

## **PROSES PENENTUAN *HEADLINE* SURAT KABAR**

**(Studi Pada Harian Manado Post)**

**Oleh: Teofillus G.P Anis**

**NIM: 070815099**

**Email : teofillusghianpatrickanis@yahoo.com**

### **ABSTRACT**

This study aims to determine how the process of determining the headline news in daily newspapers Manado Post. The research question posed is how the process of determining the daily Headline News in Manado Post, and the presence or absence of domination of the media in determining pemilk Headline news.

This is a qualitative research method konstruktivism, which konstruktivism qualitative research is research that uses natural background with the intention of interpreting phenomena and the way melibatkan existing methods in order to understand the phenomena. Research subjects in accordance with the interests of the members of the editorial board writers Manado Post. Data collection was acquired through observation, in-depth interviews carried out against members of the editorial board of the informant. Data were obtained through library research and documentation of the various media, both print and online.

The results showed that the process of determining the Manado Post headline on the whole set in the editorial board meeting. In determining Headline processed first, briefly to say begins with the process of planning, designing and then mixed and matured in the editorial board meeting. In determining Headline also has specific criteria for determining the appropriateness of the event or to become headline news. From the testimony of the informant after going through the process of observation and interview mentions no domination of media owners (owner) in determining Headline news.

Conclusion of research is still revere Manado Post idealism press and perform the duties and powers in accordance with the appropriate media companies so that it can be said, and almost certainly no particular interests and the dominance of media owners in determining Headline news.

Theoretical suggestion is a continuation of research on the process of determining the headline in the print media deeper. Practical advice, news idealism expected to be adhered to by media companies are no exception Manado Post.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana proses penentuan *Headline* pemberitaan di surat kabar harian Manado Post. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimana proses penentuan *Headline* News di harian Manado Post serta ada tidaknya dominasi dari pemilik media dalam menentukan *Headline* pemberitaan.

Metode penelitian ini adalah kualitatif konstruktivisme, dimana penelitian kualitatif konstruktivisme adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dengan jalan melibatkan metode yang ada dengan maksud memahami fenomena yang terjadi. Subjek penelitiannya sesuai dengan kepentingan penulis yaitu anggota dewan redaksi Manado Post. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dilakukan terhadap anggota dewan redaksi yang menjadi informan. Data diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi dari berbagai media, baik cetak maupun *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penentuan *Headline* surat kabar Manado Post secara keseluruhan ditetapkan dalam rapat dewan redaksi. Dalam menentukan *Headline* diproses terlebih dahulu, secara singkat dapat dikatakan diawali dengan proses perencanaan, perancangan kemudian diramu dan dimatangkan dalam rapat dewan redaksi. Dalam menentukan *Headline* juga memiliki kriteria-kriteria khusus untuk menentukan layak tidaknya peristiwa atau berita untuk dijadikan *Headline*. Dari keterangan informan setelah melalui proses observasi dan wawancara menyebutkan tidak ada dominasi dari pemilik media (*owner*) dalam menentukan *Headline* pemberitaan.

Kesimpulan penelitian adalah Manado Post masih memegang teguh idealisme pers dan menjalankan tugas dan wewenang dalam perusahaan media sesuai dengan semestinya sehingga dapat dikatakan dan hampir pasti tidak ada kepentingan tertentu serta dominasi dari pemilik media dalam menentukan *Headline* pemberitaan. Saran teoritis adalah adanya kelanjutan penelitian tentang proses penentuan *Headline* di media-media cetak lebih dalam lagi. Saran praktis, idealisme pers diharapkan dapat dipegang teguh oleh perusahaan media tidak terkecuali Manado Post.

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, kebutuhan akan informasi yang cepat menjadi sangat penting bagi masyarakat. Media massa merupakan alat komunikasi massa yang mampu menyediakan kebutuhan akan informasi yang cepat mengenai apa yang terjadi. Media sebagai bagian dari komunikasi massa memegang posisi penting dalam

masyarakat dimana komunikasi massa memiliki fungsi sosial sebagai *surveillance* (pengawasan), *social learning* (pendidikan sosial), penyampaian informasi, tranformasi budaya dan sosialisasi, serta sebagai media hiburan. (Bungin, 2006:79-80)

Peranannya yang penting inilah yang membuat industri media massa berkembang sangat pesat dan membuat media massa tidak hanya sebagai sebuah institusi yang idealis, seperti misalnya sebagai alat sosial, politik, dan budaya, tetapi juga telah merubahnya menjadi suatu institusi yang sangat mementingkan keuntungan ekonomi. Sebagai institusi ekonomi, media massa hadir menjadi suatu industri yang menjanjikan keuntungan yang besar bagi setiap pengusaha.

Kepentingan tertentu media massa sebagai institusi yang juga berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi tidak lepas dari pandangan penulis, dimana dapat terlihat jelas hampir semua industri media massa berlomba-lomba mencari keuntungan ekonomi dalam lingkup pemberitaan. Beracuh dari permasalahan di atas mendasari pemikiran penulis untuk mencari tahu proses pengolahan informasi di media massa, terutama konstruksi pemberitaan di media cetak atau yang kita kenal dengan surat kabar (koran).

Salah satu bagian penting dalam pemberitaan adalah *Headline News* atau kerap dikenal dengan kepala berita. Dengan letak strategis ditambah lagi penekanan-penekanan tertentu, maka *Headline News* dapat menjadi santapan awal bagi khalayak media massa, bahkan *Headline* sering menjadi indikator penilaian tentang topik-topik yang dianggap penting. Bukan saja yang bersinggungan dengan politik struktural tapi juga yang sifatnya sensasional, atau yang kerap disebut jurnalisme “kuning”. Proses penentuan *Headline* diangkat dari berita yang dianggap paling penting untuk diketahui oleh masyarakat, serta isu-isu yang menonjol yang memiliki daya tarik dan mengundang minat masyarakat untuk membaca berita tersebut, tentunya dengan memperhatikan kepentingan pembaca akan nilai berita tersebut. Proses penentuan *Headline* erat hubungannya dengan kebijakan redaksi suatu perusahaan pers. Seperti diyakini banyak pemikir komunikasi, media massa mempunyai kemampuan dalam memberi penekanan khusus pada isu-isu tertentu, sehingga isu yang dianggap penting bagi media menjadi penting bagi masyarakat. (Santoso dan Setiansyah, 2010:89)

Karenanya, dalam penelitian ini penulis berasumsi terdapat peranan pengurus redaksi dalam menentukan isu-isu yang layak untuk dijadikan *Headline*, dengan berusaha menelusuri proses penentuan berita yang dianggap paling penting, yang akan disajikan bagi pembaca harian Manado Post, tentu dengan tidak menutup kemungkinan akan kepentingan politik media bersangkutan.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan masalah yang ada dengan mencari tahu bagaimana proses penentuan *Headline* pada surat kabar harian Manado Post.

### **2.1. Pengertian Surat Kabar**

Menurut Onong Uchjana Effendy (1993:241), surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca. Arti penting surat kabar terletak pada kemampuannya untuk menyajikan berita-berita dan gagasan-gagasan tentang perkembangan masyarakat pada umumnya yang dapat mempengaruhi kehidupan modern seperti sekarang ini. Selain itu surat kabar mampu menyampaikan sesuatu kepada pembacanya melalui surat kabar pendidikan, informasi dan interpretasi mengenai beberapa hal, sehingga hampir sebagian besar dari masyarakat menggantungkan dirinya kepada pers untuk memperoleh informasi.

### **2.2. Hubungan Pers, Jurnalistik dan Berita**

Menurut UU No 40 Tahun 1999 pasal 1 menyebutkan : “Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi, mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia”.

Dalam perkembangannya, menurut Oemar Seno Adji, pers mempunyai dua pengertian yaitu dalam pengertian luas dan pengertian sempit. Pengertian luas pers adalah meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronika, radio siaran dan televisi siaran, sedangkan dalam pengertian sempit hanya terbatas pada media cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita. (Onong, 2002:145)

Jurnalistik berasal dari istilah *Acta Diurna* yang artinya segala kegiatan dari hari ke hari. Jurnalistik berasal dari perkataan Perancis: *journal* yang artinya catatan harian. Jurnalis adalah setiap orang yang pekerjaannya mengumpulkan, mengolah dan kemudian menyiarkan catatan-catatan harian itu. Menurut Adinegoro, jurnalistik diartikan sebagai semacam kepandaian mengarang, yang pada pokoknya untuk memberi perkaraban pada masyarakat dengan cepat agar tersiar seluas-luasnya.

Karena perkembangan zaman, jurnalistik diartikan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang menyiarkan berita atau ulasan berita tentang peristiwa sehari-hari yang umum dan aktual dengan secepat-cepatnya.

Dalam kenyataannya jurnalistik selalu berhubungan dengan pers. Jurnalistik di ibaratkan sebagai bentuk komunikasinya, bentuk kegiatannya, isinya. Sedangkan pers itu adalah media dimana jurnalistik itu disalurkan (Yurnaldi 1992:17).

Jurnalistik mempunyai empat fungsi penting, yaitu:

1. *To inform*
2. *To guide*
3. *To interpret*
4. *To entertain*

Menurut Palapah dan Syamsudin (1983:11), dalam garis besarnya jurnalistik itu dibagi menjadi 2 bagian besar yaitu:

1. *News*
  - a. *Straight news*
    - *Matter of news*
    - *Interpretative report*
    - *Reportage*
  - b. *Feature news*
    - *Human interest features*
    - *Biographical personality features*
    - *Travel features*
    - *Explanatory and how to do it features.*
    - *Scientific features*
2. *Views*
  - *Editorial*
  - *Special article*
  - *Column*
  - *Feature article*

Jika kita berbicara tentang pers, maka pikiran kita akan tertuju pada koran dan berita. Secara umum berita diartikan sebagai suatu kejadian yang keluar dari adat kebiasaan, misalnya; manusia menggigit anjing. Itu adalah berita yang keluar dari kebiasaan, karna biasanya manusia yang digigit anjing. Ada beberapa definisi berita. Menurut Professor Curtis Mac Dougall, seorang guru ilmu jurnalistik dari North Western University Macmilan, NewYork, berita adalah apa saja yang ingin diketahui oleh pembaca yang tentunya bukan sesuatu yang melanggar undang-undang ataupun berbau penghinaan. Berita adalah apa saja yang terjadi dan menarik perhatian orang,

dan yang banyak dipergunjingkan. Makin hebat orang mempergunjinkan, makin besar pula harganya sebagai berita. Berita adalah kenyataan-kenyataan yang perlu tentang apa saja yang terjadi, kejadian-kejadian yang mampu menyentuh perasaan manusia (*humaninterest*) dan yang dapat mempengaruhi kehidupan manusia mempengaruhi kehidupan dan kebahagiaan manusia. (Muh. Ngafuan,1995:21).

### **2.3. Etika Jurnalistik**

Etika merupakan simbol dari interaksi anggota-anggota organisasi untuk mengatur dirinya dalam wadah tersebut. Etika mempersoalkan perilaku baik dan buruk. Bertens mengemukakan tiga arti etika. Pertama, etika bisa berarti nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok untuk mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika berarti sekumpulan asas atau nilai moral atau yang disebut kode etik. (Siregar, 2006:19)

Menurut Siregar, kode etik jurnalistik diperlukan agar membantu para jurnalis menentukan apa yang benar dan yang salah, baik dan buruk, serta bertanggung jawab atau tidak dalam proses kerja kewartawanan. Sedangkan menurut Pandjaitan kode etik jurnalistik adalah hati nurani jurnalis yang digunakan sebagai “pagar hidup” yang baik dalam mengingatkan dan dasar berpijak melakukan tugas jurnalistik secara benar, baik, jujur dan profesional.

### **2.4. Nilai-nilai Berita**

Nilai-nilai berita itu membimbing wartawan dalam pekerjaan jurnalistiknya sehari-hari. Wartawan harus terlatih atau peka terhadap nilai-nilai berita tersebut ketika meliput berita apapun. Bayangkanlah satu berita mengandung sekaligus 12 nilai berita tersebut. Pastilah beritanya memiliki daya tarik yang sangat kuat. Kadang-kadang satu berita mengandung beberapa unsur saja, seperti baru, people, dan proksimitas. Tidak jarang pula berita hanya mengandung satu nilai saja. Redaktur biasanya menyeleksi berita-berita untuk ditempatkan di posisi yang menonjol atau kecil saja di pojok tergantung pada kandungan nilai beritanya. Wartawan harus senantiasa melatih kepekaannya terhadap nilai-nilai berita tersebut. Kepekaan itu akan memudahkan kerja wartawan untuk menentukan *angle* berita dan judul (*lead*).

## **2.5. Headline News**

Secara sederhana *Headline News* didefinisikan sebagai kepala berita atau judul berita. Di bagian inilah sari berita akan ditampilkan. Bagian ini pula yang akan membuat seorang pembaca berhenti dan membaca berita yang bersangkutan atau akan melewatinya begitu saja. *Headline News* yang bagus adalah yang mampu membuat orang tertarik dan penasaran membaca beritanya hingga tuntas. Di samping itu ada pula pengertian *Headline News* yang lain yaitu berita-berita menarik yang dijadikan topik utama dan dipasang di halaman depan pada media massa koran.

Djunaedy (1990:29) mendefinisikan *Headline News* sebagai suatu berita yang dianggap paling layak untuk dimuat di halaman depan, dengan judul yang menarik perhatian dan menggunakan tipe huruf lebih besar dari suatu surat kabar.

## **2.6. Teori Fenomenologi**

Fenomenologi (*Phenomenology*) berasal dari bahasa Yunani *phainomenon* dan *logos*. *Phainomenon* berarti tampak dan *phainen* berarti memperlihatkan. Sedangkan *logos* berarti kata, ucapan, rasio, pertimbangan. Dengan demikian, fenomenologi secara umum dapat diartikan sebagai kajian terhadap fenomena atau apa-apa yang nampak. Lorens Bagus memberikan dua pengertian terhadap fenomenologi. Dalam arti luas, fenomenologi berarti ilmu tentang gejala-gejala atau apa saja yang tampak. Dalam arti sempit, ilmu tentang gejala-gejala yang menampakkan diri pada kesadaran kita. Sebagai sebuah arah baru dalam filsafat, fenomenologi dimulai oleh Edmund Husserl (1859 – 1938), untuk mematok suatu dasar yang tak dapat dibantah, dia memakai apa yang disebutnya metode fenomenologis. Dia kemudian dikenal sebagai tokoh besar dalam mengembangkan fenomenologi. Namun istilah fenomenologi itu sendiri sudah ada sebelum Husserl. Istilah fenomenologi secara filosofis pertama kali dipakai oleh J.H. Lambert (1764). Dia memasukkan dalam kebenaran (*alethiologia*), ajaran mengenai gejala (*fenomenologia*). Maksudnya adalah menemukan sebab-sebab subjektif dan objektif ciri-ciri bayangan objek pengalaman inderawi (*fenomen*). (Sutopo, 2002:46)

## **3.1. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yang bersifat “kualitatif”, dimana menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena

yang terjadi dan dengan jalan melibatkan metode yang ada. (Sartori dan Komariah, 2011:23)

### **3.2. Instrumen Penelitian**

Penelitian komunikasi yang bersifat kualitatif selalu menempatkan peneliti sebagai instrumen utama sebagai usaha untuk memahami manusia sebagai objek penelitian (Sartori dan Komariah, 2011:61). Instrumen pendamping atau alat bantu dalam penelitian adalah: *guide interview* (pedoman wawancara), *recorder*, buku tulis, kamera, pensil, penghapus dan ballpoint. (Mardalis, 1995:63-66).

### **3.3. Pemilihan Informan**

Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* yaitu dilakukan dengan menyesuaikan pada tujuan penelitian atau sesuai kebutuhan, kepentingan peneliti untuk memperoleh data sesuai dengan topik penelitian. (Sartori dan Komariah, 2011:53).

Pemilihan informan dalam penelitian ini didasari pada tugas dan kerja informan yang bersangkutan dengan pengambilan keputusan atau kewenangan dalam menentukan dan penulisan *Headline* pemberitaan, dalam hal ini pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan koordinator liputan, dengan tidak menutup kemungkinan adanya informan lain yang bisa memberikan keterangan lebih lanjut.

## **4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

### **- Lokasi Penelitian**

Manado Post beralamat di Manado Town Square Blok B no 14/15 Manado dan bisa dihubungi lewat nomor telepon (0431) 855-558, 855-559 dan nomor fax. (0431) 860-398. Homepage: mdopost.com, e-mail; editor@mdopost.com.

### **- Sejarah Manado Post**

Manado Post merupakan surat kabar yang terbit setiap hari dan ditujukan kepada para pembaca yang adadi Sulawesi Utara. Berdasarkan data yang didapat dari wikipedia, Manado Post pertama kali terbit pada tahun 1986. Harian Manado Post



sendiri merupakan bagian dari grup Jawa Post. Sekilas melirik kebelakang sejarah Manado Post diawali dari Eric Samola dan Dahlan Iskan, hingga Jawa Pos membeli Manado Post. Tahun 1981 saat Eric Samola memutuskan membeli Jawa Pos yang hampir bangkrut dengan tiras tak sampai 5.000 eksemplar. Samola lantas mempercayakan Dahlan Iskan menakodai Jawa Pos sembari mengajarkannya ilmu manajemen. Dalam sekejap Jawa Post dapat meroket dengan keuntungan 360.000 eksemplar. Saat wacana otonomi daerah mulai menggapung di republik ini, jauh hari Jawa Pos langsung menancapkan ide. Eric Samola lantas meminta Dahlan Iskan supaya Jawa Pos merambah daerah dan Manado harus yang pertama. Maka bergabunglah Jawa Pos dan Cahaya Siang awal 1990, 10 tahun sebelum otonomi daerah. Tapi apa boleh dikata terjadi perdebatan yang menyebabkan perbedaan pendapat sehingga harus mengakhiri kerjasama tersebut.

Belajar dari kegagalan, pada 1991 Jawa Pos kembali ke Sulut dengan membeli Manado Post, koran lokal yang terbit pertama kali 17 Januari 1987. Koran yang awalnya dijadikan bahan olok-olok, tak berapa lama langsung menjadi nomor satu di Sulut hingga sekarang. Sosok pekerja keras Imawan Mashuri berperan besar sehingga Manado Post menuai sukses tersebut. Dari koran yang biasa-biasa dalam kurun waktu 1987-1991, diubah menjadi referensi utama pembaca kelas menengah ke atas di bumi Nyiur Melambai hingga sampai sekarang ini dan untuk pertama kalinya tahun 2011 Manado Post menjadi koran nomor satu di Jawa Post Group.

- Struktur Manajemen dan Kepemimpinan

Dalam suatu institusi media massa, khususnya media cetak atau surat kabar tentunya memiliki struktur organisasi maupun kepemimpinan didalamnya. Berikut merupakan struktur organisasi serata kepemimpinan Manado Post :

Perintis	:	Eric Samola SH
Pembina	:	Dahlan Iskan
Komisaris Utama	:	Ny. Dorothea Samola-Luntungan
Wakil Komisaris Utama	:	Irnawan Mashuri
Komisaris	:	Zaenal Multaqin Alwi Hamu
Direktur Utama	:	Suhendro Boroma
Direktur Keuangan	:	Urief Hassan
Wakil Direktur Produksi	:	Marlon Sumaraw
Wakil Direktur Marketing	:	Dayke Rarobong
Pemimpin Redaksi	:	Marlon Sumaraw

Redaktur Pelaksana	:	Tommy Waworundeng
Koordinator Liputan	:	Idham Malewa
Redaktur Senior	:	Leonardo Axsel Galatang
Ass Koordinator	:	Bathin Razak Stenly Kowaas Budi Siswanto Cesyliia Saroinsong
Redaktur	:	Hetly JC Tuerah Martha Pasla Peggy Sumampow Tenny Assa Angel Rumeen
Staf Redaksi	:	Veronica Sondang Charencia Repie Mardi Golindra
Fotografer	:	Lukman Polimengo Marcos Budiman Rian Korengkeng

Dewan Redaksi pemberitaan Manado Post yaitu ;

Marlon Sumaraw, Tommy Waworundeng, Djaya Dixie Tasiem, Idham Malewa dan Rusman Linggama.

#### **4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Setelah menetapkan informan untuk mendapatkan data yang lengkap melalui proses wawancara di ruang redaksi surat kabar Manado Post, penulis mulai menggali informasi dan data yang diperlukan pada Pemimpin Redaksi surat kabar harian Manado Post, yang diwakilkan oleh Koordinator liputan Idham Malewa yang merupakan anggota dewan redaksi . Di awali dengan perkenalan dan berlanjut dengan pertanyaan pertama tentang bagaimana proses penentuan *Headline News* di Manado Post. Beliau menyebutkan bahwa proses penentuan *Headline* melalui beberapa tahapan, yang pertama melalui proses perencanaan atau perancangan kemudian diramu, dimatangkan di tingkatan Rapat Dewan Redaksi. Untuk menentukan headline pemberitaan mempunyai pertimbangan tertentu. Pertimbangan pertama yaitu *impact* (dampak), makin luas atau makin besar menjangkau kepentingan masyarakat atau

tidak. Jadi, yang dimaksudkan disini adalah implikasi berita, makin luas kepentingan masyarakat yang kita sentil dari berita, maka makin layak untuk dijadikan *Headline*.

Disebutkan beliau, *Headline* dapat berupa peristiwa, juga dapat berupa *agenda setting*. Maksudnya, *Headline* dapat ditentukan jauh-jauh hari agar data dan sumber didapat dengan lengkap, tapi bilamana ada peristiwa penting maka *Headline* yang sudah di agendakan dapat berubah atau dapat diganti dengan peristiwa penting tentunya sebelum tenggang waktu percetakan.

Dalam menentukan *Headline*, disebutkan juga mempunyai kriteria-kriteria tertentu. Beberapa kriteria yang terkandung dalam menentukan *Headline* pemberitaan yaitu :

- Eksklusif
- Informatif
- Tidak sensasional tapi dramatis
- Mempunyai kedekatan emosional
- Mengandung unsur Ketokohan
- *Magnitud* (daya tarik)

Makin lengkap sebuah berita mengandung kriteria di atas, maka makin layak untuk dijadikan *Headline*. Disebutkan lagi oleh Idham Malewa bahwa headline pemberitaan di Manado Post diutamakan dan diangkat dari berita-berita lokal (*local content*). Apabila sudah tidak ada unsur berita lokal yang kuat maka *Headline* diambil dari berita nasional tapi diangkat dari perspektif lokal. Penulisan *Headline* harus menggunakan bahasa sederhana, selalu menggunakan kata aktif dan tidak berimbuhan, juga dianjurkan untuk menghindari *statement*.

Ketika ditanya “apakah ada dominasi pemilik media dalam menentukan *Headline* pemberitaan?”, dengan singkat beliau mengatakan “tidak ada, karna dalam menentukan *Headline* sepenuhnya melalui rapat dewan redaksi” lanjut beliau. Pemilik media (*owner*) hanya dapat memberi masukan yang kemudian dipertimbangkan dalam rapat dewan redaksi.

Lanjut pada informan kedua, penulis mencoba menggali informasi dari anggota dewan redaksi. Tapi berhubung hampir semua anggota dewan redaksi sibuk dengan tugas dan kerja mereka, penulis diarahkan untuk menggali informasi dari seorang redaktur pemberitaan bernama Angel Rumeen. Penulis coba kembali menanyakan bagaimana proses penentuan *Headline* pemberitaan. Beliau menyebutkan bahwa proses penentuan *Headline News* ditentukan dalam rapat dewan redaksi, dimana berita-berita ataupun peristiwa-peristiwa penting yang akan dijadikan *Headline* disaring terlebih dahulu, dengan memperhatikan apakah ada unsur-unsur yang sesuai dengan kepentingan maupun kebutuhan masyarakat luas. Angel juga

menambahkan *Headline* harus informatif dan menarik, tentunya dengan mempertimbangkan apakah *Headline* yang akan diangkat dianggap penting oleh masyarakat. Ketika ditanya soal “apakah ada dominasi dari pemilik media (*owner*) dalam menentukan *Headline* pemberitaan?”, Angel menjawab “tidak ada, karna *Headline* yang diangkat murni berdasarkan hasil rapat dewan redaksi”.

Untuk memperkuat data dari kedua informan awal di atas, penulis sekali lagi mencari data dan informasi dari informan ketiga yaitu seorang staf redaksi, Charencia Repie. Masih dengan pertanyaan mengenai bagaimana proses penentuan *Headline*, Charencia menyebutkan bahwa proses penentuan *Headline* diangkat dari berita-berita yang dianggap kuat dalam menarik minat masyarakat untuk membaca, tentunya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau pembaca. Bukan hanya itu saja, *Headline* juga dapat diangkat dari berita-berita atau peristiwa yang menonjol yang mempunyai daya tarik. Dari kriteria *Headline* yang disebutkan di atas tetap harus melalui proses terakhir pada rapat dewan redaksi. Saat ditanya tentang ada tidaknya dominasi pemilik media dalam menentukan *Headline* pemberitaan, dengan singkat dia menyebutkan “tidak ada”.

Setelah didapatkan data dan informasi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui proses observasi dan wawancara pada surat kabar Manado Post khususnya keredaksian, dimana telah didapat penjelasan atau keterangan dari ketiga informan, melihat dari masalah yang telah dirumuskan tentang bagaimana proses penentuan *Headline* pada surat kabar harian Manado Post. Telah kita ketahui dari informan pertama yang juga seorang dewan redaksi, maka telah kita ketahui proses penentuan *Headline* secara singkat diawali dengan perencanaan dan perancangan, diramu dan dimatangkan oleh dewan redaksi. Perencanaan tentang berita-berita yang akan dijadikan *Headline* telah atau dapat direncanakan jauh-jauh hari. Berlanjut pada perancangan, *Headline* yang akan diangkat diramu dan dimatangkan pada rapat dewan redaksi. Suatu berita maupun peristiwa yang akan dijadikan *Headline* juga mempunyai kriteria-kriteria antara lain; eksklusif, informative, memiliki kedekatan emosional, ada unsur ketokohan, mempunyai daya tarik, berita tidak sensasional tapi dramatis. Jadi, jika suatu berita ataupun peristiwa mengandung kriteria-kriteria di atas maka sangat layak untuk dijadikan *Headline*. Agar mendapat hasil penelitian yang akurat, penulis mendapat informasi lebih lanjut pada informan kedua dan ketiga. Pada informan kedua menyebutkan proses penentuan *Headline* di harian Manado Post diangkat dari berita-berita maupun peristiwa-peristiwa penting, disaring terlebih dahulu dengan memperhatikan unsur kepentingannya bagi pembaca yang tentunya melalui rapat dewan redaksi. Begitu juga pada informan ketiga menyimpulkan

*Headline* yang diangkat dari berita-berita yang dianggap kuat dan menonjol yang dimatangkan dalam rapat dewan redaksi.

Industri media saat ini memang menjanjikan keuntungan ekonomi yang tidak sedikit, dimana para pemilik modal maupun pengusaha mencoba membangun bisnis media dengan tujuan mencari keuntungan ekonomi sebanyak-banyaknya. Berbeda dengan Manado Post, setelah penulis melakukan observasi dilapangan melalui proses wawancara pada informan-informan yang ada. Mereka menyebutkan bahwa tidak ada dominasi pemilik media dalam konstruksi pemberitaan, khususnya *Headline*. Seperti yang telah dijelaskan tadi, seluruh konstruksi pemberitaan termasuk *Headline* sepenuhnya diatur dan ditentukan oleh keredaksian dalam rapat dewan redaksi. Pemilik media hanya dapat memberikan masukan-masukan pada dewan redaksi tentang berita apa saja yang layak untuk dijadikan *Headline*.

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis di kantor surat kabar harian Manado Post, dengan judul “Proses Penentuan *Headline* Surat Kabar”, setelah mendapat informasi dan keterangan dari ketiga informan yaitu Idham Malewa (redaktur pelaksana), Angel Rumeen (redaktur pemberitaan) dan Charencia Repie (staf redaksi) maka penulis dapat menyimpulkan proses penentuan *Headline* disurat kabar harian Manado Post melalui beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut dimaksudkan untuk menentukan peristiwa atau berita mana yang akan dijadikan *Headline*. Tahapan pertama yaitu proses perencanaan tentang berita apa saja yang bisa dijadikan *Headline* dimana setiap berita mempunyai kriteria tertentu agar dapat dijadikan *Headline*. Pada tahapan kedua, berita yang telah direncanakan untuk dijadikan *Headline* dimatangkan dan diramu sedemikian rupa dalam rapat dewan redaksi agar dapat menarik minat pembaca. Kemudian pada proses atau tahapan terakhir ditingkatkan rapat dewan redaksi ditentukan berita yang akan dijadikan *Headline* dengan memperhatikan seberapa besar pengaruh dan sebagaimana jauh jangkauan berita tersebut menyangkut kepentingan pembaca harian Manado Post yang kemudian diformulasikan judul dari berita ataupun peristiwa penting yang akan dijadikan *Headline*.

Dari penelitian ini penulis juga dapat menyimpulkan setelah melakukan observasi dan pengamatan dilapangan bahwa proses penentuan *Headline* pemberitaan di Manado Post sepenuhnya murni ditentukan dalam rapat dewan redaksi. Tidak ada dominasi ataupun intimidasi dari pemilik media (*owner*) dalam menentukan *Headline* pemberitaan. Pemilik media hanya dapat memberikan masukan-masukan serta saran

tentang berita-berita maupun peristiwa-peristiwa apa saja yang layak untuk dijadikan *Headline*, selebihnya merupakan tugas dan wewenang dewan redaksi dalam menentukan *Headline* pemberitaan.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang proses penentuan *Headline* surat kabar di harian Manado Post, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Saran pertama dari penulis yaitu agar Manado Post dapat tetap mempertahankan ideologi maupun idealisme pers, khususnya dalam menentukan *Headline* pemberitaan agar tidak ada dominasi dari pemilik media dalam menentukan *Headline* pemberitaan.
2. Saran terakhir dari penulis agar pemilik media memiliki kesadaran dalam tugas tanggung jawab serta wewenang dalam menjalankan bisnis media, agar tidak mengikat para pegiat pers dan dapat berfungsi sesuai fungsi tugas kerja mereka dalam menjalankan proses jurnalistik terutama dalam lingkup organisasi dan kepemimpinan di Manado Post.

## 6. Daftar Pustaka

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, Burhan, 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* . Jakarta: Kencana Prenada Media group.

Djunaedy, Kurniawan, 1990. *Ensiklopedia Pers Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Effendy, Onong Uchjana, 1993. *Media Cetak: Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.

....., 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

....., 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Herlina.2006. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. Surabaya.

McQuail, Denis, 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Muh. Ngafuan. 1995. *Memburu Uang dengan Jurnalistik (Petunjuk Praktis Menjadi Wartawan Top)*. Solo: C.V. Aneka.
- Palapah dan Syamsudin. 1983. *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Santoso, Edi dan Mite Setiansah, 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Satori, Djam'an dan Komariah, 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Ashadi. 2006. *Membangun Kebebasan Pers dan Beretika*. Yogyakarta: Lokakarya.
- Sumarkidjo, Atmaji. 2011. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Media Group.
- Sutopo, H.B. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Pers.
- Yurnaldi. 1992. *Kiat Praktis Jurnalistik*. Padang: Penerbit Angkasa Raya.