

ABSTRAK

Apa yang muncul di media tidak berasal dari kekosongan yang netral dan tidak memihak dan disalurkan melalui media yang tidak terdistorsi, melainkan merupakan hasil dari pengaruh internal dan eksternal media. Berbagai kepentingan sering kali dapat ditemukan di ruang redaksi pemberitaan. Di ruang redaksi tak dapat dipungkiri pasti sering terjadi konflik dan pertemuan antara kepentingan bisnis dan sikap redaksi, otoritas keredaksian yang berhadapan dengan bagian pemasaran, pemegang saham bahkan hingga pemasang iklan atas produk berita. Koran Tempo menawarkan iklan inforial Karenanya perlu diketahui seperti apa proses yang terjadi di balik produksi berita dan bagaimana agenda media dibentuk. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana proses yang terjadi di dapur redaksi Koran Tempo pada saat memproduksi berita dan ada kepentingan siapa saja yang andil dalam proses tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik wawancara serta observasi rapat redaksi. Dengan bantuan teori Agenda Setting dan teori Hirarki Pengaruh Isi Media oleh Shoemaker dan Reese untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan agenda media dan berbagai kepentingan yang terkait di dalamnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses pembentukan agenda media, level rutinitas media terutama aspek pengolahan berita adalah level yang paling dominan memengaruhi pengambilan keputusan. Hal ini dikarenakan semua berita yang diterbitkan Koran Tempo harus melalui proses rapat redaksi. Selain itu, level organisasi dan level ideologi juga merupakan aspek yang cukup signifikan dalam memengaruhi pengambilan keputusan karena nilai dan filosofi Tempo telah ditanamkan kepada awak medianya sejak dini.

Kata kunci: Agenda Media, Redaksi, Hirarki Pengaruh, Kepentingan, Koran Tempo

ABSTRACT

What appears in the media does not come from a neutral and impartial void and is channeled through undistorted media, but is the result of internal and external media influences. Various interests can often be found in the news editorial room. In the newsroom, it is undeniable that conflicts and meetings often occur between business interests and the attitude of the editorial office, editorial authorities dealing with the marketing department, shareholders and even advertisers for news products. Koran Tempo offers informative advertisements. Therefore, it is necessary to know what is the process behind news production and how the media agenda is shaped. This research wants to find out how the process that occurs in the editorial kitchen of Koran Tempo when producing news and whether there are interests of anyone who takes part in the process. This study used qualitative methods and interview techniques as well as editorial meeting observations. With the help of the Agenda Setting theory and the Hierarchy of Media Content Influence theory by Shoemaker and Reese to find out how the process of forming the media agenda and the various interests involved in it. The results of the study show that in the process of forming the media agenda, the routine level of the media, especially the news processing aspect, is the most dominant level influencing decision making. This is because all news published by Koran Tempo must go through an editorial meeting process. Apart from that, the organizational level and ideological level are also quite significant aspects in influencing decision making because Tempo's values and philosophy have been instilled in its media crew from an early age.

Keywords: Media Agenda, Editorial, Hierarchy of Influence, Interest, Koran Tempo