

**PROSES *GATEKEEPING* PADA PROGRAM ACARA
SAPA SUMBAGSEL DI KOMPAS TV PALEMBANG
SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (SI) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Jurnalistik



Oleh

SATRIO WIBOWO

07031281924230

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

DALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PROSES *GATEKEEPING* PADA PROGRAM ACARA SAPA
SUMBAGSEL DI KOMPAS TV PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-I

Ilmu Komunikasi


Oleh

Satrio Wibowo

07031231924230

Pembimbing I

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP.195406061992031001



Pembimbing II

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP.198302112019032011





Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP.195406061992031001

**HAI AMAN PENGSAHLAN UJIAN KOMPREHENSIF
PROSES GATEKEEPING PADA PROGRAM ACARA SAPA
SUMBAGSEL DI KOMPAS TV PALEMBANG**

SKRIPSI

Oleh

SATRIO WIBOWO

07031281924230

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji

Pada tanggal 31 Juli 2023

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Pembimbing

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP.195406061992031001

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.198802112019032011

Penguji

Ryan Adam, S. I. Kom., M. I. Kom
NIP.198709072022031003

Flo Pebryan Jaya, S. I. Kom., M. I. Kom
NIP.1989070707031006

Tanda Tangan




Tanda Tangan




Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dr. M. Husni Thamrin, M. Si
NIP.195406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Satrio Wibowo
NIM : 07031281924230
Tempat dan Tanggal Lahir : Gumuk Mas, 13 Mei 2001
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Proses Gatekeeping Pada Program Acara Sapa Sumbagsel
di Kompas TV Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 20 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Satrio Wibowo

NIM. 07031281924230

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Lakukan apa yang anda yakini”

Atas segala rahmat dan ridho Allah SWT

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Bapak dan Ibu saya : Joko Wiyantoro & Idawati
- Adik saya : Dewi Nur Hanna

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses *gatekeeping* Pada program acara sapa sumbagsel di Kompas TV Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan lima level pada *hierarchy of influence* tersebut menunjukkan bahwa pengalaman kerja dapat memberikan pengaruh atau bentuk tindakan dalam proses penerbitan konten berita melalui seorang *gatekeeper*. Rutinitas *news gathering*, *news production* dan *news editing* pada Kompas TV Palembang dihasilkan melalui para reporter dan wartawan di lapangan. Nilai dan sumber berita yang didapatkan oleh Kompas TV Palembang mengedepankan kredibilitas yang diambil melalui para narasumber terkait. Di dalam Kompas TV Palembang juga terdapat intervensi dan gratifikasi yang dilakukan oleh partai politik atau pihak lain, di mana hal tersebut tentu saja menyimpang dengan prinsip dasar Kompas TV Palembang yaitu, independen dan terpercaya.

Kata Kunci : Pekerja Media, Hirarchy Of Influence, Proses Gatekeeping Sapa Sumbagsel, Kompas TV Palembang

Pembimbing I

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

NIP.196406061992031001

Pembimbing II

Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M. I. Kom

NIP.198802112019032011

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

NIP.196406061992031001



ABSTRACT

This research aims to determine the gatekeeping process in the Sapa Sumbagsel program on Kompas TV Palembang. This research uses descriptive qualitative methods. Based on the five levels in the hierarchy of influence, it shows that work experience can have an influence or form of action in the news publishing process through a gatekeeper. The news gathering, news production and news editing routines at Kompas TV Palembang are produced by reporters, journalists and editors. The value and sources of news obtained by Kompas TV Palembang prioritize credibility obtained from related sources. In Kompas TV Palembang there is also intervention and gratification carried out by political parties or other parties, which of course deviates from the basic principles of Kompas TV Palembang, namely, being independent and trustworthy.

Keywords: Media Workers, Hierarchy Of Influence, Gatekeeping Process Sapa Sumbagsel, Kompas TV Palembang

Advisor I



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP.196406061992031001

Advisor II



Rindang Senja Andarini, S.I.Kom.,M. I. Kom
NIP.198802112019032011

Head of Communication Departement



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.
NIP.1964060619920310

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, Serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *Proses Gatekeeping Pada Program Acara Sapa Sumbagsel di Kompas TV Palembang*. Sholawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Demikian penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jaajran pengurut Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M Husni Thamrin, M.Si dan Bapak Faisal Nomaini, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin., M.Si dan ibu Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing I dan II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat

proposal skripsi..

5. Bapak DR. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tuaku tercinta serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memotivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan agar saya bisa selalu semangat menyelesaikan pendidikan dan kuat untuk menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah penulis.

Dalam penulisan proposal skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kualitas dari materi peneitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Indralaya, 16 Oktober 2022

Satrio Wibowo

NIM. 07031281924230

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.2. Pengertian Berita	11
2.3. Jenis Berita.....	11
2.4. Format Pesan.....	12
2.5. Tahapan Pelaksanaan Produksi	14
2.6. <i>Hierarchy Of Influence</i>	15
2.7. <i>Gatekeeping</i>	16
2.8. Teori Yang Dipakai	17
2.8.1. Model <i>Gatekeeping</i> Shoemaker dan Resse.....	17
2.9. Alur Pemikiran.....	19

2.10. Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Desain Penelitian	24
3.2. Definisi Konsep	24
3.3. Fokus Penelitian	25
3.4. Jenis dan Sumber Data	27
3.4.2. Data Primer	27
3.4.3. Data Sekunder	27
3.5. Informan Penelitian	27
3.6. Teknik Pengumpulan Data	28
3.6.1. Wawancara	28
3.6.2. Observasi	28
3.6.3. Dokumentasi	28
3.7. Teknik Keabsahan Data	28
3.8. Teknik Analisis Data	29
3.8.1 Pemampatan data (Kondensasi Data)	29
3.8.2 Tampilan Data	30
3.8.3 Menggambar dan Memverifikasi Kesimpulan	31
BAB IV GAMBAR UMUM TEMPAT PENELITIAN	33
4.1. Deskripsi Instansi	33
4.1.1 Profil Kompas TV Palembang	33
4.1.2 Latar Belakang Kompas TV Palembang	34
4.1.3 Visi dan Misi Kompas TV Palembang	35
4.1.4 Struktur Organisasi Kompas TV Palembang	35
4.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab	36
4.1.6 Program Acara Sapa Sumbagsel	38
4.1.7 Program Lokal Kompas TV Palembang 60 UHF	39
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	40
5.1. Hasil Penelitian	40

5.1.1 <i>Level Individu</i>	40
5.1.1.1 Produser.....	41
5.1.1.1.1 Pengalaman Kerja.....	41
5.1.1.1.2 Latar Belakang Pendidikan.....	42
5.1.1.1.3 Bentuk Afiliasi.....	43
5.1.1.2 Redaktur.....	45
5.1.1.2.1 Pengalaman Kerja.....	46
5.1.1.2.2 Latar Belakang Pendidikan.....	46
5.1.1.2.3 Bentuk Afiliasi.....	46
5.1.1.3 Reporter.....	47
5.1.1.3.1 Pengalaman Kerja.....	47
5.1.1.4 Editor.....	48
5.1.1.4.1 Pengalaman Kerja	48
5.1.1.4.2 Bentuk Afiliasi.....	50
5.1.1.5 <i>Videographer</i>	51
5.1.1.5.1 Pengalaman Kerja.....	51
5.1.1.6 <i>Voice Over</i>	52
5.1.1.6.1 Pengalaman Kerja.....	52
5.1.1.7 Afiliasi Politik Para Pekerja.....	52
5.1.2 <i>Level Rutinitas Komunikasi</i>	54
5.1.2.1 Produser.....	54
5.1.2.1.1 Nilai Berita.....	54
5.1.2.1.2 Sumber Berita.....	55
5.1.2.1.3 Rutinitas Program.....	56
5.1.2.1.4 <i>Deadline</i>	57
5.1.2.1.5 Rutinitas Media Lain.....	58

5.1.2.1.6 Nilai Objektivitas.....	59
5.1.2.2 Redaktur.....	60
5.1.2.2.1 Nilai Berita.....	60
5.1.2.3 Reporter.....	61
5.1.2.3.1 Nilai Berita.....	61
5.1.2.4 Editor.....	62
5.1.2.4.1 Nilai Berita.....	62
5.1.2.4.2 Rutinitas Program.....	63
5.1.2.4.3 Nilai Objektivitas.....	64
5.1.2.5 <i>Videographer</i>	65
5.1.2.5.1 Nilai Berita.....	65
5.1.2.6 <i>Voice Over</i>	66
5.1.2.6.1 Nilai Berita.....	66
5.1.2.7 Hasil Observasi.....	67
5.1.3 <i>Level Organisasi</i>	70
5.1.3.1 Produser.....	70
5.1.3.1.1 Aturan-Aturan Kompas TV Palembang.....	70
5.1.3.1.2 Visi dan Misi Kompas TV Palembang.....	71
5.1.3.1.3 Faktor Eksternal.....	72
5.1.3.1.4 Intervensi Pemerintah.....	74
5.1.3.1.5 Pengaruh Pemilik.....	74
5.1.4 <i>Level Institusi Sosial</i>	75
5.1.4.1 Produser.....	75
5.1.4.1.1 Jaringan Interaksi.....	75
5.1.4.1.2 Pangsa Pasar.....	76
5.1.4.1.3 Hasil Observasi.....	77

5.1.4.1.4 Sumber Berita.....	79
5.1.4.1.5 Intervensi Pemerintah.....	80
5.1.5 <i>Level</i> Sistem Sosial.....	82
5.1.5.1 Produser.....	82
5.1.5.1.1 Ideologi.....	82
5.1.5.1.2 Pengaruh Sistem.....	83
5.1.5.1.3 Pengaruh Nilai.....	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
6.1. Kesimpulan.....	86
6.2. Saran.....	87
6.2.1 Saran Akademis.....	87
6.2.2 Saran Praktis.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Jangkauan Siaran Kompas TV Palembang.....	7
Gambar 4.1 Ruang Tunggu Kompas TV Palembang.....	34
Gambar 4.2 Studio <i>Taping</i> Program Acara Sapa Sumbagsel.....	38
Gambar 5.1 Studio Kontrol <i>Taping</i>	45
Gambar 5.2 Ruang Kerja Kompas TV Palembang.....	49
Gambar 5.3 Buku Saku Wartawan.....	56
Gambar 5.4 Studio <i>Taping</i> Program Acara Sapa Sumbagsel.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Episode-Episode Pada Program Acara Sapa Sumbagsel Terkait Pemilu 2024.....	7
Tabel 1.2 <i>Channel</i> TV Berita Terkait Elektabilitas Capres 2024.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	25
Tabel 4.1 Program Tayangan Kompas TV Palembang.....	39

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran.....	19
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Kompas TV Palembang.....	35

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media massa memiliki peran dalam memberikan informasi pendidikan, kontrol sosial serta sarana hiburan bagi masyarakat luas. Setiap media massa berlomba-lomba dalam memberikan informasi dan kemas yang menarik serta baru untuk bisa merangkul masyarakat. Televisi sebagai media massa konvensional mampu untuk selalu menyajikan beragam informasi dan menjangkau masyarakat luas (Mutiah, 2018).

Stasiun televisi adalah suatu stasiun penyiaran yang menyebarkan siarannya dalam bentuk audio dan gambar ke televisi penerima di wilayah tertentu. Setiap produksi acara siaran televisi merupakan proses kerja sama antar individu dan merupakan proses interaksi antara manusia yang kreatif dan peralatan yang mendukung. Manajemen produksi dalam suatu program acara tidak akan berjalan lancar tanpa adanya manajemen yang baik sebagai prinsip manajerial suatu acara yang berhubungan dengan pembuatan perencanaan, sistem pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan pada sebuah program produksi televisi (Kencana, 2018). Keragaman program televisi memang menjadi isu penting di negara kita. Televisi yang saat ini dimiliki oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai sarana pendidikan dan pendidikan moral maka program-program yang ada saat ini harus diperluas dengan baik. Sehingga diperlukan sebuah kelompok kerja televisi yang dapat menghasilkan program dan berita yang berkualitas.

Proses produksi yang dilakukan oleh redaktur atau editor foto adalah penyaringan, bukan hanya berita tetapi hiburan. Proses ini disebut *gatekeeping*, di mana *image editor* tidak hanya sebagai operator yang melakukan narasi. Redaktur memiliki peran untuk menceritakan kembali bentuk audio visual naskah, *rundown* hingga skenario. Dalam penyiaran berita, proses ini menjadi kekuatan penting dalam menentukan kelayakan sebuah pesan sebelum diterima oleh khalayak.

Gatekeeper juga bertindak sebagai penerima informasi dari sumber data ke penerima. *Gatekeeper* juga ada dalam sebuah organisasi, sebuah perusahaan, sama seperti media juga berperan sebagai *gatekeeper*. *Gatekeeper* juga berperan untuk memfilter, menyeleksi, dan mengelola pesan serta bertindak sebagai sumber atau penerima yang menyaring informasi. *Gatekeeper* memiliki peran sebagai perantara untuk menerima dan menolak informasi sebelum informasi tersebut nantinya dipublikasikan di media massa. Namun, pesan yang dikirim ke *gatekeeper* akan berubah karena *gatekeeper* bertanggung jawab untuk mengatur aliran pesan dan juga dapat mengubah pesan agar pesan awal tidak sama dengan pesan akhir serta *gatekeeper* memiliki kekuasaan untuk mengontrol aliran pesan yang masuk (Mediavol, 2022).

Veronika & Sos, (2017), menjelaskan bahwa sebelum adanya media sosial, yang menjadi seorang *gatekeepers* adalah produser, reporter, editor dalam bidang jurnalistik. Mereka adalah penjaga informasi yang disebarkan kepada masyarakat. Saat ini, ada dorongan baru di gerbang tersebut yaitu masyarakat yang aktif. Konsep mengenai *gatekeeping* yang lama sudah diganti dengan peran editor, direktur pemberitaan, produser dan jurnalis bukan lagi pengontrol utama apa yang keluar dari *gatekeeper* kepada masyarakat. Masyarakat menjadi sebuah sumber pemberitaan seperti mereka membuat mereka sendiri. Masyarakat juga dapat mengkomunikasikan cerita atau topik yang mereka suka dan dapat mempengaruhi pemberitaan serta cerita dalam mempertimbangkan berita. Ada kekuatan baru pada *gatekeeper* yaitu masyarakat yang aktif dalam menilai sebuah berita, di mana konsep lama mengenai *gatekeeper* sudah berubah. Editor, direktur pemberitaan, produser dan jurnalis bukan lagi pemilik kontrol terkait atau topik yang keluar melalui *gatekeeper* tersebut. Masyarakat memberikan pengaruh ketika mereka membuat keputusan mengenai topik untuk media *online*, televisi, dan koran.

Agenda media sendiri dipengaruhi oleh berbagai proses pemilihan media yang sering disebut sebagai proses *gatekeeping*. Teori *gatekeeping* ini pertama kali diperkenalkan oleh Kurt Lewin di mana teori *gatekeeping* menekankan adanya peran krusial dari para *gatekeepers*, yakni para eksekutif media yang

mempunyai pengaruh terhadap pesan yang akan disampaikan oleh media. Menurut Kurt Lewin *gatekeeping* merupakan sebuah proses pemilahan informasi yang layak dan tidak layak, baik itu dari segi bahasa, dan sebagainya yang diperlukan untuk memnuhi kebutuhan para *audience* dari suatu media massa yang terlibat serta mempertimbangkan perubahan sosial yang terjadi. (Shoemaker dan Reese, 2013).

Dalam model *hierarchy of influence* terdiri atas lima tingkatan pengaruh yang tersusun secara hirarkis dari makro ke mikro yaitu berupa sistem sosial, lembaga sosial, organisasi, rutinitas, dan individu. Pada tingkatan sistem sosial menjelaskan bahwa terdapat dasar di mana tingkat analisisnya berada pada tingkat yang berfokus pada struktur sosial yang lebih besar dan secara terpisah berfokus pada pengoperasian bagian-bagian komponennya. Pada tingkat lembaga sosial menggambarkan adanya pengaruh yang muncul dari bidang media transorganisasi yang lebih besar, bagaimana organisasi media bergabung menjadi lembaga yang lebih besar karena media tersebut bergantung dan bersaing dengan lembaga sosial yang kuat lainnya. Dalam tingkatan organisasi dibedakan dari rutinitas dalam menggambarkan pengaruh entitas terorganisir yang lebih besar di mana individu beroperasi, konteks yang lebih besar dari kegiatan rutin yang mencakup peran pekerjaan, kebijakan organisasi, dan bagaimana perusahaan itu sendiri disusun. Pada tingkatan rutinitas mencakup struktur yang membatasi dan memungkinkan adanya proses yang paling cepat, pola yang lebih besar, atau rutinitas di mana individu beroperasi. Pada tingkatan individu mempertimbangkan tentang bagaimana faktor individu dalam mempengaruhi yang tidak bersifat kategoris, tetap, atau *determinative* (Shoemaker & Reese, 2013). Proses *gatekeeping* inilah yang akan menentukan sebuah berita dari produk berita kehumasan layak dimuat atau tidak dimuat dalam sebuah media cetak atau *online*.

Perkembangan dunia digital menciptakan salah satu televisi berita termuda di Indonesia yaitu Kompas TV juga bergerak dalam membuat tim digital untuk menyebarkan informasi terutama di media sosial. Sehingga proses *gatekeeping* yang merupakan kunci utama sebuah peristiwa dapat disebarluaskan kepada masyarakat menjadi penting untuk dipahami, terutama proses *gatekeeping* yang

dilakukan oleh tim digital Kompas TV. Hal ini bisa menjadi awal pijakan untuk bisa mengembangkan konsep *gatekeeping* yang telah ada sebelumnya. Kompas TV merupakan salah satu stasiun swasta nasional di Indonesia yang menyajikan berbagai jenis berita pada setiap program acaranya. Program utama Kompas TV adalah program berita, ini terlihat dari program-programnya yang bergerak ke arah informasi. Pada tahun 2016 lalu Kompas TV meneguhkan citranya menjadi stasiun penyiaran berita. Selain berita sebagai program utamanya, Kompas TV juga menyajikan tayangan televisi yang inspiratif dan informatif. Kompas TV juga aktif dalam menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube.

Kompas TV Palembang yang merupakan salah satu perusahaan di bawah media Kompas TV muncul sebagai media televisi yang menyajikan - inspiratif dan menjadi kanal televisi berbayar pertama di Indonesia yang memiliki kualitas *High Definition (HD)*. *High Definition (HD)* yang dimiliki oleh Kompas TV tentu saja memiliki keunggulan dalam menyajikan gambar dengan resolusi tinggi dan Kompas TV juga sebagai pionir kualitas *High Definition* juga tengah mengarah pada sistem televisi digital sesuai standar yang lazim secara internasional. Di sisi lain, Kompas TV Palembang juga menerapkan konsep *beyond television*, yaitu suatu televisi nasional yang mendistribusikannya melalui macam *platform*. Konsep *beyond television* juga sudah ada sejak dibuatnya Kompas TV, tepatnya yaitu sejak tahun 2007. Adapun keunggulan lainnya yaitu dalam variasi, dalam hal ini Kompas TV Palembang khususnya juga menawarkan sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan program-program Kompas TV pada siaran terestrial dan stasiun televisi lainnya. Program yang ditayangkan berupa program-program yang berbentuk eksklusif digital yang merupakan khusus yang hanya ditayangkan pada eksklusif digital, artinya tersebut tidak ditayangkan pada siaran televisi terestrial.

Pemaparan hasil penelitian dan penajaman topik yang telah disiapkan dikemas sebagai informasi hangat untuk menjangkau kelompok sasaran yang diharapkan. Kompas TV memiliki rating yang dikemukakan oleh Nielsen secara konsisten berada di atas Metro TV dan Inews. Program berita yang disusun oleh Kompas TV memiliki kelompok sasaran tersendiri. Pada dasarnya, kelompok sasaran Kompas TV AB+ adalah kalangan menengah ke atas, dan kebanyakan adalah laki-laki, tentunya tidak terkecuali pemirsa perempuan. Sasaran pemirsa seluruh program Kompas TV dirancang untuk hal yang sama, namun perolehan pemirsa berbeda-beda antar program. Oleh karena itu, peran tim riset dan data mining sangat penting agar pengelola program mendapatkan masukan yang tepat, sesuai dengan moto kemandirian, kehandalan dan tentunya nyata dan berkualitas.

Kompas TV Palembang memiliki jangkauan siaran yang luas namun tidak mempengaruhi peningkatan pengiklan di mana salah satu pendapatan televisi adalah iklan. Iklan ditayangkan di televisi apabila telah mendapat kesepakatan harga yang ditetapkan oleh televisi pada saat iklan tersebut ditayangkan. Iklan di televisi pada dasarnya memanjakan mata dan telinga untuk melihat dan mendengar manfaat produk. Pemilihan media televisi tergantung pada pengiklan yang merupakan salah satu pengguna layanan televisi. Pengiklan melihat acara mana yang memiliki peringkat tertinggi dan kemudian memutuskan untuk mengiklankan produk mereka selama iklan di acara tersebut. Kompas TV Palembang, salah satu saluran TV Kompas TV Jakarta di bawah naungan PT. Pratama Cipta Digital didirikan pada tanggal 1 Juni 2011 dan sebelumnya bernama MOS TV namun sejak tahun 2015 berganti nama menjadi Kompas TV Palembang yang memiliki batasan sebagai TV *online*. Minimnya TV *online* bukanlah halangan untuk mencapai tujuan Kompas TV Palembang yang bertujuan menjadi sumber berita, informasi, pendidikan, pengetahuan dan hiburan, berperikemanusiaan, berkarakter, sehat dan aman bagi pemirsa. Untuk itu Kompas TV Palembang ingin turut serta mencerdaskan dan mencerahkan masyarakat Indonesia. Sebagai perusahaan, Kompas TV telah memperluas jangkauan siaran tidak hanya ke Palembang tetapi juga ke pelosok di luar Palembang.

Gambar 1.1 : Lokasi Jangkauan Siaran Kompas TV Palembang



Sumber : Kompas TV Palembang

Berdasarkan Gambar 1. Lokasi siaran Kompas TV Palembang, penyiaran Kompas TV Palembang tersebar di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Kab Asin Banyu, Kab Ogan Komering Ulu, Kota Prabumulih. Cakupan yang komprehensif ini memudahkan penyebaran informasi tentang Kompas TV Palembang sekaligus peluncuran Kompas TV Palembang itu sendiri. Cakupan siaran yang luas diharapkan dapat menarik minat pemirsa ke Kompas TV Palembang. Selain jangkauan siarannya yang luas, Kompas TV Palembang juga menawarkan banyak program untuk menarik pemirsa.

Dalam penggunaan jejaring media sosial, Kompas TV menghadirkan satu program acara televisi yang mengadopsi percakapan publik ke media sosial. Salah satu program acara *soft news* yang di produksi oleh KOMPAS TV salah satunya yaitu Sapa Sumbagsel yang ditayangkan di televisi setiap Selasa-Jumat oleh KOMPAS TV Palembang pada pukul 06.30-07.30 WIB. Pada program acara Sapa Sumbagsel, sengaja dikemas dan didistribusikan ke dalam program *soft news* yang dimaksudkan untuk menginformasikan berita dengan cara lain, seperti wisata, kuliner, dan interaksi kepada masyarakat. Dalam prosesnya program ini selalu mengundang berbagai narasumber untuk bisa berbicara terkait topik yang diangkat pada setiap episodenya dan juga mengundang para pakar yang kompeten di bidangnya masing-masing. Dalam program acara Sapa Sumbagsel pada Dialog KPU episode lima yaitu, “Potensi Sengketa Pemilu 2024 dan Upaya

Pencegahannya” yang dinarasumberi oleh Hasyim ketua KPU provinsi Sumatera Selatan divisi perencanaan data dan informasi dan Samsul Alwi ketua BAWASLU provinsi Sumatera Selatan divisi hukum dan penyelesaian sengketa.

Tabel 1.1 : Episode-Episode Pada Program Acara Sapa Sumbagsel Terkait Pemilu 2024

No.	Episode Terkait Pemilu 2024	Periode dan View
1.	Dialog KPU, Partisipasi Masyarakat Dalam Pemilu dan Pemilihan Serentak Tahun 2024.	17 Kali Ditonton Dalam 2 Bulan.
2.	Dialog KPU, Kode Etik Penyelenggaraan Pemilu.	38 Kali Ditonton Dalam 2 Bulan.
3.	Dialog KPU, Pengawasan Pemilu dan Pemilihan Serentak Tahun 2024.	55 Kali Ditonton Dalam 4 Bulan.
4.	Dialog KPU, Persiapan Pemilu dan Pemilihan Serentak Tahun 2024.	68 Kali Ditonton Dalam 4 Bulan.
5.	Dialog KPU, Pemukhtahiran Data Pemilih.	54 Kali Ditonton Dalam 2 Bulan.
No.	Episode Terkait Pemilu 2024	Narasumber
6.	Dialog KPU, Potensi Sengketa Pemilu 2024 dan Upaya Pencegahannya.	38 Kali Ditonton Dalam 2 Bulan.
7.	Dialog KPU, Dukungan Pemerintah Dalam Pemilu 2024.	38 Kali Ditonton Dalam 2 Bulan.
8.	Dialog KPU, Penyerahan Dukungan Calon Perseorangan Pada Pemilu Tahun 2024.	28 Kali Ditonton Dalam 2 Bulan.

Sumber : KompasTV Palembang

Berdasarkan gambar di atas program acara Sapa Sumbagsel lebih banyak membahas mengenai pemilu 2024 dibandingkan dengan program acara lainnya, yaitu sebanyak delapan episode penayangan pada program acara Sapa Sumbagsel. Pemilihan terhadap episode lima ini berlatar belakang bahwa terdapat sengketa yang terjadi antara peserta pemilu dan penyelenggara pemilu, yang hal ini terdiri

dari sengketa proses dan hasil dari pemilu tersebut. Sengketa yang terjadi mengakibatkan beberapa pelanggaran dalam pemilu di antaranya, politik uang, isu SARA, berita *hoax*, politik identitas, kampanye hitam, dan oligarki, hal ini tentu saja harus dilakukannya upaya pencegahan-pencegahan terhadap proses pemilu tersebut.

Tabel 1.2: Channel TV Berita Terkait Elektabilitas Capres 2024

No.	Nama <i>Channel</i>	Judul	Periode dan <i>View</i>
1.	Kompas TV	Inilah Hasil Survei Litbang Kompas Terkait Elektabilitas Bakal Calon Capres 2024	38 ribu Ditonton Dalam 7 Hari.
2.	Kompas TV	Pemilu 2024, Nama Anies, Ganjar, dan Prabowo, Siapa Kandidat Capres Terkuat ?.	199 Ribu Ditonton Dalam 1 Bulan.
3.	TVOne	Survei Elektabilitas Capres 2024, Anies Dongkrak Suara Partai Nasdem.	87 Ribu Ditonton Dalam 6 Hari.
4.	TVOne	3 Besar Penguasa Survei Elektabilitas Capres 2024.	65 Ribu Ditonton Dalam 5 Bulan.

Sumber: Youtube

Berdasarkan gambar di atas bahwa Kompas TV memiliki posisi teratas dengan 48 ribu penayangan kurun waktu tujuh hari dan 199 ribu penayangan kurun waktu satu bulan, di media sosial Youtube dalam pencarian elektabilitas capres 2024 dibandingkan dengan stasiun televisi lainnya seperti *Tvone*, CNN, Detik.com, dan Metro TV. Di sisi lain, Kompas TV juga selalu update mengenai data Litbang elektabilitas capres 2024, di mana capres Ganjar 25,3 %, Prabowo 18,1%, dan Anies 13,1%.

Semua program acara televisi khususnya program acara Sapa Sumbagsel di Kompas TV Palembang memiliki perencanaan dan proses produksi yang profesional, segala hal yang berkaitan dengan program haruslah difikirkan terlebih dahulu agar nantinya menjadi sebuah tayangan yang bermutu serta dapat diterima oleh masyarakat. Program acara Sapa Sumbagsel merupakan program acara yang isi nya bersumber dari media sosial, tentu saja hal ini memiliki tim produksi dan riset yang kreatif agar tayangannya dapat dinikmati oleh

masyarakat. Program acara Sapa Sumbagsel menjadi salah satu program yang menarik untuk dikaji karena terdapat pengintegrasian antara dua medium komunikasi massa yaitu televisi dan media sosial dalam memproduksi . Di sisi lain, konsep pada tayangan program acara Sapa Sumbagsel menayangkan berbagai informasi yang viral atau segmen viral *flash* dari warganet dengan bentuk kemasan informatif, mendidik dan menghibur yang merupakan aktivitas dari media sosial tersebut. Program acara Sapa Sumbagsel juga memiliki sebuah segmen *talkshow* yang merupakan ciri khas acara televisi dalam program acara tersebut. Di samping itu, program ini juga memiliki jumlah rating yang signifikan karena hingga saat ini program acara Sapa Sumbagsel tetap tayang di Kompas TV Palembang. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penulisan ini akan menjelaskan tentang bagaimana proses *gatekeeping* pada program acara Sapa Sumbagsel. Dengan demikian, atas dasar pemikiran tersebut maka proposal penelitian ini berjudul **“Proses *Gatekeeping* Pada Program Acara Sapa Sumbagsel di Kompas TV Palembang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana proses *gatekeeping* pada program acara Sapa Sumbagsel di Kompas TV Palembang ?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui proses *gatekeeping* pada program acara Sapa Sumbagsel di Kompas TV Palembang, di mana hal tersebut mengacu pada kegiatan penyaringan informasi dalam proses penerbitan media yang bertujuan untuk menghasilkan jenis berita kredibel dan independen dengan berlandaskan pada asas nilai kode etik jurnalistik dan aturan di perusahaan tersebut.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau solusi kepada pihak Kompas TV khususnya produser, mengenai Proses *Gatekeeping* pada program acara Sapa Sumbagsel di Kompas TV Palembang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan agar dapat memberikan penjelasan dan pemahaman bagi kalangan akademik mengenai pengetahuan dan dunia Ilmu Komunikasi Program Studi Jurnalistik dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan komunikasi tentang proses *gatekeeping* pada program acara Sapa Sumbagsel di Kompas TV Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Manggolo, A. N., Siswanto, S., & Musthofa, M. (2020). Strategi Peliputan Berita Wartawan Majalah Suluh. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 101. <https://doi.org/10.29240/jdk.v5i2.2150>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Heinderyckx, F., & Vos, T. (2016). Reformed *gatekeeping*. *CM: Communication and Media*, 11(38), 29–46. <https://doi.org/10.5937/comman11-10306>
- Ismandianto, I., Wahidar, T. I., & Devitriana, N. (2022). Nilai Berita Pada Pemberitaan Bisnis Portal Bertuahpos.Com. *Medium*, 9(2), 136–147. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7911](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7911)
- Isbimayanto. (2022). *Gatekeeping* Dalam Produksi Berita Halaman Utama di Media Cetak Harian Disway . *Jurnal Penelitian Komunikasi*. Vol. 02. No.03. 1-8
- Kencana, W. H. (2018). Penyunting Gambar Sebagai Gatekeeper Televisi. *IKON*, XXI(2), 105–113.
- Kusadjibrata, N. (2019). Efektifitas Media Sosial Sebagai Sumber Berita Dalam Newsroom Televisi. *Ikon*, XXIII(2), 104–119.
- Mathematics, A. (2016). Pengaruh Iklan Televisi Media Massa Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. 1–23.
- Mediavol, J. N. (2022). *Analysis of the Value of Gatekeeping Theory in. 1*, 27–38.
- Milles, M. B. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publication, Inc.
- Mutia, A., & Putri, M. S. (2020). *Proses Kegiatan Jurnalistik Berita “Indonesia Hari Ini” Di Tvri*. 92–105.
- Mutiah, T. (2018). Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News

Screen di IDX Channel. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 59–63.

Pratiwi. (2017). yang muncul kemudian. Perkembangan teknologi media elektronik modern misalnya telah menyatukan individu dalam sebuah jaringan komunikasi yang lebih bersifat instan yang disebut. *Komunikasi*, 1, 202–224.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective. In *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*.
<https://doi.org/10.4324/9780203930434>

Steele, J. E. (2018). Censorship of Library Collections: An Analysis Using *Gatekeeping Theory*. *Collection Management*, 43(4), 229–248.
<https://doi.org/10.1080/01462679.2018.1512917>

Suherdiana, D. (2020). Jurnalistik Kontemporer. *Jurnalistik Kontemporer*, 1, 154.

Veronika, S., & Sos, M. S. (2017). Proses *Gatekeeping* pada Tim Digital Kompas TV. *Jurnal Ultimacomm*, 9(2), 46.

Yufriadi, E (2019). Strategi dan Performa Program Kompas TV Dalam Menghadapi Persaingan TV Berita Pada Pilpres 2019. *Journal*, 1 (1), 73-82