

---

## **HIRARKI PENGARUH DALAM KEBIJAKAN REDAKSI (Studi Kasus Konten Berita Perindo di Okezone.com)**

**Aprilia Dwi Permatasari<sup>1</sup>, Fatkhurohman Putra Alam<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Korporat Universitas Paramadina

<sup>2</sup>Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Politik Universitas Paramadina

Correspondence Author: [aprilia.permatasari@students.paramadina.ac.id](mailto:aprilia.permatasari@students.paramadina.ac.id)

Cikarang, Jakarta, Indonesia

### **Abstract**

*The Hierarchy of Influence is an interesting study because it has a segmentation related to the Hierarchy of the Chair of the Perindo Party and the Owners of the MNC Group. The research objective is to determine the influence of the editorial policy hierarchy at Okezone.com. with the methodology used is qualitative. Fundamentally, qualitative research has two objectives: (1) to describe and explore, and (2) to describe and explain. The editorial policy power hierarchy explains that there are five levels, namely, individual level, routine level, media organization level, extramedia level, and ideological level. organization. The organizational level can be seen from the leadership of Hary Tanoesoedibjo who has the highest authority in the Perindo Party and the MNC Group. As well as scheduling the broadcast of articles that are at least one day per Perindo content, as well as some news content that is broadcast on referrals. The influence of power at the organizational level cannot be denied in many media, but this can be used as a place for political education that is beneficial to society. As the function of the media itself. Future researchers are expected to be able to develop research in other theories, such as in the perspective of the Power Relations theory.*

**Keywords: Editors; Hierarchy of influence; Policy; News Content; okezone.com**

### **Abstrak**

Hirarki Pengaruh menjadi penelitian menarik karena memiliki segmentasi terkait Hirarki Ketua Partai Perindo dengan Pemilik MNC Group, Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh hirarki kebijakan redaksi di Okezone.com. dengan metodologi yang di gunakan adalah kualitatif. Secara mendasar penelitian kualitatif memiliki dua tujuan yaitu: (1) menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*), dan (2) menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*). Hirarki kekuasaan kebijakan redaksi menjelaskan bahwa terdapat lima level yaitu, level individu, level rutinitas, level organisasi media, level ekstramedia, dan level ideologi dan Hasil penelitian ini yang dapat mempengaruhi isi media pada konten Okezone.com yang paling dipengaruhi dari konten berita berada di level organisasi. Level organisasi, dapat dilihat dari kepemimpinan seorang Hary Tanoesoedibjo yang memiliki kekuasaan tertinggi di Partai Perindo dan MNC Group. Serta penjadwalan penayangan artikel yang minimal satu hari satu konten Perindo, serta terdapat beberapa konten berita yang ditayangkan atas arahan. Pengaruh kekuasaan pada level organisasi tidak dapat dipungkiri di banyak media, namun hal ini dapat dimanfaatkan menjadi tempat edukasi politik yang bermanfaat bagi masyarakat. Sebagaiman fungsi media itu sendiri. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dalam teori lain, seperti dalam sudut pandang teori Relasi Kuasa.

**Kata Kunci: Hirarki pengaruh; Kebijakan; Konten Berita; Redaksi; okezone.com**

## PENDAHULUAN

Internet adalah komponen terpenting di era digital saat ini, hampir seluruh lapisan kegiatan masyarakat saat ini bergantung dengan internet. Mulai dari alat berkomunikasi, alat pembayaran, layanan transportasi dan banyak lagi. Pada era internet ini, informasi tidak lagi mengenal batas negara, seluruh lapisan dunia dapat menerima informasi dalam hitungan detik dengan adanya internet. Begitu pula bagi penduduk di Indonesia, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis laporan bertajuk Profil Internet Indonesia 2022. Penetrasi internet sebanyak 77,02% yaitu 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia Tahun 2021. Tingkat usia penetrasi internet aktif tertinggi yaitu usia 13-34 tahun, dengan kategori pengguna pelajar dan mahasiswa sebanyak 99,26% dan bekerja sebanyak 86,90%. (APJII, 2022)

Peningkatan penetrasi internet di Indonesia naik signifikan di tahun 2019 hingga 2020 sebanyak 8.9%. Hal ini karena kebutuhan masyarakat yang banyak menggunakan daring saat pandemi covid-19 di tahun 2020. Begitu pula perubahan kebiasaan masyarakat dalam mencari informasi, dahulu masyarakat mencari informasi dan sumber berita dari televisi, radio, koran dan majalah. Namun saat ini bergeser menjadi informasi dan sumber berita dari media online. Berdasarkan survei yang dilakukan Reuters dan Universitas Oxford, diketahui bahwa semakin banyak masyarakat yang mengakses berita dari medsos, termasuk di Indonesia. Diketahui bahwa ada 68 persen masyarakat Indonesia yang mengakses berita dari media sosial. Meskipun angkanya besar, namun pencarian berita dari media online atau media daring masih tertinggi yaitu, 88 persen (Tantomio, 2022). Media *online* ini merupakan media berizin, dimana berita yang disajikan ke public berdasarkan editorial yang jelas, terorganisir dan terstruktur. Media *online* ini berasal dari media konvensional yang berkembang menjadi media digital, atau media baru yang menjadikan media *online* sebagai tempat utama publikasi. Mulai dari website, aplikasi dan media sosial.

Penggunaan media *online* menjadi sumber mencari berita menjadikan perubahan masyarakat dalam mencari sumber berita politik. Sebagaimana survei oleh INDIKATOR Politik Indonesia pada tahun 2021 dengan jumlah responden sebanyak 733 orang. Bahwa 50% responden mengatakan setiap hari mengikuti berita sosial atau politik tingkat daerah dan nasional melalui media *online*. (Maraton, 2022)

Banyak kebutuhan akan berita *online* ini menjadikan banyaknya pertumbuhan media *online* di Indonesia. Sebanyak 47.000 media *online* yang bebas diakses oleh publik, namun hanya 2.700-an media yang terverifikasi oleh Dewan Pers. (RMOLNETWORK, 2022)

Melihat dari minat masyarakat dalam mencari sumber berita, menjadikan media *online* berperan penting atas kualitas berita yang disajikan kepada khalayak. Karena akan memengaruhi masyarakat dalam cara pandangan dan referensi masyarakat dalam melihat berita. Media massa dalam penyampaian informasi kepada khalayak mempunyai pengaruh besar dalam sudut pandang masyarakat, setiap berita yang disajikan media dianggap penting bagi masyarakat. Sebuah peristiwa yang dianggap penting bagi media bisa dianggap penting juga oleh masyarakat (McQuail, 2010). Dalam memproduksi berita, informasi yang telah dihimpun wartawan akan diseleksi jajaran redaksi. Gerald Kosicki menyatakan, jajaran redaksi tidak hanya mengawasi dan mengubah informasi namun juga terlibat dalam menekankan aspek tertentu dari suatu masalah (Griffin, 2012). Namun dalam kebijakannya redaksi juga memiliki pengaruh, seperti yang dikatakan Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media. Yaitu pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), pengaruh dari rutinitas media (*media routines level*), pengaruh dari organisasi media (*organizational level*), pengaruh dari luar media (*outside media level*), dan yang terakhir adalah pengaruh ideologi (*ideology level*). (Shoemaker & Reese, 1996)

Salah satu media *online* yang telah menyajikan berita secara *online* dari awal kemunculannya, yaitu Okezone.com. Okezone.com adalah bagian dari MNC Group yang menjadi media *online* pertama di MNC Group. Okezone.com sudah lebih dari lima belas tahun menyajikan berita dari portal-portal digital. lamanya Okezone.com dalam media *online* menjadikan tolok ukur Okezone.com sebagai media yang menjadi pengaruh besar di masyarakat sebagai sumber berita. Namun kredibilitas Okezone.com sebagai sebuah media yang menyajikan berita yang akurat mulai dipertanyakan. Karena pemilik dari MNC Group yaitu, Hary Tanoesoedibjo yang mulai mendirikan Partai Perindo (Persatuan Indonesia) di tahun 2014. Hal ini terlihat dari konten Perindo yang sering tampil dalam halaman website dan media sosial Okezone.

### **Hirarki Pengaruh Media Massa**

Teori hierarki pengaruh (*Hierarchy of Influence*) yang diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese merupakan teori dalam kajian komunikasi massa yang menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konten media. asumsi teori ini adalah isi media dibentuk oleh sejumlah faktor (*inside* maupun *outside*) dari organisasi media yang menghasilkan realitas yang berbeda-beda.

Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media. Yaitu pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), pengaruh dari rutinitas media (*media routines level*), pengaruh dari organisasi media (*organizational level*), pengaruh dari luar media (*outside media level*), dan yang terakhir adalah pengaruh ideologi (*ideology level*). (Shoemaker & Reese, 1996)

#### **a) Individu Pekerja Media (*Individual Level*), Pengaruh potensial pada konten media massa**

dari faktor-faktor yang intrinsik untuk pekerja komunikasi. Pertama, kita melihat karakteristik komunikator dan latar belakang pribadi dan profesional mereka. Untuk melihat bagaimana, misalnya, pendidikan jurnalis mempengaruhi mereka. Kedua, kami pengaruh dari komunikator dan keyakinan, sikap yang dipegang oleh komunikator atau individu sebagai hasil dari latar belakang atau pengalaman pribadi mereka, misalnya, sikap politik atau keyakinan agama. Ketiga, orientasi profesional dan konsepsi peran yang dipegang komunikator, misalnya, apakah jurnalis menganggap diri mereka sebagai pemancar peristiwa yang netral atau peserta aktif dalam mengembangkan cerita. (Shoemaker & Reese, 1996)

**b) Pengaruh dari Rutinitas Media (*Media Routines Level*)**, Karl Mannheim, seorang sosiolog Jerman, menulis bahwa "tepatnya adalah tidak benar untuk mengatakan bahwa individu tunggal berpikir. Melainkan lebih tepat untuk bersikeras bahwa individu berpartisipasi dalam memikirkan lebih jauh apa yang dipikirkan orang lain sebelumnya" (Mannheim, 1936 dalam Shoemaker & Reese, 1996). Dengan kata lain, manusia adalah makhluk sosial dan mereka berpartisipasi dalam pola tindakan yang tidak mereka ciptakan sendiri. Mereka berbicara dalam bahasa kelompok mereka, berpikir seperti yang dipikirkan kelompok mereka. Sebagai individu dalam kelompok, mereka telah mengembangkan gaya berpikir dari pola respons yang tidak ada habisnya terhadap situasi umum. Merujuk pada sesuatu yang mirip dengan istilah rutinitas, praktik dan bentuk yang terpola, rutin, berulang dan bentuk yang digunakan pekerja media untuk melakukan pekerjaan mereka. Dari perspektif Mannheim, kita dapat melihat rutinitas ini sebagai serangkaian batasan pada pekerja media individu. (Shoemaker & Reese, 1996). Rutinitas membentuk konteks langsung, baik di dalam maupun di mana individu-individu ini melakukan pekerjaan mereka. *Gatekeeper* yang biasa diterapkan pada pengambil keputusan media massa. Istilah ini membantu mengingatkan kita bahwa individu mengisi peran dan menjalankan fungsi dalam sistem gerbang yang lebih besar. Baik dalam industri berita atau hiburan, penjaga gerbang media harus menyaring sejumlah besar pesan potensial menjadi beberapa. Memilih dari banyak kemungkinan judul, memilih dari beberapa ide untuk komedi situasi, serial, dan drama untuk menyusun jadwal prime-time; dan editor surat kabar harus memutuskan beberapa cerita untuk ditayangkan di halaman Depan. Keputusan ini secara langsung mempengaruhi konten media yang menjangkau khalayak. (Shoemaker & Reese, 1996). *Gatekeeper* ini, mewakili profesi dan organisasi mereka masing-masing. Dengan demikian, pengaturan pekerjaan membatasi keputusan mereka. Untuk memahami batasan ini kita harus mempertimbangkan sistem media tempat orang bekerja, termasuk rutinitas dan norma-norma yang menjadi bagian dari

pengumpulan informasi yang sistematis. Pola konten berita dan hiburan yang terstandarisasi dan berulang sebagian besar dihasilkan dari praktik rutin ini. Rutinitas ini memastikan bahwa sistem media akan merespons dengan cara yang dapat diprediksi dan tidak dapat dengan mudah dilanggar. (Shoemaker & Reese, 1996).

**c) Pengaruh dari Organisasi Media (Organizational Level)**, pada pengaruh organisasi media terhadap konten pemberitaan. Ini tidak terlepas dari pemahaman bahwa pemegang kekuasaan tertinggi media sangat berpengaruh terhadap konten pemberitaan. Pemilik media atau eksekutif tertinggi memiliki keputusan akhir tentang apa yang dilakukan organisasi (Shoemaker & Reese, 1996). Menurut (Hirsch, 1977 dalam Shoemaker dan Reese, 1996), perspektif ini menekankan perbedaan dalam peran organisasi, struktur internal, tujuan, teknologi, dan pasar. Ini menekankan perbedaan yang dibuat oleh kepemilikan, tujuan, dan kebijakan. Analisis organisasi berusaha menjelaskan variasi konten yang tidak dapat dikaitkan dengan perbedaan rutinitas dan individu. Mempertimbangkan seluruh organisasi mengungkapkan bagaimana perspektif peran berubah tergantung pada posisi individu dalam hierarki. Terkadang rutinitas dan persyaratan yang berbeda dari pekerja media, meskipun mereka mungkin bekerja di organisasi yang sama, membawa mereka ke dalam konflik. Seorang editor, misalnya, mungkin memerlukan lebih banyak biro berita untuk meliput komunitas secara memadai, tetapi penerbit mungkin tidak dapat membenarkan biaya tambahan tersebut. Begitu pula dengan rutinitas redaktur dan reporter yang kerap memiliki agenda berbeda harus didamaikan. Seperti yang dikemukakan (Gans 1979 dalam Shoemaker dan Reese, 1996), editor lebih terkait dengan audiens sedangkan reporter lebih terkait dengan sumber. Editor tidak terikat dengan ketukan dan dengan demikian dapat membantu wartawan menghindari dikooptasi oleh sumber mereka. Editor dapat meminta reporter untuk tidak mematuhi aturan dasar rutin yang dipromosikan oleh sumber, atau bahkan merotasinya ke irama lain. Cara-cara harus ditemukan untuk menengahi konflik-konflik semacam itu. Ketika dorongan datang untuk mendorong, pekerja individu dan rutinitas mereka harus tunduk pada organisasi yang lebih besar dan tujuannya. (Shoemaker & Reese, 1996).

**d) Pengaruh dari Luar Media (Outside Media Level)**, faktor ekstrinsik (di luar) organisasi media. Termasuk sumber Informasi yang menjadi konten media, seperti kelompok kepentingan khusus, kampanye sosial, sumber pendapatan organisasi atau media; seperti pengiklan dan pemirsa, lembaga sosial lainnya, seperti bisnis dan pemerintah, lingkungan ekonomi, kompetisi dan teknologi. Pengaruh lain yang sering terjadi pada konten media berasal dari pemerintah. Meskipun beberapa negara memiliki kontrol pers yang lebih sedikit daripada yang lain, semua pemerintah mengontrol media massa untuk beberapa negara cakupan. Di Amerika Serikat, kontrol ini berbentuk undang-undang (seperti yang dirancang untuk menghukum pencemaran nama baik) dan peraturan yang

menentukan siapa yang dapat memiliki media siaran dan jenis konten apa yang diizinkan. Setiap media massa komersial beroperasi di dalam pasar, dan sifat pasar terkadang dapat memengaruhi konten. Misalnya, ukuran pasar dan peluang keuntungannya memengaruhi konten, seperti halnya kesehatan ekonomi secara umum. (Shoemaker & Reese, 1996).

**e) Pengaruh Ideologi (Ideology Level)**, ideologi adalah mekanisme simbolik yang berfungsi sebagai kekuatan kohesif dan mengintegrasikan dalam masyarakat. Kami ingin mengetahui peran media massa dalam menyebarkan ideologi ini, dan kekuatan yang mendikte sifat ideologi itu. Bagaimana orang, praktik, dan relasi media berfungsi secara ideologis. Bahwa ideologi memusatkan perhatian kita pada pengaruh simbolis media terhadap khalayak, "definisi" yang berlaku, dan legitimasi serta pelaksanaan kekuasaan simbolik. (Shoemaker & Reese, 1996). Raymond Williams mendefinisikan ideologi sebagai "sistem makna, nilai, dan keyakinan yang relatif formal dan diartikulasikan, dari jenis yang dapat diabstraksikan sebagai 'pandangan dunia' atau 'pandangan kelas' (Williams, 1977 dalam Shoemaker & Reese, 1996). Menurut Samuel Becker (1984 dalam Shoemaker & Reese, 1996), ideologi "mengatur cara kita memandang dunia kita dan diri kita sendiri; ideologi mengontrol apa yang kita lihat sebagai 'alami' atau 'jelas'". "Ideologi adalah sebuah seperangkat kerangka acuan yang terintegrasi yang melaluinya kita masing-masing melihat dunia dan di mana kita semua menyesuaikan tindakan kita" (Becker, 1984 dalam Shoemaker & Reese, 1996). Ideologis mengasumsikan kepentingan khusus sebagai mekanisme simbolis yang melaluinya kepentingan strata sosial yang beragam ini dapat diintegrasikan; melalui pembagiannya, beberapa strata dominan dimungkinkan untuk membuat respons yang kompatibel terhadap perubahan kondisi sosial". (Gouldner, 1976 dalam Shoemaker & Reese, 1996)

Kelima faktor yang menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dapat memengaruhi isi suatu media. Apabila dari kelima faktor tersebut dapat memberikan pengaruh di dalam sebuah media dalam hal ini adalah Okezone.com. Kelima faktor yang membentuknya, akan menghasilkan sesuatu kebijakan, citra atau identitas Okezone.com dari produksi-produksi berita yang ditampilkan.

### **Kebijakan Redaksi**

Menurut Sudirman Tebba dalam bukunya "Jurnalistik Baru", kebijakan redaksi merupakan dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksi juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa, terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang sedang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk tajuk rencana. Secara garis besar keredaksian dibagi menjadi



empat jenjang, yaitu: pertama, pemimpin redaksi yang bertanggung jawab pada kebijakan isi media. Kedua, redaktur pelaksana yang dibebani tanggung jawab pelaksanaan keredaksian sehari-hari, seperti mengatur isi berita para wartawan atau reporter. Ketiga, editor atau redaktur, yang bertugas menyunting naskah dan halaman. Keempat, wartawan atau reporter, yang mencari dan yang membuat berita. Dalam perusahaan media massa, bagian redaksional merupakan bagian yang menangani masalah pemberitaan. Bagian redaksional dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi yang bertanggung jawab atas semua hal yang terkait dengan proses pencarian dan pelaporan berita. Oleh sebab itulah, jajaran redaksional sebuah media massa disibukkan oleh proses rapat redaksi yang menentukan peristiwa apa yang akan diangkat, dan peristiwa mana yang akan ditanggguhkan. (Santana K, Septiawan, 2005)

### **Profile Okezone.com**

Okezone.com merupakan portal online berita dan hiburan yang berfokus pada pembaca Indonesia baik yang berada di tanah air maupun yang tinggal di luar negeri. Dengan jargon "Lengkap Cepat Beritanya" Okezone.com memiliki beragam konten seperti berita umum, politik, peristiwa, internasional, ekonomi, lifestyle, selebriti, sports, bola, auto, teknologi, Travel, Food, Haji, dan Muslim.

Okezone.com resmi diluncurkan sebagai portal berita pada 1 Maret 2007. Lahirnya Okezone.com menjadi cikal-bakal bisnis online pertama milik PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC), sebuah perusahaan media terintegrasi yang terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara. PT MNC Tbk juga memiliki dan mengelola bisnis media TV (RCTI, MNCTV, GTV, dan iNewsTV), media cetak (Koran Seputar Indonesia, Sindo Weekly, Highend, Just For Kids, Highend Teen, Network!). Kemudian media radio (MNC Trijaya FM, Global Radio, Radio RDI, V Radio). Selain media massa, PT MNC Tbk juga memiliki deretan bisnis di berbagai sektor.

Mulai Juni 2019, Okezone menduduki peringkat ke-2 untuk Kategori portal berita terpopuler di Indonesia (Sumber: Alexa.com). Prestasi ini tercipta karena semakin banyak pengunjung situs yang mengakses Okezone.com setiap harinya. Selain itu, jumlah pengguna internet di Indonesia juga terus tumbuh mencapai 150 (data Google) juta pada 2017, dan diperkirakan akan terus tumbuh secara signifikan dalam beberapa tahun ke depan. (Okezone.com, 2022).

- Visi dan Misi Okezone.com, sebagai anak perusahaan dari MNC Media, Okezone.com haruslah mengikuti visi dan misi dari induk perusahaannya. Okezone.com memiliki visi menjadi kelompok media dan multimedia terintegrasi yang terfokus pada penyiaran televisi dan konten yang memiliki kualitas. Konten tersebut disiarkan melalui teknologi yang sesuai dan tepat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Sementara itu, misi yang dimiliki oleh Okezone.com yaitu memberikan konsep hiburan bagi keluarga

menjadi media yang terlengkap, serta menjadi sumber berita dan informasi terpercaya di Indonesia. (Okezone.com, 2022)

- Struktur Organisasi

Pembina oleh Hary Tanoesoedibjo, selanjutnya Direktur Pemberitaan MNC Group oleh Prabu Revolusi, Direktur Pemberitaan MPI oleh Yadi Hendriana, selanjutnya Pemimpin Redaksi, Dewan Redaksi Redaktur Pelaksana, Redaktur, Koordinator Liputan, Asisten Redaktur, Reporter, Fotografer & FotoEditor, Video Editor & Uploader, Social Media dan Editor Bahasa.

### **Partai Persatuan Indonesia (Perindo)**

Partai Persatuan Indonesia atau Perindo dideklarasikan pada 7 Februari 2015 di International Expo, Kemayoran, Jakarta. Pada tahun 2019, Partai Perindo mengikuti Pemilu dan berhasil meraih 29 kursi DPRD Provinsi DPRD Kabupaten/Kota. Saat itu, Perindo berhasil meraih suara sebanyak 3.738.320 secara Nasional. Partai Perindo saat itu adalah partai politik yang paling tinggi di antara 7 partai politik non ambang batas DPR lainnya. Susunan Pengurus Perindo Pusat atau Dewan Pimpinan Pusat; Ketua umum: Harry Tanoesoedibjo, Wakil ketua umum: Syafril Nasution, Sekretaris jenderal: Ahmad RofiqBendahara umum: Henry Suparman. (Afifah dalam Profil Perindo Lengkap dengan Visi, Misi dan Susunan Pengurus Pusat di Tribun News, 2022)

### **METODOLOGI**

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian yang menggunakan studi kasus merupakan penelitian yang melakukan penyelidikan mendalam dari berbagai macam informasi mengenai beberapa unit atau kasus untuk 1 periode atau antar beberapa periode waktu majemuk. Penelitian ini menelaah berbagai karakteristik dari sedikit kasus. Kasus-kasus tersebut dapat berupa individu, kelompok, organisasi, pergerakan, peristiwa, atau unit geografis. Data dalam jenis kasus ini lebih terperinci, bervariasi, dan ekstensif. (Neuman, 2011). Menurut Stake dalam (Denzin dan Lincoln, 2005) ada tiga tipe studikasus yaitu, *intrinsic case study*, *instrumental case study*, dan *multiple case study/collective case study*: (1) *Intrinsic case study*, penelitian studi kasus ini dilakukan sebagai penelitian yang pertama kali dan terakhir tentang suatu fenomena. Hal ini dilakukan tidak untuk merepresentasikan fenomena lain, tetapi untuk menekankan pada keunikannya itu sendiri. Peneliti yang menggunakan tipe studi kasus ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai hal-hal yang berada di balik suatu fenomena. (2) *Insturmental case study*, studi kasus dengan tipe ini digunakan untuk memberikan informasi dan pemahaman secara lebih mendalam atau menjelaskan kembali



suatu proses generalisasi. Kasus yang diteliti dijadikan sebagai sarana atau instrumen untuk mendapatkan pemahaman tentang suatu hal yang lain. Tipe penelitian ini tetap melihat secara dalam, hal tersebut dilakukan guna untuk mendapatkan sesuatu yang khas yang dapat dipelajari dari kasus tersebut. (3) *Multiple case study/Collective case study*, tipe penelitian ini digunakan ketika terdapat lebih dari satu ketertarikan terhadap suatu fenomena tertentu. Penelitian ini adalah lanjutan dari *instrumental case study*. Penggunaan kasus yang banyak adalah untuk menggambarkan karakteristik umumnya yang tidak didapat melalui penelitian dengan satu kasus. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi kasus dengan tipe *instrumental case study* sebagai metode penelitian. Tipe ini cocok digunakan untuk meneliti persepsi suatu fenomena yang dialami oleh Media Okezone.com dalam menayangkan suatu media yang berkaitan dengan Publish Partai perindo. Kasus yang dibahas dalam penelitian ini Hirarki Pengaruh dalam Kebijakan Redaksi (Studi Kasus Artikel Berita Perindo di Okezone.com) agar kita dapat mengetahui mekanisme di dalam kerja di dalam okezone.com juga dengan partai perindo sehingga dapat mengetahui hirarki di dalamnya dan juga Penelitian ini diperkuat dengan berbagai sumber yang mendukung keabsahannya, yaitu dengan wawancara mendalam dan Observasi. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara terlibat dalam kehidupan sosial informan. (Rahmat, 2009). Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber dari Okezone.com yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya. Maka akan kami sebut dengan "X", Juga wawancara dengan ahli yaitu Deden Mauli Drajat, S.Sos.I., M.Sc. Pakar Media Massa dan dosen ilmu komunikasi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan Dr. Ujang Komarudin, S.H.I., M.Si., Pengamat Politik dan dosen ilmu politik Universitas Al Azhar. Observasi dalam penelitian kualitatif digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung objek penelitian, sehingga peneliti mampu mencatat dan menghimpun data yang diperlukan untuk mengungkap penelitian yang dilakukan. Observasi dalam penelitian kualitatif harus memahami variasi pengamatan dan peran-peran yang dilakukan. (Ulfatin, 2014). Pada penelitian ini, penulis melakukan observasi di website Okezone.com dalam, dengan cara melihat, mencatat dan mengamati bagaimana sebuah konten berita di Okezone ditayangkan. Baik dari judul berita, isi berita, dan waktu penayangan berita di Okezone.com selama Oktober tahun 2022. Penulis menggunakan teknik analisis data yang digunakan mengacu kepada model analisis interaktif dari Miles, Huberman & Saldaña (2014) dalam jurnal (La Ode Muhammad Elwan et al., 2022) dengan kutipan berikut:

*The data analysis technique used refers to the interactive analysis model from Miles, Huberman & Saldaña (Milles et al., 2014), which was quoted from the journal (La Ode Muhammad Elwan et al., 2022), namely The data is analyzed using several steps, namely analyzing the data with three steps: data condensation, presenting data (data display), and drawing conclusions or verification (conclusion drawing and verification). Data condensation refers to the process of selecting, focusing, simplifying, abstracting, and transforming data.*

Analisis data ini digunakan untuk mengetahui pengaruh hirarki kebijakan redaksi di Okezone.com.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hirarki Pengaruh Pada Konten Perindo di Okezone.com

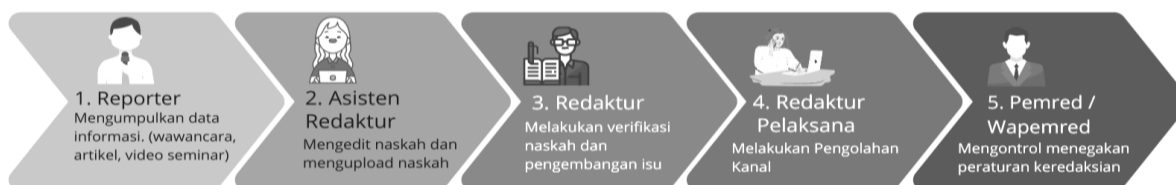
Sebagaimana yang telah penulis paparkan teori dari Pamela J. Shoemaker dan Stephen D Reese menjelaskan bahwa terdapat lima level yang dapat mempengaruhi isi media. Level individu, level rutinitas, level organisasi media, level ekstramedia, dan level ideologi. Setelah penulis melakukan analisis hasil wawancara dengan X dan para pakar, berikut hirarki pengaruh dari berbagai level:

- 1. Individu Pekerja Media (Individual Level).** Pengaruh potensial pada konten media massa dari faktor-faktor yang intrinsik untuk pekerja di Okezone.com Seperti, karakteristik latar belakang dan sikap politik dari karyawan Okezone.com. "Pengrekrutan karyawan Okezone.com yang utama adalah usia, untuk posisi wartawan, usia maksimal 25 tahun sedangkan 28 tahun untuk posisi redaksi. Latar belakang pendidikan minimal strata satu jurusan apapun, namun diutamakan Jurnalis, serta jurusan ilmu sosial lainnya, seperti; ilmu sosial politik. Setelah secara administratif terpenuhi, lalu pengrekrutan dengan wawancara dan tes dengan standartd Okezone.com. Seluruh karyawan Okezone.com, dipastikan tidak bergabung dengan partai politik manapun. Karena hal ini menyalahi kode etik jurnalistik, dan hal tersebut tidak diperbolehkan di Okezone.com. Dalam penulisan sebuah berita, wartawan menulis konten berita dengan mengutamakan nilai berita, terutama berita yang sedang banyak dibicarakan, serta yang menjadi prioritas kebanyakan masyarakat". (Wawancara X, 2022)

Menurut Deden Mauli Derajat, S.Sos.I, M.Sc. Seorang pengamat media dan dosen Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Latar belakang seorang wartawan dapat memengaruhi isi beritanya, seperti, pendidikan dan pengalaman saat menjadi wartawan di media sebelumnya. (wawancara Derajat, 2022). Karena latar belakang wartawan menjadi hal yang penting dalam pengaruh penulisan sebuah konten, maka Okezone.com prioritas dalam membatasi usia wartawan yang masuk. Mudanya usia menjadikan wartawan mudah mendapat pandangan penulisan berita dari standar penulisan di Okezone.com.

**2. Pengaruh dari Rutinitas Media (Media Routines Level).** Rutinitas membentuk konteks langsung, baik di dalam maupun di mana individu-individu ini melakukan pekerjaan mereka. *Gatekeeper* yang biasa diterapkan pada pengambil keputusan media massa. Istilah ini membantu mengingatkan bahwa individu mengisi peran dan menjalankan fungsi dalam sistem gerbang yang lebih besar.

Rutinitas alur pembuatan berita dalam setiap bagian di Okezone.com Para reporter dan kontributor mencari berita di lapangan dalam bentuk artikel, video, suara, kemudian dikirim ke redaksi disalurkan ke masing-masing unit. Setelah dari reporter ke asisten redaktur, naik ke redaktur, video masuk ke produser dan editor video, dicek oleh redaktur pelaksana, berita di publish. Namun untuk kasus-kasus tertentu, berita yang sifatnya berpotensi menimbulkan polemik, berpotensi bermasalah secara hukum, harus melalui peninjauan wakil pemimpin redaksi atau pemimpin redaksi.



(Alur Redaksi Okezone.com)

Konten Perindo, beberapa isi berita bersifat liputan ketika mendapatkan undangan untuk meliput agenda-agenda Perindo, reporter datang untuk meliput dan melaksanakan tugas sebagai wartawan. Seperti podcast Perindo, yang tidak melulu promosi partai, namun sebuah program isinya menyoroti isu aktual baik yang bersifat ekonomi, politik, maupun keseharian, serta kesehatan. Hampir setiap hari pasti ada konten perindo, namun bersifat peristiwa bisa terjadwal. Seperti Podcast Partai Perindo seminggu sekali, lalu kita bedah yang menjadi omongan narasumber, kita buat menjadi beberapa artikel. Ada juga agenda-agenda yang sifatnya pelantikan pengurus, rakernas. Kita melakukan liputan sampai menjadi karya jurnalistik sesuai dengan kode etik jurnalistik berdasarkan pada undang-undang pers. (Wawancara X, 2022). Penayangan konten Perindo yang diharuskan minimal satu kali dalam sehari, penulis mencoba memerhatikan berita yang terdapat konten Perindo pada judul berita. Kemudian menghitung jumlah konten dan mencatat jam tayang artikel. Berikut hasil temuan artikel konten Perindo di Okezone.com, pengamatan sejak 12 – 15 Oktober 2022;

**Tabel 1.** Konten berita Perindo dan dengan judul yang menggunakan kata “Perindo”

No.	Hari dan Tanggal	Jam	Judul Artikel
1	Rabu, 12 Oktober 2022	12:53	Hasil Survei Polstat : Elektabilitas Partai Perindo 3,8%, Ungguli Sejumlah Parpol Parlemen
		18:11	DPD Perindo OKU Harus Kompak dan Kerja Keras Capai Kursi di DPRD 2024
		18:18	Febuar Rahman: Saya Yakin di 2024 Ada Kader Perindo yang Duduk di Kursi DPRD
		18:45	RPA Perindo Dampingi Korban Kekerasan Seksual di Tulungagung
		18:54	Perindo Tulungagung Siap Buka Posko Pengaduan untuk Korban Pelecehan Seksual
2	Kamis, 13 Oktober 2022	18:36	Besok, Webinar Partai Perindo Bedah Masa Depan Sepak Bola Tanah Air Pasca-Tragedi Kanjuruhan
		21:39	Partai Perindo Beri Bantuan Sembako ke Masyarakat Kurang Mampu di Bangka Barat
		23:27	Marlyana Shanty Ungkap Alasannya Gabung dengan Kartini Perindo
		23:54	Kartini Perindo Yakin 30 Persen Keterwakilan Wanita di Parlemen Terpenuhi pada Pemilu 2024
3	Jumat, 14 Oktober 2022	15:25	Selain Ekspedisi Jajanan, Partai Perindo NTB Juga Salurkan Bantuan ke UMKM dan Warga
		12:27	TGB: Partai Perindo Dukung Syekh Muhammad Arsyad Thalib Lubis Jadi Pahlawan Nasional
		14.59	Perindo NTB Gelar Ekspedisi Jajanan Khas Bumi Gora yang Terlupakan
		20.44	Kunjungi DPW Perindo Bali, Waketum Perindo Konsolidasi Persiapan Verifikasi Faktual
		20.46	Waketum Perindo Ferry Kurnia Tegaskan 34 DPW Siap Diverifikasi KPU
		20.59	Fokus Persiapan Verifikasi Faktual, Ketua DPW Perindo Bali Larang Pengurus Keluar Kota
4	Sabtu, 15 Oktober 2022	03:28	Tausiyah Maulid Nabi di Deliserdang, TGB: Perindo Sangat Menghargai Tradisi Keagamaan
		09:06	RPA Perindo Dampingi Korban Pemerkosaan Anak di Jakut sampai Pulih
		15:15	Kartini Perindo Jadi Ketua Panitia Muscab Kaukus Politik Perempuan Bali
		20:12	NWDI Bali Resmi Merapat ke Partai Perindo
		20:20	NWDI Bali Dukung Partai Perindo, Komang Purnama: Kami Siapkan Kursi Pengurus
		21:39	Podcast Aksi Nyata didukung oleh Partai Perindo
		21:42	Podcast Aksi Nyata didukung oleh Partai Perindo

Sumber: okezone.com. 2022

Tabel 1, menunjukkan bahwa hasil pengamatan penulis dari 12-15 Oktober 2022 di Okezone.com bahwa konten berita Perindo dan dengan judul yang menggunakan kata “Perindo” sebanyak 22 konten berita. Penayangan konten berita Perindo juga dilakukan di *prime time*.

**3. Pengaruh dari Organisasi Media (Organizational Level).** Mempertimbangkan seluruh organisasi mengungkapkan bagaimana perspektif peran berubah tergantung pada posisi individu dalam hierarki. Level organisasi media ini tidak terlepas dari pemahaman bahwa pemegang kekuasaan tertinggi media sangat berpengaruh terhadap konten pemberitaan. Pemilik media atau eksekutif tertinggi memiliki keputusan akhir tentang apa yang dilakukan organisasi (Shoemaker & Reese, 1996). Hampir setiap hari pasti ada konten perindo, dari sisi berita masih masuk dalam kajian jurnalistik, disisi lain juga ada sifatnya arahan. Meskipun ini sangat sensitif namun sebenarnya dilakukan oleh semua media dari satu owner. (Wawancara X, 2022)

Menurut Ujang Komarudin, S.H.I., M.Si. Seorang pengamat politik dan dosen Universitas Al Azhar, Saat ini media terafiliasi dengan partai tertentu atau pemilik media tertentu sudah dah menjadi alat kontrol kekuasaan dan alat propaganda satu organisasi atau pribadi. (Wawancara Komarudin, 2022).

Begitu juga menurut Deden Mauli Derajat, S.Sos.I, M.Sc. Seorang pengamat media dan dosen Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Menurutnya di era saat ini hirarki pengaruh kebijakan organisasi di level organisasi sudah tidak dapat dipungkiri, hampir seluruh media mainstream di Indonesia akan bersanding dengan kepentingan lain, selama berita yang ditampilkan ke khalayak masih dalam koridor kode etik jurnalistik. (Wawancara Derajat, 2022)

**4. Pengaruh dari Luar Media (Outside Media Level).** Faktor ekstrinsik (di luar) organisasi media. Termasuk sumber Informasi yang menjadi konten media, seperti kelompok kepentingan khusus, kampanye sosial, sumber pendapatan media atau iklan. Untuk konten iklan dibatasi dengan ranah suci redaksi dengan team markom dan team sales. Seperti pengiklan dengan bentuk beragam, ada iklan langsung atau soft sales. Semua didiskusikan dengan redaktur. Mulai dari penempatan, redaksional, maupun jam tayang, harus seizin dengan redaksi. Karena akan memengaruhi reputasi media. (Wawancara X, 2022). Pada era baru ini, ketika satu website ingin menjadi tempat yang banyak dikunjungi oleh warga internet harus berada di halaman pencarian utama. Maka banyak organisasi dan media yang memanfaatkan SEO (*Search Engine Optimization*) dalam marketing digital untuk menjadikan website berada di nomor satu mesin pencarian. Di MNC ada divisi tersendiri yang mengurus soal SEO serta ada team penulis khusus SEO, dibantu dengan teman-teman redaksi reguler ada tim khusus yang dibentuk MNC, pusatnya ada di Purwokerto me-rekrut puluhan orang untuk menulis artikel yang sesuai dengan kata kunci yang sedang banyak dicari. Sehingga berita yang tersaji di Okezone telah dimasukan kata-kata kunci, namun kata ini hanya sebagai cara SEO bekerja tanpa kehilangan makna intinya. (Wawancara X, 2022).

Menurut Deden Mauli Derajat, S.Sos.I, M.Sc. Seorang pengamat media dan dosen Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, berdasarkan pada UUD tentang Pers no 40 tahun 99 Tentang Pers, UUD inilah menjadikan pers sebagai lembaga Ekonomi dan dengan begitu Pers bisa mendapat penghasilan dari Iklan, pembaca dan Oplah.

Deden juga mengatakan pemanfaatan SEO oleh media digital untuk mendapatkan pengunjung website atau pembaca di artikelnya dalam menjadi bagian dari metode. Semakin banyak pengunjung yang hadir dalam website, maka akan semakin banyak orang yang melihat isi berita, sehingga itu yang menjadikan sebuah media tetap berjalan. (Wawancara Drajat, 2020)

Pengaruh Ideologi (Ideology Level). Raymond Williams mendefinisikan ideologi sebagai "sistem makna, nilai, dan keyakinan yang relatif formal dan diartikulasikan, dari jenis yang dapat diabstraksikan sebagai 'pandangan dunia' atau 'pandangan kelas' (Williams, 1977). Ideologi dari Okezone dapat dilihat dari visi misi yang digagas oleh Okezone. Karena visi menjadi kelompok media dan multimedia terintegrasi yang terfokus pada penyiaran dan konten yang memiliki kualitas. Konten tersebut disiarkan melalui teknologi yang sesuai dan tepat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Sementara itu, misi yang dimiliki oleh Okezone.com yaitu memberikan konsep hiburan bagi keluarga menjadi media yang terlengkap, serta menjadi sumber berita dan informasi terpercaya di Indonesia.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa Hirarki kekuasaan kebijakan redaksi menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D Reese menjelaskan bahwa terdapat lima level yaitu, level individu, level rutinitas, level organisasi media, level ekstramedia, dan level ideologi yang dapat mempengaruhi isi media pada konten Okezone.com yang paling dipengaruhi dari konten berita berada di level organisasi. Selanjutnya, Level organisasi, dapat dilihat dari kepemimpinan seorang Hary Tanoesoedibjo yang memiliki kekuasaan tertinggi di Partai Perindo dan MNC Group. Serta penjadwalan penayangan artikel yang minimal satu hari satu konten Perindo, serta terdapat beberapa konten berita yang ditayangkan atas arahan.

Saran dari tulisan ini adalah bahwa Pengaruh kekuasaan pada level organisasi tidak dapat dipungkiri di banyak media, namun hal ini dapat dimanfaatkan menjadi tempat edukasi politik yang bermanfaat bagi masyarakat. Sebagaimana fungsi media itu sendiri. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dalam teori lain, seperti dalam sudut pandang teori Relasi Kuasa.



## REFERENSI

- Admin, RMOLNETWORK Bengkulu. (2022). *Jumlah Media Siber Mencapai Ribuan, Dewan Pers: Kami Belum Menemukan Model Pengawasan yang Efektif*, dalam <https://www.rmolbengkulu.id/jumlah-media-siber-mencapai-ribuan-dewan-pers-kami-belum-menemukan-model-pengawasan-yang-efektif>, akses 14 Oktober 2022.
- Afifah, Farrah Putri. 2022. *Profil Perindo Lengkap dengan Visi, Misi dan Susunan Pengurus Pusat*, dalam <https://www.tribunnews.com/nasional/2022/08/01/profil-perindo-lengkap-dengan-visi-misi-dan-susunan-pengurus-pusat?page=3>, akses 18 Oktober 2022.
- Arif Rasyidi, Hendra Eka Syahputra dan Sri Suparni, (2022). *Hirarki Pengaruh Pada Talkshow Kick Andy Double Check Metro TV Program Guiterees Pahlawan*, dalam <https://jpi.ubb.ac.id/index.php/JPI/article/download/75/41>, akses 5 Oktober 2022.
- Bado, Basri. (2022). *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah*, Klaten: CV. Tahta Media Group.
- Deddy Mulyana, 200. p.201, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya
- Denzin & Lincoln. 2005,P.445. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : PustakaPelajar.
- Ferri Suryo Nugroho, Pundra Rengga Andhita, (2021). "*Hierarki Pengaruh Dalam Pemberitaan Gibran Sebagai Kandidat Walikota Surakarta Di Solopos.com*", dalam [https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/download/1242/pdf\\_51](https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/download/1242/pdf_51), akses 5 Oktober 2022.
- Gatot Haryono,Cosmas. (2020) *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*, dalam <https://kbbi.web.id/>, akses 15 Oktober.
- Kuncoro, Wahyu. (2022). *Hirarki Pengaruh Dalam Penentuan Kebijakan Redaksional Harian Bhirawa*, dalam <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/article/view/6493>, akses 5 Oktober 2022
- La Ode Muhammad Elwan, Muhammad Yusuf, & La Ode Herman Halika. (2022). *MINING POLICY CONFLICT: Recruitment of Local Workers in Morosi Industrial Estate, Konawe Regency, Southeast Sulawesi*. *Journal Publicuho*, 5(3), 626–642. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i3.18>
- Martaon, Anggi Tondi, (2022). *Masyarakat Cenderung Cari Berita dari Internet Ketimbang Televisi*, dalam <https://mediaindonesia.com/humaniora/487331/masyarakat-cenderung-cari-berita-dari-internet-keimbang-televisi>, akses 14 Oktober 2022.
- Neuman, W. Lawrence. 2011.p.47. *Metodologi Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Santana K, Septiawan. (2005) *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan OborIndonesia.
- Shoemaker, Pamela J. dan Reese, Stephen D. (1996). *Mediating The Message (Theories of Influances on Mass Media Content) - Second Edition*. London: Longman Group.

- Sudarma, I Made, *et.al.* (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suwendra, I Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra.
- Tantomo, Bayu Akbar, (2022). *INFOGRAFIK: 68 Persen Masyarakat Indonesia Mengakses Berita dari Medsos, dalam* <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/06/24/153000882/infografik-68-persen-masyarakat-indonesia-mengakses-berita-dari-medsos>, akses 14 Oktober2022.
- Zakariah, M Askari *et.al.* (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development (RnD)*. Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.