

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Dalam beberapa tahun terakhir, Kota Yogyakarta telah berandil besar dalam kebangkitan dunia perfilman Indonesia karena berhasil menghadirkan film-film yang mampu menarik perhatian baik nasional hingga internasional. Terbukti dengan diraihnya berbagai penghargaan oleh *filmmaker* Indonesia di festival-festival luar negeri, sebut saja Istirahatlah Kata-Kata karya sutradara Yosep Angie Noen produksi tahun 2016 dari Limaenam Film, Turah karya sutradara Wicaksono Wisnu Legowo diproduksi di tahun yang sama dari Fourcolours Film dan yang baru-baru ini ada Mobil Bekas dan Kisah-kisah dalam Putaran karya Ismail Basbeth yang diproduksi tahun 2017 oleh Bosan Berisik Lab. Ketiga film tersebut dilahirkan oleh rumah produksi yang berlokasi di Yogyakarta dan mendapat apresiasi di berbagai festival-festival film baik dalam maupun luar negeri, sehingga kota ini mampu dikatakan sebagai salah satu kota yang ikut memprakarsai kebangkitan dunia perfilman Indonesia.

Dikenal sebagai kota pendidikan, kota ini berhasil menciptakan iklim perfilman yang baik. Ada beberapa faktor yang berperan penting dalam eksistensi film di Kota Yogyakarta salah satunya adalah komunitas film. Komunitas film terlahir sebagai muara apresiasi dan kreativitas film di berbagai daerah, sehingga melahirkan *workshop*, festival dan pembuatan film (Nugroho dan Herlina, 2013:

361). Semangat komunitas yang diciptakan para pelaku film di Kota Yogyakarta menjaga eksistensinya dan menghidupkan kembali perfilman Indonesia. Melalui komunitas, para sineas melakukan kegiatan film terutama bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang pendidikan film. Tidak sedikit pula, komunitas film di dalam ruang lingkup kampus ikut menyelenggarakan pemutaran dan apresiasi film serta kajian-kajian tentang film atau yang biasa disebut komunitas kine klub. Tidak sedikit komunitas-komunitas tersebut berkembang menjadi rumah produksi, sebut saja Fourcolors Films dan Limaenam Films yang bergelut pada kegiatan produksi film.

Produksi film di Yogyakarta juga tidak hanya dimonopoli film indie atau film komunitas. Beberapa film arus utama diproduksi di Yogyakarta, baik yang dilakukan oleh rumah produksi asal Yogyakarta maupun rumah produksi asal Jakarta. Berbanding lurus dengan jumlah produksi film di Yogyakarta, ekshibisi film di Yogyakarta juga terus melesat. Beberapa film arus utama, memilih Yogyakarta sebagai kota tempat penayangan pertamanya. Hal ini tidak bisa dilepaskan juga dengan beragamnya festival film di Yogyakarta, seperti Jogja NETPAC Asian Film Festival (JAFF) yang sudah masuk tahun ke-12 per 2017 (<https://jaff-filmfest.org/>), dan Festival Film Dokumenter yang sudah berlangsung selama 16 tahun (<http://ffd.or.id>).

Melalui Festival para penggiat film saling dipertemukan dan saling mempertontonkan filmnya masing-masing. Festival film setempat juga bisa membawa para pembuat film di Yogyakarta ke festival internasional di luar negeri, di antaranya adalah Ifa Isfanyah (Busan Internasional Film Festival serta

International Film Festival Rotterdam 2011 dan 2013), Yosep Anggie Noen (International film Festival Rotterdam 2013 dan 2014 serta Busan International Film Festival), dan Ismail Basbeth (International Documentary Film Festival Amsterdam 2013 dan International Film Festival Rotterdam 2015) (Herlina dkk, 2015: 11). Serta baru-baru ini ada Kamila Andini yang karya filmnya masuk di Toronto international Film Festival (<https://www.tiff.net/tiff/the-seen-and-unseen/>). Lewat filmnya *The Seen and Unseen* serta telah diputar dan memenangkan penghargaan di festival-festival international lainnya yang berada di Asia

Eskalasi yang signifikan mengenai perfilman di Yogyakarta, menjadikan keberadaan Media massa menjadi sangat penting untuk ikut andil dalam membantu eksistensi perfilman di Kota Yogyakarta, terutama bagi media lokal, baik melalui media cetak, elektronik maupun media *online*. Pemberitaan di media tentu saja dipengaruhi berbagai faktor. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menyebutkan ada beberapa faktor penting di balik bingkai berita. Pertama, adalah level individu dari para pekerja media. Ini meliputi karakter, pengalaman dan latar belakang individu di media, nilai, sikap dan kepercayaan individu serta peran profesional dan etika dan individu di media. Kedua adalah rutinitas media. Sebagai contoh media cetak dan internet tentu memiliki perbedaan karena keduanya berbeda dalam perspektif kebaruan berita. Ketiga, level organisasi media. Level ketiga ini sudah lebih bersifat makro daripada level pertama dan kedua. Pertanyaan yang mengemuka pada level organisasi mencakup : Bagaimana peran organisasi? Bagaimana struktur organisasi? Bagaimana kebijakan yang

dianut dan bagaimana kebijakan tersebut diimplementasikan? Terakhir, bagaimana kebijakan ini di-“paksakan”? Keempat adalah level dari luar media (*extra media*), yang mencakup audiens, pemasang iklan, pemerintah dan komunitas. Kelima adalah level ideologi yang dianut oleh media (Shoemaker dan Reese, 1991).

Media *online* sendiri menjadi *platform* yang sering di akses oleh audience untuk mendapatkan informasi, hiburan ataupun bertukar pengalaman dengan yang lain. Media *online* merupakan media baru, hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi di bidang komunikasi, hal ini menimbulkan fenomena baru yang disebut dengan konvergensi media. Konvergensi media merupakan arus atau aliran yang terjadi di berbagai platform media (Henry Jenkins;2006;3). Audience yang menerimanya sangat mungkin untuk berkontribusi menyebar luaskan informasi tersebut, efeknya informasi tersebut akan sangat cepat tersebar dalam waktu yang singkat.

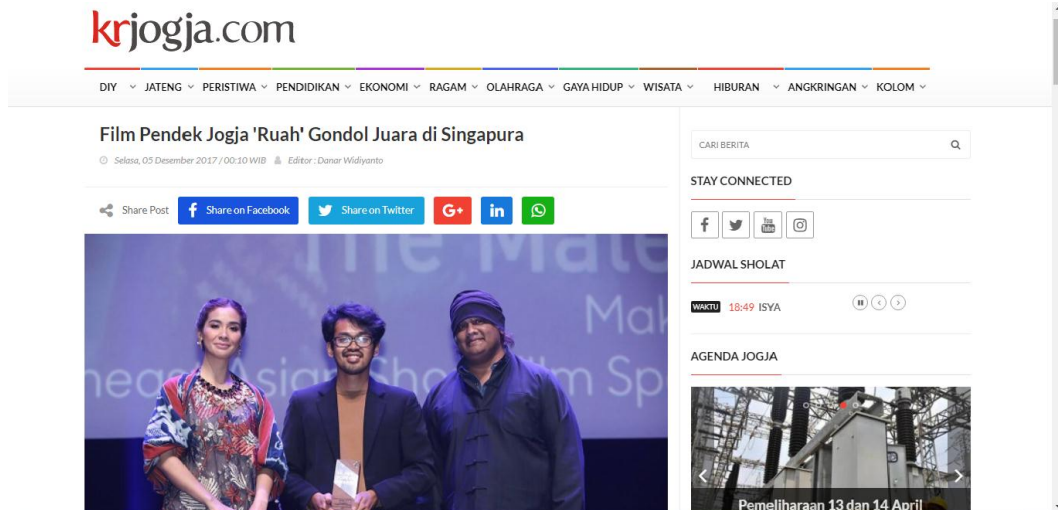
Hampir semua media di era digital sekarang mempunyai portal media *onlinenya* masing-masing, karena sifatnya yang cepat dan singkat untuk penyebaran informasinya, mengingat penyebaran internet di era sekarang yang semakin meluas dan bisa diakses oleh siapa saja. Terutama di Indonesia yang menduduki posisi nomor enam di dunia sebagai pengguna internet terbanyak, sebanyak 123,6 juta orang per 2017 ([pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia](#)).

Ada empat faktor yang menjadi pendorong bagi dinamisme yang terjadi dalam dunia media massa ini (Leksono, 2007: 261):

1. kemajuan teknologi
2. perubahan gaya hidup masyarakat dalam memperoleh informasi
3. respons industri media
4. perkembangan dunia jurnalistik itu sendiri

Hadirnya media lokal yang berada di Kota Yogyakarta, menjadi sangat penting untuk mendukung eksistensi perfilman di Kota ini. Seperti Tribun Jogja, Harian Rakyat Jogja, Kedaulatan Rakyat (KR) dan sebagainya. Media lokal menurut Harcup dalam Pramesti (2014: 75) menyatakan bahwa media lokal merupakan media yang berpotensi untuk menciptakan liputan yang beragam menyangkut sesuatu yang unik dalam wilayah. Sesuatu itu menyangkut segala peristiwa yang terjadi dalam level komunitas atau daerah tertentu yang mungkin tidak bisa di-cover oleh media nasional. Menurutnya isu-isu lokal seringkali juga berpengaruh terhadap perkembangan social, ekonomi serta politik dalam sebuah Negara.

Kedaulatan Rakyat Yogyakarta merupakan salah satu media lokal yang mempunyai portal media *online*, yaitu *KRjogja.com*. Dalam pemberitaannya banyak rubrik yang di beritakan oleh *KRjogja.com*, mulai dari peristiwa, ekonomi sampai dengan hiburan. Berita film yang di muat di *KRjogja.com* dimuat di rubrik film dan selebrita. Seperti contoh pada saat berita kemenangan film pendek dari Yogyakarta yang meraih film terbaik di ajang festival film international yang diadakan di Singapura, dengan judul berita "*Film Pendek 'Ruah' Gondol Juara di Singapura*".



Gambar 1.1 (sumber: KRjogja.com)

Adapun berita kegiatan film lainnya, tentang literasi melalui film yang menjadi bahasan salah satu festival film di Yogyakarta, Festival Film Pelajar Jogjakarta (FFPJ). Dengan judul berita “*Film, Literasi, dan Tantangan Remaja jadi Bahasan FFPJ*”



Gambar 1.2 (sumber:KRjogja.com)

Melihat uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti manajemen redaksional pemberitaan media lokal mengenai film di Kota Yogyakarta. Hal itu dikarenakan banyaknya kajian film yang hanya terfokus pada produksi, distribusi dan ekshibisi film, namun belum banyak penelitian yang membahas tentang relasi media dan perfilman, termasuk bagaimana pemberitaan film di media massa.

Dalam penelitian ini penulis meninjau beberapa tulisan terdahulu berupa jurnal maupun skripsi. Penulis menemukan beberapa skripsi yang membahas tentang manajemen redaksional dengan objek yang berbeda, diantaranya adalah:

Manajemen redaksi pada media NU *online* pengurus besar Nahdlatul Ulama, yang ditulis oleh Sarjoko, mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam, fakultas dakwah dan komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2016. Penelitian tersebut membahas bagaimana penerapan fungsi manajemen redaksi pada media NU *online*. Persamaan dari penelitian tersebut adalah sama meneliti tentang manajemen redaksional yang ada di media *online*. Sedangkan perbedaannya adalah dari objek penelitian, jika penelitian ini merujuk pada berita film yang ada di media *online*, sedangkan penelitian terdahulu membahas fungsi yang diterapkan pada manajemen redaksional media *online*.

Yang kedua adalah, manajemen redaksional [tribunpekanbaru.com](http://tribunpekanbaru.com) dalam menentukan berita yang baik, yang ditulis oleh Cendikia Dwi Fitria, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Riau pada tahun 2016. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari obyek

yang diangkat. Jika penelitian ini merujuk pada berita film yang dimuat di media *online* sedangkan penelitian terdahulu merujuk pada pemilihan berita yang layak.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti bagaimana “*Manajemen redaksional media online KRjogja.com dalam pemberitaan film?*”

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui Manajemen Redaksional Media *Online KRjogja.com* Terhadap Pemberitaan Film di Kota Yogyakarta
2. Untuk menambah wawasan tentang manajemen redaksional media *online*
3. Untuk memetakan pemberitaan tentang film di media lokal Yogyakarta.
4. Memberikan kontribusi atau rekomendasi kepada wartawan dan redaksi dalam menulis berita film

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi dan teori-teori ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang manajemen



redaksional. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi mengenai manajemen redaksional pemberitaan film di ruang redaksi.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi informasi bagi *Publisher* untuk menemukan bagaimana taktik dan strategi pemberitaan film
- b. Bagi wartawan, penelitian ini memberikan rekomendasi bagaimana meliput berita tentang film.
- c. Bagi redaktur, penelitian ini mengetahui bagaimana cara dalam mengelola berita tentang film.
- d. Bagi penulis, untuk mengetahui bagaimana cara menulis dan meliput tentang film.
- e. Bagi *publishes* film bagaimana membuat rilis dan kegiatan media aktifasi agar berita itu menarik untuk diberitakan.

## **E. KAJIAN TEORI**

### **1. Manajemen Redaksional**

Manajemen dilihat dari bahasanya berasal dari Bahasa Inggris *management*. Semula Bahasa Italia *mana(iare)*, bersumber dari Bahasa latin *mamis*, artinya tangan. Manajemen atau *mana(iare)* berarti memimpin, membimbing dan mengatur (Djuroto: 2000:95). Menurut Henry Fayol (dalam Djuroto, 2000: 96) manajemen adalah proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya, sumber dana dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan,

pengawasan dan penilaian. Secara garis besar, ada empat fungsi manajemen, yaitu fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pelaksanaan (*actuating*) yang mencakup adanya pengaruh (*influencing*) dan pengarahan (*directing*), fungsi pengawasan (*controlling*)(Junaedi, 2014: 37)

### 1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan fungsi pertama dalam organisasi. Di sinilah pondasi dasar diletakan dalam kegiatan manajemen. Hal ini juga berlaku melekat dalam organisasi media. Perspektif yang berorientasi ke masa mendatang dalam fungsi perencanaan ini berhubungan dengan visi dan misi organisasi, karena fungsi perencanaan yang selalu berkaitan dengan tujuan organisasi (Junaedi, 2014: 38).

### 2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Fungsi pengorganisasian dalam manajemen menempati posisi yang penting dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian dalam manajemen bisa diartikan sebagai kegiatan-kegiatan penyusunan struktur organisasi dan sumber daya yang ada diorganisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Aktivitas organisasi yang sifatnya sejenis dikelompokkan dalam divisi atau departemen yang sama dimana masing-masing divisi saling berhubungan dalam alur kerja yang diatur dengan skema terkoordinasi (Junaedi, 2014: 42).

### 3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan meliputi bagaimana manajer memberikan pengarahan dan pengaruhnya pada individu-individu dalam organisasi untuk melakukan kewajiban mereka masing-masing sesuai dengan paparan pekerjaannya. Pelaksanaan dalam fungsi manajemen tidak bisa dilakukan hanya dengan memberikan pengarahan saja. Pengarahan umumnya berkaitan dengan aspek teknis pekerjaan sesuai dengan paparan tugas. Aspek penting dalam pengarahan adalah kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif (Junaedi, 2014: 44-45).

#### 4. Pengawasan (*Controlling*)

Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi. Pengawasan dilakukan bukan hanya diakhir proses manajemen, namun pada hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan. Secara lebih operasional, aktivitas dalam organisasi diukur dengan indikator yang jelas agar mudah untuk menjalankan pengawasan. Pengawasan melibatkan adanya pemberian reward bagi individu yang berprestasi diorganisasi karena mampu mencapai atau bahkan melampaui indikator pekerjaan, dan sebaliknya juga pemberian hukuman (*punishment*) bagi individu yang melanggar aturan atau tidak berhasil mencapai indikator pekerjaan (Junaedi, 2014: 46-47)

Manajemen media adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, Baik terhadap media sebagai industry komersial maupun sebagai

intituti social. Secara terperinci, manajemen media harus memberikan pengetahuan tentang pengelolaan media, prinsip-prinsip manajemen dengan seluruh proses manajemennya secara utuh yang meliputi berbagai fungsi, yaitu *planning, organizing, influencing, budgeting, controlling*. (Siregar dalam Rahmitasari, 2017: 5-6).

Redaksi merupakan bagian terpenting atau dapat dikatakan nafas dari sebuah lembaga pers. Dalam proses penerbitan sebuah media elektronik maupun media cetak memerlukan proses yang cukup rumit dan panjang serta dibutuhkan ketajaman analisa berpikir dan wawasan yang luas, dan yang tidak kalah penting adalah mampu menuliskannya dalam bentuk sebuah media (Romli, 1999: 12). Secara structural, redaksi berada pada posisi teratas. Sedangkan wartawan yang berposisi sebagai unit paling dasar dari staf koran. Wartawan dianggap sebagai mata dan telinga bagi koran dan sekaligus juga pembaca (Schement, 2002).

Bidang redaksional memiliki keunikan pola kerja, namun bukan berarti tanpa kepastian. Berbagai waktu kerja redaksional disesuaikan karakteristik dan potensi media massa yang menjadi saluran pemberitaannya. Pola kerja bidang redaksional memuat penataan pekerja berita yang merencanakan, melaksanakan dan menghasilkan peristiwa yang diberitakan, sehingga jajaran ini disibukan oleh proses rapat redaksi yang memutuskan peristiwa apa yang diangkat atau peristiwa mana yang ditaguhkan (Santana, 2005: 18).

Manajemen redaksi ditangani oleh divisi atau bagian redaksi. Bagian redaksi dalam manajemen media mengemban tugas untuk mencari atau meliput berita dan selanjutnya menuliskan berita tersebut. Selain meliput berita dan

menulis berita, bagian redaksi juga bertugas untuk mengawasi halaman editorial dan opini. Bagian redaksi mencerminkan idealisme dari media. Redaksi mengemban tugas untuk menjalankan visi dan misi media dalam pemberitaan. Obyektifitas dan netralitas serta ketaatan pada etika jurnalistik dalam pemberitaan menjadi kewajiban bagian redaksi untuk mempertahankannya (Junaedi, 2014: 58-59).

Dilihat dari strukturnya, bagian redaksional diketuai oleh pemimpin redaksi (pimred) yang bertanggung jawab pada keseluruhan isi pemberitaan media yang dipimpinnya. Fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dalam manajemen pemberitaan menjadi tanggung jawab pemimpin redaksi. Dalam struktur media yang berskala besar, pimred dapat dibantu oleh wakil pemimpin redaksi (wapimred). Tugas pokoknya adalah membantu pemimpin redaksi dalam tugas-tugas keseharian serta sekaligus sebagai pelaksana tugas (Junaedi, 2014: 59).

Dibawah pemred dan wapemred, ada redaktur pelaksana. Redaktur pelaksana bertugas mengorganisasikan para redaktur, koordinator reporter dan koordinator liputan, para reporter, para fotografer dan kontributor. Sebagai tambahan bagi para reporter, koran juga memperkerjakan beberapa jenis penulis. Kontributor meliputi kontributor yang mengirimkan tulisan dalam bentuk berita maupun contributor yang mengirimkan artikel (Junaedi, 2014: 60).

Untuk menjaga kualitas media, terutama dalam sisi pemberitaan, bias dibuat penasihat redaksi. Penasihat redaksi yang juga lazim disebut dewan redaksi, meliputi pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, redaktur pelaksana,

pemimpin usaha dan individu-individu lain yang dinilai memiliki kompetensi untuk memberikan nasihat dalam manajemen pemberitaan di redaksi. Untuk mendapatkan masukan dari individu yang berkompentensi dalam bidang keilmuan atau keahlian tertentu, bias ditetapkan adanya redaktur ahli, yang bertugas memberikan masukan kepada redaksi mengenai isu-isu tertentu mengenai pemberitaan (Junaedi, 2014: 61).

Di lapangan, para wartawan menjadi ujung tombak dalam pencarian berita. Setelah berhasil mendapatkan berita, para wartawan mengirimkan ke redaktur (Junaedi, 2014: 62). Wartawan dianggap sebagai mata dan telinga bagi koran dan sekaligus juga bagi pembaca (Schement dalam Junaedi, 2014:62).

Selanjutnya redaktur akan menyunting berita. Penyuntingan yang dilakukan redaktur ini meliputi kelengkapan berita, penambahan atau pengurangan pada naskah berita, akurasi berita, penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar serta etika jurnalistik dalam berita. Jika diperlukan judul bisa diubah oleh redaktur. Jika sudah dirasa layak, naskah akan diserahkan pada redaktur pelaksana untuk mendapat persetujuan (Junaedi, 2014: 63).

## **2. Produksi Berita**

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet. Dengan kata lain, berita bukan hanya merujuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan tradisional. Tak ada media tanpa berita, berita telah tampil sebagai kebutuhan dasar (basic need) masyarakat modern di seluruh dunia (Sumadiria: 2006: 65).

Seperti yang dikatakan oleh Fisher bahwa berita adalah sebuah konstruksi dari sebuah peristiwa, maka berita tidak semata-mata hanya dipengaruhi oleh pencari berita saja (Pramesti, 2014: 69).

Dja'far H. Assegaf mengartikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa dan dipilih oleh staff redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang kemudian dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa; karena penting atau akibatnya; karena mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan (Djuroto, 2000: 47)

Shoemaker dan Reese (1996: 141) dalam buku *Mediating the Message: Theories of influences on Mass Media Content*, menyebut ada lima level dalam hierarki institusi media yaitu, *individual level, media routine level, organization level, extramedia level, dan ideological level*. Kelima level inilah yang akhirnya sangat mempengaruhi media dalam mengkontruksi sebuah realitas serta memberikan pengaruh antara manajemen media dan kekuatan sosial lainnya.

Produk jurnalistik atau berita didasarkan pada apa yang disebut fakta. Fakta merupakan sesuatu yang benar-benar terjadi di lapangan. Dalam fakta tersebut tercakup unsur 5W+1H yang menjadi pedoman dalam kerja jurnalistik (Pramesti, 2014: 71). Jurnalistik mengenal apa yang dinamakan nilai berita. Nilai berita menurut Santana (dalam Pramesti, 2014: 71) adalah sesuatu yang memenuhi unsur layak berita. Unsur layak berita ini dibagi menjadi 10 kategori, yakni:

- a. *Immediacy/ Timeliness* terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan (Santana dalam Pramesti, 2014:71). *News is timeliness*. Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Secara sederhana *timeliness* atau *actual* menunjuk pada peristiwa baru atau yang sedang

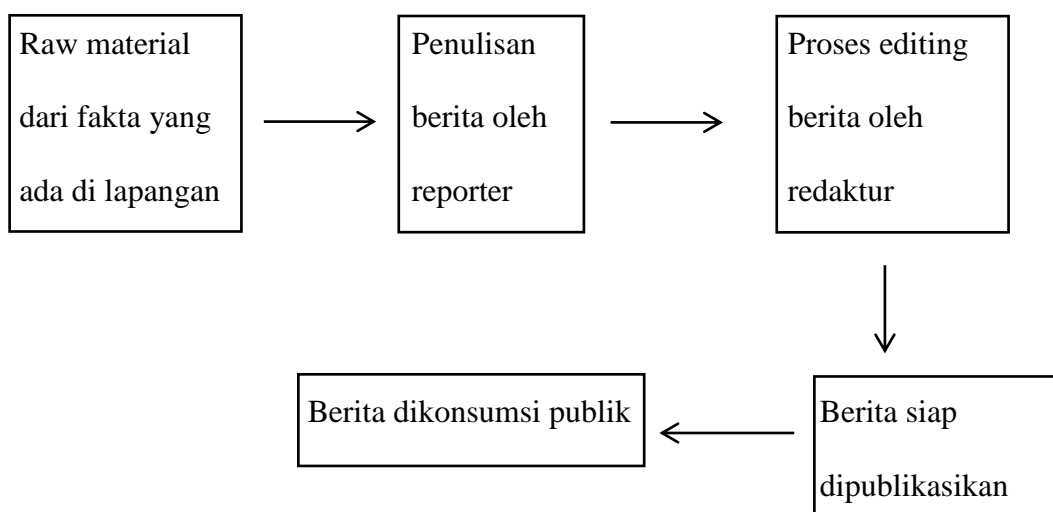
terjadi. Sesuai dengan definisi jurnalistik, media massa haruslah memuat atau menyiarkan berita-berita yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat (Sumadiria, 2006: 82).

- b. *Proximity* terkait dengan kedekatan peristiwa dengan pembaca dalam keseharian mereka (Santana dalam Pramesti, 2014:71). Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi pada sekita tempat tinggal kita. Semakin dekat peristiwa yang terjadi dengan domisili kita, maka semakin terusik dan semakin tertarik kita untuk menyimak dan mengikutinya. Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat ketertarikan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita (Sumadiria, 2006: 84-85).
- c. *Consequence* berkaitan dengan peristiwa yang mengandung konsekuensi bagi public (Santana dalam Pramesti, 2014: 71).
- d. *Conflict* terkait dengan peristiwa yang mengandung unsur-unsur konflik seperti perang, demonstrasi, kriminal dan sebagainya (Santana dalam Pramesti, 2014: 71). Ada atau tidak ada pemihakan, konflik akan cenderung jalan terus. Sebab konflik senantiasa imanen (menyatu) dengan dinamika kehidupan. Dalam teri konflik, konflik tidak mungkin bias dihilangkan dalam masyarakat penganut paham demokrasi.konflik hanya bias diredam, dikendalikan, dan dikelola secara konstruktif (Sumadiria, 2006: 86)



- e. *Oddity* merupakan peristiwa yang tidak biasa terjadi di masyarakat (Santana dalam Pramesti, 2014: 71). Nilai berita peristiwa luar biasa, paling tidak dapat dilihat dari lima aspek: lokasi peristiwa, waktu peristiwa itu terjadi, jumlah korban, daya kejut peristiwa dan dampak yang ditimbulkan dari peristiwa tersebut, baik dalam bentuk jiwa dan harta maupun menyangkut kemungkinan perubahan aktivitas kehidupan masyarakat (Sumadiria, 2006: 81).
- f. *Sex* menyangkut peristiwa yang dibubuhi elemen sex (Santana dalam Pramesti, 2014:71).
- g. *Emotion/ Human Interest* merupakan peristiwa yang berkaitan dengan empati orang (Santana dalam Pramesti, 2014:71). Para praktisi jurnalistik mengelompokkan kisah-kisah *human interest* ke dalam berita ringan (*softnews*) (Sumadiria, 2006: 90)
- h. *Prominence* berkaitan dengan unsur keterkenalan dari public figure, tempat, benda, dan sebagainya (Santana dalam Pramesti, 2014:71). Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, selebriti, figure public. Teori jurnalistik menegaskan, nama menciptakan berita (*names makes news*) (Sumadiria: 2006: 88)
- i. *Suspense* berkaitan dengan peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat (Santana dalam Pramesti, 2014:71-72).
- j. *Progress* merupakan elemen perkembangan peristiwa yang ditunggu masyarakat (Santana dalam Pramesti, 2014:72).

Nilai berita akan menentukan jurnalis dalam mengambil fakta di lapangan. Fakta yang ada di lapangan ini akan menjadi bahan kasar (*raw material*) pada berita. Fakta ini akan diolah sedemikian rupa hingga menjadi sebuah berita. Proses inilah yang disebut dengan proses produksi berita (Pramesti: 2014: 72). Proses produksi berita dimulai dengan pencarian fakta oleh reporter atau jurnalis di lapangan. Pencarian fakta ini bisa dilakukan dengan banyak hal, seperti, observasi, wawancara, studi dokumentasi dan sebagainya. Setelah melakukan peliputan, jurnalis akan melakukan penulisan berita sesuai dengan konstruksi yang ada dalam dirinya. Setelah penulisan berita, reporter akan melaporkan berita kepada redaktur. Dalam proses ini, berita akan diseleksi kembali. Apakah berita yang diliput memang benar-benar layak untuk dimuat. Inilah yang disebut proses gatekeeping. Proses ini merupakan proses pemilihan serta penyeleksian berita sehingga bisa dipahami oleh masyarakat setelah proses penyeleksian ini selesai, maka berita siap di *lay-out*, dicetak dan di publikasikan (Pramesti: 2014: 72-73)



Bagan 1.1 Proses produksi berita, (sumber: Pramesti, 2014: 73)

Dalam penulisan berita, jurnalis akan menuliskan berita dalam berbagai jenis. Santana (dalam Pramesti, 2014: 72-73) membagi kategori berita menjadi delapan kategori, yaitu

- a. *Hard News* menyangkut hal-hal penting yang berlangsung terkait dengan kehidupan pembacanya. Berita *hard news* ini bias disebut dengan *straight news*. Berita ini memiliki kecenderungan berisi berita yang keras dan padat terkait isu-isu yang tengah berkembang.
- b. *Feature News* berkaitan dengan kisah peristiwa yang menimbulkan kegembaran atau imaji-imaji (pencitraan). Kisah peristiwa didesain untuk menghibur masyarakat, namun tetap terkait mengandung informasi bagi khalayak berita. Berita-berita *feature news* biasanya akan mengupas lebih dalam sisi dibalik narasumber berita misalnya pengalaman hidup, jati diri dan sebagainya.
- c. *Sport News* berkaitan dengan berita-berita yang mengupas soal isu-isu olahraga. Berita ini meliputi hasil pertandingan, kompetisi, pemain, kegemaran pemain, supporter dan sebagainya.
- d. *Social News* berkaitan dengan kehidupan social masyarakat
- e. *Interpretive* berkaitan dengan berita-berita dianalisis lebih mendalam
- f. *Science* merupakan berita yang menjelaskan soal perkembangan keilmuan dan teknologi.
- g. *Consumer* merupakan berita yang membantu khalayak untuk membeli kebutuhan sehari-hari.

h. *Financial* merupakan berita yang memfokuskan diri pada bidang-bidang bisnis, komersial atau investasi.

Berita juga bisa dikatakan sebagai hiburan atau biasa yang disebut *News as Entertainment*. Jurnalisme entertainment berakaitan dengan informasi industri hiburan, seperti film, musik, *fashion*, *video games* dan lain sebagainya (Sterling dalam Romelta,). Jurnalisme hiburan memiliki dimensi cakupan yang luas, lebar dan panjang. Cakupannya terkait dengan segala aspek berita dan pandangan dari para pengkreasi seni dan hiburan (Fosdick dalam Santana, 2005: 37).

Menurut Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (dalam Pramesti, 2014: 74) produksi teks media dipengaruhi oleh lima faktor, diantaranya:

- a) Faktor individu (*individual level*) berhubungan dengan bagaimana aspek personal pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan khalayak. Aspek personal diantaranya individu jurnalis, redaktur ataupun individu-individu dalam kerja redaksional media. Aspek personal ini diantaranya seperti jenis kelamin, umur, pendidikan, agama, orientasi seks, status sosial, pandangan politik, dan sebagainya. Factor individu ini biasanya sudah dilakukan ketika seorang jurnalis meliput peristiwa. Konstruksi realitas individu ini akan menentukan angle berita.
- b) Faktor rutinitas media (*media routine level*) berhubungan dengan proses penentuan berita serta mekanisme bagaimana berita itu dibentuk. Proses penentuan berita berlangsung sejak rapat redaksi (penentuan berita yang

akan diliput), penugasan, penulisan berita, editing, hingga berita layak muat.

- c) Setiap media memiliki ukuran sendiri-sendiri dengan sebuah berita atau layak berita. Oleh karena itu, rutinitas media selalu mempertimbangkan apa yang bisa diterima konsumen, kemampuan media untuk memproduksi, dan bahan baku apa yang tersedia. Nilai berita berperan penting dalam level ini.
- d) Faktor organisasi (*organization level*) berhubungan dengan struktur organisasi yang mempengaruhi pemberitaan. Factor organisasi media ini seperti kebijakan redaksi, pemilik media, peraturan dari pemilik media, kepentingan bisnis group, serta pihak terkait lainnya seperti sirkulasi, bagian umum, dan lainnya. Masing-masing pihak ini memiliki kepentingan masing-masing yang tak menutup kemungkinan akan mempengaruhi pemberitaan.
- e) Faktor ekstramedia (*extramedia level*) berhubungan dengan factor lingkungan diluar media. Factor luar media ini terdiri dari berbagai pihak, diantaranya sumber berita yang memiliki kepentingan tertentu; sumber penghasilan media (iklan, pembeli media dll); serta pemerintahan dan lingkungan bisnis.
- f) Factor ideologi (*ideological level*) berhubungan dengan konsepsi atau posisi seorang dalam menafsirkan realitas. Biasanya tersirat dalam kebijakan redaksi, visi misi, kepentingan ekonomi politik, pedoman jurnalistik dan lainnya.

### 3. Jurnalisme *Online*

Kurang dari satu dekade, internet telah berevolusi dari sebuah alat teknis menjadi sebuah pengaruh yang besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Internet telah menjadi dorongan social, mempengaruhi bagaimana, kapan dan mengapa orang-orang berkomunikasi. Pada negara berkembang internet telah menjadi alat yang sangat dibutuhkan untuk perdagangan, penelitian, kesenangan termasuk digunakan dalam kebutuhan komunikasi (Foust dalam Kartika, 2011: 184). Internet dalam pandangan Flew merepresentasikan yang terbaru (*the newest*), paling banyak didiskusikan dan mungkin manifestasi paling penting dari media baru (Kartika, 2011: 186). Media *online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan perioditas (Romli dan Syamsul, 2012: 34). Media *online* atau yang sering dikenal kini dianggap sebagai sarana yang paling efektif untuk memberikan siaran pers (press realese) bagi pengirim berita, baik individu maupun institusi. Kelebihan lain dari media *online* adalah difungsikannya media antar pribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk elektronik mail (e-mail) (Suryawanti, 2011: 47-48).

Jurnalisme *online* adalah proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah lalu (Craig, 2005: 14). Artinya bahwa perkembangan teknologi informasi membuat media tidak hanya bergantung pada satu media dalam perorganisasiannya.

Menurut Foust, ada beberapa keuntungan yang bisa didapat dengan kehadiran jurnalisme *online* (Foust, 2009: 7-12) yaitu:

1. *Audience Control*

Audiense memiliki control besar terhadap informasi yang diterimanya. Mereka tidak lagi bertindak pasif dengan berita yang diterima, melainkan mampu aktif mencari informasi di media *online* yang mereka telusuri. Oleh karena itu, audience di media *online* sering disebut dengan *user* bukan pembaca, pendengar maupun pemirsa.

2. *Non-Linearity*

Salah satu atribut unik dalam internet, yakni informasi bergerak efektif dalam bentuk tidak linear alias independen. Dalam satu topik berita, *user* dengan bebas memilih berita-berita yang menurutnya menarik. Maka sering di portal berita ada istilah berita terkait.

3. *Storage and Retrieval*

Berita yang sudah diterbitkan akan tersimpan di internet dan bisa diakses kembali (*retrieve*). Jadi tinggal menggunakan mesin pencari, kita akan dengan mudah menemukan informasi yang diinginkan.

4. *Unlimited Space*

Karena berbagai macam keterbatasan, media-media mungkin menuliskan laporan pengadilan secara penuh karena tentu akan menambah halaman dan tentu menambah biaya, sedangkan kondisi ini tidak akan ditemui di media *online*.

#### 5. *Immediacy*

Keberadaan internet membuat aktualitas sebuah berita akan semakin tinggi. Pembaca tak perlu menunggu berita hingga keesokan pagi untuk mendapat informasi tentang gunung meletus disuatu daerah, tapi tinggal membuka media *online* dan langsung mendapat informasi tersebut saat itu juga.

#### 6. *Multimedia Capability*

Internet memungkinkan sebuah media *online* menampilkan informasi dalam beberapa format seperti tulisan, gambar, ilustrasi, animasi, suara dan video.

#### 7. *Interactivity and User-Generated Content*

Internet akan membuat *user* memiliki partisipasi audiens yang lebih besar atau yang biasa disebut interaktivitas. Dengan adanya forum, box komentar, blog, hingga *citizen journalism*, para *user* bisa terlibat aktif dalam memperoleh dan mengolah informasi. Dalam hal ini, jurnalisme *online* akan memiliki komunikasi interpersonal beralur *give and take* dan sudah bukan lagi *oneway* seperti media massa konvensional.

### **4. Film**

Film adalah karya seni yang lahir dari suatu kreativitas orang-orang yang terlibat dalam proses penciptaan film. Sebagai karya seni, film terbukti mempunyai kemampuan kreatif. Ia mempunyai kesanggupan untuk menciptakan suatu realitas rekaan sebagai bandingan terhadap realitas. Realitas imajiner itu



dapat menawarkan rasa keindahan, renungan atau sekedar hiburan (Sumarno: 1996: 28-29). Secara umum film dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu film dokumenter, fiksi dan eksperimental. Film fiksi masuk dalam kategori film cerita. Sementara film eksperimental dan dokumenter masuk dalam kategori non cerita (Himawan: 2017: 29).

- Film Dokumenter

Kunci utama dari film dokumenter adalah penyajian fakta. Film dokumenter berhubungan dengan tokoh, obyek momen, peristiwa, serta lokasi yang nyata. Film dokumenter tidak menciptakan suatu peristiwa atau kejadian, namun merekam peristiwa yang sungguh-sungguh terjadi (Himawan: 2017: 29-30)

- Film Fiksi

Dari sisi cerita film fiksi sering menggunakan cerita rekaan di luar kejadian nyata, serta memiliki konsep pengadeganan yang telah dirancang sejak awal (Himawan: 2017: 31).

- Film Eksperimental

Film eksperimental tidak memiliki plot, namun tetap memiliki struktur. Strukturnya sangat dipengaruhi oleh insting subyektif sineas seperti gagasan, ide, emosi, serta pengalaman batin mereka. Film eksperimental umumnya tidak bercerita tentang apapun bahkan kadang menentang kualitas (Himawan: 2017: 34).

Sebagai produksi budaya, karya seni dan kreatif sekaligus produk industri, film memang tetap menarik sebagai bahan kajian, apakah karena mencerminkan suatu realitas sosial masyarakat, sebagai produk yang punya nilai ekonomi tinggi ataupun sebagai alat propaganda dan kepentingan politik tertentu (Hutomo dalam Junaedi, 2016: 12). Film pertama kali digunakan hanya sebagai sebuah media, baru kemudian sebagai sebuah seni, pada awalnya dimulai pada akhir abad 19, dan memiliki refeksi yang tidak banyak dari 30 tahun awal perjalanan eksistensinya (Patten dalam Payne, 1996: 196). Jika kita melihat yang diproduksi sekitar tahun 1908, banyak dari film-film fiksi pada era itu dimainkan dengan keluar dari sisi dramatikanya. Para aktor diatur dalam sebuah baris dan berdiri begitu jauh dari kita. Pertunjukan mereka melawan sebuah backdrop kanvas lengkap dengan keriput dan dekor yang dilukis sesuatu. Shot yang ada tidak disela oleh shot apapun yang lebih dekat. Hari ini *image* seperti ini terlihat “*uncinematic*”, lebih berat ke arah teaterikal. Setengah lusin tahun kemudian, pada tahun 1913 film terlihat lebih natural. Meski masih tetap tidak menggunakan potongan yang dekat pada karakter-karakternya, tetapi jarak *shot* cukup terisi (Bordwell dalam basbeth, 2011: 186).

Perkembangan film di abad 21 mengalami perubahan yang spektakuler, ketika unsur teknologi menjadi bagian penting dalam proses produksi sebuah film. Seiring dengan perkembangan komputer mengarah pada digitalisasi, maka program-program yang mendukung dalam proses produksi film telah tercipta seperti program editing, animasi, audio, bahkan *special* efek yang menghasilkan

efek-efek gambar yang manajubkanpun tersedia, maka film yang akan terciptapun hasilnya luar biasa (Imanto, 2007: 24).

Selain produksi film, festival film pun menjadi salah satu kegiat perfilman. Festival film merupakan salah satu elemen penting dunia perfilman karena menciptakan ruang peertemuan antar pembuat film, penonton, investor dan pemerintah. Ruang tersebut tercipta melalui pemutaran, diskusi, pameran dan hibah produksi. Melalui festival film itu pula, berbagai pihak dapat berinteraksi, bernegosiasi dan menjalin kerjasama (Herlina, 2107: 75). Menurut Derret (dalam Aryanto, 2015: 32) festival merupakan event yang memiliki karakteristik berupa sifatnya yang sementara , momen unik, perayaan, menggunakan ruang publik di wilayah tertentu urban/ suatu daerah, memiliki isu publik yang menarik, dapat terhubung dengan kepentingan sektor pariwisata dan memungkinkan adanya investasi pemerintah masuk.

Festival film memiliki dimensi waktu (*time*), ruang spasial dan memiliki teks/ *content* dan karya sinema sebagai artifak kebudayaan (de Valk dalam Aryanto, 2015: 33). Film sebagai artifak kebudayaan berada dalam gugusan sistem dinamis festival yang melibatkan aktivitas peredaran film dan aktivitas pelbagai aktor (Wong dalam Aryanto, 2015: 33). Festival film dan potensi daya ungitnya terhadap sektor lain tidak dapat dilepaskan dari peran multi aktor. Karena festival film sebagaimana film bukan hanya sekedar tentang teks/*content* di dalamnya tetapi juga terkait dengan perihal yang menyangkut kelembagaan dan orang-orang yang terlibat dalam festival. Lembaga dan orang-orang yang dimaksud disini adalah para profesional perfilman seperti (*filmmaker*, distributor,

*exhibitor*) karya sinema, aktor/bintang film, pecinta film/pengunjung festival dan lembaga pers terkait yang beragam dan lembaga pemerintahan kota/daerah/negara yang terlibat (Wong dan de Valck dalam Aryanto, 2015:35)

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian kualitatif yang bersifat studi kasus. Karena dalam penelitian ini diperlukan adanya data-data untuk melengkapi penelitian ini, artinya untuk mengetahui bagaimana manajemen redaksional media online *KRJgja.com* dalam memberitakan film.

Menurut John Creswell metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum dan agak meluas (Raco, 2010: 7). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah instrument kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono: 2012: 15)

Seperti yang disebutkan oleh K. Yin bahwa penelitian studi kasus menginvestigasikan peristiwa kontemporer yang nyata terjadi dalam kehidupan dan antara peristiwa dengan konteks tidak bisa dipisahkan. Schramm, seperti dikutip oleh Robert K. Yin (2009; 18) memberikan definisi studi kasus sebagai berikut (Endah dalam Iskhak dkk, 2011: 206)

The essence of a case study, the central tendency among all types of case study, is that it tries to illuminate a decision or set of decision: why they were taken, how they were implemented, and with what result

Dari pemahaman-pemahaman diatas, dapat disimpulkan bahwa studi kasus adalah:

1. Metode yang baik untuk menunjukkan bagaimana sesuatu terjadi atau bekerja didalam kehidupan, memahami isu yang kompleks
2. *Richly descriptive, grounded in deep and varied sources of information*
3. Bersifat pemahaman yang dibangun dari konstruksi social masyarakat itu sendiri
4. Memberikan analisis yang mendalam tentang suatu topik dengan mempergunakan berbagai jenis sumber. Sumber data dapat berupa data dapat dari kuantitatif atau kualitatif, dapat dari observasi partisipan secara langsung maupun data sekunder dari dokumen (Endah dalam Iskhak dkk, 2011: 207).

Karena pengumpulan data yang dilakukan dalam jangka yang relatif singkat, maka studi kasus ini diharapkan dapat menghasilkan gambaran secara menyeluruh mengenai bagaimana media lokal *KRjogja.com* memuat berita-berita tentang film, yang berkaitan dengan manajemn redaksional.

## 2. Subjek dan Obyek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah surat kabar kedaulatan rakyat Yogyakarta dan menjadi objek dari penelitian ini adalah manajemen redaksional pemberitaan film. Melalui objek tersebut peneliti bisa mendapatkan suatu data.

## 3. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini adalah Kantor surat kabar kedaulatan rakyat Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. P. Mangkubumi no 40-46, Yogyakarta, sedangkan waktu penelitian ini adalah Febuari – April 2018.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu, kualitas instrument, dan pengumpulan data. Kualitas penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrument dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data (Sugiyono: 2012: 193). Untuk dapat mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan, maka kegiatan yang dilakukan adalah:

### a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu data paling penting dalam studi kasus. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh data primer terhadap pihak-pihak yang secara langsung terkait dengan kasus. Wawancara dilakukan dengan berdasarkan panduan wawancara dan *feedback* (Endah dalam Iskhak dkk, 2011: 223). Wawancara dilakukan sebagai komunikasi terhadap subjek penelitian sehingga mendapatkan data-data yang

dibutuhkan. Teknik wawancara dilakukan langsung melalui tanya jawab dengan pihak yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Meleong: 2014: 186).

Dalam proses ini bertujuan untuk mengetahui apa saja terkait manajemen redaksional di *KRJogja.com*, khususnya dalam pemberitaan tentang film. pada penelitian ini pihak-pihak yang diwawancarai adalah tim redaksi *KRJogja.com* dan wartawan yang bertugas pada desk hiburan, khususnya yang berkaitan tentang film.

#### b. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono: 203: 2014). Peneliti melakukan observasi langsung untuk memperoleh data mengenai manajemen redaksional surat kabar kedaulatan rakyat dalam pemberitaan film.

#### c. Studi Pustaka

studi pustaka adalah teknik pengumpulan dan pengolahan data sekunder yang didapat melalui buku, jurnal, artikel surat kabar, website, skripsi dan literature lainnya yang relevan dengan penulisan skripsi. Studi pustaka

dilakukan untuk menambah referensi mengenai manajemen redaksional pada surat kabar.

## 5. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif, meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan data. Terdapat empat strategi analisis data, yaitu:

### *a. Relying on Theoretical Proposition*

Pada strategi ini, mula-mula peneliti mempelajari teori atau situasi ideal, kemudian dengan menggunakan teori tersebut peneliti memotret dan menganalisis fenomena. Fungsi dari teori adalah membentuk proposisi-proposisi yang selanjutnya menjadi pisau analisis atas fenomena yang diteliti (Endah dalam Iskhak, 2011: 225)

### *b. Developing a Case Description*

Strategi jarang digunakan ketimbang strategi pertama. Karena strategi ini lebih sebagai alternative apabila peneliti menggunakan strategi pertama (Endah dalam Iskhak, 2011: 225).

### *c. Using Both Qualitative and Quantitative*

Penggunaan data kualitatif dan kuantitatif, dengan mengkombinasi data kualitatif dengan data statistik, peneliti akan mendapat strategi yang kuat (Endah dalam Iskhak, 2011: 225).

### *d. Examining Rival Explanation*

strategi ini dapat menggunakan tiga cara, yaitu (1) berdasarkan proposisi yang mengandung hipotesis lawan, (2) mengkontraskan Perspektif



partisipan dan pemangku kepentingan yang mungkin akan memproduksi framework deskriptif yang berlawanan, dan (3) menggunakan data perbandingan beberapa group yang mencakup kondisi berlawanan yang akan diuji (Endah dalam Iskhak, 2011: 225-226).

Analisis data yang mendalam akan memberikan perspektif yang mendalam mengenai manajemen redaksional surat kabar kedaulatan rakyat dalam pemberitaan film. Catatan-catatan yang didapat dari wawancara akan disusun secara deskriptif.