

Kebijakan Redaksi Surat Kabar *Harian Jogja* dalam Pemberitaan Pemilu Pilpres 2024

Anggraheni Widya Witari¹, Ahmad Muntaha²

Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

E-mail: anggraheniaww@gmail.com¹

Diterima : 26 Januari 2024

Disetujui : 1 Maret 2024

Diterbitkan : 17 April 2024

Abstrak

*Momentum Pilpres 2024 menjadi kajian menarik untuk mengupas tuntas kebijakan redaksional *Harian Jogja* dalam menyajikan berita. Acuan penelitian ini adalah kebijakan redaksi menurut pendapat Abrar (2019). Tujuannya untuk mengetahui kebijakan redaksi *Harian Jogja* dalam menyajikan pemberitaan Pilpres 2024 bulan Oktober-November 2023 dengan menerapkan pendekatan kualitatif metode studi kasus dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kebijakan redaksional yang diterapkan *Harian Jogja* yaitu (1) Sumber berita nasional berasal dari bagian Grup Bisnis Indonesia dan langganan kantor berita Antara News; (2) *Harian Jogja* memperkuat konten koran pada pemberitaan melalui gambar dan infografis; (3) Penempatan berita ada di halaman berita utama; (4) Karakter penulisan berita wajib mencantumkan nama lengkap dan email penulis berita; (5) Wartawan *Harian Jogja* harus mematuhi pedoman penulisan umum dari PWI, prinsip 5W+1H, memiliki nilai berita, serta tata bahasa sesuai standar KBBI dan PUEBI; (6) Kebijakan umum terkait regulasi, pedoman, dan aturan jurnalistik, seperti Kode Etik Jurnalistik dan Undang-Undang Pers.*

Kata Kunci : *Berita pemilu, *Harian Jogja*, kebijakan redaksional, Pilpres 2024*

Abstract

*The momentum of the 2024 presidential election is an interesting study to thoroughly explore the editorial policy of *Harian Jogja* in presenting news. The reference of this research is the editorial policy according to Abrar's opinion (2019). The aim is to find out the editorial policy of *Harian Jogja* in presenting the news of the 2024 Presidential Election in October-November 2023 by applying a qualitative approach to the case study method and data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The results of the study revealed that the editorial policies applied by *Harian Jogja* are (1) National news sources come from part of the Indonesian Business Group and subscriptions to the Antara News news agency; (2) *Harian Jogja* strengthens newspaper content in the news through images and infographics; (3) News placement is on the main news page; (4) The character of news writing must include the full name and email of the news writer; (5) Journalists of *Harian Jogja* must comply with general writing guidelines from PWI, the 5W + 1H principle, have news value, and grammar according to KBBI and PUEBI standards; (6) General policies related to journalistic regulations, guidelines, and rules, such as the Journalistic Code of Ethics and the Press Law.*

Keywords: *Election news, editorial policy, *Harian Jogja*, Pilpres 2024*

PENDAHULUAN

Media berperan penting sebagai alat atau *platform* yang memiliki peran penting dalam menghadirkan berita atau peristiwa yang tengah menjadi pusat perhatian dalam kehidupan masyarakat. Momentum Pendaftaran Calon Presiden (Capres) dan Calon Wakil Presiden (Cawapres) Tahun 2024 pada tanggal 19 hingga 25 Oktober 2023 tentu menjadi kajian yang menarik untuk mengupas tuntas berbagai model kebijakan redaksional yang digunakan oleh perusahaan media dalam menyikapi kampanye Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024. Berkembangnya jumlah media massa, termasuk media cetak dan elektronik, telah mengintensifkan kompetisi di dalam industri media (Harahap, Insan 2020). Salah satunya yaitu Surat Kabar *Harian Jogja (Harjo)* yang menghadirkan inovasi baru melalui *Talkshow*, *Podcast* dan koran versi digital serta memiliki ciri khas khusus dalam penyajian berita utamanya (Uyuni, Qorri, 2023). Menurut penulis, sekurangnya ciri khas berikut menunjukkan keunggulan *Harian Jogja* sebagai media yang layak untuk diteliti terkait isu nasional Pilpres 2024 yaitu (1)*Harian Jogja* adalah media lokal yang memiliki jejaring nasional dalam bagian grup *Bisnis Indonesia*; (2)*Harian Jogja* memiliki kebijakan konvergensi media yang sudah dilaksanakan sejak Pandemi *Covid-19* berupa koran edisi kertas dan koran edisi digital.

Dalam proses penyusunan berita, kebijakan redaktur memiliki peran yang sangat signifikan karena bertanggung jawab untuk memilih berita dan menerapkan sejumlah kriteria untuk mengevaluasi apakah suatu berita layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Oleh karena itu, kebijakan redaksional menjadi acuan standar bagi para wartawan untuk menjaga karakteristik khas media dan memastikan keseragaman bahasa dalam dunia jurnalisme. Setiap lembaga penerbitan *pers* memiliki kebijakan redaksional yang dirancang oleh pimpinan perusahaan sebagai kebijakan redaksional. Kebijakan ini diterapkan oleh departemen redaksi dan wartawan yang bekerja di media tersebut. Biasanya, kebijakan redaksional mencakup bagaimana media merespons isu-isu yang sedang diperbincangkan di masyarakat, serta aturan-aturan terkait proses penyuntingan dan etika dalam kegiatan jurnalistik (Nurhasanah, 2022).

Menurut (Ananda, Fathya 2020) mengatakan bahwa kebijakan redaksional adalah pedoman resmi yang disetujui oleh redaksi suatu media massa terkait kriteria berita atau artikel yang dapat atau tidak dapat dipublikasikan. Selain itu, kebijakan ini mencakup pengaturan penggunaan kata, frasa, atau ungkapan yang sesuai dengan visi dan misi media tersebut. Penyelenggaraan kebijakan ini merupakan tanggung jawab penuh dari pemimpin redaksi, yang berperan sebagai pengendali utama dalam hal editorial.

Berita berkualitas tinggi, baik yang disampaikan melalui media massa elektronik maupun media cetak, memerlukan proses dan teknik yang kompleks agar dapat diproduksi dan disajikan dengan cepat. Berita adalah hasil karya jurnalis yang terdiri dari beragam tulisan yang didasarkan pada fakta. Media memiliki kemampuan untuk membentuk realitas dengan cara menyoroti atau menekankan aspek-aspek tertentu dalam tulisan jurnalis, yang disusun dengan cermat agar dapat dinikmati oleh pembaca (Hefri, Yodiansyah, 2017).

Mendekati pemilu, sering kali terjadi situasi yang menciptakan isu-isu yang menghambat kemajuan dan mutu demokrasi di Indonesia. Beberapa permasalahan tersebut termasuk praktik kampanye hitam (*black campaign*), penggunaan uang dalam politik (*money politic*), dan penyebaran informasi palsu (*hoax*), terutama yang mencuat selama kampanye pemilihan presiden (Pilpres) 2024 (Harahap, Insan 2020).

Peran penting dalam proses komunikasi politik dipegang oleh media massa dan media sosial. Media massa bertugas sebagai penyedia informasi serta sebagai medium untuk menyebarkan nilai-nilai politik kepada masyarakat. Di sisi lain, media sosial memfasilitasi interaksi antara pemilih dan calon politikus, yang dapat meningkatkan kualitas komunikasi politik dalam kerangka demokrasi (Heryanto, Gun, 2018). Meskipun media elektronik dan berbagai inovasi media terus berkembang, media cetak tetap relevan bagi khalayak umum. Media cetak tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengetahuan pemilih, pandangan terhadap kandidat, serta tujuan dalam memberikan suara dalam pemilihan atau memilih kandidat. (Hefri, Yodiansyah, 2017).

Dilansir dari *website* CNN Indonesia (2023), terdapat tiga tim calon presiden dan wakil presiden, yakni Ganjar Pranowo yang berpasangan dengan Mahfud MD, Anies Baswedan yang berpasangan dengan Muhaimin Iskandar, dan Prabowo Subianto yang berpasangan dengan Gibran Rakabuming Raka. Pilihan ini akan memiliki peran krusial dalam menentukan presiden dan wakil presiden yang akan memimpin selama periode lima tahun mendatang, menjadi penentu utama bagi masyarakat dalam proses pemilihan umum.

Ketiga pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden ini sedang giat melakukan kampanye di berbagai daerah dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat yang akan menentukan pilihan mereka dalam pemilihan presiden dan wakil presiden yang dijadwalkan berlangsung pada tanggal 14 Februari 2024. Melalui serangkaian kampanye ini, masyarakat akan lebih mudah memahami rencana kerja dan visi-misi yang dimiliki oleh setiap pasangan calon presiden dan wakil presiden. Dalam proses kampanye yang diterapkan oleh ketiga pasangan calon tersebut, mereka akan memberikan pidato dan menjelaskan dengan jelas visi

serta misi mereka. Semua upaya ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pemilih sehingga mereka dapat membuat pilihan yang sesuai dengan keyakinan mereka. Pemilih memiliki hak untuk memberikan suara mereka dalam pemilihan tersebut, dan harapannya adalah agar tidak ada pemilih yang *abstain* (golput), sehingga setiap warga negara dapat aktif berpartisipasi dalam proses pemilihan tersebut (Ichsan et al., 2023).

Informasi yang disampaikan oleh media sering kali diterima oleh masyarakat tanpa analisis mendalam, lebih cenderung terpengaruh oleh judul berita dan kesan yang dibuat oleh media daripada menggali lebih dalam isi berita. Mendekati pemilihan presiden dan wakil presiden, media sering mengulas elektabilitas tiga pasangan calon. Elektabilitas ini diukur melalui survei yang dilakukan oleh berbagai lembaga yang bertugas untuk mengukur dukungan masyarakat sebelum pemilihan dilaksanakan. Hasil survei ini kemudian disampaikan kepada publik melalui berbagai media, termasuk media *online*, televisi, dan media cetak. Dengan demikian, peran media tidak hanya terbatas pada membangun kontrol sosial di masyarakat, melainkan juga dalam memengaruhi opini, sikap, perilaku, membangun kepercayaan, dan mengubah pandangan masyarakat terhadap berbagai aspek kehidupan (Dahlia & Permana, 2022).

Dengan kemajuan teknologi komunikasi, industri surat kabar mengalami perkembangan. Hampir semua kalangan masyarakat memandang surat kabar sebagai sumber informasi yang dapat diakses dengan mudah dan ditemukan dengan cepat. Salah satunya yaitu Surat Kabar *Harian Jogja* atau yang biasa disebut *Harjo*, memiliki keunikan dalam penyajian berita utama. Surat Kabar *Harian Jogja* resmi mulai terbit pada tanggal 20 Mei 2008 yang berlokasi di Jl. AM Sangaji No. 41, Cokrodiningrat, Jetis, Kota Yogyakarta. *Harian Jogja* memiliki slogan unik, yaitu "Berbudaya, Membangun Kemandirian" (*Website Resmi Harian Jogja*, 2023)

Penelitian terdahulu yang penulis jadikan rujukan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Qorri Yuni (2023) yang berjudul "Tantangan Pengelola *Harian Jogja* Dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 Di Daerah Istimewa Yogyakarta". Hasilnya mengungkapkan bahwa kualitas berita Surat Kabar *Harian Jogja* selama pandemi mengalami penurunan dikarenakan kurang efektif saat melakukan rapat *online*. Inovasi baru hadir untuk menjaga eksistensinya selama pandemi seperti *Talkshow* dan *Podcast*, memudahkan narasumber untuk memberikan informasi, koran versi digital dengan mengikuti perkembangan digital.

Surat Kabar *Harian Jogja* memiliki kewajiban untuk menyampaikan berita yang berkualitas kepada masyarakat, dengan tetap menjunjung prinsip kejujuran dalam penulisan berita. *Harjo* harus memperoleh informasi dari sumber yang dapat dipercaya, berdasarkan kejadian yang sebenarnya (bukan hasil imajinasi), dan harus mematuhi prinsip-prinsip etika jurnalistik yang berlaku serta melaporkan fakta dari sumber yang jelas, peristiwa nyata (bukan fiksi atau khayalan), dan sesuai dengan norma-norma jurnalistik yang berlaku (*Website Resmi Harian Jogja*, 2023).

Dalam proses pembuatan berita, peran seorang redaktur sangatlah penting karena memiliki tanggung jawab untuk melakukan seleksi berita, menentukan cara presentasi yang sesuai, serta memutuskan apakah berita tersebut akan dipublikasikan atau tidak. Selain itu, redaksi *Harian Jogja* menggunakan sejumlah kriteria untuk mengevaluasi apakah suatu berita layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Kesadaran akan pentingnya memahami sifat dan ciri khas audiens, terutama dalam konteks media *online* dan surat kabar, bertujuan agar pesan yang disampaikan melalui media tersebut dapat menjadi lebih efektif dan efisien dalam proses komunikasi. Hal ini juga memastikan bahwa pesan tersebut dapat mencapai khalayak dengan lebih optimal (Asrianti et al., 2019:136).

Penulis tertarik mengangkat kebijakan redaksional pada pemberitaan Pemilu 2024 pada kasus Pendaftaran Calon Presiden (Capres) dan Wakil Calon Presiden (Cawapres) di KPU karena berita tersebut berhasil menarik perhatian publik di berbagai media. Salah satunya yaitu Surat Kabar *Harian Jogja (Harjo)* yang menghadirkan konvergensi media untuk menayangkan berita. Berdasarkan fakta dari beberapa penjelasan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan yaitu bagaimanakah Kebijakan Redaksi Surat Kabar *Harian Jogja* Dalam Pemberitaan Pemilu 2024 (Kasus Pendaftaran Capres-Cawapres di KPU).

Dengan merinci perumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
1. Mengidentifikasi analisis kebijakan redaksi yang diterapkan oleh surat kabar *Harian Jogja* dalam menghadirkan liputan terkait Pemilu 2024 (Kasus Pendaftaran Capres-Cawapres di KPU pada bulan Oktober-November 2023).
2. Untuk mengetahui faktor dan hal pertimbangan yang diterapkan pada surat kabar *Harian Jogja* dalam penyajian berita Pemilu 2024 (Kasus Pendaftaran Capres-Cawapres di KPU).

Teori komunikasi politik dalam konteks media adalah analisis tentang bagaimana media massa dan media sosial dimanfaatkan dalam proses komunikasi politik. Teori ini meliputi konsep dasar, pesan-pesan politik, saluran dan media yang digunakan dalam komunikasi politik, audiens komunikasi politik, efek-efek dari komunikasi politik, kampanye politik,

strategi pemasaran dan iklan politik, serta riset dalam bidang komunikasi politik (Ichsan et al., 2023). Peran utama dalam komunikasi politik dijalankan oleh media massa dan media sosial. Media massa bertindak sebagai penyedia informasi dan sarana untuk mengenalkan nilai-nilai politik kepada masyarakat. Di sisi lain, media massa mempermudah interaksi antara pemilih dan kandidat, sehingga dapat meningkatkan kualitas komunikasi politik dalam kerangka demokrasi. (Suyasa & Sedana, 2020).

Acuan penelitian ini adalah kebijakan redaksi menurut pendapat Abrar (2019) bahwa kebijakan redaksional adalah suatu aturan untuk operasional pemberitaan di media pers yang memberikan petunjuk kepada redaksi mengenai penentuan isu liputan, sudut pandang, isi berita, nilai berita, pemilihan narasumber, tugas, format berita, penyuntingan, dan penyajian berita, termasuk pengelompokan berita berdasarkan rubrik atau program tertentu. Kebijakan redaksional ini merupakan kombinasi dari kebutuhan pemirsa media pers dan tujuan institusional media pers. Tanpa adanya kebijakan redaksional, konsistensi dalam pemberitaan media tidak dapat dijamin. Kebijakan redaksional diperlukan oleh media massa sebagai suatu pedoman untuk menyajikan berita, memberikan arahan kepada wartawan dan media mengenai pemilihan topik dan narasumber (Eriyanto, 2002). Definisi lain dari kebijakan redaksional, yang dijelaskan oleh Gonzales (2017), menyatakan bahwa ini merupakan suatu arah konsisten yang diterapkan oleh media dalam memilih isu atau peristiwa serta cara publikasinya.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*), khususnya *single-case study* yaitu pada satu media lokal saja (*Harian Jogja*) yang memiliki kebijakan sebagai media cetak sekaligus media digital. Dengan mengangkat kasus khusus yaitu pemberitaan Pemilu 2024 dengan waktu penelitian saat momentum tertentu khususnya pendaftaran Capres-Cawapres 2024 pada bulan Oktober-November 2023. Teknik pengumpulan data menggunakan framing, selain wawancara mendalam dengan narasumber yaitu redaksi *Harian Jogja*.

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung melalui interaksi langsung dengan sumber data atau informan. Sumber primer merupakan pihak yang memberikan data secara langsung kepada peneliti selaku pengumpul data (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi metode studi lapangan yang melibatkan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Data primer diperoleh dari wawancara dengan Pimpinan Redaksi, Manajer Konten, Tim Artistik, Redaktur Pelaksana dan Wartawan *Harian Jogja*.

Semua narasumber ini adalah pihak yang memiliki peranan langsung di dalam kebijakan pemberitaan Pilpres di *Harian Jogja*. Artinya, semua narasumber dipilih dan ditetapkan secara *purposive* (bertujuan), yaitu untuk mendapatkan informasi yang bersifat primer dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya karena semua narasumber adalah pelaku utama di dalam proses pemberitaan Pilpres *Harian Jogja*.

Dalam kerangka penelitian ini, sumber data sekunder meliputi buku-buku referensi, skripsi, artikel jurnal, dan berbagai dokumen yang relevan dengan penelitian yang mendukung proses penelitian tentang Kebijakan Redaksi Surat Kabar *Harian Jogja* dalam penyajian berita tentang Pemilihan Presiden 2024. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah itu, dilakukan analisis yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pedoman redaksional dapat diartikan sebagai suatu aturan yang menjadi dasar dalam proses penyusunan berita sesuai dengan visi dan misi suatu media. Kebijakan redaksional *Harian Jogja* dalam menyajikan berita Pemilu 2024 memiliki pertimbangan khusus. Dasar pertimbangan layak atau tidaknya sebuah berita dimuat koran *Harian Jogja* adalah berita tersebut harus memiliki nilai berita, memiliki kedekatan khususnya daerah Yogyakarta, serta berita yang terpopuler dari *Antara News* dan *Bisnis Indonesia* terkait pemilu Pilpres 2024 yang hangat dibicarakan publik.

Aturan Kebijakan Redaksi dalam Pemberitaan Pemilu 2024

Kebijakan redaksi menjadi pedoman bagi semua kegiatan jurnalistik di lembaga media massa, melibatkan berbagai aspek seperti penentuan sudut berita, peliputan lapangan, pemilihan narasumber, penulisan, desain, pengeditan, pemilihan berita, ideologi media, dan sebagainya. Di *Harian Jogja*, keputusan terkait berita yang diterbitkan juga tunduk pada kebijakan redaksi. Manajemen *Harian Jogja* beroperasi di bawah Jaringan Informasi Bisnis Indonesia yang merupakan bagian dari *Bisnis Indonesia Group of Media (BIG Media)*. Media lain yang tergabung dalam kelompok BIG Media meliputi *Bisnis Indonesia*, *bisnis.com*, *kabar24.com*, *Solopos*, *solopos.com*, *Harian Jogja*, *harianjogja.com*, *Radio Star Jogja FM*, *Radio Solopos FM*, *PT. Solo Grafika Utama*, *Solopos TV*, *Bisnis TV*, dan sejumlah entitas lainnya.

Dalam konteks pemberitaan terkait Pemilu 2024, *Harian Jogja* mematuhi regulasi, pedoman, dan aturan jurnalistik yang telah ditetapkan, seperti Kode Etik Jurnalistik dan

Undang-Undang Pers. Hal ini diungkapkan oleh Anton Wahyu Prihartono, Pimpinan Redaksi Harian Jogja:

Kalau secara khusus tidak ada regulasi yang mengatur pemberitaan harian jogja berkaitan dengan pemilu ya. kita acuannya tetap dengan kode etik jurnalistik dan Undang-Undang Pers karena menurut kami itu sudah cukup untuk mengarahkan pemberitaan tentang semua hal termasuk pemilu jadi tidak perlu ada kebijakan turunan lain kita mengacunya tetap pada kode etik jurnalistik. (Wawancara 15 November 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya, setiap surat kabar memiliki kebijakan redaksional yang berfungsi sebagai pedoman dan acuan untuk membimbing serta mencapai tujuan media tersebut. Hal ini juga berlaku untuk *Harian Jogja*, yang memiliki kebijakan redaksi dengan tujuan menyajikan informasi yang akurat, aktual, dan seimbang, serta menjadi panduan atau sumber informasi bagi masyarakat. *Harian Jogja* menetapkan prinsip utama dalam kebijakan redaksinya, yang mencakup kriteria berita yang harus informatif, edukatif, menghibur, dan memiliki elemen kritis terhadap pemerintah atau masyarakat. Prinsip-prinsip ini menjadi pedoman utama yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh seluruh pengelola *Harian Jogja*.

Selain itu ada juga aturan kebijakan *Harian Jogja* dalam pemberitaan Pilpres 2024. Berikut penjelasannya:

Sumber Berita

Sumber berita merupakan alat yang diperlukan oleh wartawan dalam menyusun berita. Sumber berita menjadi elemen pokok dalam rangka penyediaan informasi, sering kali diperoleh dari berbagai entitas seperti lembaga, pemerintahan, instansi swasta, masyarakat umum, partai politik, dan lain sebagainya. Dalam proses peliputan berita, *Harian Jogja* melakukan seleksi sumber berita sesuai dengan konteks pemberitaan yang akan diangkat, serta disesuaikan dengan kapasitas narasumber yang akan diwawancarai oleh reporter. Hal ini diungkapkan oleh Anton Wahyu Prihartono, yang menjabat sebagai Pimpinan Redaksi *Harian Jogja*:

Narasumber gimana. Ya narasumber kan kita lihat juga nih (kapasitasnya), tergantung konteksnya. Misalnya, (meliput) pengamat-nya pengamat komunikasi, ya dicari (siapa aja) orang pengamat komunikasi. Kalau bicara politik, ya dicari seorang pengamat politik. Bahwa pengamat itu punya kepentingan atau kecenderungan politik tertentu, yaa semua orang juga punya kecenderungan, tergantung kita. (Wawancara 15 November 2023)

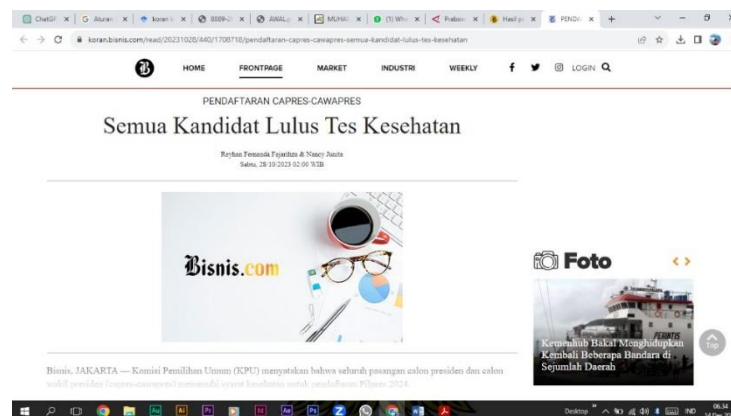
Seleksi narasumber yang cermat dalam penyusunan berita oleh *Harian Jogja* merupakan bagian dari tujuan media untuk menyajikan berita yang dapat dipercaya dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sebagai koran komunitas ketiga dalam Jaringan Informasi Bisnis Indonesia (JIBI), *Harian Jogja* menyusul *Solopos* di Solo dan *Monitor Depok* di Depok, Jawa Barat. Selain itu, *Harian Jogja* juga memiliki langganan dengan *Antara News*. Dalam melaporkan informasi mengenai Pemilu Pilpres 2024, *Harian Jogja* umumnya merujuk pada data berita yang diperoleh dari *Bisnis Indonesia* dan *Antara News*, seperti yang diungkapkan oleh Arif Junianto, Manajer Konten *Harian Jogja*:

*Kalau berita pemilu di DIY wartawan datang ke lokasi. Kalau di Jakarta kan kita tergabung dalam Jaringan Informasi Bisnis Indonesia (JIBI) jadi kita tinggal ambil saja beritanya dari Bisnis Indonesia tanpa membayar. Kalau Antara News itu kita berlangganan sama seperti media lain karena antara news merupakan kantor berita nasional terbesar yang wartawannya ada di mana-mana. Kita hanya mengambil data-data saja lalu ditulis ulang ke Surat Kabar *Harian Jogja*. (Wawancara 15 November 2023)*

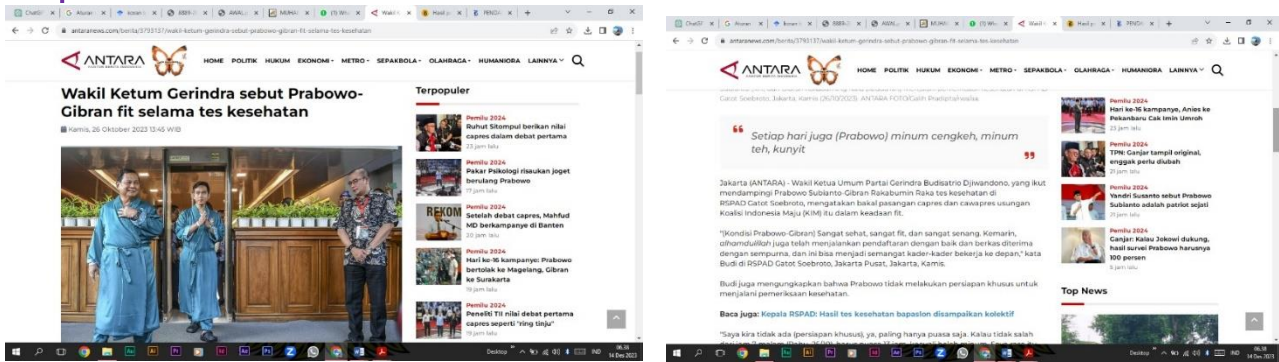
Berdasarkan hasil wawancara dengan Arif Junianto (Manajer Konten *Harian Jogja*) menambahkan bahwa:

Soal berita pemilu, kita ikuti alur isu yg terjadi di nasional. Setelah itu, kalau memang bisa dikontekskan ke lokal DIY, ya dilokalkan, klo Ndak bisa ya kita tetep tampilkan isu nasional, naskah bisa ambil dari newswire.

Dari hasil wawancara di atas bisa disimpulkan bahwa sumber berita terkait Pemilu nasional Pilpres 2024 *Harian Jogja* berlangganan dengan *Antara News* yang merupakan kantor berita nasional yang wartawannya tersebar di wilayah Indonesia portal berita ANTARA (www.antaranews.com). Selain itu, sumber berita mengambil dari *Bisnis Indonesia* yang merupakan induk perusahaan *Harian Jogja*.



Gambar 1. Berita dari *Bisnis.com*
Sumber: koran.bisnis.com



Gambar 2. Berita dari Antara News
Sumber: www.antaranews.com



Gambar 3. Hasil Berita dari Harian Jogja
Sumber: Koran Versi Digital Harian Jogja edisi 27/10/2023.

Dalam pemberitaan pemilu nasional Pilpres 2024 wajib berimbang tidak memihak salah satu pasangan calon (paslon). Sumber berita terkait pemilu nasional dan lokal pun berbeda. Hal ini diungkapkan oleh Arif Junianto (Manajer Konten Harian Jogja) melalui pesan WhatsApp, 17 Desember 2023:

Yang pasti kalo untuk Pilpres, kami wajib berimbang, klo capres 1 muncul, dua atau minimal satu capres yg lain harus ada. Untuk pemilu nasional, berita biasa kita ambil dari newswire. kalo lokal, kita biasa banyak menyoroti berita2 informatif soal tahapan dan pengawasan pemilu dari KPU dan Bawaslu. Kalo dari parpol, biasanya kita by event aja, misal ada deklarasi relawan dan semacamnya (dlm space kecil, kecuali emang itu konten berbayar). Kita Ndak ada kewajiban persentase mbak.

Berdasarkan potongan wawancara di atas diketahui bahwa pemberitaan terkait Pilpres 2024 wajib berimbang. Untuk berita Pemilu di Yogyakarta, biasanya banyak menyoroti berita-

berita informatif soal tahapan dan pengawasan pemilu dari KPU dan Bawaslu di Yogyakarta, wartawan datang langsung ke lokasi untuk mendapatkan data yang akan dijadikan berita. Kalau dari partai politik, biasanya hanya *by event* saja, misal ada deklarasi relawan dan semacamnya (dalam *space* kecil, kecuali memang itu konten berbayar).

Memperkuat Konten Koran Melalui Gambar dan Infografis

Harian Jogja menerapkan kebijakan redaksional untuk meningkatkan konten koran terkait liputan Pemilu Pilpres 2024 melalui penggunaan gambar dan grafis. Hal ini disebabkan oleh kemampuan gambar untuk menyampaikan informasi seefektif seribu kata. Setiap artikel berita diberikan dukungan grafis untuk menghindari kelelahan atau kebosanan pembaca, serta memudahkan pemahaman pesan yang disampaikan melalui kombinasi teks berita dan elemen grafis atau gambar. Hal ini diungkapkan oleh Hengki Irawan selaku *Layouter* dan *Illustrator* *Harian Jogja*, di bawah:

Setiap hari Harian Jogja wajib pakai grafis untuk kedalaman data, desain sudah diatur oleh redaktur kami hanya mendesain dan layout sesuai keputusan redaktur. Prosesnya melalui diskusi rapat. Tidak hanya pada berita Pemilu Pilpres 2024, tetapi berita yang hangat dibicarakan akan kami buat grafisnya sesuai permintaan redaktur. Setiap hari harus ada penyegaran berita. Kalo foto mentah dari fotografer media Bisnis Indonesia lalu dikirim ke redaksi Harian Jogja, lalu kami edit/diolah lagi. (Wawancara 15 November 2023)

Berdasarkan potongan wawancara di atas dapat diketahui bahwa *Harian Jogja* memiliki kebijakan berbeda dari media lainnya khusus pada pemberitaan pemilu Pilpres 2024 yaitu dengan menampilkan dan memperkuat konten berita Pilpres 2024 melalui gambar dan grafis. Tujuannya agar lebih menarik dan pembaca lebih mudah mencerna makna pesan berita.



Gambar 4. Tampilan Grafis pada Berita Pilpres 2024
Sumber: Koran Digital *Harian Jogja* edisi 19/10/2023

Perencanaan Teknis Peliputan Berita Selama Pemilu 2024

Sebelum berita siap untuk dipublikasikan dan dinikmati oleh pembaca, proses pembuatan berita melibatkan serangkaian tahapan yang panjang dan mendalam. Setiap tahapannya dapat dipengaruhi oleh individu yang terlibat dalam proses tersebut. Sebagai contoh, dalam tahap peliputan berita, *fotografer*, *editor*, dan wartawan memiliki potensi untuk memberikan pengaruh terhadap bentuk akhir berita.

Budi Cahyana selaku Redaktur Pelaksana *Harian Jogja* mengatakan bahwa rapat diadakan dua kali, berikut kutipan wawancara 15 November 2023:

Soal rapat dua kali, kita rapat sore jam 15.00, membahas materi headline atau untuk halaman satu edisi besok, mulai feature sampai berita indepth. Materi diambil dari usulan teman-teman reporter di masing-masing desk. Rapat yg kedua kita lakukan malam hari jam 19.30 membahas usulan materi untuk halaman satu dari masing-masing editor untuk edisi lusa nya.

Harian Jogja rutin menggelar dua rapat setiap hari, dengan rapat *budgeting* dilakukan pada pukul 15:00 WIB. Rapat ini membahas materi *headline* untuk halaman pertama edisi besok, mulai dari *feature* hingga berita mendalam. Materi ini berasal dari usulan reporter di setiap *desk*. Wartawan yang menangani liputan harus menyusun tiga hingga empat berita setiap hari, dengan daftar berita dikirimkan sebelum pukul 15:00 WIB. Sebagai contoh, berita mengenai persiapan Pemilu 2024 di KPU Sleman. Wartawan kemudian menghubungi KPU Sleman untuk melakukan wawancara terkait persiapan menghadapi Pemilu 2024 di Kota Yogyakarta. Tidak hanya terbatas pada berita lokal Jogja, melainkan pemberitaan mengenai tahapan Pemilu Pilpres 2024 juga ditampilkan di berita utama. Data berita diperoleh dari *bisnis.com* dan langganan *Antara News*. Proses wawancara dilakukan dengan memperhatikan aspek-aspek penting seperti etika wawancara, jenis berita yang akan ditulis (*soft news*, *feature*, *in-depth news*), serta kesiapan teknis termasuk penggunaan instrumen seperti alat perekam dan alat tulis. Persiapan wawancara melibatkan wartawan secara pribadi dan pembuatan *outline* sebelum dan setelah *reportase*.

Dari berita-berita yang telah disusun dalam rapat, dilakukan pemilihan berita yang dianggap menarik dan dinantikan oleh masyarakat. Berita menarik yang telah terpilih kemudian akan dijadikan *headline*. Pada pukul 19:30 WIB, diadakan rapat *finishing* yang berfungsi untuk mengevaluasi apakah keputusan yang diambil dalam rapat pagi tersebut masih relevan dan kuat. Apabila bahan berita sangat terbatas atau informasinya tidak kuat, berita *headline* yang telah dipilih bisa diganti atau ditukar dengan berita lain. Ada kemungkinan

bahwa berita yang telah direncanakan sebelumnya tidak tersedia, sehingga berita bisa diganti pada rapat *finishing*.

Biasanya setelah selesai pencetakan koran, redaktur melakukan diskusi mengenai berita yang masih akan tetap berlanjut sampai hari esok atau diganti dengan berita terbaru. Sehingga tetap ada perencanaan untuk menentukan headline dan berita harus yang disport. Apabila terdapat perbedaan berita, maka akan diputuskan bersama ketika rapat berlangsung dan pemred pun tidak bisa merubahnya. Pemred hanya bisa menyampaikan saran - saran. Jadi keputusan yang didapat pada saat rapat tidak bisa diganggu gugat oleh siapapun. (Wawancara dengan Budi Cahyana Redaktur Pelaksana Harian Jogja)

Setelah tahap penyusunan *layout* selesai, berita tersebut dicetak dan mendapatkan peninjauan ulang oleh redaktur, asisten redaktur pelaksana (asredpel), wakil redaktur pelaksana (waredpel), atau redaktur pelaksana (redpel), bersama dengan *Editor Bahasa*. Setelah hasil peninjauan ulang, berita yang telah diperiksa kembali kemudian dikembalikan ke tim *layout* atau desain untuk diperbaiki jika diperlukan.

Setelah semua langkah selesai, teks berita disusun dalam format PDF dan diperkaya dengan penambahan foto serta elemen grafis berita. Materi yang telah disiapkan dalam format PDF kemudian disampaikan kepada bagian pracetak untuk melakukan pengecekan akhir. Apabila sudah memenuhi standar dan tidak ada masalah, baik dari segi desain maupun warna, materi tersebut kemudian dikirim dari pracetak ke bagian percetakan melalui *e-mail* atau server yang telah terhubung.

Proses Pengolahan Informasi Berita

Setelah wartawan mengumpulkan data sesuai dengan *outline* atau dianggap sudah lengkap, langkah berikutnya adalah melakukan proses *news writing* atau penulisan berita. Dalam hal ini, wartawan harus mematuhi pedoman penulisan umum, termasuk pedoman dari PWI, prinsip 5W+1H, memiliki nilai berita, serta menggunakan tata bahasa sesuai standar KBBI dan PUEBI (Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia). Berita yang disajikan harus didasarkan pada fakta yang akurat dan mematuhi kode etik jurnalistik. Hal ini disampaikan oleh Stefani Yulindriani (Wartawan *Harian Jogja*) melalui *WhatsApp* 01 Desember 2023, bahwa:

Kami (wartawan) dituntut untuk memberikan berita secara akurat dan berdasarkan fakta. Selain itu kami dituntut untuk bisa memegang teguh kaidah jurnalistik yang tertuang dalam kode etik profesi. Dalam kebijakan redaksional Harian Jogja tidak memiliki arahan khusus tentang cara menulis sebuah berita, khususnya berita pemilu 2024. Hal inilah yang membuat redaksi sebagai bagian dari wartawan untuk konsisten mengabarkan berita yang sesuai dengan fakta. Produk-produk

berita tahapan Pilpres 2024 seperti press release sudah seharusnya dapat dilakukan cross check kebenaran beritanya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Stefani Yulindriani (Wartawan *Harian Jogja*) menambahkan bahwa:

Kalo struktur penulisan berita di Harian Jogja sebenarnya sama seperti pada umumnya mbak, jadi bagian berita terpenting diletakkan di awal hingga pendukung berita dibawahnya. Atau biasa disebut piramida terbalik. Selain itu pedoman penulisan kami wajib memuat 5WIH, mengandung nilai berita, tata bahasa sesuai KBBI dan PUEBI (Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia). Kita juga ada buku aturan dan gaya penulisan yg sudah disusun tim bahasa, baik tim bahasa dari JIBI maupun tim dari Harjo sendiri.

Dari penjelasan di atas, terungkap bahwa wartawan memiliki struktur tertentu yang harus diikuti ketika menyusun berita. *Harian Jogja* menggunakan struktur "piramida terbalik" untuk menyusun berita. Berita memuat unsur-unsur spesifik yang dikenal dengan istilah 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*). Jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut dianggap sebagai elemen yang sangat penting dan disusun pada bagian awal berita. Pendekatan ini mengatur penulisan berita dengan dimulainya penyampaian informasi yang paling signifikan hingga yang kurang signifikan. Selain itu, *Harian Jogja* memiliki buku aturan dan gaya penulisan yang telah disusun oleh tim bahasa, baik tim bahasa dari JIBI maupun tim dari *Harian Jogja* sendiri.

Penggunaan struktur piramida terbalik memberikan kecepatan dan efektivitas dalam menyampaikan pesan. Struktur ini mendukung pembaca untuk mengikuti pesan dengan efisien, memungkinkan mereka untuk segera memahami inti berita tanpa perlu membaca seluruh isi laporan. Struktur piramida terbalik juga berkaitan dengan medium berita tertua, yaitu surat kabar harian atau koran. Dengan menggunakan struktur ini, redaksi memiliki fleksibilitas untuk memotong bagian berita yang terlalu panjang dari bagian bawah tanpa mengganggu substansi berita, karena informasi penting umumnya terletak di bagian atas.

Karakter Penulisan Berita *Harian Jogja*

Terkait kebijakan redaksional dalam hal pemberitaan di jaringan *Bisnis Indonesia Group of Media (BIG Media)*, Arif Junianto yang menjabat sebagai Manajer Konter *Harian Jogja*, menyatakan bahwa ada kebijakan untuk mencantumkan dengan jelas nama dan alamat *e-mail* wartawan pada setiap berita yang dihasilkan di seluruh jaringan *BIG Media*, termasuk di *Harian Jogja*. Berikut kutipan wawancara, 16 Desember 2023:

Jadi untuk karakter penulisan berita Harian Jogja harus ada penyebutan nama terang dan alamat email yang membuat berita. Karena sudah

menjadi kebijakan kami yang merupakan bagian dari BIG Media. Kebijakan tersebut diprakarsai oleh Ketua Dewan Redaksi BIG Media sekaligus Wakil Pemimpin Umum Harian Ekonomi Bisnis Indonesia, Ahmad Djauhar pada tanggal 01 Agustus 2005 sebelum Harian Jogja lahir. Jadi kami tinggal mengikuti kebijakan dari atasan. Hal itulah yang membedakan berita kami dengan berita media lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa kebijakan pemberitaan ini diberlakukan sejak 1 Agustus 2005 hingga saat ini oleh Ahmad Djauhar, yang menjabat sebagai Ketua Dewan Redaksi BIG Media dan juga Wakil Pemimpin Umum Harian Ekonomi Bisnis Indonesia. Dengan diterapkannya kebijakan ini, setiap berita yang dihasilkan di *Harian Jogja* sekarang tidak lagi menggunakan kode atau inisial. Dengan kata lain, wartawan yang menulis berita tidak dapat menyembunyikan identitasnya melalui "politik inisial", karena redaksi koran memberikan peluang bagi pembaca untuk menghubungi langsung penulis berita tersebut melalui surat elektronik (*e-mail*).

Arif Junianto mengakui bahwa metode teknis penulisan berita di *Harian Jogja* berbeda dari yang digunakan oleh surat kabar lain, terutama dalam hal penulisan nama wartawan.

Nah inilah yang membedakan penulisan berita di Harian Jogja dengan media lain. Saya contohkan misalnya berita di KR, Tribun Jogja pasti di akhir berita hanya disebutkan singkatan nama yang menulis berita tersebut. Sejak awal, kami sepakat bahwa identitas penulis (untuk publish) ga perlu dikasih kode, karena itu bentuk pertanggungjawaban penulis (kode hanya dipake di internal kami sendiri + untuk berita pendek kilas saja). Selain itu penulisan email diharapkan bisa membuka ruang interaksi dan dialektika juga antara pembaca dan penulis. (Wawancara 16 Desember 2023)

Dari potongan wawancara di atas diketahui bahwa sejumlah media, termasuk beberapa surat kabar, masih menggunakan nama inisial atau kode khusus untuk menunjukkan identitas wartawan pada setiap berita yang diterbitkan. Namun, *Harian Jogja* menggunakan gaya berbeda dengan menampilkan nama lengkap wartawan pada setiap berita yang dipublikasikan, beserta alamat *e-mail* wartawan yang dapat dihubungi oleh pembaca. Hal ini mencerminkan gaya atau *style* yang diterapkan dalam pengelolaan halaman yang serupa di lingkungan Jaringan Informasi Bisnis Indonesia (JIBI).

Proses Pemuatan Berita di Surat Kabar *Harian Jogja* (Cetak dan Digital)

Pada dasarnya proses pemuatan berita *Harian Jogja* pada surat kabar cetak dan digital sama saja, semua melalui tahapan peliputan, penyuntingan dan penyeleksian oleh editor.

Bedanya hanya bentuk fisik koran yang akan dibaca. Penggunaan format cetak yang ditransformasikan ke bentuk koran versi digital muncul sebagai inovasi yang memudahkan pembaca menikmati informasi secara *online* ke portal *website* tanpa harus membeli koran dalam bentuk cetak.

Anton Cahyana selaku Redaktur Pelaksana menjelaskan bahwa unsur yang harus dipenuhi oleh sebuah peristiwa hingga layak dimuat dalam *Harian Jogja* yaitu mengandung nilai berita terdiri dari aktualitas, kedekatan, berdampak, *human interest*, konflik, kemajuan dan yang jelas beritanya penting menyangkut hidup banyak orang. Berikut kutipan wawancara 15 November 2023:

Kita acuanya enggak semua peristiwa layak disebut berita jadi yang disebut berita ya yang layak dimuat ya yang mengandung nilai berita nilai berita yaitu aktualitas, kedekatan, keterkenalan, dampak, human interest, konflik, seks, kemajuan, pengaruh dan penting. Misalnya berita terkait penetapan Paslon Pilpres 2024 pasti semua orang akan mencari tahu bagaimana prosesnya dengan membaca berita.

SIMPULAN

Kebijakan redaksional *Harian Jogja* dalam menyajikan berita Pemilu Pilpres 2024 didasarkan pada lima kebijakan yaitu 1. Sumber berita nasional berasal dari bagian *Grup Bisnis Indonesia* dan langganan kantor berita *Antara News*. Untuk berita Pemilu di Yogyakarta, menyoroti berita-berita informatif soal tahapan dan pengawasan pemilu dari KPU dan Bawaslu; 2. *Harian Jogja* memperkuat konten koran pada pemberitaan Pilpres 2024 melalui gambar dan infografis; 3. Penempatan berita pemilu Pilpres 2024 ada di halaman dan berita utama (*headline*); 4. Karakter penulisan berita wajib mencantumkan nama lengkap dan *e-mail* penulis berita; 5. Dari hasil analisis framing terlihat bahwa *Harian Jogja* lebih banyak menonjolkan figur paslon nomor dua yaitu Prabowo-Gibran. Sosok Prabowo dianggap menjadi perbincangan utama di kalangan masyarakat luas (aktualitas).

Selain kelima kebijakan di atas sebagai perusahaan industri media *Harian Jogja* juga berpegang pada operasional *standard* pemberitaan yang mengacu kepada aturan pokok pemberitaan media yaitu kebijakan umum *Harian Jogja* terkait regulasi, pedoman, dan aturan jurnalistik yang telah ditetapkan, seperti Kode Etik Jurnalistik dan Undang-Undang Pers. Serta Wartawan *Harian Jogja* harus mematuhi pedoman penulisan umum, termasuk pedoman dari PWI, prinsip 5W+1H, memiliki nilai berita, serta tata bahasa sesuai standar KBBI dan PUEBI.

Wartawan dan redaktur surat kabar *Harian Jogja* disarankan untuk mengutamakan profesionalisme dan objektivitas, serta menciptakan variasi dalam jenis berita melalui penerapan kreativitas dan inovasi pada aspek materi berita, narasumber, dan investigasi mendalam. Hal ini bertujuan agar berita yang dihasilkan menjadi menarik, berkualitas, dan tidak monoton. Pentingnya untuk fokus pada kepentingan umum sesuai dengan peraturan, serta untuk menghindari usaha mencari keuntungan ekonomi atau politis dari narasumber atau pihak tertentu dalam kebijakan pemberitaan. Selain itu, disarankan untuk membuat pedoman standar bagi wartawan dalam melaksanakan tugas liputan dan melakukan pemantauan agar terhindar dari penyimpangan.

REFERENSI

- Abrar, A. N. (2019). *Menatap Masa Depan Jurnalisme Indonesia*. Gajah Mada University Press
- Absari, P. A. (2020). *Kebijakan Redaksional Dan Proses Gatekeeping Simpang5 Tv Pati Dalam Menayangkan Pemberitaan Kriminal Dan Kecelakaan Periode 2020* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Akhmad, Bachruddin. (2019). *Komunikasi Politik*. Yogyakarta:Aswaja Pressindo.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala Erdinaya.(2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik: FilsafatParadigma-Teori Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Asrianti, N., Herman, A., & Akifah, A. (2019). *Kebijakan Redaksi Kompas TV Makassar Dalam Menayangkan Berita*. *Mediakom*, 2(2), 135. Link: <https://doi.org/10.32528/mdk.v2i2.1926>. Diakses 20 Oktober 2023.
- Barokah, F., & Hertanto, H. (2022). *Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024*. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(01), 1-13.
- BBC News Indonesia.(2023).*Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud MD daftar Capres dan Cawapres ke KPU*. Link akses:<https://www.bbc.com/indonesia/articles/c51wxy5qww5o>. Diakses 22 Oktober 2023.
- CNN Indonesia.(2023). *Jadwal Lengkap Masa Pendaftaran Capres dan Cawapres Pilpres 2024*. Link akses: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230921085904-617-1001768/jadwal-lengkap-masa-pendaftaran-capres-dan-cawapres-pilpres-2024>. Diakses 21 Oktober 2023.
- Dahlia, R. R., & Permana, P. A. (2022). *Oligarki Media dalam Pusaran Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia 2019 Menuju 2024*. *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 2(1), 65–81. <https://doi.org/10.22225/politicos.2.1.2022.65-81>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS.
- Gonzales, M. F. G. (2017). *The newsroom: a space of decision making*. In Peter Lang
- Harahap, Insan.(2020). *Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia*. *Komunikologi* , 17(1), 1.
- Harian Jogja*. <https://www.harianjogja.com/> (website resmi portal berita Harian Jogja). Diakses 22 Oktober 2023.
- Heriyanto, K.D.M.(2018). *Kebijakan Redaksional Pemberitaan Isu Pilkada Jelang Pilkada*

- NTB 2018 Dalam Program Berita Lintas 9 TV9 Lombok (Dalam Periode Jelang Pilkada Bulan Februari 2017 Hingga Agustus 2017).*
- Hefri Yodiansyah. (2017). *Komunikasi Politik Media Surat Kabar Dalam Studi Pesan Realitas Politik Pada Media Cetak Riau Pos dan Tribun Pekan Baru.* Jurnal Kajian Komunikasi, 5(1), 11–30.
- Ichsan, M., Irawan, A., & Safira, Y. (2023). *Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024.* JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan, 7(1), 76–90. <https://doi.org/10.32487/jshp.v7i1.1621>
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). *Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik.* Medium, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Mukarom, Zaenal. (2016). *Komunikasi Politik.* Bandung: Pustaka Setia.
- Nurhasanah. (2022). *Kebijakan Redaksional Surat Kabar Media Indonesia Dalam Penulisan Editorial.*
- Pamungkas, A. T., & Pramesti, O. L. (2021). *Kebijakan Redaksioan Media Lokal di Yogyakarta Dalam Pemberitaan Covid-19.* Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol, 25(2), 87-199.
- Qarib, Fathul. (2018). *Teknik Reportase dan Penulisan Berita.* Malang: Intrans Publishing.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). *Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online.* Jurnal Komunikasi Dan Budaya, 1(1), 56–64. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.314>
- Uyuni, Qorri. (2023). *Tantangan Pengelola Harian Jogja Dalam Mempertahankan Eksistensinya Selama Masa Pandemi COVID-19 Di Daerah Istimewa Yogyakarta.* Yogyakarta: STIKOM
- Yusrin, Y., & Salpina, S. (2023). *Partisipasi Generasi Millennial dalam Mengawasi Tahapan Pemilu 2024.* Journal on Education, 5(3), 9646-9653.