

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL HARIAN FAJAR
DALAM MENENTUKAN FOTO *HEADLINE***

OLEH:

MUHAMMAD IDHAM AMA

E311 08 008



*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations*

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Kebijakan Redaksional Harian *FAJAR***
dalam Menentukan Foto *Headline*

Nama Mahasiswa : Muhammad Idham AMA

Nomor Pokok : E311 08 008

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing.

Makassar, 30 November 2013

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Jeanny M. Fatimah, M.Si
NIP. 95910011987022001

Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si
NIP. 196312101991031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.
NIP. 19610716987021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Talah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelarkesarjanaan dalam Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations Pada Hari Kamis, 5 Desember 2013

Makassar, 5 Desember 2013

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si. ()

Sekretaris : Murniati Muchtar, S.Sos., SH., M.Si. ()

Anggota : 1. Dr. Jeanny M. Fatimah, M.Si. ()

2. Drs. Sudirman Karnay, M.Si. ()

3. Drs. Mursalim, M.Si. ()

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Assalamu Alaikum Wr.Wb.

Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas karunia-Nya selalu dicurahkan kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi besar junjungan kita, Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat dan petunjuk Allah SWT. Akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Kebijakan Redaksi Harian *FAJAR* dalam Menentukan Foto *Headline***. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Public Relation, pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Pada kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah ambil peduli dan membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Penulis mendedikasikan skripsi ini kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Alm. Muhammad Ilham dan ibunda Hj. Mawardiana. Dan tante tercinta Hj. ST. Mahmiyah, Hj. Ummi Khair dan Hj. ST.Hamdiyah. Terima kasih atas doa tulus yang tiada henti diberikan, perhatian dan cinta yang senantiasa menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Dr. Jeanny M. Fatimah, M.Si dan Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si. selaku dosen pembimbing atas waktu, masukan, dan nasehat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Pejabat Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin beserta staf pegawai, terkhusus kepada Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Dr. H. Muhammad Farid, M.Si. dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Drs. Sudirman Karnay, M.Si. yang membantu secara administratif proses perkuliahan dan penyelesaian studi penulis.
4. Dosen-dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis dan staf-staf Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, Ibu Suraidah, Bapak Amrullah, Bapak Ridhodan Bapak Herman yang banyak membantu, serta staf akademik FISIP Unhas, Ibu Liny, Bapak Saleh dalam pengurusan Ujian Sarjana Penulis.
5. *Excellent Communication Society (EXIST 08)* untuk semua suka dan duka yang telah dilewati bersama. *You guys such an awesome family, I love you all!*
6. Adik – adik Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2009, 2010, dan 2011. Terima kasih telah membantu penulis dalam memudahkan pengisian kuesioner penelitian.
7. Staf redaksi Harian *FAJAR* yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan studi ditengah kesibukan penulis sebagai salah satu fotografer.

8. Pihak-pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih dan jauh dari kesempurnaan. Namun penulis sudah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga skripsi ini tidak hanya menjadi catatan yang lapuk termakan usia tapi ada manfaatnya bagi penulis dan juga pembacanya. Amin Ya Rabbal Alamin...

Makassar, 30 November 2013

Penulis

MUHAMMAD IDHAM AMA

ABSTRAK

MUHAMMAD IDHAM AMA, *Kebijakan Redaksional Harian FAJAR dalam Menentukan Foto Headline* (Dibimbing oleh Jeanny M. Fatimah dan M. Iqbal Sultan).

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui proses penentuan kebijakan redaksional di Harian *FAJAR*, khususnya dalam menentukan foto *headline*. 2). Untuk menguraikan kriteria yang harus dipenuhi oleh suatu foto sehingga dijadikan foto *headline* Harian *FAJAR*.

Penelitian ini dilaksanakan di redaksi Harian *FAJAR* dan berlangsung selama tiga bulan yaitu bulan September 2012 sampai Desember 2012. Tipe penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh diolah secara deskriptif kualitatif yaitu dengan mengadakan analisis data yang berupaya menggambarkan tentang masalah yang akan dibahas dalam penelitian serta dikembangkan berdasarkan teori yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan redaksional Harian *FAJAR*, secara umum hampir sama dengan kebijakan yang dianut surat kabar lainnya di Indonesia. Proses kebijakan redaksional Harian *FAJAR* dalam menentukan foto *headline* dimulai ketika fotografer menyetor foto ke *server* redaksi dan berakhir dengan diskusi antara koordinator kompartemen/redaktur halaman satu, koordinator foto, *layouter* dan pemimpin redaksi. Sedangkan kriteria menentukan foto *headline* Harian *FAJAR* mengacu pada pertimbangan; baru (termasa), jarak (jauh dekat), keluarbiasaan, penting, akibat dan tragedi (musibah).

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Penerimaan Tim Evaluasi	iii
Kata Pengantar	iv
Abstraksi	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Dafttar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Kerangka Konseptual Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional	10
F. Metode Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Sejarah dan Pengertian Fotografi	16
B. Foto Jurnalistik	22
C. Syarat Foto Jurnalistik	28
D. Sumber Foto	31
E. Proses Gatekeeping	34

F. Pengertian Foto <i>Headline</i> (FotoUtama)	39
G. KebijakanRedaksi	41
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	47
A. Sejarah Berdirinya Harian <i>FAJAR</i>	47
B. Visi dan Misi Harian <i>FAJAR</i>	55
C. Struktur Organisasi	56
D. Mekanisme dan Pembagian Kerja	62
E. Redaksional Harian <i>FAJAR</i>	65
F. Aturan Khusus yang Mengikat Wartawan/Fotografer	
Harian <i>FAJAR</i>	72
G. Pengembangan Sumber Daya Manusia	77
H. Tirasdan Pangsa Pasar Harian <i>FAJAR</i>	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A. Kebijakan Redaksional Harian <i>FAJAR</i>	79
B. Kebijakan Redaksional Dalam Menentukan Foto <i>Headline</i>	94
C. Kriteria Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i>	115
D. Proses PemilihanFoto <i>Headline</i>	121
E. Pemegang Peranan dalam Pemilihan Foto <i>Headline</i>	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran	129
Daftar Pustaka	131
Lampiran	133

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1.	Frekuensi Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i> berdasarkan Tema (September 2012)	97
Tabel 4.2.	Frekuensi Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i> berdasarkan Tema (Oktober 2012)	98
Tabel 4.3.	Frekuensi Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i> berdasarkan Tema (November + 1 Desember 2012)	100
Tabel 4.4.	Frekuensi Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i> berdasarkan Tema (Per 1 September sampai 1 Desember 2012)	101
Tabel 4.5.	Frekuensi Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i> berdasarkan Isu Sentral (September 2012)	104
Tabel 4.6.	Frekuensi Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i> berdasarkan Isu Sentral (Oktober 2012)	108
Tabel 4.7.	Frekuensi Foto <i>Headline</i> Harian <i>FAJAR</i> berdasarkan Isu Sentral (Per 1 September sampai 1 Desember 2012)	113
Tabel 4.8.	Kriteria Foto <i>Headline</i>	117
Tabel 4.9.	Tahapan Pemilihan Foto <i>Headline</i>	123

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1.	Kerangka Penelitian	9
Gambar 3.1.	Struktur Organisasi Redaksi Harian <i>FAJAR</i>	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan fotografi Indonesia selalu mengait dan mengalir seiring momentum politik perjalanan bangsa ini. Momentum inilah yang menentukan perkembangan dalam masyarakat. Mulai dari momentum perubahan kebijakan politik kolonial, revolusi kemerdekaan, ledakan ekonomi awal 1980-an, sampai reformasi 1998.

Fotografi berkembang dan mempengaruhi hampir segala aspek kehidupan manusia. Pengaruhnya paling banyak terasa pada perkembangan media massa. Jika pada awal munculnya media massa hanya berisikan tulisan-tulisan, sekarang hampir seluruh media massa khususnya cetak dihiasi oleh foto. Berita tak hanya dapat tersampaikan dari sebuah tulisan, fotopun dapat menyampaikan sebuah berita.

Foto dalam surat kabar menjadi salah satu sarana dalam menarik perhatian pembaca. Penting dan menariknya sebuah foto bagi media cetak seperti surat kabar menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Hal ini mengingat variasi pesan dalam sebuah pers cetak seperti surat kabar akan menjadi salah satu daya tarik meningkatkan pembaca. Sajian foto pun menjadi terasa penting dengan tumbuhnya persaingan antar media massa dan antar pers cetak untuk merebut

perhatian khalayak sasaran terutama jika kita melihat jumlah media massa yang ada di Indonesia sekarang ini, terutama menjamurnya pers cetak.

Penggunaan foto dalam media cetak merupakan sarana menembus batas dalam menyampaikan informasi atau pesan yang dapat diketahui semua orang dengan budaya dan latar belakang yang berbeda tanpa perlu adanya penterjemah, karena bahasa foto bersifat universal.

Foto-foto yang dimuat dalam surat kabar memang tidak selalu menggambarkan suatu peristiwa atau berita (*newsphoto*), melainkan bisa juga bersifat ilustratif, yaitu bisa berdiri sendiri atau menyertai suatu artikel, termasuk di dalamnya adalah foto-foto yang bersifat '*human interest*' (menarik perhatian dan membangkitkan kesan). Foto-foto yang dimuat dalam surat kabar itu secara 'salah kaprah' biasa disebut sebagai foto jurnalistik, artinya foto yang dihasilkan oleh kerja jurnalis (wartawan) di lapangan.

Suatu foto memang tidak bisa melukiskan keterangan-keterangan verbal yang diperoleh wartawan di lapangan, tapi dengan kemampuan visualisasi yang disuguhkan, sebuah foto bisa mengungkapkan pandangan mata yang sulit untuk dilukiskan dengan kata-kata. Berbeda dengan berita tulis di mana wartawan bisa secara tidak sengaja memasukkan subjektivitas yang bisa memengaruhi opini. Dengan foto akan memperkecil subjektivitas tersebut. Kepada pembaca disuguhkan secara visual apa adanya. Pembaca akan memberi penafsiran terhadap foto tersebut; yang tentu saja satu dengan lainnya bisa berbeda. Maka tidaklah salah ungkapan "*one picture is worth one thousand words*"

Menurut Rochady (1970) dalam bukunya *Wartawan Pembina Masyarakat*, lebih jauh dijelaskan fungsi foto atau gambar dalam surat kabar yaitu:

1. Gambar atau foto memiliki daya kekuatan dalam dua segi; yaitu segi daya penarik dan segi pentingnya, sama halnya dengan kedudukan berita yang dibuat dengan baik.
2. Foto dapat digunakan sebagai pemisah antara dua berita terhangat yang ditempatkan paling atas. Jalan itu ditempuh agar tidak terdapat gambaran seolah-olah kedua berita penting itu merupakan dua batu nisan yang tiada bergairah sama sekali. Bila hal ini sampai terjadi, maka antara kedua berita yang ditempatkan di atas tadi akan saling berebutan pengaruh yang akan memberikan kesan kurang baik bagi para pembaca.
3. Gambar atau foto juga merupakan penolong bagi surat kabar dari kesuraman bentuk atau rias muka. Sehingga dengan memuat gambar atau foto, maka halaman muka surat kabar menjadi segar dan menarik.
4. Gambar atau foto juga merupakan pembantu dalam menciptakan bimbingan atau petunjuk bagi pandangan mata pembaca. Bila melihat barang cetakan, mata cenderung untuk melihat terlebih dahulu bidang-bidang yang tampaknya lebih hitam atau putih yang berbeda dengan cetakan atau bidang-bidang lainnya. Seandainya pada halaman surat kabar dipasang gambar atau foto, maka itu akan tampak lebih hitam atau putih dari bidang-bidang lainnya. Ini berarti gambar atau foto akan membimbing mata pembaca ke arahnya.

Terlebih dalam menentukan foto *headline* (foto utama) dalam sebuah media massa seperti surat kabar. Media sangat berperan sebagai penengah dan penghubung dalam pengertian bahwa: media massa seringkali berada diantara kita; media massa dapat saja berada diantara kita dengan institusi lainnya yang ada kaitannya dengan kegiatan kita; media massa dapat menyediakan saluran penghubung bagi pelbagai institusi yang berbeda; media juga menyalurkan pihak lain untuk menghubungi kita, dan menyalurkan kita untuk menghubungi pihak lain; media massa seringkali menyediakan bahan bagi kita untuk membentuk persepsi kita terhadap kelompok dan organisasi lain, serta peristiwa tertentu. Melalui pengalaman langsung kita hanya mampu memperoleh sedikit pengetahuan.

Media juga menerima sejumlah tanggung jawab untuk ikut aktif melibatkan diri dalam interaksi sosial dan kadang kala menunjukkan arah atau memimpin, serta berperan serta dalam menciptakan hubungan dan integrasi. Konsep media sebagai penyaring telah diakui masyarakat, karena media seringkali melakukan seleksi dan penafsiran terhadap suatu masalah yang dianggap membingungkan.

Harian *FAJAR* sebagai surat kabar nasional yang terbit di Makassar, tentu saja foto *headline* yang ditampilkannya harus memiliki daya saing terhadap surat kabar lainnya yang terbit di daerah ini. Seperti media lainnya, pengelola Harain *FAJAR* pun harus senantiasa selektif dan berhati-hati menentuka foto *headline* diantara tumpukan foto-foto yang dihasilkan fotografernya atau dalam dunia jurnalistik dikenal dengan pewarta foto.

Dengan penuh pertimbangan para pengambil kebijakan di ruang redaksi tentu saja sangat ketat dalam menyeleksi foto yang dijadikan foto *headline* berdasarkan kebijakan redaksional yang disepakati. Pertimbangan matang merupakan hal yang sangat mutlak diperhatikan oleh pengambil kebijakan di ruang redaksi Harian *FAJAR*. Berdasarkan paparan di atas maka penulis merasa tertarik mengeksplorasi permasalahan ini lewat skripsi dengan mengangkat judul “**Kebijakan Redaksional Harian *FAJAR* dalam Menentukan Foto *Headline*”**”.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian di atas, dapatlah dikemukakan rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah proses kebijakan redaksional di Harian *FAJAR* khususnya dalam menentukan foto *headline*?
2. Bagaimanakah kriteria yang harus dipenuhi oleh sebuah foto untuk dijadikan foto *headline* di Harian *FAJAR* ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses kebijakan redaksional di Harian *FAJAR*, khususnya di dalam menentukan foto *headline*.

2. Untuk menguraikan kriteria yang harus dipenuhi oleh suatu foto sehingga dijadikan foto *headline* Harian *FAJAR*.

Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan studi komunikasi khususnya studi tentang kebijakan redaksional dalam menentukan foto *headline* di Harian *FAJAR*.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi Harian *FAJAR* dalam menjalankan kebijakan redaksional.
3. Untuk pembuatan skripsi guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

D. Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam Sistem Pers Pancasila terdapat asas mengenai jati diri atau kontrol diri sebagai refleksi rasa tanggung jawab atas kepentingan bangsa dan kesejahteraan umum. Hal ini tercermin kuat pada pengakuan wartawan Indonesia (Pasal 2 Kode Etik Jurnalistik) yang penuh rasa tanggung jawab dan bijaksana akan mempertimbangkan perlu tidaknya suatu berita atau tulisan disiarkan.

Wartawan Indonesia tidak akan menyiarkan berita/tulisan dan foto yang sifatnya destruktif, merugikan negara dan rakyatnya, menimbulkan kekacauan atau menyinggung rasa susila, kepercayaan agama, atau keyakinan seseorang atau golongan yang dilindungi oleh Undang-undang. Dengan demikian, wartawan

Indonesia tidak akan menggunakan jabatan dan kecakapannya untuk kepentingan diri sendiri, melainkan untuk keselamatan umum dan kepentingan nasional Indonesia.

Dalam kaitannya dengan menentukan foto yang layak dijadikan sebagai foto *headline* pengelola media massa melakukan seleksi yang sangat ketat. Para pengambil kebijaksanaan di sebuah lembaga media massa selalu diperhadapkan dengan bertumpuk-tumpuk foto. Mereka mempunyai wewenang memberi nilai foto dijadikan sebagai *headline*, berdasarkan berbagai pertimbangan, termasuk faktor internal dan eksternal.

Setiap media memiliki garis dan pola kebijakan redaksional yang biasa mewarnai karakteristiknya. Ini tercermin dalam isi, frekuensi pemberitaan, kualitas foto dan penampilan media.

Sedangkan proses memberi nilai, memeriksa, menentukan foto *headline*, dalam teori jurnalistik dikenal sebagai fungsi jaga gerbang (*gatekeeping*). Dalam menjalankan tugas *gatekeeping*, para *gatekeepers* berusaha menyaring foto sesuai pedoman yang telah digariskan oleh pihak redaksi. Pedoman dalam mengolah, menyeleksi dan menentukan foto *headline* dikenal sebagai kebijakan redaksional. Dengan mengikuti pola kebijakan redaksional yang telah digariskan, citra media bersangkutan akan tampak sesuai visi dan misi yang diembannya.

Di dalam proses *gatekeeping* ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pengambil kebijaksanaan, sebagaimana pendapat John R. Bitter yang dikutip A.S. Achmad sebagai berikut :

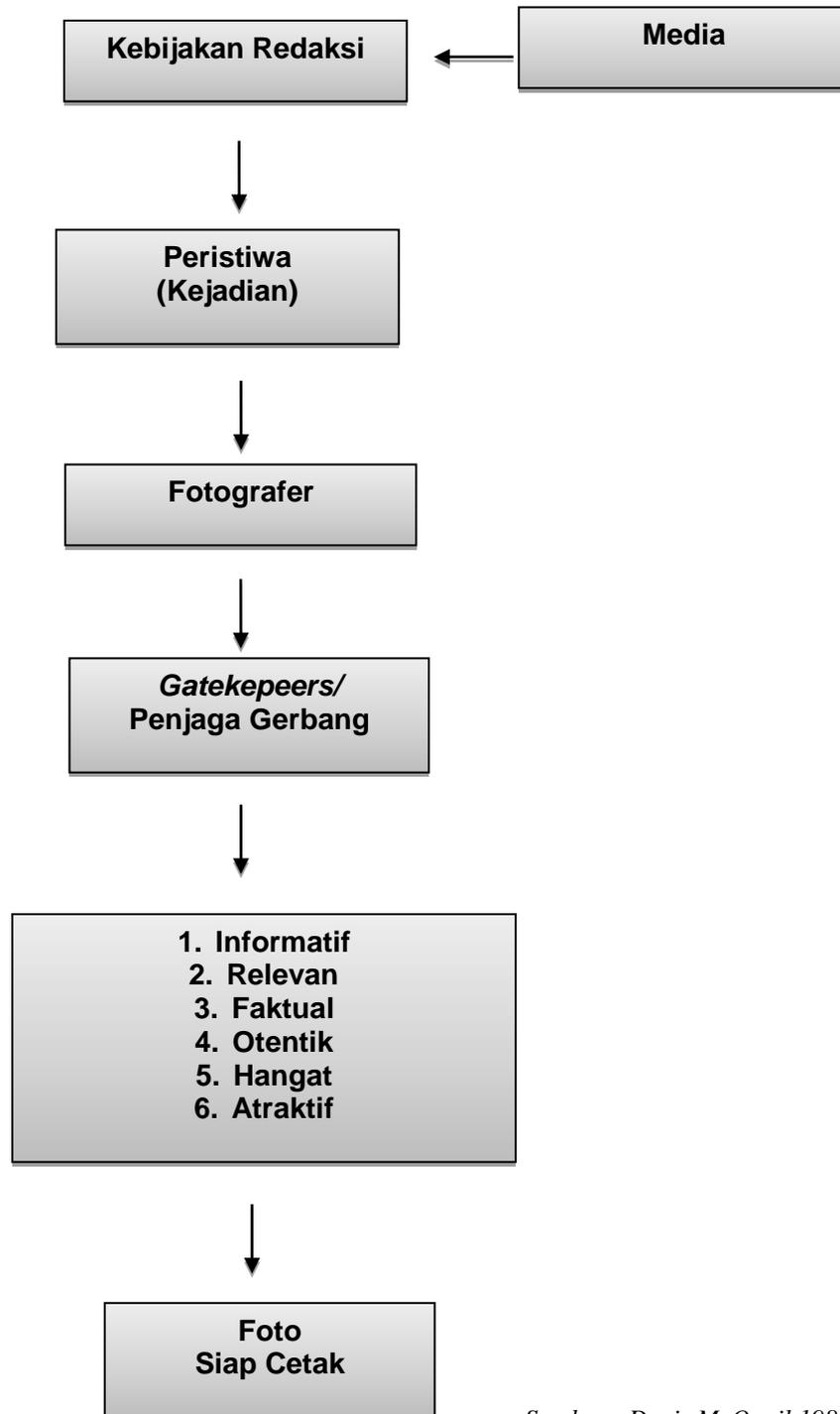
“Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi keputusan para wartawan (gatekeepers) dalam menentukan pilihan berita kejadian untuk dilaporkan, antara lain ekonomi, pembatasan undang-undang, batas waktu pemasukan berita, lubang pelaporan (news hole) dan reaksi kepada tanggapan balik. Para wartawan tidak pernah melakukan kegiatan bebas dari organisasi di mana mereka bekerja. Tidak seperti halnya profesi dokter atau pengacara, para wartawan pada akhirnya harus menyerahkan pekerjaannya kepada seseorang yang lain jika karya itu dipublikasikan (Achmad, 1990: 73)”.

Memperhatikan rincian faktor-faktor tersebut, dapatlah dikatakan bahwa setiap lembaga media (surat kabar) telah menetapkan kriteria-kriteria apa yang harus dipenuhi oleh sebuah foto untuk dijadikan foto *headline*. Kriteria itu merupakan bagian dari kebijakan redaksional.

Dalam sebuah media, kriteria pemilihan berita utama dan foto *headline* tidak jauh beda. Keduanya terlebih dulu melalui proses penjaringan dan tentu saja melalui proses *gatekeeping*

Untuk lebih jelasnya , berikut ini akan digambarkan sebuah bagan atau model yang berhubungan dengan kegiatan *gatekeeping*. Model ini diilhami oleh model *gatekeeping* selektif dari Galtung dan Ruge. Model ini dikombinasikan dengan teori Bitter tentang faktor-faktor pemilihan berita.

Kerangka Penelitian



Sumber : Denis McQuail.1985:115

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

E. Definisi Operasional

1. *Informatif*, foto mampu menjelaskan dirinya secara ringkas apa yang ingin disampaikan, segera terbaca tanpa harus dibebani kata panjang lebar.
2. *Relevan*, isi yang dikandungnya secara jitu mendukung tema pokok cerita / penulisan, artinya tema foto tidak melenceng dari tema tulisan.
3. *Faktual*, Subjek foto tidak diada-adakan tapi memang ada dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.
4. *Otentik*, ada dua pengertian otentik dalam hasil pemotretan :
 - a. Subjeknya sendiri hanya fotografer yang bersangkutan yang dapat.
 - b. Meskipun ada 10 fotografer yang memotret subjek yang sama, ada suatu hasil yang menunjukkan sudut pandangan yang unik (ada gagasan khas dalam ungkapan visualnya).
5. *Hangat*, sesuai dengan prasyarat sebuah berita yaitu tema foto berita itu menyangkut hal kehangatan, subjeknya bukan merupakan hal yang basi hingga betapapun sukses pengambilannya, sebuah foto belum akan bernilai berita jika tidak secepatnya dipublikasikan.
6. *Atraktif*, ini menyangkut sosok grafis foto itu yang mampu tampil secara menggigit/mencekam, penampilannya tidak hambar tetapi memang secara hidup.

Dari uraian tersebut tampak jelas betapa rumitnya proses yang harus dilalui sebuah peristiwa atau kejadian sebelum lolos menjadi foto *headline* dalam surat kabar. Para *gatekeepers* akan berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan foto yang menarik perhatian khalayak. *Gatekeepers* dalam menjalankan aktivitasnya senantiasa berpegang teguh pada garis kebijakan redaksionalnya sekaligus harus tunduk kepada sistem yang melingkupi di mana media yang dikelolanya itu berada.

John R. Bitter (1996) dalam mengistilahkan *gatekeepers* sebagai “individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa)”. Jika diperluas maknanya, yang disebut sebagai *gatekeepers* adalah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet, video tape, *compact disk*, dan buku. Dengan demikian, mereka yang disebut sebagai *gatekeepers* antara lain fotografer, koordinator foto, redaktur pelaksana, bahkan kepala redaksi atau orang lain dalam media massa yang ikut menentukan arus informasi yang disebarkan.

Secara umum, peran *gatekeepers* sering dihubungkan dengan berita dan foto. Redaktur dan editor sering melaksanakan fungsi sebagai *gatekeeper*, mereka menentukan apa yang dibutuhkan khalayak. Dengan kata lain, tugas *gatekeepers* adalah bagaimana menentukan dalam hal ini foto *headline* yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan pembaca.

Kebijakan redaksional harus sinkron dengan perencanaan yang dibuat oleh pengelola media sebagai komunikator. Dalam kaitan ini, E. Llyod Sommerland

dalam tulisannya *Why a Communication Policy and Plan ?* sebagaimana dikutip

Phil Astrid S. Susanto dalam Nasrullah, 1994 (14) menjelaskan :

“Policies provide the principles, rules and guidelines on which the communication system is built, while the implementation of policies is the business of planning... Plans take shape in accordance and with policy decision about kind of society, the government, and the people want, the priorities for economic development, the importance placed on education, on the retention of cultural values and on the speed of progress (Susanto,1982:12)

Menyimak definisi di atas, jelas pula bahwa kebijakan redaksional suatu lembaga media massa , termasuk surat kabar merupakan prinsip-prinsip atau aturan-aturan dan pedoman yang dipakai sebagai acuan dalam menentukan foto *headline*. Aturan tersebut juga tidak terlepas dari pola kebijakan redaksional.

Dalam penelitian ini penulis akan memusatkan perhatian pada kebijakan redaksional Harian *FAJAR* dalam menentukan foto *headline*. Untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran pengertian terhadap objek yang diteliti serta untuk mencegah terlalu meluasnya cakupan pembahasan, penulis perlu memberikan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Kebijakan Redaksi

Anwar Arifin dalam tulisannya yang berjudul *Pers Sebagai Lembaga Sosial* mengemukakan bahwa kebijakan redaksi adalah pedoman atau kerangka acuan bagi wartawan dalam mencari, menggali, meliput dan menyajikan peristiwa menjadi berita atau opini yang aktual, menarik dan bermakna (Arifin. 1989 : 7).

2. Foto Headline

Taufan Wijaya dalam bukunya yang berjudul *Foto Jurnalistik : Dalam Dimensi Utuh* menjelaskan bahwa foto *headline* adalah foto terpenting sebuah edisi karena dipilih dari sekian banyak foto yang masuk meja redaktur sehari sebelumnya. Bisa dibilang foto *headline* adalah foto terbaik dari keseluruhan foto yang terdapat pada cetakan edisi itu (Wijaya. 2011 : 36).

3. Harian *FAJAR*

Harian *FAJAR* merupakan surat kabar yang terbit di Makassar sejak 1 Oktober 1981. Dewasa ini Harian *FAJAR* terbit dengan tiras 600 ribu eksemplar. Daerah penyebarannya tidak hanya di Sulawesi Selatan, tetapi juga daerah-daerah lainnya di Kawasan Timur Indonesia.

F. Metode Penelitian

1. Objek dan Waktu Penelitian

Objek yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah surat kabar Harian *FAJAR*, mengingat Harian *FAJAR* merupakan surat kabar terbaik di Indonesia Timur berdasarkan survei AC Neilsen, sehingga membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana kebijakan redaksi foto dalam menentukan foto *headline*. Penelitian di laksanakan pada bulan September sampai Desember 2012.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif.

3. Teknik Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini, di gunakan dua macam teknik pengumpulan data yang digunakan sekaligus agar masing-masing teknik dapat saling melengkapi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Untuk lebih jelasnya mengenai kedua teknik pengumpulan data diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Wawancara

Penulis mewawancarai secara langsung pihak-pihak yang memegang peranan di dalam pengambilan kebijakan redaksional, terutama dalam pemilihan foto *headline*. Sumber (informan) yang diwawancarai adalah pemimpin redaksi, koordinator kompartemen, kordinator foto, serta sejumlah fotografer. Pemimpin redaksi dianggap patut sebagai sumber karena secara politis mereka bertanggung jawab atas isi surat kabar secara keseluruhan. Koordinator kompartemen dan redaktur foto dijadikan sumber karena secara teknis operasional mereka memegang kendali dalam pengambilan kebijakan redaksional. Sedangkan fotografer diwawancarai karena secara teknis terlibat langsung dalam pengambilan gambar dilapangan.

1. *Data Primer*, data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari subyek peneliti. Jadi, sumber datanya manusia. Data ini diambil langsung berdasarkan tanya jawab (wawancara) dengan pihak

terkait seperti dari surat kabar Harian *FAJAR* dalam menentukan foto *headline*.

2. *Data Sekunder*, data yang sudah tersedia dalam dokumen tertentu, seperti buku-buku, majalah, surat kabar maupun hasil penelitian orang lain seperti, artikel, karya ilmiah, hasil seminar, dan sebagainya.

b. Observasi Penulis.

Berusaha melibatkan diri dalam kegiatan mencari, memotret dan menyetor foto di ruang redaksi Harian *FAJAR*. Sambil melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan tersebut, penulis mengadakan observasi secara langsung dan terlibat dalam proses pengambilan kebijakan, khususnya dalam menentukan foto *headline*.

c. Dokumentasi.

Secara singkat teknik ini dapat dikatakan sebagai pengamatan terhadap gejala-gejala dari obyek yang diteliti dengan meneliti dokumen-dokumen yang tersedia, dikatakan oleh Lexy J. Maleong bahwa :

“ Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data, karena dalam banyak hal dokumen sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Oleh karena itu, penggunaan dokumen, merupakan hal yang tidak dapat diabaikan begitu saja.” (Maleong, 1991: 161)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Sejarah dan Pengertian Fotografi

1. Sejarah Fotografi

Hadirnya fotografi yang kita kenal dewasa ini telah melalui perjalanan panjang selama berabad-abad. Fotografi pada dasarnya merupakan gabungan dari dua faktor yang terpisah; kemampuan menciptakan citra dari suatu subyek yang dapat diproyeksikan ke sebuah layar dan penemuan sebuah medium yang dapat mewujudkan citra tersebut dalam bentuk gambar (foto).

Sejumlah versi muncul ketika berbicara tentang awal mula ditemukannya fotografi. Yang pertama ditemukan adalah proyeksi dari sebuah citra. Seberkas cahaya terang yang masuk ke dalam sebuah kamar gelap melalui lubang kecil yang kemudian membentuk sebuah citra dari pandangan atau benda di sisi luar – meskipun terbalik dan kabur – di atas sehelai kertas putih yang berukuran 15 cm. Peristiwa tersebut ditemukan oleh Aristotle pada abad ke-4 Sebelum Masehi. Dan pada tahun 1490 Leonardo da Vinci menemukan *camera obscura* yang berarti kamar gelap dalam bahasa Italia. Dengan perkembangan *camera obscura* yang dilengkapi dengan berbagai penemuan tentang lensa, diafragma, pengatur fokus, serta reproduksi dalam kamar gelap dan nilai-nilai lainnya yang memungkinkan terciptanya sebuah karya imaji

fotografi sebagai hasil rekaman objek dan peristiwa secara nyata dengan detail yang dapat dipercaya dan dijamin 'keabsahannya'.

Selain peristiwa tersebut, versi lain mengatakan jika awal fotografi ditemukan oleh sekelompok saudagar Arab pada abad ke-11 yang melihat terbentuknya citra melalui sebuah lubang kecil di dalam kemah mereka. Kedua peristiwa tersebut, yang mana benar ?

Seiring perkembangan zaman, akhirnya ditemukan dan digunakannya lensa untuk menajamkan citra yang dihasilkan. Kamar gelap yang digunakan berkembang berupa sebuah tenda hitam yang tidak praktis.

Pada tahun 1851 Frederic Scott Archer memperkenalkan proses pelat basah, yaitu proses pemberian lapisan peka cahaya pada permukaan sebuah pelat gelas. Penyinaran dan pengembangannya harus masih dalam keadaan basah, yang hasilnya adalah sebuah citra negatif berkualitas tinggi yang lebih peka dibanding sebelumnya. Yang menyulitkan adalah karena pelat gelas tersebut harus dipersiapkan setiap kali menjelang pemotretan dan harus langsung diproses yang berakibat setiap fotografer harus membawa tenda agar dapat segera memprosesnya. Namun akhirnya masalah ini teratasi dengan ditemukannya pelat kering yang dapat dibawa kemana-mana tanpa harus segera diproses.

Kemajuan dan perbaikan dalam pengembangan bahan peka cahaya di dunia fotografi (sekarang dikenal dengan nama film) diimbangi pula dengan berkembangnya teknologi kamera itu sendiri.

Hadirnya kamera diawali dari sebuah kotak kayu yang sederhana dan kasar buatannya. Sejalan dengan sifat dan kebutuhan manusia yang menyukai kehalusan dan keindahan, kotak kayu tersebut buatannya semakin disempurnakan dan semakin artistik terbuat dari kayu mahoni pilihan yang dirangkai dan dibingkai dengan bahan kuningan.

Kamera mulai dijual kepada publik sejak tahun 1839 dan terus mengalami perbaikan serta penyempurnaan sampai akhirnya pada tahun 1890-an ditemukan film gulung (roll film) yang pertama, sekaligus diperkenalkan kameranya oleh Eastman's Kodak.

2. Pengertian Fotografi

Fotografi sebagai sebuah produk maupun seni banyak dikenal melalui media massa, khususnya surat kabar. Foto menjadi pendukung artikel dan berita dalam sebuah surat kabar. Ketidaklengkapan sebuah penyajian tanpa sebuah foto diungkapkan dengan kalimat "foto mewakili seribu kata".

Dalam kamus bahasa Indonesia pengertian fotografi adalah seni atau proses penghasilan gambar dan cahaya pada film. Pendek kata, penjabaran dari fotografi itu tak lain berarti "menulis atau melukis dengan cahaya".

Kata Fotografi diambil dari Yunani yaitu kata *Photos* yang berarti sinar atau cahaya, dan *Graphos* yang berarti gambar. Dalam seni rupa, fotografi adalah proses pembuatan lukisan dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan

cahaya yang mengenai obyek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera.

Secara umum, menurut Sujiwo Sarjono (1994) dalam Yusuf, 2001 (27);

“Fotografi adalah melukis atau menggambar dengan cahaya atau dapat juga disebut pekerjaan membuat foto yang dimulai dari memotret, memproses, sekaligus mencetaknya dalam bentuk gambar”.

Daya cipta fotografi sangat mengagumkan dan menginspirasi seperti halnya seni lukis. Merekam gerak langkah kebudayaan umat manusia hingga saat ini. Mulai dari rekaman pertandingan antar kampung hingga rekaman ketika Neil Armstrong menginjakkan kaki di Bulan.

Kemana pun fotografi sebagai sarana pencipta imaji visual yang terpercaya dan dimanfaatkan dalam berbagai tujuan dan fungsi. Fotografi berkembang menjadi sarana yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk kemaslahatan manusia. Pengembangan lebih lanjut dari fotografi telah menciptakan suatu bentuk media baru. Media yang semula merupakan gambar *“still”* yang tidak bergerak telah menjadi media penghasil imaji bergerak dalam bentuk film dan video dengan fungsi dan penampilan yang mendukung esensi karakteristik fotografi sebagai imaji visual yang nyata, faktual dan terpercaya seperti realitas kehidupan.

Menurut Suwito Sarjono (1994) dalam Yusuf, 2001 (29-31), ada tiga faktor yang mempengaruhi hasil sebuah foto :

a. Fotografer.

Ada dua macam fotografer, amatir dan profesional. Fotografer amatir menjadikan fotografi sebagai hobi semata dan kesenangan pribadi.

Fotografer amatir memotret demi memenuhi kesenangan diri. Berapapun biayanya tidak menjadi soal. Pokoknya hati senang, terhibur dan gembira.

Sedangkan fotografer profesional adalah orang yang menjadi fotografer sebagai profesi. Dia memotret untuk mencari uang, sehingga fotografer profesional membekali diri dengan keahlian fotografi yang memadai. Fotografer profesional berhubungan dengan orang lain yang menggunakan keahliannya dalam memotret.

b. Kamera

Kamera merupakan alat untuk memotret. Ada beberapa bagian pada kamera dengan fungsinya masing-masing. Tapi, pada prinsipnya kamera berfungsi untuk merekam gambar.

Menurut Suwito Sarjono (1994) tentang prinsip kerja kamera antara lain;

“Prinsip kerja sebuah kamera itu sebenarnya sederhana. Yaitu adanya ruang yang gelap. Tak ada sekecil apapun cahaya. Benar-benar gelap-gulita, kemudian dalam ruang gelap itu diletakkan film. Diseberang film ada celah satu-satunya sebagai jalan masuk bagi cahaya/sinar. Pada celah dilengkapi lensa. Lewat lensa inilah gambar benda diproyeksikan ke bidang film. Maka gambar “diserap” (direkam) oleh film. Setelah film dicuci akan menjadi bentuk negatif atau film negatif” (Sarjono, 1994, 19).

c. Film

Film sering kita kenal sebagai tontonan yang diputar dalam bioskop. Pada fotografi kita juga mengenal istilah itu. Dalam fotografi film ini

dimasukkan ke dalam kamera. Sedangkan pada bioskop, filmnya dimasukkan dan diproses dalam proyektor.

Ada lagi perbedaannya. Film untuk bioskop menghasilkan gambar “hidup” sedangkan pada fotografi film ini akan menghasilkan gambar “mati” alias foto. Sebelum menjadi foto, dilalui beberapa proses, antara lain; Pemotretan dan proses cuci cetak. Untuk hasil yang maksimal faktor penyajian pun sangat menguntungkan.

Sedangkan untuk menghasilkan foto yang maksimal secara teknis dapat dilakukan dengan cara mengatur ketajaman gambar (fokus), mengatur pencahayaan (*light meter*) dan mengatur pembatasan gambar (komposisi).

Ketika kebutuhan manusia untuk merekam suatu kejadian atau peristiwa yang mempunyai nilai berita, dalam arti bahwa suatu berita harus diketahui oleh orang banyak, maka kebutuhan untuk merekam dengan sarana yang mudah, terpercaya ke-otentikan detail yang memadai, relatif cepat proses produksinya telah terwakili dalam karya fotografi jurnalistik. Untuk itu maka pilihan yang efektif tiada lain adalah fotografi yang berfungsi sebagai pencipta imaji yang dapat disebarluaskan melalui *mass media* cetak, baik sebagai pendukung atau ilustrasi berita verbal, maupun yang berdiri sendiri sebagai imaji rekaman peristiwa (foto berita) yang faktual dan terpercaya.

Maka lahirlah *dokumentary photography* yaitu foto yang sesuai dengan sifat hakiki dari fotografi yang berfungsi merekam atau

mendokumentasikan sesuatu. Namun secara khusus foto tidak sekadar mendokumentasikan, tetapi juga merekam peristiwa yang harus diketahui secara umum, maka lahirlah apa yang disebut *press photography* atau fotografi jurnalistik. Yaitu sebagai salah satu bentuk fotografi yang mengemban misi untuk menampilkan imaji yang bernilai berita kepada masyarakat melalui media massa. Kehadirannya pada media cetak bisa memiliki fungsi ganda, yang pertama sebagai ilustrasi pendukung berita, yang kedua sebagai ‘berita’ itu sendiri.

B. Foto Jurnalistik

Menurut Wilson Hicks, Foto Jurnalistik adalah kombinasi antara foto dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya”. (Alwi 2004:4).

Menurut Frank P.Hoy, pada bukunya yang berjudul *Photo journalism The Visual Approach*, ada delapan karakter foto jurnalistik adalah sebagai berikut:

- a. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto. Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
- b. Medium foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media internet seperti kantor berita.
- c. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.

- d. Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto/keterangan gambar. Tanpa keterangan gambar yang, foto tersebut tidak dapat dikategorikan foto jurnalistik.
- e. Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek, sekaligus pembaca foto jurnalistik.
- f. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak. Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
- g. Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
- h. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers. (Alwi, 2004:4)

Olehnya itu Prof. Dr. Onong Uchyana Efendi mengemukakan bahwa, nilai berita (*news value*) ditentukan oleh 10 komponen utama. Kesepuluh komponen ini akan menjadi kategori dalam penelitian ini. Tentu saja dengan alasan bahwa pertimbangan ini yang banyak digunakan oleh redaktur untuk menentukan sebuah foto apakah layak muat atau tidak. Meskipun unsur teknis juga ikut berpengaruh di dalamnya.

Semakin banyak komponen dalam suatu berita/foto, akan semakin besar minat pembaca/penikmat. Kesepuluh komponen inilah yang menurut Prof. Dr. Soelarko yang berlaku bagi berita dan juga berlaku bagi foto jurnalistik.

Kesepuluh komponen tersebut ialah:

a. Minat Diri (*self Intern*)

Yang termasuk dalam jenis ini, adalah foto-foto yang bersangkutan langsung dengan kepentingan pembaca/penikmat, seperti keluarga, kekayaan, hobi dan sebagainya.

b. Uang (*Money*)

Hidup manusia tidak lepas dari soal uang. Karenanya foto yang menyangkut uang akan selalu menarik. Foto soal demo kenaikan gaji, SPP, korupsi, perampokan Bank dan lain-lain akan menarik untuk dibaca.

c. Seks

Masalah seks menyangkut semua orang. Karenanya foto yang menyangkut seks akan selalu menarik perhatian untuk dinikmati. Bintang film, ratu kecantikan, wadam, manita tuna susila dan lain-lain, kesemuanya itu merupakan foto yang bisa menarik minat.

d. Pertentangan (*Conflict*)

Foto tentang pertentangan akan merupakan jaminan untuk memperoleh pembaca yang banyak jumlahnya. Contoh foto mengenai pertentangan adalah foto perang, kampanye politik, pemogokan, olahraga, kontes kecantikan, pemeriksaan di pengadilan dan sebagainya.

e. Minat Insani (*Human Interest*)

Seperti telah disinggung sebelumnya, foto-foto human interest adalah foto-foto yang menyentuh rasa manusiawi, yang menampilkan rasa aneh, takjub, gembira, ngeri, sedih, terharu dan lain-lain, yang dapat

menimbulkan perasaan seperti itu terutama manusia, selain kadang-kadang binatang.

f. Ketegangan (*Suspence*)

Foto-foto yang membuat kita ingin mengetahui apa yang akan terjadi seringkali membangkitkan minat yang terus menerus. Foto semacam ini adalah mengenai foto-foto petualangan, penyelidikan atau foto yang menggambarkan pertolongan kepada orang yang ditimpa bencana, seperti foto pekerja tambang yang tertimbun.

g. Kemasyuran (*Fame*)

Foto yang termashur saja, membuat foto (*make photography*), akan menarik untuk diperhatikan khalayk, sebagai bintang idola atau sekedar pengagum. Foto ini didasarkan pada ketokohan dan kelebihan seseorang.

h. Keindahan (*Beauty*)

Foto-foto yang melukiskan keindahan yang mencakup berbagai obyek, dapat menarik perhatian pembaca. Foto keindahan bukan saja mengenai manusia, seperti paras yang cantik, tubuh yang bagus, suara merdu atau pakaian yang serasi, tetapi juga mengenai keindahan alam, rumah dan sebagainya.

i. Umur (*Age*)

Foto peristiwa yang menyangkut anak atau seorang yang lanjut usianya akan menarik minat pembaca untuk memperhatikan foto tersebut, foto seorang menteri yang berusia sangat muda, anak umur sembilan tahun

mengandung, kakek yang berumur 100 tahun lebih, akan merupakan foto yang menarik untuk dinikmati.

j. Kejahatan (*Crime*)

Foto-foto kejahatan akan selalu menarik perhatian para pembaca. Kalau surat kabar banyak menampilkan foto-foto kejahatan, karena pembaca memang menyukainya. Tidak mengherankan jika kantor polisi tiap hari menjadi ladang untuk mengambil foto-foto kejahatan. Bahkan tidak jarang surat kabar menempatkan khusus fotografernya pada yang satu ini.

Demikian sepuluh komponen yang menentukan nilai berita. Tadi disebutkan bahwa semakin banyak komponen yang terkandung dalam sebuah foto, semakin tinggi nilai berita, yang dengan sendirinya akan semakin banyak penikmat/pembacanya. Foto yang menggambarkan seorang gadis kecil berusia muda, anak seorang jutawan yang diperkosa oleh seorang residivis akan merupakan berita yang banyak peminatnya untuk dilihat, sebab dalam contoh tersebut terdapat enam komponen yang terpadu.

Bresson memberi pengertian sementara tentang foto jurnalistik:

“Foto jurnalistik adalah berkisah dengan sebuah gambar, melaporkannya dengan sebuah kamera serta merekamnya dalam waktu yang seluruhnya berlangsung seketika saat suatu citra tersembul mengungkap suatu cerita.”

Foto berita yang berkualitas mempunyai nilai akurasi dan aktualitas yang berbobot yang dapat melengkapi paket berita, menjadi saksi peristiwa nyata mencakup kategori berita (*spot news*), ilmu pengetahuan (*science*), teknologi

(*technology*), profil masyarakat dalam berita (*people in the news*), kehidupan sehari-hari (*daily life*), olahraga (*sport*), alam lingkungan (*nature*), karya seni (*art*), dan feature berita (*news feature*).

Selain pembagian di atas, kategori foto jurnalistik menurut *World Press Photo* antara lain:

- a. Foto BeritaSpot (*spot news*) adalah foto kejadian/peristiwa yang terjadi sepiintas. Pada foto ini memiliki sifat aktual.
- b. Foto berita umum (*general news*) adalah foto-foto yang bersifat umum dan yang menyangkut kemasyarakatan dan bersifat formalitas. Foto-foto ini misalnya foto-foto pelantikan.
- c. Foto berita alam dan lingkungan (*natural news*) adalah foto-foto yang menggambarkan lingkungan dan pemandangan. Misalnya foto panorama sunset.
- d. Foto berita potret (*people in the news*) adalah foto yang menampilkan khas atau watak seseorang yang dilukiskan melalui foto.
- e. Foto berita Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Iptek) adalah foto-foto menyangkut ilmu pengetahuan dan teknologi. Biasanya foto-foto yang masuk dalam kategori ini adalah penemuan-penemuan baru dalam ilmu pengetahuan.
- f. Foto berita keseharian (*daily news*) adalah foto yang melukiskan kehidupan sehari-hari masyarakat dalam suatu lingkungan. Foto-foto

yang masuk dalam kategori ini misalnya kehidupan di perkampungan nelayan.

- g. Foto berita seni dan budaya (*art news*), adalah foto-foto yang menampilkan kegiatan seni dan budaya daerah. Biasanya dikemas dalam sebuah pertunjukan, pagelaran atau pesta rakyat.
- h. Foto berita olahraga (*sport news*), adalah foto yang menggambarkan kegiatan olahraga, yang merupakan turunan dari foto *action*. Misalnya, foto sepak bola, atau bola basket.

Pembagian kategori tersebut pada hakekatnya sama. Yang jelas foto-foto itu harus jelas maknanya. Karena pemuatan foto atau gambar yang keliru dan tidak sesuai dengan etika profesinya dapat menimbulkan dampak yang merugikan banyak pihak. Oleh karena itu maka para wartawan foto dituntut pula untuk selalu berhati-hatidan mawas diri untuk menghindari adanya erosi dan distorsi infomasi yang dapat diakibatkan oleh semakin pesatnya perkembangan teknologi fotografi. Mengingat akan kemajuan di bidang teknologi tersebut, maka para wartawan foto harus senantiasa mengembangkan sifat profesionalismenya sehingga karya-karyanya dapat memberi arti positif bagi masyarakat.

C. Syarat Foto Jurnalistik

Adapun syarat foto jurnalistik, setelah mengandung berita dan secara fotografi bagus, syarat lain lebih kepadafoto harus mencerminkan etika atau

norma hukum, baik dari segi pembuatannya maupun penyebarannya. Di Indonesia, etika yang mengatur foto jurnalistik ada pada kode etik yang disebut kode etik jurnalistik. Pasal-pasal yang mengatur hal itu ada, khususnya pada pasal 2 dan 3 (Alwi, 2004:9).

Pasal 2 berisi pertanggung jawaban yang antara lain: wartawan Indonesia tidak menyiarkan hal-hal yang sifatnya destruktif dan dapat merugikan bangsa dan negara, hal-hal yang dapat menimbulkan kekacauan, hal-hal yang dapat menyinggung perasaan asusila, agama, kepercayaan atau keyakinan seseorang atau sesuatu golongan yang dilindungi undang-undang. Sementara pasal 3 berisi cara pemberitaan dan menyatakan pendapat, antara lain disebutkan bahwa wartawan Indonesia menempuh jalan dan cara yang jujur untuk memperoleh bahan-bahan berita. Wartawan Indonesia meneliti kebenaran suatu berita atau keterangan sebelum menyiarkannya dengan juga memperhatikan kredibilitas sumber berita. Di dalam menyusun suatu berita, wartawan Indonesia membedakan antara kejadian (fakta) dan pendapat (opini). (Alwi, 2004:9-10).

Contoh penerapan dari pasal-pasal yang ada pada kode etik tersebut, yaitu misalnya dalam pembuatan foto tentang kecelakaan atau pembunuhan, tidak boleh menampilkan wajah korban, melainkan ditutupi koran atau diambil dari jarak agak jauh, contoh lain foto di pengadilan/orang yang sedang diadili, harus diambil dari belakang selama status orang tersebut masih tersangka.

Contoh lain adalah foto-foto yang bersifat pornografi juga tidak boleh disiarkan. Foto yang dibuat dengan teknik manipulasi komputer juga tidak boleh disiarkan kalau tidak berdasarkan kebenaran.

Foto berita pada umumnya segera disiarkan dan bertemakan politik, hukum/kriminal, olahraga, ekonomi, yang selalu ingin diketahui perkembangannya oleh pembaca. (Alwi, 2005:5).

Syarat foto berita yang berhasil menurut Prof. Brend. Heydemann, anggota Persatuan Jerman Untuk Fotografi, syarat tersebut adalah :

- a. Proses relasi adalah dimana foto berita harus mampu merangsang daerah-daerah sensitif dari proses penyampaian informasi dalam masyarakat.
- b. Prinsip berkesan adalah foto berita harus disusun sedemikian rupa sehingga dia mudah diterima.
- c. Prinsip pembaruan adalah adalah foto berita jangan menyampaikan ulangan-ulangan dari gaya pemberitaan, agar terhindar dari efek kebosanan dari pembaca.
- d. Prinsip orisinalitas adalah foto berita harus mampu menyajikan beritanya dengan detail gambar, yang dapat dikenal dengan penyajian modern.
- e. Prinsip Glaubwurdigkeit Credibility adalah foto berita harus benar-benar terjadi atau dapat dipercaya dan dapat di andalkan. (Soelarko:1985:71)

Kategori foto berita yang berdasarkan respons emosional dari pengamat adalah :

- a. Foto berita yang memberikan tanggapan sedih, belas kasihan, iba, terharu, terpukau duka, nestapa, murung, dan lain-lain ucapan emosi yang depressif.

- b. Foto berita yang memancarkan kegirangan, kebahagiaan, pujian, rangsangan, pengaguman, adorasi, dan lain-lain ucapan emosi yang merangsang temper (tegangan emosi).
- c. Foto berita yang menimbulkan rasa senang (*mirth*) tanpa melibatkan diri sendiri dalam peristiwanya, senyum, ketawa, tergelitik, geli, terhadap hal-hal yang dianggap jenaka, lucu, gila, konyol, aneh dalam hal situasinya, dan hal-hal lain yang menggelikan pengamat (Soelarko, 1985:219)

D. Sumber Foto

Sedangkan untuk sumber foto, setiap media memiliki jurnalis foto masing-masing. Harian *FAJAR*, memiliki enam pewarta foto/fotografer. Fotografer ini khusus ditugaskan untuk mengambil gambar yang ditugaskan oleh redaksi. Bahkan biasanya mereka harus turun ke lapangan untuk meliput tanpa menerima perintah dari kantor mereka, jika itu dianggap penting.

Meski demikian, Harian *FAJAR* tetap memanfaatkan agen foto dari beberapa kantor berita.

Pada umumnya pewarta foto terdiri dari :

1. Pewarta Foto Media Bersangkutan

Fotografer ini terikat oleh salah satu media dimana ia bekerja dan berkewajiban melakukan setiap tugas yang diberikan oleh media yang bersangkutan.

2. Sumber Kantor Berita

Sumber kantor berita pada umumnya terbagi dua yaitu:

a. Kantor Berita Internasional

Dengan menggunakan kriteria “daerah penyebaran hasil-hasil pekerjaannya”, di dunia ini terdapat lima kantor berita internasional yang mendominasi peredaran berita di dunia dan menjadi sumber utama foto/berita dari surat kabar di dunia, termasuk negara-negara berkembang mereka disebut *big five* atau *transation news agencies*.

Kelima kantor itu adalah:

- *Associated Press (AP)*

Didirikan pada tahun 1848 dan sejak tahun 1990 berkantor di New York.

- *Agence France Press (AFP)*

Didirikan di Paris tahun 1835 oleh Charles Havas. Menjadi agen berita/foto tertua di dunia.

- *Reuters*

Didirikan di London pada tahun 1851 oleh Julius Reuter.

- *United Press International (UPI)*

Hasil peleburan dari United Press (UP) dan International News Service (INC), yang bergabung pada tahun 1958.

- *Telegrafnoie Sovietskavo Souiuza (TAZZ)*

Didirikan pada tahun 1918, semula bernama Rossykoje Telegrafnie Agenburo (ROSTA) dan diganti menjadi TASS pada tahun 1925.

Selain kelima kantor berita yang menyediakan foto-foto untuk surat kabar di dunia itu, ada beberapa kantor berita yang baru saja dibuka yang juga menyediakan foto-foto tertentu. Daily Soccer misalnya, agen ini hanya menyediakan foto-foto olahraga dan masih banyak kantor berita lainnya.

b. Kantor Berita Nasional

- Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN Antara)
- Jawa Pos National Network (JPNN)
- IPPHOS
- Kantor berita Nasional Indonesia
- Pusat Pemberitaan Angkatan Bersenjata (PAB)

Namun dari keempat kantor berita di atas hingga kini LKBN Antara yang paling aktif melakukan kegiatan pengiriman foto dan berita ke setiap surat kabar. Sementara JPNN yang merupakan jaringan grup media Jawa Pos.

3. Dokumentasi

Foto-foto ini biasanya berupa foto yang berasal dari sumber atau dokumentasi keluarga serta humas setiap kantor. Untuk mengetahui sumber foto ini hampir setiap media memberikan kredit title foto istimewa olehnya itu.

E. Proses *Gatekeeping*

Dunia jurnalistik tidak lepas dari aktivitas rutin berupa mencari, mengumpulkan, menyeleksi, mengedit serta menyiarkan berita. Seperti halnya dalam foto jurnalistik. Foto yang dihasilkan oleh fotografer tidak langsung begitu saja disiarkan kepada khalayak melalui suatu penerbitan. Sebelum disuguhkan kepada khalayak, sebuah foto harus melalui serangkaian proses dan pengolahan yang cukup rumit.

Penyeleksian foto umumnya berlangsung di dalam ruang pemberitaan (*news room*) atau biasa disebut ruang redaksi. Proses penyeleksian ini biasa dikenal sebagai proses *gatekeeping*. Konsep *gatekeeping* berasal dari karya Kurt Lewin (1947) dalam Nasrullah, 1994 (30) yang meneliti proses pengambilan keputusan tentang pembelian makanan rumah tangga. Kurt merumuskan konsepnya sebagai berikut:

“informasi selalu mengalir sepanjang saluran-saluran tertentu yang memiliki wilayah berpintu (gate areas), dimana pengambilan keputusan itu dilaksanakan, baik yang sesuai dengan peraturan-peraturan tertentu maupun yang ditentukan secara pribadi oleh penjaga pintu (gatekeeper), tentang apakah informasi atau barang-barang itu akan diizinkan masuk atau lewat saluran tersendiri”

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan *gatekeeper* dalam menentukan berita mana yang akan disajikan pada khalayak. Dalam konteks ini, Denis Mc Quail membagi tiga faktor utama yang mempengaruhi suatu pilihan yaitu *manusia, lokasi, dan waktu*.

1. Faktor Manusia

Setiap wartawan memiliki sumber berita yang mereka kenal atau mereka sukai. Mereka berhubungan dengan para tokoh penting melalui berbagai sarana institusional, bisa berupa konferensi pers, hubungan masyarakat dan sebagainya. Berita seringkali berupa apa saja dikatakan oleh para tokoh penting menyangkut peristiwa atau masalah dalam konteks tertentu.

Hubungan sumber dan wartawan merupakan interaksi timbal balik. Di satu pihak wartawan membutuhkan sumber untuk mendapatkan sejumlah data atau informasi untuk keperluan beritanya. Sedangkan di sisi lain sumber sumber membutuhkan wartawan untuk menyalurkan ide-idenya atau kepentingan-kepentingan tertentu. Sehubungan dengan akses kedua belah pihak ini, Herbert J. Gan menjelaskan:

“From the perspective of sources suggest that their successful access to journalists is shaped by at least four interrelated factors: (1) incentives; (2) powers; (3) the ability to supply suitable information; and geographic and social proximity to the journalist.”

Hal ini mengandung pengertian bahwa perspektif, kesuksesan akses sumber pada wartawan paling sedikit ditentukan oleh empat faktor yang saling berhubungan satu sama lain. Faktor tersebut meliputi: adanya dorongan-dorongan tertentu, power, kemampuan memberikan informasi yang sesuai, dan kedekatannya dengan wartawan baik secara geografis maupun secara sosial.

Sebaliknya, pihak wartawan juga membutuhkan sumber untuk keperluan beritanya. Ada beberapa pertimbangan yang digunakan wartawan dalam

memilih sumber mana yang bakal dihubungi. Herbert J. Gans memberikan enam pertimbangan yang digunakan wartawan dalam menentukan sumber, yaitu :

a. *Past suitability*

Jika seorang sumber sudah pernah memberikan informasi yang tepat terhadap suatu kisah berita, maka cenderung untuk dipilih kembali.

b. *Productivity*

Seorang sumber juga ditentukan oleh kemampuannya memberikan informasi yang banyak tanpa harus mengorbankan waktu dan usaha wartawan.

c. *Reliability*

Seorang wartawan akan lebih mengutamakan sumber yang dapat diandalkan.

d. *Trustworthiness*

Sumber yang dapat dipercaya bersifat akurat, dan bahkan cenderung dipilih sebagai sumber.

e. *Authoritativeness*

Seorang wartawan akan cenderung memilih sumber yang memiliki otoritas dan tanggung jawab yang resmi. Hal ini akan membantu wartawan dalam membela diri. Jika nantinya timbul kontroversi terhadap berita yang ditulisnya.

f. *Articulateness*

Seorang wartawan akan memilih sumber yang mampu mengungkapkan pandangannya secara baik, singkat, padat, dan jelas. Wartawan akan lebih memilih sumber yang menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh sebagian besar khalayak.

2. Faktor Lokasi

Hubungan antar lokasi memang memiliki pengaruh yang jelas dalam memilih sumber berita. Semakin dekat lokasi terjadinya suatu peristiwa dengan kota, daerah atau negara publik yang dituju, semakin besar pula akan kemungkinan peliputan peristiwa tersebut. Meski begitu, faktor dekatnya jarak bisa saja dikalahkan oleh beberapa faktor lain. Misalnya, kekuasaan atau sifat intristik peristiwa.

3. Faktor Waktu

Faktor waktu memiliki pengaruh yang sangat besar dalam proses seleksi. Ketetapan waktu juga menegaskan salah satu kemampuan teknologi komunikasi yang amat menonjol, yakni kemampuan menembus kendala waktu. Pentingnya menyajikan berita terbaru pada kesempatan pertama seringkali mengalahkan berbagai faktor lainnya dalam menentukan pilihan.

Di samping faktor-faktor tersebut di atas, masih ada ketentuan-ketentuan tertentu yang mempengaruhi *gatekeeper* dalam pengambilan keputusan. John R. Bittner mengemukakan sepuluh kekuatan yang mempengaruhi *gatekeeper* dalam menyeleksi berita. Yakni, (1) *economics* (ekonomi), (2) *legal*

restrictions(pembatasan undang-undang), (3) *deadline*(batas waktu pemasukan berita), (4) *ethics*(etika pribadi dan etika profesional), (5) *competition* (kompetisi), (6) *news hole* (lubuk pemberitaan), (8) *attentions factors* (faktor perhatian), (9) *perr group pressure* (tekanan kelompok pembanding), (10) *reacting to feedback* (reaksi tanggapan kembali).

Berita-berita yang telah mengalami seleksi oleh *gatekeeper* akan diolah untuk selanjutnya disiarkan kepada khalayak. Pengolah berita juga dipengaruhi oleh beberapa kekuatan. Kekuatan tersebut dapat berasal dari dalam dan dapat pula berasal dari luar.

Berdasarkan ungkapan teori di atas jelaslah bahwa wartawan dalam mengolah berita menjadi suatu produk media senantiasa dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan tertentu. Kekutan yang berasal dari luar meliputi: khalayak, masyarakat itu sendiri, peristiwa atau kejadian, sumber berita, kelompok-kelompok kepentingan, pemerintah dan kekuatan-kekuatan ekonomi. Sedangkan kekuatan dari dalam meliputi: gaya dan bentuk jurnalistik, sikap keahlian, media dan teknologi, organisasi, waktu, ruang dan hambatan-hambatan ekonomi.

Patut tidaknya sebuah berita dimuat oleh media massa tidak terlepas pula dari serangkaian norma-norma yang berlaku di mana media massa itu berada. Patut, menurut kamus umum bahasa Indonesia, berarti baik, layak, pantas, senonoh, masuk akal, dan sudah seharusnya.

Sedangkan, menurut M. Wonohito, patut adalah sesuai dengan norma-norma tertentu, tidak berrtentangan dengan ataupun tidak melanggar norma-norma yang dihormati.

Surat kabar harus memiliki norma dan sopan santun sebagai pedoman agar pembaca tidak merasa dirugikan. Sehubungan dengan patut tidaknya sebuah berita dimuat dalam sebuah surat kabar, Anwar Arifin mengemukakan istilah tersendiri yang patut dijadikan pegangan oleh wartawan agar dapat menghindari berita yang berdampak merugikan bagi kepentingan umum dan bangsa, tidak menimbulkan kekacauan, tidak menyinggung rasa susila, tidak menyinggung kepercayaan, tidak menyinggung agama, tidak menyinggung keyakinan seseorang atau golongan yang dilindungi oleh undang-undang. Istilah tersebut adalah MISS-SARA.

MISS-SARA adalah upaya untuk tidak menghasut, tidak insiniasi, tidak sensasional, tidak mempertentangkan suku, tidak mempertentangkan agama, tidak mempertentangkan rasial, dan tidak mempertentangkan aliran. Anwar Arifin menganggap MISS-SARA sudah terkandung dalam Undang-Undang Hukum Pidana, Undang-Undang Pokok Pers, dan Kode Etik Jurnalistik.

F. Pengertian Foto *Headline* (Foto Utama)

Diantara foto-foto yang disajikan oleh surat kabar ada foto yang dianggap sebagai paling istimewa. Foto itu menjadi jaminan bagi pembaca. Apabila foto yang dianggap istimewa itu tidak menarik di mata khalayak pembaca, maka minat khalayak untuk melihat foto di halaman lainnya menjadi urung. Karena itu, foto ini disebut foto utama (*headline*).

Foto yang pertama kali menarik perhatian pembaca adalah *fotoheadline* yang ada di halaman satu. Citra sebuah surat kabar di mata khalayak bisa dinilai dari melalui *fotoheadline* yang disajikan pengelola media tersebut.

Dapat dipastikan bahwa semua surat kabar menempatkan *fotoheadline*-nya pada ruang (tempat) yang mudah terlihat oleh pembaca. Tujuannya, agar khalayak langsung tertarik untuk membaca surat kabar yang bersangkutan.

Selain harus mempunyai nilai istimewa dari segi tata letak (*lay out*) atau perwajahan, *fotoheadline* harus pula lebih unggul dalam isi melalui pemilihan topik-topik isu yang lagi aktual dan menyentuh kepentingan atau kebutuhan orang banyak.

Laku tidaknya suatu surat kabar, dipengaruhi oleh isi surat kabar itu sendiri. Tetapi isi yang bagus belum tentu menjadi jaminan. Karena itu, antara isi dan penempatannya harus sinkron. Selain topiknya menarik, penempatannya pun harus strategis. *Fotoheadline* yang bagus dapat memuaskan hati pembaca. Jika pembaca puas dengan *fotoheadline*, maka iapun tertarik untuk melihat foto-foto lainnya. Selanjutnya, pembaca tergoda untuk melihat foto-foto yang ditempatkan pada halaman dalam.

Tidaklah berlebihan kalau *fotoheadline* dianggap sebagai primadona surat kabar. *Fotoheadline* bisa pula diibaratkan sebagai magnetnya surat kabar untuk menyedot minat dan perhatian pembaca.

Foto yang lolos seleksi menjadi *fotoheadline* adalah foto yang betul-betul mempunyai nilai jual yang diandalkan. Untuk lolos menjadi primadona, sebuah

foto harus bersaing dengan begitu banyak foto yang dianggap layak dimuat dan ditempatkan di halaman depan.

Fotoheadline mempunyai nilai lebih yang paling menonjol dibanding foto-foto lainnya yang dimuat dalam suatu edisi surat kabar. Dalam hal ini *fotoheadline* harus memenuhi kriteria-kriteria tertentu yang ditentukan dan disepakati oleh pengelola media yang mempunyai kewenangan untuk itu. *Fotoheadline* pada media cetak tentu saja memiliki karakteristik tersendiri.

G. Kebijakan Redaksi

Sebagai lembaga yang menyelenggarakan kegiatan komunikasi massa, pers senantiasa memiliki serangkaian nilai-nilai dasar dalam membangun visi dan citra. Nilai-nilai itu juga sekaligus berfungsi sebagai kerangka acuan yang hidup sehingga sebuah lembaga pers secara konsisten memiliki kepribadian.

Kepribadian pers tercermin seluruhnya dalam isi, bentuk dan gaya pesan yang disajikan dalam setiap penampilannya yang terbit secara berkala. Hal ini mutlak diperhatikan karena profil dan citra pers bersangkutan pertama-tama akan akan diberi bobot, dimensi dan warna oleh kepribadian dan visi yang dimilikinya. Dari situlah pers memperoleh gengsi dan kredibilitas dimata khalayak, sekaligus memperoleh jati dirinya.

Nilainya dasar yang membentuk kepribadian pers dapat bermacam-macam, tergantung pada pendiri dan pemimpin media massa bersangkutan. Kerena itu,

kepribadian pers pada dasarnya merupakan pencerminan dari kepribadian para komunikator yang ada dibelakangnya.

Wartawan sebagai komunikator yang terorganisasi dalam lembaga pers, memiliki pekerjaan yang secara langsung relevan dengan tugas kreatif memproduksi pesan, berdasarkan kerangka acuan dan visi medianya.

Sehubungan dengan kepribadian pers ini. Anwar Arifin (1987) memberikan uraian sebagai berikut:

“Adanya kepribadian surat kabar yang berbeda, sebagai refleksi dari perbedaan seperangkat nilai yang dimilikinya, melahirkan kebijaksanaan redaksi yang berbeda-beda pula. Kebijaksanaan redaksi itu dikenal sehari-hari sebagai politik surat kabar. Bagi wartawan dalam mencari, menggali dan menyajikan peristiwa menjadi berita atau opini yang aktual, menarik dan bermakna”. (Arifin. 1987:7)

Makna kebijakan redaksi itu sendiri dapat ditelusuri lebih jauh dengan memahami arti kebijaksanaan itu sendiri. Solichin Abdul Wahab(1991) merumuskan kebijaksanaan seperti berikut:

“Kebijaksanaan adalah suatu deklarasi mengenai suatu dasar pedoman bertindak, suatu arah tindakan tertentu, suatu program mengenai aktivitas-aktivitas tertentu atau suatu rencana.” (Solichin. 1991 ; 12).

Batasan diatas sejalan dengan batasan yang diberikan oleh E. Lloyd dalam tulisannya: *“why a communication policy and plan?;* seperti yang dikutip oleh Phil Astrid S.Susanto:

“Policies provides the principles, rules and Guidelines on which the implementations sistem is Built, while the implementations of polices is the bussiness of planning of... plans take shape in accordance and with policy decision about kind of society, the government and people want, the culture values and on the speed of progress.” (Astrid : 12)

Berdasarkan kedua batasan diatas, jelaslah bahwa kebijakan itu merupakan dasar pedoman, prinsip-prinsip atau aturan-aturan dalam membangun suatu sistem komunikasi. Kebijakan hendaknya disesuaikan dengan keinginan pemerintah dan masyarakat, pertumbuhan ekonomi, pendidikan, sesuai dengan nilai-nilai budaya serta cepatnya kemajuan. Karena faktor-faktor ini senantiasa mengalami pertumbuhan atau bersifat dinamis, maka penemuan kebijakan juga hendaknya bersifat dinamis dan luwes.

M. Irfan Islamy (1992) merinci faktor-faktor yang mempengaruhi perumusan kebijakan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh tekanan-tekanan dari luar,
2. Adanya pengaruh-pengaruh kebijaksanaan lama,
3. Adanya pengaruh sifat-sifat pribadi,
4. Adanya pengaruh dari kelompok luar, dan
5. Adanya pengaruh keadaan masa lalu. (Irfan. 1992 : 25)

samping adanya faktor-faktor tersebut diatas, James E. Anderson mengemukakan beberapa macam nilai yang melandasi tingkah laku pembuat kebijakan seperti berikut:

“(1) Nilai-nilai politik (political values) keputusan-keputusan dibuat atas dasar kepentingan politik atau kelompok kepentingan tertentu; (2) nilai-nilai organisasi (organization values) keputusan-keputusan dibuat atas dasar nilai-nilai yang dianut oleh organisasi, seperti balas jasa (rewards) dan sanksi (sanction) yang dapat mempengaruhi anggota organisasi untuk menerima dan melaksanakannya; (3) nilai-nilai pribadi (personal values) sering kali pula keputusan dibuat atas dasar pribadi pembuat keputusan untuk mempertahankan status quo, reputasi, kekayaan dan sebagainya; (4) nilai-nilai kebijaksanaan (policy values) keputusan dibuat atas dasar persepsi-persepsi pembuat kebijaksanaan yang secara moral dapat dipertanggungjawabkan, dan (5) nilai-nilai ideologi (ideological values) seperti misalnya nasionalisme dapat menjadi landasan pembuatan kebijaksanaan,” (Ibid).

Uraian kebijakan dapat bersifat sederhana atau kompleks, bersifat umum atau khusus. Kebijaksanaan yang sifatnya umum sangat penting, namun harus diakui bahwa kebijaksanaan seperti itu kurang konkret. Menyadari hal ini setiap lembaga akan merumuskan kebijaksanaan sendiri secara lebih konkret. Lembaga pers yang mengembang fungsi informasi, hiburan dan pendidikan juga punya kebijaksanaan yang lebih konkret.

Wartawan sebagai komunikator yang terorganisasi tidaklah mengolah semua peristiwa menjadi berita, kecuali melalui penyaringan. Sebagai *gatekeeper*, wartawan akan selalu mengacu pada pedoman atau kebijaksanaan yang telah digariskan oleh lembaga media massa dimana ia bekerja.

Waren Breed memberikan analisis yang mendalam mengenai kontrol berita di ruang berita (ruang kerja redaksi). Kajiannya memperlihatkan bagaimana para wartawan--apakah berada di bawah perintah langsung atau tidak--dipengaruhi oleh kebijaksanaan surat kabar dan oleh norma-norma mengenai isi berita yang

kadang-kadang eksplisit, seringkali implisit, dan disampaikan melalui rekan reporter di ruang berita. Ia menemukan bahwa wartawan-wartawan baru tidak pernah secara formal diberitakan mengenai kebijaksanaan surat kabarnya.

Waren Breed lebih lanjut memaparkan beberapa cara supaya staf mengenai kebijakan redaksi, antara lain:

“Membaca surat kabar mereka sendiri dan dengan begitu menemukan karakteristik-karakteristiknya dalam peliputan berita; menjadi penerima tindakan-tindakan dan sanksi-sanksi editorial, seperti kritik atau coretan-coretan biru pada naskah (biasanya tanpa keterangan langsung tentang kebijaksanaan yang dilanggar); mendengar gosip; mengikuti rapat staf; membaca pengumuman organisasi; dan secara langsung meneliti aktivitas-aktivitas penerbit dan eksekutif lainnya serta mendengarkan pendapat yang mereka ungkapkan.” (Ibid)

Breed juga telah meneliti beberapa sebab mengapa staf (wartawan) menyesuaikan diri dengan kebijaksanaan surat kabar begitu mereka mengetahuinya. Sebab-sebab itu meliputi:

“Sikap tanggap terhadap otoritas kelembagaan penerbit dan kemungkinan sanksi pada pelanggaran kebijaksanaan; Rasa hormat dan kewajiban kepada atasannya di surat kabar; keinginan naik pangkat; kekompakan; keadaan aktivitas kerja yang menyenangkan; dan pengalihan tujuan, dimana memperoleh atau menghasilkan “berita” menjadi nilai kerja utama, mengikat staf dan eksekutif serta mengalihkan perhatian dari tujuan alternatif untuk memberikan informasi kepada pembaca.” (Ibid)

Kebijakan ada yang bersifat umum dan ada yang ada yang bersifat khusus. Secara umum semua media massa (surat kabar dan televisi) mempunyai kebijaksanaan umum yang sama. Kebijakan redaksional yang umum meliputi

keputusan terhadap kode etik jurnalistik, menjunjung tinggi ideologi Pancasila dan menghindari hal-hal yang bersifat MISS SARA.

Secara khusus setiap media akan memiliki kebijakan redaksi yang berbeda antara satu dengan yang lain. Hal ini tergantung pada sifat dan ciri khas yang dimiliki media yang bersangkutan. Atau dengan kata lain, disesuaikan dengan misi atau citra media bersangkutan.

Josep R. Dominick membedakan dua jenis kebijakan yang terdapat pada setiap lembaga pers. Pertama, dia menyebut sebagai *operating policies*. Kebijakan ini adalah mencakup kebijakan tentang peliputan berita sehari-hari. Kedua, sebagai *editorial policy*, yaitu suatu kebijakan yang diikuti oleh komunikator untuk mempengaruhi khalayak mengenai suatu isu tertentu atau untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berita dan foto yang dibaca, dengar dan ditonton di media massa merupakan produk organisasional. Sebagai produk organisasional, berita yang tersebarluaskan telah banyak mendapat pengaruh dari berbagai kekuatan dan diolah menurut aturan tertentu. Karena itu, pers bukanlah saluran yang pasif dan netral. Melainkan aktif dan dinamis, sebab mampu mengubah masukan informasi (peristiwa atau kejadian) menjadi produk (berita) secara kreatif.