



STRATEGI REDAKSI KALTENG POS DALAM MEMBUAT HEADLINE BERITA

Isabela

Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Palangka Raya

Email : belaisa57860@gmail.com

Abstrak : Penerbitan pers khususnya surat kabar, hampir semuanya menyediakan kolom atau rubrik untuk berita. Dalam satu rubrik akan diisi beberapa berita untuk memenuhi satu halaman, dan dalam masing- masing rubrik tersebut pastilah akan dipilih salah satu berita yang akan dijadikan headline. Hal ini merupakan perwujudan dari perusahaan pers sebagai lembaga kontrol sosial, karena membahas berbagai isu berita, baik kriminal, politik, dan lain sebagainya. Berita dalam penerbitan pers berasal dari masyarakat luas dan wartawan yang meliput dan menulis beritanya. Kalteng post sebagai sebuah media terkemuka di kalimantan Tengah, memiliki strategi dalam menentukan berita yang masuk sebagai Headline. Strategi ini digunakan dalam rangka menarik minat baca pembaca koran Kalteng Post, dengan menggunakan huruf dan kolom yang semenarik mungkin.

Kata Kunci: strategi; headline; berita

Abstract : Press publications, especially newspapers, almost all provide columns or sections for news. In one column, several news stories will be filled to fill one page, and in each column, one of the news stories will be selected to be used as the headline. This is a manifestation of the press company as a social control institution, because it discusses various news issues, including crime, politics, and so on. News in press publications comes from the wider community and journalists who cover and write the news. Kalteng Post, as a leading media in Central Kalimantan, has a strategy in determining which news is included as a headline. This strategy is used to attract readers of the Kalteng Post newspaper, by using letters and columns that are as attractive as possible.

Keywords: strategy; headline; news

PENDAHULUAN

Komponen paling penting dalam kehidupan manusia sehari- hari adalah komunikasi, komunikasi telah diketahui dari berabad-abad silam mulai dari komunikasi yang sederhana berupa simbol-simbol hingga sekarang. Belakangan ini hadir teknik informasi baru yaitu internet yang sangat mempengaruhi dan mempercepat komunikasi global. Proses dimana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara terus-menerus hingga menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat memengaruhi khalayak yang besar dan berbeda dengan berbagai cara adalah komunikasi massa. Adapun alat- alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak kepada khalayak yang luas dan heterogen adalah media massa. Dibanding dengan jenis media lain media massa memiliki kelebihan yang dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu dengan menyebarkan pesan seketika pada waktu yang tidak terbatas.

Media massa yang cukup pesat berkembang dan dianggap mampu bersaing dengan media internet yaitu media cetak. Media cetak adalah sebuah media yang hanya menunjukkan gambar-gambar diam dan tulisan dalam penyampaiannya. Di Indonesia, sejak

Nama Belakang Penulis (Jika lebih dari 3, maka tuliskan nama penulis pertama saja dan diikuti dkk)

pemerintah memberikan kebebasan pers pada bulan Oktober 1945 maka sejak saat itu pula banyak hadir media-media cetak baru yang memicu persaingan diantara media sehingga setiap media harus memberikan sesuatu yang berbeda untuk menarik minat khalayak membaca dan persaingan ini hampir terjadi disetiap media tidak terkecuali media cetak. Dengan adanya persaingan ketat antara media-media tidak keculi media cetak menunjukkan bahwa betapa penting dan harus adanya strategi redaksi dalam menentukan headline atau judul berita dalam sebuah media surat kabar. Headline atau judul berita dengan huruf besar-besar yang mengawali berita adalah salah satu trik untuk menarik mata pembaca. Headline yang buruk dan tidak menarik akan menyebabkan pembaca kurang tertarik membaca berita tersebut, begitupula sebaliknya apabila headline atau judul berita bagus maka akan menarik perhatian pembaca untuk membaca berita.

Headline atau judul berita merupakan bagian yang penting dalam berita. Kreativitas banyak digali untuk membuat headline yang menarik dan memikat pembaca. Untuk membuat judul berita yang cocok dan memikat, kata-kata disusun sedemikian rupa, yang melibatkan wawasan, emosi, dan kecerdikan penulis untuk menarik perhatian pembaca terujikan. Penerbitan pers khususnya surat kabar, hampir semuanya menyediakan kolom atau rubrik untuk berita. Dalam satu rubrik akan diisi beberapa berita untuk memenuhi satu halaman, dan dalam masing-masing rubrik tersebut pastilah akan dipilih salah satu berita yang akan dijadikan headline. Hal ini merupakan perwujudan dari perusahaan pers sebagai lembaga kontrol sosial, karena membahas berbagai isu berita, baik kriminal, politik, dan lain sebagainya. Berita dalam penerbitan pers berasal dari masyarakat luas dan wartawan yang meliput dan menulis beritanya.

Strategi redaksi itu penting untuk menyikapi suatu peristiwa, karena dalam dunia pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri. Kalau suatu media massa tidak memiliki strategi redaksi, maka dipastikan beritanya tidak akan konsisten, karena ia tidak mempunyai pendirian dalam memberitakan atau menuliskan headline atau judul berita suatu peristiwa.² Selain strategi kebijakan redaksi juga menjadi hal yang penting karena merupakan dasar dari pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberikan atau menyiarkan suatu berita kebijakan redaksi juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa terutama media cetak terhadap masa aktual yang sedang berkembang yang biasanya diungkap dalam bentuk tajuk rencana.

Kalteng Pos yang berdiri sejak September 1993 merupakan perusahaan media cetak yang setiap hari menerbitkan koran dengan jumlah banyak. Kalteng Pos memiliki biro di beberapa daerah di Kalimantan Tengah seperti, biro Sampit, biro Katingan, biro Gunung Mas, biro Pulang Pisau, biro Buntok, biro Tamiang Layang, biro Muara Teweh, biro Seruyan, biro Sukamara, biro Murung Raya, biro Lamandau dan biro Pangkalan Bun.

Kalteng Pos Memiliki Visi “Terdepan dan selalu lebih maju”, menjadikan bacaan utama masyarakat Kalimantan Tengah, professional dan memenuhi hak masyarakat dalam memperoleh informasi yang sehat, mencerdaskan dan melepaskan asas keterbukaan serta meniadakan sekat-sekat golongan, ras, agama, ataupun kelompok sosial.⁴ Pimpinan redaksi dan redaktur surat kabar lokal Kalteng Pos dalam menentukan headline sebuah berita yaitu strategi redaksi merupakan proses pengambilan keputusan oleh tim redaksi tentang standar

Nama Belakang Penulis (Jika lebih dari 3, maka tuliskan nama penulis pertama saja dan diikuti dkk)

baku operasionalisasi pembuatan headline atau judul berita, dimana intervensi positif sebagai suatu tim kerja atau working group dalam merumuskan berbagai keputusan terkait dengan prosedur dan mekanisme maupun nilai berita yang akan dimuat atau diterbitkan oleh surat kabar lokal Kalteng Pos.

Berdasarkan hasil magang yang telah penulis lakukan pada bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Juni 2022, terdapat beberapa proses berita menjadi headline halaman utama pada surat kabar lokal Kalteng Pos, yaitu seluruh berita yang berhasil dihimpun oleh koordinator liputan (KL) dari wartawan akan didistribusikan kepada masing-masing redaktur halaman, setelah itu, berita dengan isu dan nilai berita terbaik yang didapatkan wartawan di lapangan akan didistribusikan koordinator liputan kepada redaktur halaman utama, lalu redaktur halaman utama bertugas menyunting berita dan membuat headline atau judul berita.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yang mana dalam penelitian deskriptif ini peneliti secara sistematis dan akurat mendeskripsikan fakta atau objek yang diteliti, sehingga penelitian ini hanya mendeskripsikan atau menjelaskan situasi peristiwa yang diteliti dengan pengamatan bukan menjelaskan tentang hubungan dan juga tidak menguji hipotesis dalam penelitian.⁵ Karena dalam penelitian ini membahas mengenai Strategi Redaksi di Kalteng Pos Dalam Pembuatan Headline Berita, maka peneliti akan menentukan informan dalam penelitian dengan menentukan informan mana yang sesuai untuk dimintai dan memiliki informasi terkait dengan topik yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara harfiah (etimologis, asal usul kata), jurnalistik (journalistic) artinya kewartawanan atau hal-ihwal pemberitaan. Kata dasarnya “jurnal” (journal), artinya laporan atau catatan, atau “jour” dalam bahasa Prancis yang berarti “hari” (day) atau “catatan harian” (diary). Dalam bahasa Belanda *journalistiek* artinya penyiaran catatan harian.

Di Indonesia, istilah "jurnalistik" dulu dikenal dengan "publisistik". Dua istilah ini tadinya biasa dipertukarkan, hanya berbeda asalnya. Beberapa kampus di Indonesia sempat menggunakannya karena berkiblat kepada Eropa. Seiring waktu, istilah jurnalistik muncul dari Amerika Serikat dan menggantikan publisistik dengan jurnalistik. Publisistik juga digunakan untuk membahas Ilmu Komunikasi. Jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian dan atau kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran dan pengkajian) secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada (Ensiklopedi Indonesia). Jurnalistik juga diartikan sebagai proses kegiatan mengolah, menulis, dan menyebarluaskan berita dan atau opini melalui media massa.

Pengertian Media Sosial Menurut Antony Mayfield (2008) Menurut Antony Mayfield (2008) yang memberikan gagasannya berupa definisi media sosial dimana

Nama Belakang Penulis (Jika lebih dari 3, maka tuliskan nama penulis pertama saja dan diikuti dkk)

menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunanya muda berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D).

Menurut Henderi, dkk, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem. Fungsi Media Sosial Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (one to many) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (many to many). Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi.

Headline adalah judul besar dari suatu karya, baik itu iklan, berita, artikel, atau yang lainnya. Headline terletak di bagian paling atas, dan menjadi hal yang pertama kali dilihat oleh pembaca. Fungsi dari headline adalah untuk menarik minat target pembaca untuk membaca isi iklan, berita, atau artikel sampai tuntas. Untuk membuat suatu konten agar menjadi menarik dan dikunjungi oleh banyak orang, headline harus dibuat sebugas mungkin. Jika tidak menarik, kemungkinan besar pengunjung tidak akan membacanya.

Keberadaan headline yang sangat penting, biasanya menjadi kunci utama keberhasilan suatu konten. Hal ini menyebabkan proses pembuatan headline tidaklah mudah. Diperlukan akal, pikiran dan kreativitas tinggi untuk menciptakan headline yang mudah dimengerti sekaligus komunikatif. Mengutip dari buku Advertising Edisi Kedelapan karya Sandra Moriarty dkk, ada beberapa prinsip umum untuk membantu penyusunan headline dan fungsinya, Headline harus disesuaikan dengan kombinasi gambar untuk menarik perhatian pembaca. Headline juga harus mengidentifikasi produk atau brand dari isi konten, agar pembaca dapat mengasosiasikan keduanya. Headline perlu menggunakan frasa yang menarik atau catchy, namun juga harus menyampaikan ide dan menarik audiens sasaran. Selain itu, visual atau gambar yang tepat dapat meningkatkan rasa ketertarikan orang yang melihatnya.

Strategi Redaksi Media Kalteng Post dalam Memilih Berita untuk Headline

Setelah menentukan informan untuk mendapatkan data yang akurat melalui proses wawancara di ruang Redaksi Kalteng Pos dengan menggali informasi dan data yang diperlukan pada Pemimpin Redaksi Husrin A Latief. Beliau menyebutkan bahwa memilih berita untuk Headline melalui beberapa strategi, karena setiap harinya belum tentu ada berita baru maka untuk menentukan berita itu untuk Headline yang pertama melalui Strategi perencanaan atau perancangan kemudian diramu, dimatangkan di tingkatan Rapat Redaksi. Untuk menentukan headline pemberitaan mempunyai pertimbangan tertentu.

Nama Belakang Penulis (Jika lebih dari 3, maka tuliskan nama penulis pertama saja dan diikuti dkk)

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. Pada dasarnya headline itu harus memenuhi banyak unsur seperti baru, menarik, penting, serta ada unsur ketokohnya. Di Kalteng pos untuk berita jadi headline itu 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.

Pada informan kedua, informasi dan data didapatkan dari Redaktur Pelaksana Agus Pramono. Beliau menyebutkan bahwa strategi memilih berita untuk Headline itu Kalteng Pos secara umum harus memperhatikan rukun iman berita Jawa Pos selaku ayah perusahaan Kalteng Pos yaitu sebagai berikut:

1. Penting, berita itu harus penting bagi masyarakat baik itu masyarakat luas, kelompok atau golongan.
2. Aktual, beritanya baru atau masih hangat jadi perbincangan masyarakat, meskipun sekarang mendapatkan keaktualan berita itu sulit bagi media cetak karena adanya media sosial yang dengan mudah diakses kapanpun dan menginformasikan berita secara langsung. Jadi salah satu cara yang dilakukan Redaksi Kalteng Pos untuk menjaga keaktualan berita itu adalah mencari sisi lain dari berita itu yang belum di ungkap di media sosial, contohnya menggali informasi lebih dalam dengan mewawancarai narasumber lebih dari satu yang memiliki pandangan yang berbeda dari satu isu.
3. Unik, menarik rasa penasaran pembaca.
4. Asas Kedekatan, sebesar apapun peristiwa jika tidak dekat dengan tempat penyebaran surat kabar tidak bisa menjadi Headline.
5. Ketokohan, adalah orang yang membawa pengaruh besar seperti gubernur, wali kota dll.
6. Magnitude (Daya Tarik Berita) Ketika dua berita daya tariknya berita sama- sama kuat maka akan dilihat lagi kepentingan berita tersebut yang lebih dibutuhkan masyarakat luas dan luas cakupannya.
7. Human interest, menjual potret kesedihan akan tetapi yang membawa dampak yang bisa dijadikan pembelajaran bagi pembaca, tidak hanya potret kesedihan tapi juga potret kebahagiaan yang bisa dijadikan inspirasi pembaca.
8. Unsur konflik.

Setelah didapatkan data dan informasi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui proses observasi dan wawancara pada surat kabar Kalteng Pos khususnya keredaksian, dimana telah didapatkan keterangan dari kedua informan, melihat dari masalah yang telah dirumuskan tentang bagaimana strategi redaksi kalteng pos dalam memilih berita untuk headline. Telah kita ketahui dari informan pertama pemimpin redaksi, maka telah kita ketahui strategi memilih berita untuk Headline secara singkat diawali dengan perencanaan dan perancangan, diramu dan dimatangkan oleh redaksi. Perencanaan tentang berita-berita yang akan dijadikan Headline telah atau dapat direncanakan melihat dari isu dalam seminggu atau dalam pekan depan. Berlanjut pada perancangan, Headline

Nama Belakang Penulis (Jika lebih dari 3, maka tuliskan nama penulis pertama saja dan diikuti dkk)

yang akan diangkat diramu dan dimatangkan pada rapat redaksi. Suatu berita maupun peristiwa yang akan dijadikan Headline juga harus memperhatikan rukun iman berita jawa pos selaku ayah perusahaan dari kalteng pos antara lain; penting, aktual, unik, ketokohan, asas kedekaan, magnitude, human interest dan unsur konflik. Jadi, jika suatu berita ataupun peristiwa mengandung kriteria-kriteria di atas maka sangat layak untuk dijadikan Headline.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis di kantor Kalteng Pos dengan judul “Strategi Redaksi Kalteng Pos Dalam Membuat Headline Berita” setelah mendapat informasi dan data dari kedua informan yaitu Husrin A Latief (Pemimpin Redaksi) dan Agus Pramono (Redaktur Pelaksana) maka penulis dapat menyimpulkan strategi redaksi kalteng pos dalam membuat headline berita melalui beberapa strategi. Strategi tersebut dimaksudkan untuk menentukan peristiwa atau berita mana yang akan dijadikan Headline. Strategi pertama yaitu perencanaan tentang berita apa saja yang bisa dijadikan Headline dimana setiap berita mempunyai kriteria yang memperhatikan rukun iman berita jawa pos selaku ayah perusahaan dari kalteng pos antara lain; penting, aktual, unik, ketokohan, asas kedekaan, magnitude, human interest dan unsur konflik, agar dapat dijadikan Headline. Pada tahapan kedua, berita yang telah direncanakan untuk dijadikan Headline dimatangkan dan diramu sedemikian rupa dalam rapat redaksi agar dapat menarik minat pembaca. Kemudian pada strategi terakhir ditingkatkan rapat redaksi ditentukan berita yang akan dijadikan Headline dengan memperhatikan seberapa besar pengaruh dan sebagaimana jauh jangkauan berita tersebut menyangkut kepentingan pembaca surat kabar Kalteng Pos yang kemudian diformulasikan judul dari berita ataupun peristiwa penting yang akan dijadikan Headline.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A., Ngalimun, N., Liadi, F., & Latifah, L. (2020). Bahasa Sebagai Nilai Perekat Dalam Simbol Budaya Lokal Tokoh Agama. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, 4(2), 159-172.
- Abubakar, H. M. (2017). *Dinamika budaya masyarakat plural*/Abubakar HM.
- Asep Syamsul M. Romli. (2003). *Jurnalistik Dakwah*. Bandung: Rosda
- Dokumentasi Kalteng Pos, 2022
- Farida Nugrahani. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. (Surakarta), h.4
- Juairiah, M. P., Qodir, H. A., Ngalimun, S. P., Kom, M. I., Tunggal, T., Purwanti, S., ... & Suwandewi, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*.

Nama Belakang Penulis (Jika lebih dari 3, maka tuliskan nama penulis pertama saja dan diikuti dkk)

- Kamariah, K., & Ngalimun, N. (2021). Struktur Dan Fungsi Lagu Banjar Karya H. Anang Ardiansyah. *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1).
- Latifah, L., Ngalimun, N., Setiawan, M. A., & Harun, M. H. (2020). Kecakapan Behavioral Dalam Proses Pembelajaran PAI Melalui Komunikasi Interpersonal: Behavioral Proficiency In The PAI Learning Process Through Interpersonal Communication. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(2), 36-42.
- Muhammad Iqbal Rizaldy.dkk (2022). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal Kalteng Pos. (*Anterior Jurnal*)
- Ngalimun, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Berkelanjutan Budaya Jawa (Studi Kasus dalam Bentuk Sapaan Antaranggota Keluarga). *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 3(1), 1-19.
- Ngalimun, N., Rahman, N. F., & Latifah, L. (2020). Dakwah KH. Zainuri HB dan Peran Kepemimpinannya di Pesantren. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 3(1), 13-24.
- Ngalimun, H., (2017). Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. Banjarmasin: Pustaka Banua.
- Ngalimun, M. M. (2018). Komunikasi Interpersonal Ngalimun. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurani Soyomukti. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi, Ar- Ruzz Media, Yogyakarta
- Sudirman Tebba. (2005). *Jurnalistik Baru*. (Jakarta), h.105
- Suprpti, S., Ilmiyah, N., Latifah, L., & Handayani, N. F. (2022). Islamic Aqidah Learning Management to Explore the Potential of Madrasah Students. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 4664-4673.
- Wawancara pribadi oleh Isabela dengan Pemimpin Redaksi Husrin A Latif tanggal 07 November 2022.
- Wawancara pribadi oleh Isabela dengan Redaktur Pelaksana Agus Pramo tanggal 07 November 2022