

ABSTRAK

Pada prinsipnya, tidak ada media yang benar-benar riil, selalu ada kepentingan di balik media. Pernyataan ini diperkuat dengan perspektif ekonomi politik yang melihat bahwa media tidak lepas dari kepentingan, baik kepentingan pemilik modal, negara, atau kelompok lainnya. Berita—sebagai produk media—sebelum ditayangkan, terlebih dahulu melalui proses produksi dan dipengaruhi berbagai lapisan yang melingkupi institusi media. Di mana tiap lapisan memiliki kepentingan dan jangkauannya masing-masing, tetapi tetap tunduk dan dibatasi oleh tingkatan yang lebih tinggi. Jurnalis merupakan level pertama yang memengaruhi proses produksi. Jurnalis merupakan profesi sekaligus sebagai ujung tombak sebuah media. Tidak hanya terlibat dalam proses produksi berita, jurnalis juga menjadi orang pertama yang mendapat fakta di lapangan. Namun, jurnalis tidak bisa menayangkan beritanya begitu saja. Jurnalis memiliki jangkauan sesuai tingkatannya dan dibatasi tingkatan yang lebih tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana jurnalis *Tempo.Co*, sebagai media yang dikenal memiliki kredibilitas tinggi, di tengah pusaran kepentingan dalam proses produksi berita. Penelitian ini menggunakan Teori Hierarki Pengaruh untuk dapat melihat bagaimana jurnalis dalam proses produksi berita di media. Peneliti melakukan studi fenomenologi yang datanya diperoleh dengan teknik wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara hierarki jurnalis *Tempo.Co* berada di level terbawah dalam struktur redaksi tetapi jurnalis memegang peran vital dalam proses produksi berita. Proses produksi berita di *Tempo.Co* tidak lepas dari berbagai kepentingan kelima level pengaruh baik internal maupun eksternal. Dalam menyeimbangkan berbagai kepentingan dalam proses produksi berita, jurnalis kerap kali harus melakukan negosiasi dengan sejumlah pihak untuk mencapai kesepakatan.

Kata kunci: Jurnalis, Kepentingan, Produksi Berita, Media

ABSTRACT

In principle, there is no real media, there are always interests behind the media. This statement is reinforced by the political economy perspective which sees that the media cannot be separated from interests, whether the interests of capital owners, the state, or other groups. News - as a media product - before being aired, first goes through a production process and is influenced by various layers that surround the media institution. Each layer has its own interests and reach, but is still subject to and limited by higher levels. Journalists are the first level to influence the production process. Journalists are both a profession and the spearhead of a media. Not only are they involved in the news production process, journalists are also the first people to get the facts on the ground. However, journalists cannot just broadcast the news. Journalists have a range according to their level and are limited by higher levels. The purpose of this study is to find out how Tempo.Co journalists, as a media known to have high credibility, are in the midst of a vortex of interests in the news production process. This research uses the Hierarchy of Influence Theory to be able to see how journalists in the news production process in the media. The researcher conducted a phenomenological study whose data was obtained using in-depth interview and observation techniques. The results showed that Tempo.Co journalists are hierarchically at the lowest level in the editorial structure but journalists play a vital role in the news production process. The news production process at Tempo.Co cannot be separated from the various interests of the five levels of influence, both internal and external. In balancing various interests in the news production process, journalists often have to negotiate with a number of parties to reach an agreement.

Keywords: *Journalists, Interests, News Production, Media*