung Post, Radar Lampung, Tribun Lampung, Kupas Tuntas dan Trans Lampung melakukan mekanisme alur produksi berita yakni rapat proyeksi dan rapat *budgeting*. Lampung Post merancang sedemikian rupa agar berita yang dipublikasikan tetap terlihat berimbang dibuktikan dengan tetap memberitakan paslon nomor 4 Mustafa tersandung masalah hukum secara kontinyu. Berdasarkan wawancara dengan wartawan politik Radar Lampung Dina Puspasari, frekuensi berita calon yang berasal dari kepala daerah lebih tertolong karena mempunyai peran ganda dan kesempatan lebih banyak tampil di media sebagai calon dan kepala

daerah. Wartawan harus selalu menjaga jarak dengan paslon atau pihak lain untuk menjaga keprofesionalitasan dan independensi wartawan. Kupas Tuntas mempunyai kebiasaan pengemasan berita dalam meja redaksinya yakni dilakukan secara mendalam dan *to the point*. Pimred Kupas Tuntas Donald Harris S, mengatakan bahwa media memiliki 2 rubrik yakni privasi dan publik. Privasi dalam bentuk iklan bisa dibeli oleh masing-masing calon karena memang media diberikan ruang untuk mempromosikan paslon. Kupas Tuntas dilihat dari porsi pemberitaannya lebih sering melakukan kerjasama dengan paslon nomor 1, namun mereka tetap memberitakan tentang paslon lainnya. Pimred Trans Lampung, Hermansyah Albantani yang mengatakan ada aspek lain dalam berita advetorial untuk penempatan posisi dan porsi (*space*) berita paslon. Berdasarkan peneliti dari pemberitaan yang ada di Trans Lampung, media ini melakukan MoU atau kerjasama ke paslon nomor 2, dibuktikan dengan pemberitaan paslon nomor dua lebih banyak porsi pemberitaannya dibandingkan dengan paslon lainnya. Dilihat dari pemberitaannya Tribun Lampung berusaha untuk senetral mungkin dan tidak memihak paslon. Ini terlihat dari pemberitaannya yang memberitakan semua paslon walaupun itu cenderung sangat mengkritisi. Berdasarkan pengakuan Yoso Muliawan selaku Redaktur Tribun Lampung, pemilik media ini bukan berasal dari pihak politik tertentu atau golongan apapun, sehingga Tribun Lampung bebas memberitakan siapapun

3. Level Organisasi Media dipengaruhi oleh pemilik media atau pihak lain dalam meja redaksi. Pemegang kekuasaan tertinggi di 4 objek penelitian peneliti yaitu Lampung Post, Radar Lampung, Tribun Lampung, dan Trans Lampung adalah pemilik media (*owner*), tetapi yang mempengaruhi isi berita, kuasa penuh dipegang oleh pemimpin redaksi. Pemilik media hanya mengawasi dan serius dengan bisnisnya. Sedangkan, pada media Kupas Tuntas pemilik dan pemimpin redaksi dijabat oleh satu orang yang sama yakni Donald Harris Sihotang, sehingga dapat mempengaruhi isi berita terutama pemberitaan Pilkada Lampung 2018. Berdasarkan temuan berita, Kupas Tuntas lebih banyak memberitakan kegiatan yang dilakukan oleh paslon pilgub nomor 1, Ridho sekaligus ketua DPW Partai Demokrat Lampung. Berdasarkan Peraturan KPU tentang tahapan program dan jadwal penyelenggaraan pemilu tahun 2019, dimana pencalonan anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten-Kota serta Pencalonan Presiden Dan Wakil Presiden yang dilakukan dari tanggal 26 maret 2018-21 september 2018, sedangkan berdasarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung No 476/HK.03.1-Kpt/18/Prov/IX/2018 Tanggal 20 September 2018 Tentang Penetapan Daftar Calon Tetap atau DCT Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Lampung Pada Pemilu 2019, Donald Harris Sihotang terdaftar sebagai calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Lampung Pada Pemilu 2019 Dapil I dari Partai Demokrat nomor urut 2. Tidak ada intervensi yang kuat pada pemberitaan Tribun Lampung khususnya pada pemberitaan

pilkada Lampung 2018 karena pemilik media adalah pebisnis yang tidak memiliki afiliasi dengan partai politik atau golongan tertentu. Sehingga dalam menerima advetorialpun mereka tidak sembarangan dan mengikuti aturan yang berlaku di Radar Lampung. Trans Lampung merupakan jaringan luas dari Radar Lampung Grup yang merupakan bagian dari *Jawa Post National Network* (JPNN), ada kemungkinan afiliasi kepemilikannya mengarah pada salah satu paslon, pemimpin redaksi dan redaktur hanya memberikan penajaman pada berita yang merupakan ide reporter.

4. Level Ekstramedia berasal dari pemerintah, instansi, sumber berita, pengiklan, pembaca, pangsa pasar, dan teknologi. Lampung Post, Radar Lampung, Tribun Lampung, Kupas Tuntas dan Trans Lampung sudah menjalankan fungsinya sebagai penyalur visi misi paslon Pilgub Lampung 2018, sumber referensi bacaan dan mencari keuntungan berjalan sesuai koridor hukum yang semestinya. Hal ini dibuktikan tidak ada aduan, laporan, hak jawab dari masyarakat, KPU, Bawaslu dan AJI sebagai lembaga profesi jurnalistik. Para media berlomba-lomba untuk memberikan berita yang menarik, mendidik dan informatif untuk memenuhi kebutuhan pembaca. Ketika media tersebut dapat dipercaya oleh publik atau pembaca, maka terbuka juga jalan bisnis berupa pengiklan.
5. Level Ideologi dapat melebur dengan sendiri pada sebuah media pers dan dapat melahirkan kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan budaya

dan lingkungan media tersebut. Ideologi media menjadi patokan dalam memutuskan kebijakan redaksi dan bisnis. Ideologi ini bersifat abstrak, namun pembaca dapat mengetahui dengan membaca isu-isu berita yang disajikan. Lampung Post dalam menerapkan menerapkan ideologi Pancasila dalam proses pengolahan berita dan lingkungan kerja. Ideologi tersebut tercermin dari berita-berita yang dihasilkan oleh Lampung Post yang selalu menonjolkan unsur kebhinekaan, kesatuan dan keberagaman. Hal ini sesuai dengan prinsip Lampung Post dalam keterlibatannya menjaga persatuan dan kepentingan publik dalam mewujudkan asas kebermanfaatan. Lampung Post memberitakan secara kontinyu pasal no 4, Mustafa yang terkena masalah hukum hingga tidak bisa aktif dalam proses kampanye di depan publik walaupun itu *client*. Radar Lampung dengan ideologinya lebih kepada nilai-nilai demokrasi. Hal ini sejalan dengan penggambaran latar belakang sejarah Radar Lampung. Hal itu juga yang membuat media ini lebih condong memberitakan Pilkada Lampung 2018 karena mereka melihat bagaimana masyarakat berdemokrasi memilih Gubernur Lampung 2018 untuk lima tahun mendatang. Ideologi Tribun Lampung konsisten dengan visi dan misi yang dipegang sebagai cerminan dari ideologinya yaitu untuk kepentingan publik, demokratis. Dalam konteks pemberitaan Pilkada Lampung 2018. Ideologi yang dipegang Tribun Lampung menjadi tolak ukur dalam menulis berita. Ini tercermin dari nilai-nilai (*core value*) yang dipegang untuk tetap menjaga independensi, kredibel, dan *friendly newspaper*. Ideologi dari Kupas Tuntas adalah kebebasan pers dapat

mempengaruhi berbagai elemen dari pekerjaannya yang membentuk sebuah pemberitaan di Kupas Tuntas. Media ini lebih condong memberitakan Pilkada Lampung 2018 yang berhubungan dengan paslon no.1, Ridho Ficardho. Ideologi nasionalisme yang melekat pada Trans Lampung, mengantarkan redaksionalnya dalam penulisan yang menjunjung tinggi nilai-nilai persatuan dan kesatuan, yakni dengan tidak mengangkat tema-tema yang menyinggung perasaan masyarakat yang membacanya seperti SARA dan untuk kepentingan masyarakat luas.

## **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. Perlu adanya penguatan regulasi terkait dengan keorganisasian, tata kelembagaan media, juga penguatan peran media dan pekerja media serta kewenangan lembaga pengawas media, sehingga konten berita yang disajikan kepada masyarakat sesuai dengan fungsi media sebagaimana mestinya;
2. Peneliti menyarankan agar penelitian ini dapat dikembangkan lagi oleh peneliti lainnya terkait media cetak dalam pemilihan Kepala Daerah Gubernur Dan Wakil Gubernur provinsi lainnya
3. Penelitian ini terdapat kekurangan, dikarenakan banyaknya objek media yang diteliti, sehingga keterbatasan peneliti mengali informasi narasumber menjadi kurang mendalam. Maka dari itu untuk penelitian

selanjutnya untuk dapat menggali data lebih dalam mengenai pemberitaan pemilihan Gubernur Lampung di media cetak;

4. Peneliti berharap dalam hal penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan analisa dengan menggunakan metode dan teori lain yakni penerapan teori analisis resepsi media yang lebih mendalam untuk mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami bagaimana teks media dibaca oleh khalayak;
5. Peneliti berharap agar demokrasi di Lampung berjalan lancar dan kondusif. Media tetap harus konsisten berpegang teguh pada ideologi yang telah ada dan berupaya meningkatkan kualitas berita dengan rutin evaluasi, baik secara substansial maupun cara penulisan berita. Media tetap menjunjung tinggi UU Pers dan kaidah jurnalistik agar kenetralitasan media tetap terjaga.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Abdullah, Aceng. 2004. *Press Relations: Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Ana, Abrar. 2008. *Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat Dan Praktek*. Gava Media, Yogyakarta.

Alaasutari, Pertti. 1999. *Rethinking The Media Audience*. Sage Publications, London.

DjuROTO, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media*. Lkis, Yogyakarta.

Firmansyah. 2012. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.

Iskandar, Maskun. 1990. *Ensiklopedia Nasional Indonesia*. PT Cipta Adi Pustaka, Jakarta.

Krisyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Kencana, Yogyakarta.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa Edisi Pertama*. Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.

Schudson, Michael. 1987. *Discovering The News*. Basic Books, New York.



- Severin, Werner J., Tankard, James W. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Terjemahan oleh Sugeng Hariyanto. Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.
- Shoemaker, J Pamela, dan Reese, Stephen D. *Mediating The Message: Theories Of Influences On Mass Media Content*. Longman Publishers, USA.
- Sudibyo, Agus. 2006. *Politik Media Dan Pertarungan Wacana*. Lkis, Yogyakarta.
- Sudibyo, Agus. 2013. *50 Tanya Jawab Tentang Pers. Kepustakaan Populer Gramedia*, Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sukandarrumidi. 2006. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Sumadiria, AS Haris. 2010. *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tamuraka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Kalam Indonesia, Jakarta.
- Putra, Dedi Kurbia Syah. 2012. *Media Dan Politik: Menemukan Relasi Antara Dimensi Simbiosis-Mutualisme Media Dan Politik*. Graha Ilmu, Jakarta.
- Putra, P Masri Sarep. 2007. *Media Cetak, Bagaimana Merancang dan Memproduksi*. Graha Ilmu, Jakarta.

### **SKRIPSI & JURNAL**

Dzulfikri, Amri Rachman. 2014. Kebijakan Redaksional Harian Umum Republika Dalam Menentukan Foto Headline Pada Halaman Jawa Barat Edisi Desember 2013. (Skripsi). UIN Sunan Gunung Jati. Bandung.

Fajrianti, Rizka. Netralitas Dan Independensi Surat Kabar Harian Lampung Post Dan Radar Lampung Dalam Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah Di Kota Bandar Lampung Tahun 2015. (Skripsi). Universitas Lampung. Lampung.

Fanani, Fajriannoor. 2011. Analisis Kebijakan Redaksional Harian Republika Pada Pemberitaan Religion-Politik Masa Kampanye Presiden Tahun 2009. (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang.

Kartika. 2016. Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur Dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional. (Skripsi). UIN Alaudin Makassar. Makassar.

Khairunnisa, Indah Afif. 2015. Jurnalisme Dan Organisasi Media: Apa Yang Mempengaruhi Konstruksi Berita Di Media Massa. Makalah. (Skripsi). Universitas Padjajaran. Bandung.

Krisdinanto, Nanang. 2014. *Anomali Dan Teori Hirarki Pengaruh Terhadap Isi Media*. Surabaya. Jurnal Ilmiah Komunikasi. Volume 3 No 1 Juli 2014.

Tohir, Muhammad. 2013. Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika Dalam Menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Susanti, Billy. 2014. Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film *12 Years A Slave* Pada Mahasiswa Multi Etnis). (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

### **INTERNET**

Dewan Pers. (2017). Perusahaan Pers. <http://dewanpers.or.id>. Diakses pada 15 Februari 2018.

- Dzulfikri, Amri Rachman. (2014). Kebijakan Redaksional Harian Umum Republika Dalam Menentukan Foto *Headline* Pada Halaman Jawa Barat Edisi Desember 2013. [digilib.uinsgd.ac.id](http://digilib.uinsgd.ac.id). Diakses pada 15 Februari 2018.
- Long, Jennifer. 2014. Teori Dan Model *Fairclough*. <https://www.scribd.com>. Diakses pada 25 April 2018.
- Komisi Pemilihan Umum. (2018). Penetapan Paslon Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018. <http://lampung.kpu.go.id/html/>. Diakses pada 16 Februari 2018.
- Komisi Pemilihan Umum. (2018). Hasil Pengundian Nomor Urut Paslon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018. <http://lampung.kpu.go.id/html/>. Diakses pada 16 Februari 2018.
- \_\_\_\_\_. Mengenal Lima Karakteristik Pers. <http://arti-definisi-pengertian.info/mengenal-lima-karakteristik-pers/>. Diakses pada 16 Februari 2018.
- Prasetia, Andhika. (2017). Ini 171 Daerah Yang Gelar Pilkada Serentak 27 Juni 2018. <https://m.detik.com>. Diakses pada 18 Februari 2018.
- Prastiwi, Devira. Dewan Pers Dan 47 Ribu Media di Indonesia. 15 Juli 2017. Mevi Linawati. <http://www.liputan6.com/news/read/3023298/dewan-pers-dan-47-ribu-media-di-indonesia>. Diakses pada 1 April 2018.
- Sulistiyono, Y. (2014). Analisis Isi Berita Kriminal Dan Peristiwa Yang Menelan Korban Di Surat Kabar Memo Memorandum Edisi 7 Oktober-16 Oktober 2013. [digilib.uinsby.ac.id](http://digilib.uinsby.ac.id). Diakses pada 1 April 2018.

## DAFTAR PUSTAKA

### **BUKU**

- Abdullah, Aceng. 2004. *Press Relations: Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ana, Abrar. 2008. *Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat Dan Praktek*. Gava Media, Yogyakarta.
- Alaasutari, Pertti. 1999. *Rethinking The Media Audience*. Sage Publications, London.
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media*. Lkis, Yogyakarta.
- Firmansyah. 2012. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Iskandar, Maskun. 1990. *Ensiklopedia Nasional Indonesia*. PT Cipta Adi Pustaka, Jakarta.
- Krisyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Kencana, Yogyakarta.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa Edisi Pertama*. Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.

- Schudson, Michael. 1987. *Discovering The News*. Basic Books, New York.
- Severin, Werner J., Tankard, James W. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Terjemahan oleh Sugeng Hariyanto. Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.
- Shoemaker, J Pamela, dan Reese, Stephen D. *Mediating The Message: Theories Of Influences On Mass Media Content*. Longman Publishers, USA.
- Sudibyo, Agus. 2006. *Politik Media Dan Pertarungan Wacana*. Lkis, Yogyakarta.
- Sudibyo, Agus. 2013. *50 Tanya Jawab Tentang Pers*. Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sukandarrumidi. 2006. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sumadiria, AS Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Sumadiria, AS Haris. 2010. *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tamuraka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Kalam Indonesia, Jakarta.
- Putra, Dedi Kurbia Syah. 2012. *Media Dan Politik: Menemukan Relasi Antara Dimensi Simbiosis-Mutualisme Media Dan Politik*. Graha Ilmu, Jakarta.

Putra, P Masri Sarep. 2007. *Media Cetak, Bagaimana Merancang dan Memproduksi*. Graha Ilmu, Jakarta.

### **SKRIPSI & JURNAL**

Dzulfikri, Amri Rachman. 2014. Kebijakan Redaksional Harian Umum Republika Dalam Menentukan Foto Headline Pada Halaman Jawa Barat Edisi Desember 2013. (Skripsi). UIN Sunan Gunung Jati. Bandung.

Fajrianti, Rizka. Netralitas Dan Independensi Surat Kabar Harian Lampung Post Dan Radar Lampung Dalam Pemberitaan Pemilihan Kepala Daerah Di Kota Bandar Lampung Tahun 2015. (Skripsi). Universitas Lampung. Lampung.

Fanani, Fajriannoor. 2011. Analisis Kebijakan Redaksional Harian Republika Pada Pemberitaan Religion-Politik Masa Kampanye Presiden Tahun 2009. (Skripsi). Universitas Diponegoro. Semarang.

Kartika. 2016. Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur Dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional. (Skripsi). UIN Alaudin Makassar. Makassar.

Khairunnisa, Indah Afif. 2015. Jurnalisme Dan Organisasi Media: Apa Yang Mempengaruhi Konstruksi Berita Di Media Massa. Makalah. (Skripsi). Universitas Padjajaran. Bandung.

Krisdinanto, Nanang. 2014. *Anomali Dan Teori Hirarki Pengaruh Terhadap Isi Media*. Surabaya. Jurnal Ilmiah Komunikasi. Volume 3 No 1 Juli 2014.

Tohir, Muhammad. 2013. Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika Dalam Menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Susanti, Billy. 2014. Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film *12 Years A Slave* Pada Mahasiswa Multi Etnis). (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

## INTERNET

Dewan Pers. (2017). Perusahaan Pers. <http://dewanpers.or.id>. Diakses pada 15 Februari 2018.

Dzulfikri, Amri Rachman. (2014). Kebijakan Redaksional Harian Umum Republika Dalam Menentukan Foto *Headline* Pada Halaman Jawa Barat Edisi Desember 2013. [digilib.uinsgd.ac.id](http://digilib.uinsgd.ac.id). Diakses pada 15 Februari 2018.

Long, Jennifer. 2014. Teori Dan Model *Fairclough*. <https://www.scribd.com>. Diakses pada 25 April 2018.

Komisi Pemilihan Umum. (2018). Penetapan Paslon Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018. <http://lampung.kpu.go.id/html/>. Diakses pada 16 Februari 2018.

Komisi Pemilihan Umum. (2018). Hasil Pengundian Nomor Urut Paslon Gubernur dan Wakil Gubernur Lampung Tahun 2018. <http://lampung.kpu.go.id/html/>. Diakses pada 16 Februari 2018.

\_\_\_\_\_. Mengenal Lima Karakteristik Pers. <http://arti-definisi-pengertian.info/mengenal-lima-karakteristik-pers/>. Diakses pada 16 Februari 2018.

Prasetia, Andhika. (2017). Ini 171 Daerah Yang Gelar Pilkada Serentak 27 Juni 2018. <https://m.detik.com>. Diakses pada 18 Februari 2018.

Prastiwi, Devira. Dewan Pers Dan 47 Ribu Media di Indonesia. 15 Juli 2017. Mevi Linawati. <http://www.liputan6.com/news/read/3023298/dewan-pers-dan-47-ribu-media-di-indonesia>. Diakses pada 1 April 2018.

Sulistiyono, Y. (2014). Analisis Isi Berita Kriminal Dan Peristiwa Yang Menelan Korban Di Surat Kabar Memo Memorandum Edisi 7 Oktober-16 Oktober 2013. [digilib.uinsby.ac.id](http://digilib.uinsby.ac.id). Diakses pada 1 April 2018.