

**KEBIJAKAN *LAYOUT* SURAT KABAR PRIANGAN**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Kebijakan *Layout* Surat Kabar Priangan)**

Yudha Adhiana Damara

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut

Email: yudhadamara15@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini dilatar belakangi karena kebijakan tiap perusahaan media berbeda - beda, peneliti ingin mengetahui lebih mengapa Surat Kabar Priangan mempertahankan media cetak serta kebijakan dalam menentukan *layout* karena peneliti tertarik dengan karakteristik dari *layout* yang dimuat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menemukan dan menjelaskan faktor – faktor dalam menentukan kebijakan *layout* pada Surat Kabar Priangan (level individu, level rutinitas media, level organisasi media, level ekstra media dan level ideologi media.). Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Hierarki dari Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese karena teori tersebut cocok dengan apa yang ingin diteliti. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif guna mengetahui makna yang ditafsirkan berdasarkan pengalaman terhadap objek di sekitarnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka. Narasumber dalam penelitian ini berjumlah 5, 2 orang narasumber utama dan 3 orang narasumber pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki karakteristik kebijakan *layout* berbeda – beda tergantung dari visi, misi dan ideologi perusahaan karena mencerminkan eksistensi suatu media. Kebijakan tersebut sudah diatur oleh petinggi, namun dapat diubah menyesuaikan berita yang akan dimuat dan diprioritaskan.

**Kata Kunci:** Hierarki, *Layout*, Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, Kebijakan, Kabar Priangan.

**Abstract****Priangan Newspaper Layout Policy****(Qualitative Descriptive Study of Priangan Newspaper Layout Policy)**

*This research is motivated because the policies of each media company are different, researchers want to know more why Priangan Newspapers maintain print media as well as policies in determining layouts because researchers are interested in the characteristics of the layouts contained. The purpose of this research is to find and explain the factors in determining the layout policy in Priangan Newspapers (individual level, level of media routines, level of media organization, extra level of media and level of media ideology.). The theory used in this study is the Hierarchy of Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese because the theory matches what they want to study. This research method is a qualitative descriptive method to find out the meaning that is interpreted based on experience of the surrounding objects. Data collection techniques in this study used in-depth interviews, observation and literature study. Resource persons in this study amounted to 5, 2 main speakers and 3 supporting speakers. The results showed that companies have different layout policy characteristics depending on the company's vision, mission and ideology because they reflect the existence of a media. The policy has been set by the top brass, but it can be changed to adjust the news to be published and prioritized.*

**Keywords:** *Hierarchy, Layout, Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, Policy, Priangan News.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan informasi yang terjadi di Indonesia menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. Informasi menjadi kebutuhan sehari – hari, tanpa informasi seseorang tidak dapat mengetahui peristiwa yang terjadi. Informasi dapat diperoleh melalui berbagai jenis media massa, seperti media massa cetak maupun media massa *online*.

Pada zaman Romawi, *Acta Diurna* digunakan sebagai papan pengumuman semacam koran ukiran batu atau logam dan di sebarkan ke khalayak. *Acta Diurna* merupakan catatan harian atau pengumuman tertulis setiap hari di papan pengumuman tentang kegiatan senat di zaman Kaisar Romawi, Julius Caesar pada abad 100-44 sebelum Masehi. (Sumadiria, 2005:2)

Berita dengan media saling berkesinambungan karena media merupakan alat penyalur sebuah berita sehingga berita dengan mudah dapat tersebar kepada khalayak. Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar. (Sumadiria, 2005 : 65)

Pada praktiknya, untuk menyampaikan berita dari media kepada khalayak dibutuhkan komunikasi, komunikasi itu dinamakan dengan istilah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan konteks komunikasi yang sangat besar peranan dalam perubahan sosial. Komunikasi massa yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*). Definisi ini menyiratkan makna, komunikasi massa pada hakikatnya adalah sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi media massa kepada khalayak luas yang anonim. (Muhtadi, 2016: 54)

Sebagai salah satu konteks komunikasi, komunikasi massa merupakan komunikasi yang memanfaatkan media massa untuk menyampaikan komunikasi. Media massa (*Mass media*) merupakan singkatan dari Media Komunikasi Massa yang merupakan *channel of mass communication*, yaitu saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri singkatan dari Komunikasi Media Massa, artinya penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditunjukkan kepada orang

banyak melalui media massa (*communicating with media*). (Romli, 2005:5)

Media massa yang berjalan hingga saat ini terbagi menjadi tiga kategori, yaitu media baru, media elektronik dan media cetak. Peneliti berfokus untuk meneliti media cetak karena statis dan mengutamakan pesan – pesan visual.

Media cetak atau yang biasa disebut dengan surat kabar bukanlah hal yang baru lagi bagi masyarakat karena surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan media yang lainnya. Koran pertama yang terbit di Indonesia yakni *Bataviasche Nouvelles* pada zaman VOC sekitar tahun 1745, isi beritanya memuat tentang kapal dagang VOC, mutasi penjabat, berita pernikahan, kelahiran dan kematian. (Nurjanah, Liputan6)

Di setiap daerah mempunyai setidaknya satu surat kabar yang terbit contohnya Kabar Priangan. Kabar Priangan adalah salah satu surat kabar daerah dibawah naungan surat kabar nasional yaitu Pikiran Rakyat yang masih bertahan hingga sekarang. Persaingan media cetak saat ini sangat ketat karena adanya media audio visual dan media elektronik *online*. Karena pesaing media cetak tidak hanya sesama media cetak, namun juga dengan media

audio visual dan media elektronik *online*, maka media cetak harus memutar otak untuk menarik perhatian khalayak membaca media cetak. Selain isi, *lay out* juga berperan penting dalam menarik perhatian khalayak.

Dalam hal ini tim kreatif salah satunya bertugas *me-layout* surat kabar sedemikian rupa sehingga mampu menarik pembaca. Untuk *me-layout* surat kabar yang menarik tentunya tidak semudah yang kita bayangkan, perlu ide kreatif dan trik sehingga dapat menarik simpati tiap pembacanya. Seperti halnya manusia, daya tarik media massa, terutama surat kabar tergantung pada *make-up* wajahnya. Bagi surat kabar, *make-up* yang dimaksud difokuskan pada riasan wajah halaman muka. Maksud riasan ini tidak lain merupakan penataan letak bahan – bahan muatan (produk jurnalistik) media massa yang bersangkutan sedemikian rupa sehingga khalayak pembaca maupun pemerhati tertarik membacanya.

*Layout* suatu surat kabar tentunya tidak boleh disepelekan oleh tip kreatif surat kabar, karena *layout* merupakan hal terpenting yang mampu menyedot perhatian khalayak pembaca selain ukuran huruf untuk *headline*, panjang berita, besar dan waran foto atau tulisan.

*Layout* dalam sebuah surat kabar memiliki fungsi serta tujuan untuk *sell the news, grade the news set the tone, and guide the readers* (menawarkan/menjual berita, menentukan ranking berita, membimbing para pembaca akan hal – hal yang harus dibaca terlebih dahulu).

*Layout* sebuah surat kabar dibuat dengan menyesuaikan gerak mata para pembaca. Dalam penyusunan *layout* sebuah surat kabar selain diperlukan adanya pengetahuan tentang jenis dan warna huruf, juga harus memiliki jiwa seni. Sebab dari ukuran huruf untuk *headline*, panjang berita, besar dan warna foto atau tulisan berpengaruh terhadap mata pembaca.

Posisi suatu berita, isi dan pola yang digunakan semuanya dibuat untuk melayani pembaca. Sehingga *layout* itu disesuaikan dengan siapa pembacanya. Berdasarkan *design, layout* dan *typography* dapat menjadi sebuah ekspresi pecerminan kepribadian surat kabar itu sendiri, sehingga pembaca dapat memberikan penilaian akan jenis surat kabar yang dibacanya. *Layout* koran berbeda dengan *layout* majalah dan tabloid, karena Koran lebih cenderung menampilkan informasi secara padat, jika berita dimuat panjang dengan

kapasitas terbatas dengan konsekuensi tek cenderung lebih kecil, jarak antar baris menjadi sempit. Untungnya Koran menampilkan informasi dalam bentuk kolom sehingga memudahkan kita untuk mengikuti alur membaca.

Setiap media memiliki tim redaktur yang berperan besar dalam mengemas sebuah berita agar menarik. Dalam hal ini kebijakan redaktur harus mampu merias dan tahu posisi muatan (produk jurnalistik). Kebijakan redaktur juga merupakan sikap redaktur suatu lembaga media massa, terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang sedang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk tajuk rencana. (Tebba, 2005: 150)



Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema Kebijakan *Lay Out* Surat Kabar Priangan (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Kebijakan *Lay Out* Surat

Kabar Priangan) pada edisi Rabu, 11 Desember 2019. Peneliti ini dilakukan untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana kebijakan di dapur redaktur Kabar Priangan ditentukan. Karena menurut penulis, penayangan *lay out* di surat Kabar Priangan cukup bervariasi dalam artian setiap terbit terdapat point yang bersifat menarik seperti menampilkan gambar baik berupa produk jurnalistik maupun kronologi kejadian. Untuk dapat bersaing dengan surat kabar lain, maka membutuhkan ide kreatif yang merupakan ciri khas yang harus ditekankan sebagai pembeda dari surat kabar lain, yaitu melalui penataan *lay out*.

### **Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada konteks penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah menganalisis proses penentuan kebijakan *lay out* di surat Kabar Priangan.

### **Pertanyaan Penelitian**

1. Berdasarkan pemaparan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian yang akan diteliti Bagaimana pertimbangan level individu media dalam menentukan kebijakan *lay out*?
2. Bagaimana pertimbangan level rutinitas media dalam menentukan *lay out*?

3. Bagaimana pertimbangan level organisasi media dalam menentukan *lay out*?
4. Bagaimana pertimbangan level ekstra media dalam menentukan *lay out*?
5. Bagaimana pertimbangan level ideologi media dalam menentukan *lay out*?

### **Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **Maksud Penelitian**

Adapun maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis proses penentuan kebijakan *lay out* di surat Kabar Priangan.

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui pertimbangan level individu media dalam menentukan kebijakan *lay out*.
- 1 Untuk Mengetahui pertimbangan level rutinitas media dalam menentukan *lay out*.
- 2 Untuk Mengetahui pertimbangan level organisasi media dalam menentukan *lay out*.
- 3 Untuk Mengetahui pertimbangan level ekstra media dalam menentukan *lay out*.
- 4 Untuk Mengetahui pertimbangan level ideologi media dalam menentukan *lay out*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Hierarki Pengaruh Media

Teori Hierarki Pengaruh yang diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996) dalam bukunya *Mediating the Message, Theories of Influences on Mass Media Content* memiliki relevansi dengan topik penelitian ini. Dalam hal ini Shoemaker dan Reese mengemukakan bahwa terdapat setidaknya lima level pengaruh terhadap konten media, diantaranya Level Individu Media, Level Rutinitas Media, Level Organisasi Media, Level Ekstramedia, dan Level Ideologi. Peneliti hendak memaparkan kelima level tersebut sebagai berikut.

#### Level Individu Media

Sebagai media massa yang berbentuk perusahaan, maka sangat mungkin terjadinya proses saling bekeja sama antar individu untuk mewujudkan visi dan misi dari perusahaan media tertentu. Individu yang bekerja di sebuah perusahaan media tentunya terdiri dari latar belakang dan kepentingan berbeda. Individu dalam

hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Menurut Shoemaker dan Reese dalam bukunya *Mediating the Message*, telah dipaparkan bahwa faktor intrinsik komunikator/ individu yang dapat memengaruhi isi media itu ada tiga, yakni (1) karakter dan latar belakang, (2) cara berpikir, nilai dan kepercayaan, (3) aturan dan etika profesional.

Salah satu pengaruh individu terhadap konten media yakni karakter dan latar belakang dari individu, dalam hal ini jurnalis, pembuat film, fotografer, pengiklan dan praktisi Public Relation (Shoemaker dan Reese, 1996: 59). Karakter dan latar belakang ini terdiri dari: gender, etnik, orientasi seksual, ekonomi kelas menengah atau elit, perubahan karir komunikasi dan pendidikan komunikator.

Dari segi gender, proporsi jurnalis perempuan di media tidak melebihi jumlah jurnalis laki-laki. Hal ini berdasarkan persentasenya yang hanya sekitar 20-34% dari tahun 1971 sampai 1992. Namun, di era keterbukaan ini, perempuan juga sudah banyak yang memilih profesi sebagai jurnalis dengan segala resiko yang akan didapatkannya, misalnya diskriminasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI) di tahun 2015, jumlah jurnalis ' perempuan meningkat menjadi

45% hampir menyamai jurnalis laki-laki yang mencapai 55%.

Etnik juga memengaruhi jumlah pekerja media dalam perusahaan. Kaum mayoritas akan memenuhi jumlah pekerja dibandingkan kaum minoritas. Seperti survey yang dilakukan American Society of Newspaper Editors (ASNE) pada tahun 1993 bahwa hanya ada 10% dari kaum minoritas yang mengisi ruang berita/newsroom dalam sebuah perusahaan.

Orientasi seksual individu juga akan memengaruhi konten media. Dalam hal ini, orientasi seksual itu seperti gay atau lesbi. Jika individu/jurnalis mempublikasikan orientasi seksual dalam tulisannya maka ini dapat menjadi sebuah masalah. Seperti tulisan yang dibuat oleh Juan Palomo dalam Houston Post tentang pembunuhan bermotif homofobia yang kemudian dalam kolom tulisannya tersebut dia menyatakan bahwa dirinya seorang gay. Pada akhirnya, yang terjadi adalah penolakan dari editornya.

Secara ekonomi, penghasilan dari

seorang jurnalis tidak terlalu besar. Profesi jurnalis bukanlah profesi yang terlalu menguntungkan secara materi. Seorang sosiolog, Max Weber pernah mengatakan bahwa jurnalis merupakan bagian dari “kasta paria”. Di abad 19 gaji seorang jurnalis hanya sekitar 12-20 dolar Amerika per bulannya.

Pandangan dari para peminat profesi jurnalis bahwa pekerjaan sebagai jurnalis itu relatif mudah, tak perlu lisensi atau tes, tak perlu juga sekolah di jurusan jurnalis. Mereka berpikir bahwa mereka bisa menulis secara otomatis menjadikannya sebagai jurnalis yang baik. Saat mereka mencoba profesi ini, tidak banyak yang bertahan dan pindah ke profesi lainnya dengan alasan gaji dan keuntungan yang sedikit.

Cara berpikir akan dipengaruhi oleh nilai dan keyakinan yang dianut oleh individu media, agama serta kecenderungan politik. Individu akan melibatkan faktor tersebut dalam konten media. Selain itu, dari segi profesional faktor yang memengaruhi konten media yakni aturan serta kode etik jurnalistik yang berlaku di media atau negara tertentu.

### **Level Rutinitas Media**

Media yang secara berkelanjutan memproduksi karya dalam bentuk berita ataupun opini akan melahirkan sebuah kebiasaan dalam teknis



penyusunannya. Istilah lain dari kebiasaan ini yakni rutinitas yang dilakukan media massa secara teknis. Rutinitas memiliki dampak penting terhadap produksi konten secara simbolik. Rutinitas ini membentuk lingkungan sekitar untuk melakukan pekerjaan sesuai tugasnya (Shoemaker dan Reese, 1996: 101).

Setiap perusahaan media mempunyai standar penulisan/penyiaran. Standar di media X belum tentu sama dengan media Y. Standar atau aturan itu dikonstruksi oleh individu di dalamnya. Rutinitas ini memastikan bahwa sistem media akan merespons dengan cara yang dapat diprediksi dan tidak mudah dilanggar. Mereka membentuk seperangkat aturan yang kohesif dan menjadi bagian integral dari apa yang disebut dengan media profesional.

### **Level Organisasi Media**

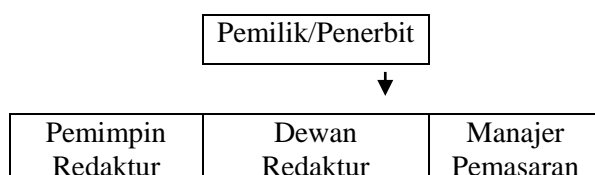
Media massa sebagai perusahaan memiliki konsep kerja yang pada umumnya dijadikan landasan operasional bagi para pekerja medianya. Dengan adanya pengorganisasian yang tepat, sebuah

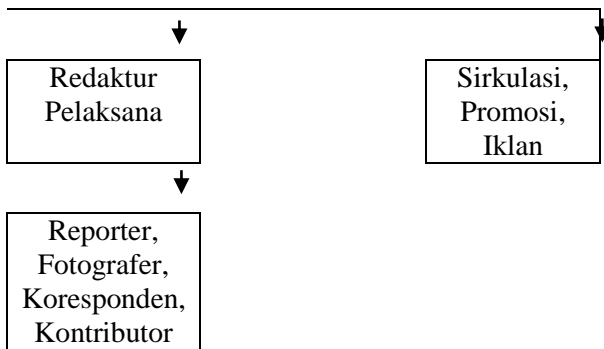
media dapat menjalankan prosedur sebagaimana tugas pokok dan fungsinya.

Secara struktural, perusahaan media massa terbagi ke dalam dua bagian besar: Bagian Redaktur (Editor Department) dan Bagian Pemasaran atau Bagian Usaha (Business Department) yang keduanya berada dibawah pengawasan seorang pemilik dari media massa (Romli, 2005: 11).

Di sebuah organisasi tentu memiliki aturan yang harus diindahkan para anggotanya. Hal inilah yang akan memengaruhi terhadap konten dari media. Ada empat pertanyaan tentang bagaimana organisasi dapat memengaruhi konten dari sebuah media.

- a. Apa aturan organisasi? “siapa melakukan apa” Individu yang ada di organisasi media telah meyakini dan akan melaksanakan hak dan kewajiban yang telah terhimpun karena telah bersedia menjadi bagian dari organisasi.
- b. Bagaimana struktur organisasi? Struktur organisasi di sebuah media massa berada dibawah intruksi dari pemilik media yang mengomandoi bidang pemasaran serta keredakturan.





asuransi, perusahaan rokok, hotel, dll.

Kehidupan media massa komersil sangat bergantung kepada pengiklan. Pengiklan sebagai sumber keuangan perusahaan tidak dapat dinafikan mengenai keterlibatannya terhadap konten media. Dalam hal ini, pengiklan mempertimbangkan pula media mana yang jumlah audiensnya banyak, maka media itulah yang akan dipilih. pengiklan,. Media massa komersil menghasilkan uang dengan menyampaikan berapa jumlah/ presentase audiensnya kepada pengiklan. Media merangkum sumber mengenai sejauh mana tingkat ketertarikan audiens terhadap medianya, baik cetak maupun elektronik, kemudian disampaikan kepada pengiklan. Media juga harus mampu menyesuaikan jenis berita apa yang cocok dengan iklan yang akan ditayangkan (Shoemaker dan Reese, 1996: 143).

Secara struktural ada kebijakan yang sifatnya final, yakni top management, merekalah yang menjadi gerbong terakhir dalam publikasi produk media, baik berita atau opini. Ini merupakan pengaruh konten media yang sangat mendasar. Mereka memiliki kuasa atas hal tersebut disesuaikan dengan prinsip dari media itu sendiri. Namun, untuk media massa yang sifatnya komersil tentunya yang menjadi pertimbangan

c. Apa saja kebijakannya dan bagaimana pelaksanaannya? Kebijakan yang dihasilkan dapat bersumber dari atas atau top management (top-down) dan terkadang kebijakan dapat berasal dari bawah yang aspirasinya diakomodir (bottom-up).

d. Bagaimana kebijakan tersebut dijalankan? Akhirnya, grafik organisasi menyarankan pertanyaan penting. Bagaimana garis otoritas dijalankan? Bagaimana kontrol eksekutif terhadap pelaksanaan kebijakan oleh pekerja? (Shoemaker dan Reese, 1996: 137).

Pengaruh terhadap konten media bisa didapatkan dari organisasi beserta kebijakan-kebijakan yang termuat didalamnya. Selain itu, organisasi media terkadang dikendalikan oleh pemilik non-media seperti korporasi, perusahaan beraneka segi, perusahaan

akan hal tersebut adalah untuk keuntugarl ekonomi (Shoemaker dan Reese, 1996: 155-165).

### **Level Eksternal Media**

Pengaruh terhadap konten media selanjutnya adalah eksternal media, dalam hal ini pengaruh yang sumbernya di luar dari media secara internal. Faktor ini bisa menjadi penentu sebuah kebijakan atau kepentingan sebuah perusahaan media. Menurut Shoemaker dan Reese, pengaruh ini berasal dari kontrol pemerintah, lingkungan ekonomi (pasar), dan teknologi yang digunakan untuk operasional media (Shoemaker dan Reese, 1996: 166)

Kontrol dari pemerintah dapat memengaruhi media massa baik dari konten maupun kelembagaan. Kontrol tersebut diberlakukan baik untuk perusahaan media yang dimiliki swasta maupun pemerintah. Namun, ada sedikit keraguan bahwa pemerintah di seluruh negara menguasai media massa. Di negara dimana media yang dimiliki swasta, kontrol tersebut diterapkan dalam bentuk hukum, regulasi (kode etik), lisensi serta pajak. Di negara

dimana media dimiliki pemerintah, kontrolnya terhadap pendanaan media tersebut (Shoemaker dan Reese, 1996: 190).

Lingkungan ekonomi (pasar) merupakan bagian yang cukup penting bagi sebuah media massa komersil, karena ia merupakan sumber penghasilan perusahaan. Seperti media massa yang terdapat di Amerika Serikat yang kebanyakan orientasinya ditujukan pada pasar komersil, dimana setiap media harus berkompetisi satu sama lain untuk mendapatkan perhatian audiens dan pengiklan.

Seiring perkembangan zaman, penggunaan teknologi perusahaan media mengalami perubahan. Teknologi ada untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya, dengan kata lain adanya teknologi dapat meningkatkan efektifitas dan eflsiensi pekerjaan.

Konten media mungkin terpengaruh dengan perkembangan teknologi yang digunakannya. Theodore Peterson (1981) mengatakan bahwa perubahan teknologi yang terjadi sejak tahun 1880 dan 1890 telah merubah media massa. Media massa yang tadinya memiliki cakupan terbatas, kini dapat tersebar lebih luas secara geografis (Shoemaker dan Reese, 1996: 206).

### **Level Ideologi Media**

Ideologi menjadi salah satu pengaruh konten

media, karena ideologi merupakan konstruksi pemikiran yang kemudian akan mempengaruhi cara pandang penganutnya dalam bersikap terhadap suatu persoalan. Seperti yang dikatakan oleh Samuel Becker (1984) bahwa ideologi menentukan bagaimana kita mempersepsikan dunia dan diri kita, ia mengatur apa yang kita lihat sebagai hal yang “alamiah” atau “jelas”. Sebuah ideologi adalah rangkaian kerangka acuan yang terintegrasi yang dengannya masing-masing kita melihat dunia dan kita semua menyesuaikan tindakan kita (Shoemaker dan Reese 199 , 6: 213).

Pandangan dari sisi ekokonomi politik maupun budaya, ideologi memengaruhi konspirasi pemikiran. Ideologi bukan berasal dari belakang layar dalam hal ini penyiar TV, percetakan, atau seorang pimpinan dewan pengawas tapi ia ada sebagai sesuatu yang tumbuh secara alamiah dari rutinitas media, nilai - nilai, dan struktur organisasi bersatu untuk mempertahankan ideologi yang dominan (Shoemaker dan Reese, 1996: 242).

## **METODE PENELITIAN**

### **Paradigma Penelitian**

Paradigma merupakan suatu kepercayaan atau prinsip dasar yang ada dalam diri seseorang yang memberntuk cara pandang, penelitian hakikatnya merupakan suatu upaya untuk menemukan kebenaran. Usaha untuk mengejar kebenaran yang dilakukan oleh para filsuf, peneliti, maupun oleh para praktisi melalui model – model tertentu. Model itu disebut dengan paradig. (Moleong, 2010:49).

Paradigma dari penelitian ini yakni menggunakan paradigma konstruktivisme. Memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap perilaku sosial dalam setting keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/ mengelola dunia sosial mereka. (Nurhadi, 2012, p. 58)

### **Pendekatan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Metode ini tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka atau metode statistic. Meode kualitatif bertujuan mempertahankan

bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas – kulaitasnya, alih – alih mengubah menjadi entitas – entitas kualitati. (Mulyana, 2007 : 150). Penelitian kualitatif berupaya mengungkapkan gejala secara menyeluruh (*wholistic*) yang sesuai dengan situasi lapangan yang apa adanya (*contextual*) melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrument (*human instrument*) kunci. Penelitian semacam ini semakin bersifat deskriptif dan menggunakan logika berpikir induktif (dari khusus ke umum atau dari data lapangan menjadi kesimpulan umum). (Ardial, 2015:225)

## Metode

### Penelitian

Metode penelitian merupakan kunci dalam penelitian karena sebagai cara untuk memperoleh jawaban dari permasalahan penelitian. Pemilihan metode harus sesuai agar dapat berjalan beriringan yang kesemuanya itu harus sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Metode

penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuandan kegunaan (Sugiyono, 2013:13).

### Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data – data guna melengkapi penelitian dilakukan beberapa cara, diantaranya:

#### a. Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif merupakan observasi dimana pengamat dan objek “bergaul”, objek tidak mengetahui sedang diamati, dan pengamat tidak mempengaruhi objek.

#### b. Studi Pustaka

Teknik ini bertujuan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis yang berasal dari buku-buku atau Koran - koranyang mendukung penelitian ini. Kegiatan ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari berbagai literatur maupu karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah pebelitian. Data yang diamati kemudian dipilih, hal ini dilakukan untuk mengetahui pilihan karakteristik yang tersedia secara keseluruhan.

#### c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu (Moleong, 2010:135). Dalam penelitian

ini peneliti menggunakan petunjuk umum wawancara berupa garis besar pokok – pokok yang akan ditanyakan dalam proses wawancara, sedangkan pelaksanaan wawancara disesuaikan dengan keadaan subjek . penetapan yang sifatnya tidak kaku diharapkan dapat membantu penggalan lebih dalam mengenai informasi yang dibutuhkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Level Individu

Terjadinya proses saling bekeja sama antar individu untuk mewujudkan visi dan misi dari perusahaan media tertentu sangat mungkin terjadi dalam suatu perusahaan. Individu yang bekerja di sebuah perusahaan media tentunya terdiri dari latar belakang dan kepentingan berbeda. Individu dalam hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Shoemaker dan Reese, yakni (1) karakter dan latar belakang, (2) cara berpikir, nilai dan kepercayaan, (3) aturan dan etika profesional.

Karakter dan Latar belakang individu memudahkan redaksi untuk mengetahui minat dari keryawannya terutama

bagian divisi *layout*, redaksi dapat menempatkan karyawan sesuai dengan spesifikasi keahliannya sehingga dibutuhkan standar bagi karyawannya. Namun Kabar Priangan tidak menerapkan standar seperti itu, standar yang diterapkan yakni kemauan karyawan untuk maju dan mau belajar, kecuali bagian redaktur yang mewajibkan berlatar belakang jurnalistik.

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan Divisi Layout, sebagai berikut :

*“Dari segi layout kita tidak melihat dari segi latar belakang pendidikan, hanya dalam kondisi dia tau tentang artistic dalam perwajahan atau melayout artinya tahu caranya tata letak dalam hal persurat kabaran, tetapi jika redaktur idealnya harus dari latar belakang jurnalistik dan memiliki tahapan contohnya dari wartwan dulu nanti jika wartwan sudah senior baru bisa menjadi redaktur karena harus mengetahui terlebih dahulu pola, bahasa, cara menguraikan kalimat – kalimat yang baik nanti disuguhkan ke pembacanya.”*

Kemampuan seseorang dalam menentukan kebijakan membutuhkan proses dan tidak sebentar sehingga tidak ada jaminan bagi seorang sarjana memiliki kualitas lebih baik dari lulusan SMA saja, yang membedakan adalah pola pikir yang dimiliki individu tersebut. Namun dalam surat kabar Priangan diketahui karyawannya sebagian besar adalah sarjana.

Seperti yang dikutip narasumber utama Zulkarnain yang merupakan Pimpinan Redaktur,

sebagai berikut :

*“Sebagian besar sarjana”*

Tiap individu memiliki kepercayaan masing – masing dan dapat mempengaruhi kebijakan – kebijakan *layout* namun tidak unuk tataran keredaksian surat Kabar Priangan karena menjauhi perpecah belah antar agama dn menjaga keseimbangan.

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan , sebagai berikut :

*“Tidak juga memang kalau dulu khususnya untuk di dalam layout walaupun ada, misalnya kan ada pernah di hikmah khusus majalah islam tapi sekarang sudah tidak diterbitkan lagi karena kan faktor – faktor secara keagamaan berbeda, untuk menjaga keseimbangan juga.”*

Redaksi menganggap bahwa sebaiknya bersikap netral dalam menentukan kebijakan – kebijakan secara menengah agar terhindarnya konflik, menentukan headline juga penting karena headline secara *layout* berada di halaman depan.

Dalam menentukan *layout* diperlukan seseorang yang mampu mengolah dan mengerti tentang grafis serta mengerti posisi berita yang ingin ditonjolkan, iklan dan sebagainya.

Seperti yang dikutip narasumber utama

Deni Rosdiana yang merupakan Divisi *Layout*, sebagai berikut :

*“Hanya dalam kondisi dia tau tentang artistic dalam perwajahan atau melayout artinya tahu caranya tata letak dalam hal persurat kabaran, artinya dalam hal ini jadi sadar ruang mengenai komposisi design yang bagus bagaimana dan harus tau tentang secara mendasar, dalam hal design grafis kalau sudah tau pola tentang dasar – dasarnya ia akan tahu kedepannya dan itu bisa dilihat dari referensi –referensi dan referensi sekarang sudah banyak tentang perwajahan dan kita tinggal menirunya sehingga dapat menimbulkan aspiransi dan design yang murni karena setiap perwajahan itu membedakan ciri khas dari layout surat kabar”*

Aturan dan etika profesionalisme dibutuhkan dalam suatu perusahaan guna melestarikan visi dan misi dari perusahaan teresbut, tiap perusahaan memiliki aturan yang berbeda – beda.

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan Divisi *Layout*, sebagai berikut :

*“Tentu ada, namun disini dalam hal maksudnya ada seperti rubrikasi yang khusus misalnya keluarga dan budaya itu dibebaskan dan disesuaikan dengan kondisi, insting seorang layout aja.”*

### **Level Rutinitas Media**

Rutinitas media memiliki perbedaan menyesuaikan kebiasaan yang digunakan. Hal ini juga dapat mempengaruhi konten media serta layout. Rutinitas ini menurut Shoemaker dan Reese terdiri dari format berita, nilai berita serta prosedur standard operasional yang harus di tempuh.

Standar format, nilai dan prosedur berita itu

dikonstruksi oleh individu di dalamnya. Rutinitas ini memastikan bahwa sistem media akan merespons dengan cara yang dapat diprediksi dan tidak mudah dilanggar.

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan , sebagai berikut :

*“Yang menjadikan pertimbangan utamanya adalah berita baik yang segi topik sedang ramai diperbincangkan. Mislnya headline apa yang utama mau dihalaman daerah setiap rubrik juga mempunyai headline nanti dari keseluruhan headline dari rubrik – rubrik daerah itu yang bagus diterbitkan dihalaman utama.jadi headline yang ditentukan dipilih dari yang terbaik.”*

Dari pernyataan diatas dengan menyontohkan salah satu *layout* headline maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan *layout* sudah ada aturan tersendiri namun dapat diubah menyesuaikan kadar beritanya serta ada beberapa pertimbangan dalam menentukan headline dalam tiap rubiknya.

### **Level Organisasi Media**

Hal lain yang ikut mempengaruhi kebijakan *layout* yakni organisasi yang berkaitan dengan menejerial sebuah perusahaan media. Pengaruh ini

diantaranya bagaimana visi dan misi digunakan sebagai landasan operasional, namun dalam Kabar Priangan, visi misi dapat berubah tiap tahunnya..

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan , sebagai berikut :

*“Iya,dimisalkan idealnya setiap tahun akan ada perubahan – perubahan dan sekarang kabar priangan menganutnya tidak dalam bentuk yang klasik, sekarang sedikit lebih modern dalam tulisan, ada tulisan sambung, tegas dan tidak berekor.”*

Visi dan misi dalam perusahaan menjadi amanah bagi para pekerjanya untuk mewujudkannya.

Amanah ini harus melekat pada setiap individu yang menjalankan aktivitas pekerjaannya.

Pengaruh selanjutnya yakni pengambilan keputusan dimana adanya kebijakan dari manajemen tingkat atas maupun manajemen tingkat bawah. Keduanya dapat terjadi, namun yang memiliki kewenangan tertinggi tentu para petinggi media.

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan , sebagai berikut :

*“Kalau disini dari tingkat atas dulu nanti turunkan ke bawah dan ditentukan oleh manajemen atas karena di ayang melihat pasar nanti dikomunikasikan dengan tim khusus dan dibuatkan sebuah design nanti diperlihatkan kalau sudah di acc akan diterbitkan.”*

Petinggi media selaku pemilik kebijakan bisa memberikan intruksi untuk memposisikan sebuah berita, iklan dan lainnya pada halaman Koran. Namun pada praktiknya kebijakan tersebut dapat



berubah di rapat redaksi.

Seperti yang dikutip narasumber utama Zulkarnain yang merupakan Pimpinan Redaktur, sebagai berikut :

*“Standar baku layout ditentukan oleh dewan redaksi. Aplikasi sehari2 ditentukan oleh pelaksana harian. Dalam hal ini redaktur pelaksana dan rapat redaksi.”*

### **Level Ekstra Media**

Pengaruh lainnya terdapat dari eksternal media, yang terdiri dari kontrol pemerintah, kompetisi pasar dan teknologi yang digunakan dalam pekerjaan. Pemerintah selaku pemilik kebijakan tertinggi sangat berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan media.

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan Divisi *Layout*, sebagai berikut :

*“Control pemerintah sangat antusias karena kalau sudah ada dijadikan ukuran bahwa media cetak masih di prioritaskan meskipun sekarang media – media yang lain skala nasional banyak, sedangkan media cetak khusus di priangan timur dan di daerah masih di prioritaskan.hanya kondisinya dari media cetak sendiri karena media cetak itu membutuhkan modal yang besar.”*

Terlepas dari kepentingan yang ada, pemerintah sangat antusias dalam kemajuan pers di priangan timur,hanya

saja media cetak memang membutuhkan modal yang cukup besar.

Kompetisi pasar menjadi bagian penting dalam perusahaan media. Tiap media memiliki keunggu;an masing – masing, Kabar Priangan pun telah melakukan konvensi untuk mengimbangi media dan kebutuhan pasar.

Seperti yang dikutip narasumber utama Deni Rosdiana yang merupakan , sebagai berikut :

*“Itulah kita harus menyesuaikan baik dari segi layout meskipun kita di media cetak karena sekarang kondisinya medsos sudah biasa sehingga media cetak menargetkan media online di kita ada kabarpriangan.com disamping itu kabarpriangan.com juga segi materinya dan kontennya menyuguhkan dengan sistem e-papper yang dimana e-papper juga bisa dibaca persis sama halnya dicetaknya, dari cetak berupa online”*

Optimalisasi teknologi memang patut untuk dilakukan melihat perkembangan media yang semakin pesat. Inovasi berbagai sisi perlu disajikan untuk mengatasi kejemuian dan memenuhi kebutuhan khalayak.

### **Level Ideologi Media**

Level ideologi berkaitan dengan frame berpikir media dalam memandang sebuah peristiwa. Dalam memuat berita pada *layout* ,ideologi dapat menjadi salah satu penentunya. Media dengan ideologi pancasila tidak akan memuat berita – berita yang mengakibatkan perpecahan antar agama, suku maupun ras.

Seperti yang dikutip narasumber utama Zulkarnain yang merupakan Pimpinan Redaktur, sebagai berikut :

*“Kabar priangan adalah media cetak yg terbit di tengah2 masyarakat yg memegang teguh nilai2 keislaman. Oleh karena itu, materi berita dan konten yang disajikan tentu harus sesuai dgn nilai2 dan norma2 yang dipegang teguh oleh masyarakat pembacanya.”*

Ideologi tersebut menjadi bagian penting dalam menentukan arah kebijakan menyadari akan keberagaman masyarakat Indonesia.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik suatu kesimpulan atas penelitian mengenai kebijakan *layout* surat Kabar Priangan adalah dalam menentukan kebijakan – kebijakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seperti level individu, level rutinitas media, level organisasi media, level ekstra media dan level ideologi media.

Kebijakan ditentukan oleh kewenangan dari petinggi dan dapat berubah – ubah jika mengadakan rapat redaksi, namun

tidak dapat mengubah kebijakan yang tidak sesuai dengan visi dan misi yang sudah ditentukan oleh pendiri karena visi dan misi dmenjadi acuan dari pekerjajanya.

Kabar Priangan dalam persaingan pasar mengikuti media lainnya dengan menggunakan inovasi media *online*, namun Kabar Priangan mempunyai keunggulan tersendiri pada media cetaknya yaitu dengan keakurasian berita yang dimuat serta media cetak yang sampai ke berbagai daerah.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang peneliti ajukan sebagai berikut :

#### Saran Teoritik

Penelitian ini dengan teliti mengetahui aspek – aspek kebijakan yang dimuat pada Surat kabar Priangan untuk penelitian selanjutnya dalam menangkap pesan yang disampaikan agar lebih lanjut diteliti lagi dengan menggunakan teori yang berbeda, karena dalam menggunakan teori Hierarki dari Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese masih memiliki kekurangan karena tidak mencakup semua aspek. Lebih baik mencoba dengan menggunakan teori lain seperti analisis *framing* Pan and Kosicki.

#### Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan redaktur,

pembaca maupun media agar :

1. Bagi Redaktur : Dapat menjadi bahan pertimbangan untuk dapat membuat kebijakan *lay out* sesuai dengan kebijakan guna mempertahankan ciri khas serta menjunjung visi, misi dan ideologi yang terdapat pada perusahaan.
2. Bagi Pembaca : Dapat memberikan gambaran mengenai proses dalam menentukan kebijakan layout suatu media.
3. Bagi Media : Dapat memberikan masukan/saran/evaluasi sebagai bahan pertimbangan media untuk memilih atau menempatkan posisi layout sesuai berita atau iklan yang dimuat sehingga terlihat menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Ardial, H. 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Cetakan Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, E. 2007. *Komunikasi Massa suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- Muhtadi, A. S. 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy & Solatun. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi :contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*. Cetakan ke 3. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nurhadi, Z. F. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Romli, A. S. 2005. *Jurnalistik Terapan: Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan*. Bandung: Batic Press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, H. 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Suryawati, I. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar : Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Shoemaker, Pamela J dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating The Message*. New York : Longman Publisher.
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Kalam Indonesia.
- Wahab. 2004. *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.

### Skripsi

- Adrian Rahman. 2016. *Strategi Koran Sindo Makasar Menggait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu*. UIN Alauddin Makasar
- Yusup Supriadi. 2017. *Tata Letak Surat Kabar Galamedia (Analisis Semiotika Halaman Depan Surat Kabar Galamedia Edisi 316)*, Universitas Pasundan.

### Jurnal

- Nova Kristiana. 2016. *Tinjauan Tata Letak Surat Kabar Harian Lokal (Analisis Isi dan Hierarchi)*. Volume 9. Nomor 2 Jurnal Ilmiah. Universitas Negri Surabaya

**Internet**

Nurjanah. Diakses dari  
[https://www.liputan6.com/citizen6/  
read/2147277/ini-dia-koran-  
pertama-yang-terbit-di-indonesia,](https://www.liputan6.com/citizen6/read/2147277/ini-dia-koran-pertama-yang-terbit-di-indonesia)  
pada Kamis, 10 September 2019  
pukul 22.00 WIB