

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara mendasar cara masyarakat mengakses berita. Media daring kini menjadi sumber informasi utama di Indonesia. Berdasarkan survei penetrasi internet 2024 yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Tingkat penetrasi internet tersebut menyentuh angka 79,5%, meningkat 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia kini mengandalkan internet untuk memperoleh informasi, menjadikan media *online* bukan sekadar alternatif, tetapi kebutuhan sehari-hari.

Berita digital di Indonesia berada dalam ekosistem kompetitif yang mendorong media mengoptimalkan penentuan *headline* sebagai “etalase” utama pengaruh redaksi. Dalam teori nilai berita (*news values*), pembaruan pasca-era media sosial menempatkan “*shareability*” dan “*entertainment/surprise*” berdampingan dengan nilai klasik seperti relevansi, *magnitude*, dan *power-elite*. Artinya, kebijakan redaksional tentang bagaimana judul disusun apa yang ditonjolkan, nada bahasa, tingkat sensasionalitas menjadi perangkat strategis yang bukan sekadar kosmetik, melainkan keputusan editorial inti yang membentuk visibilitas dan persepsi khalayak terhadap kredibilitas media (Harcup & O’Neill, 2016: 2-6).

Di tengah meningkatnya konsumsi berita digital, media *online* menghadapi tantangan besar: bagaimana menarik perhatian pembaca di antara derasnya arus informasi. Salah satu strategi yang paling menentukan adalah melalui *headline* berita. *Headline* tidak hanya berfungsi sebagai pintu masuk bagi pembaca, tetapi juga sebagai cermin kredibilitas dan identitas media. *Headline* yang tepat mampu mengarahkan pembaca untuk memahami esensi berita secara cepat dan akurat. Namun, praktik di lapangan menunjukkan adanya kecenderungan media menggunakan *clickbait*, yaitu judul sensasional yang tidak selaras dengan isi berita. Meski mampu mendongkrak jumlah klik, strategi ini dapat mengikis kepercayaan publik dan merusak integritas jurnalistik.

Headline secara empiris memengaruhi perilaku klik, pembacaan, dan penyebaran. Studi eksperimental-kuantitatif menunjukkan fitur “*clickbait*” tertentu misalnya kalimat tanya, kata ganti personal, nada negatif, atau forward-reference dapat menaikkan *click-through rate* (CTR) secara signifikan, meski tidak semua fitur berdampak sama dan tidak selalu dapat diprediksi. Di sisi pragmatik bahasa, teknik *forward-reference/gap* telah didokumentasikan sebagai “umpan rasa ingin tahu” yang mendorong pembaca membuka berita (Blom & Hansen, 2015: 87-90), sementara riset deteksi *clickbait* memaparkan ciri-ciri kebahasaan khas yang kerap beririsan dengan sensasionalisme.

Media Teropongmedia.co.id menjadi contoh yang menarik untuk dikaji. Sebagai media *online* yang didirikan pada 15 Maret 2023, Teropongmedia.co.id tengah membangun identitasnya dan menghadapi tantangan untuk merancang

headline yang tidak hanya menarik perhatian pembaca, tetapi juga mampu bersaing di ruang digital yang kompetitif.

Media ini dipilih sebagai objek penelitian karena merepresentasikan karakteristik media *online* yang sedang berkembang di tingkat lokal namun beroperasi dengan dinamika digital yang kompetitif. Media ini berupaya membangun citra kredibel di tengah persaingan, sambil tetap menarik perhatian audiens melalui *headline*. Selain itu, Teropongmedia.co.id memiliki struktur redaksi yang memungkinkan penerapan dimensi teori hierarki pengaruh dapat diamati secara jelas, mulai dari level individu hingga ideologi

Relevansi penelitian ini dengan studi jurnalistik terletak pada peran *headline* sebagai *gatekeeping* yang kini sangat terdorong data (*metrics-driven*). Keputusan judul bukan hanya “seleksi berita” tetapi “pengemasan nilai berita” untuk antarmuka platform. Bukti bahwa fitur tertentu menaikkan CTR harus dibaca bersama peta nilai berita revisi dan riset deteksi *clickbait* (Potthast, 2016:2-4) untuk menyusun prinsip operasional yang menjaga koherensi antara performa, keakuratan, dan kepentingan publik.

Berdasarkan latar belakang di atas, Penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “*Kebijakan Redaksional Media Online Dalam Menentukan Headline Berita (Analisis Studi Kasus pada media online teropongmedia.co.id)*”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id sebagai media baru berusia dua tahun dengan performa

headline yang menarik (*clickbait*, viral, dan banyak pembaca) dibentuk, dijalankan, serta dikontrol. pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level individu dalam menentukan dan mengemas *headline* berita?
2. Bagaimana kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level rutinitas media dalam menentukan dan mengemas *headline* berita?
3. Bagaimana kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level organisasi media dalam menentukan dan mengemas *headline* berita?
4. Bagaimana kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level pengaruh Institusi Sosial dalam menentukan dan mengemas *headline* berita?
5. Bagaimana kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level sistem sosial dalam menentukan dan mengemas *headline* berita?

C. Tujuan Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini, penulis tentunya memiliki sejumlah tujuan yang ingin dicapai, antara lain:

1. Mengetahui kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level individu dalam menentukan dan mengemas *headline* berita.
2. Mengetahui kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level rutinitas media dalam menentukan dan mengemas *headline* berita.
3. Mengetahui kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level organisasi media dalam menentukan dan mengemas *headline* berita.

4. Mengetahui kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level pengaruh Institusi Sosial dalam menentukan dan mengemas *headline* berita.
5. Mengetahui kebijakan redaksional Teropongmedia.co.id pada level sistem sosial dalam menentukan dan mengemas *headline* berita.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap bahwasanya kelak penelitian ini tidak hanya dapat berguna bagi segelintir orang saja seperti halnya pewarta berita, Melainkan penulis juga berharap nantinya penelitian ini akan bermanfaat bagi masyarakat luas. Adapun untuk manfaat atau keuntungan akademik dan juga praktis adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya kajian terkait teori hierarki pengaruh, khususnya pada ranah media *online*. Temuan yang dihasilkan dapat menjadi rujukan berharga bagi penelitian di bidang komunikasi massa dan jurnalisme, terutama yang menelaah proses editorial serta mekanisme pengambilan keputusan di lingkungan media.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai mekanisme internal yang berlangsung dalam proses seleksi berita, sekaligus menunjukkan cara pengembangan kebijakan redaksional guna menjamin transparansi dan ketepatan informasi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi bagi media digital lain dalam merumuskan strategi editorial yang lebih objektif, kredibel, dan selaras dengan prinsip-prinsip jurnalisme profesional.

E. Kajian Konseptual

Kerangka konseptual digunakan peneliti untuk menjelaskan berbagai komponen ide pokok atau gagasan yang terkandung dalam kajian atau penelitian ini.

1. Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional merupakan pedoman baik tertulis maupun tidak tertulis, yang disepakati oleh tim redaksi dalam mengelola proses pemberitaan. Pedoman ini mencakup berbagai aspek mulai dari penentuan isu liputan, sudut pandang berita (angle), pemilihan narasumber, penugasan wartawan, hingga format penulisan berita (Fredika, 2016: 28). Menurut Sudirman Tebba dalam bukunya *Jurnalistik Baru*, kebijakan redaksi menjadi dasar pertimbangan sebuah media massa dalam memutuskan apakah suatu peristiwa layak diberitakan atau tidak.

Kebijakan ini juga mencerminkan sikap resmi redaksi terhadap isu-isu aktual yang sedang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk tajuk rencana. Struktur keredaksian dalam organisasi media umumnya terdiri atas empat jenjang utama: pertama, pemimpin redaksi yang bertanggung jawab atas kebijakan isi media; kedua, redaktur pelaksana yang mengoordinasikan kegiatan redaksional harian; ketiga, editor atau redaktur yang menyunting naskah berita; dan keempat, wartawan atau reporter yang bertugas mencari dan menulis berita. Secara struktural, bagian redaksi adalah unit yang menangani seluruh proses pemberitaan, mulai dari pencarian hingga penyusunan berita. Oleh karena itu, aktivitas rapat redaksi menjadi sangat penting dalam menentukan peristiwa mana yang akan diangkat.

2. Media *Online*

Media *online* artinya sebutan umum buat sebuah bentuk media yg berbasis telekomunikasi serta multimedia (Ryan, 2022). Pengertian media *online* dibagi dua, yaitu pengertian secara umum dan khusus:

- a. Secara umum, pengertian media *online* ialah wahana komunikasi yang disajikan secara *online* pada internet, mirip situs web (website) dan software (app). perangkat lunak perpesanan mirip WhatsApp dan Telegram termasuuk media *online* pada pengertian umum. disebut juga media daring (dalam jaringan), media *online* pada pengertian umum ialah segala jenis atau format media yg hanya bisa diakses melalui koneksi internet yg berisikan teks, foto, video, serta bunyi (audio). dengan istilah lain, media *online* bisa diartikan menjadi media yg bisa diakses melalui internet. menggunakan pengertian media *online* secara awam ini, maka email, mailing list, website, dan media sosial masuk dalam kategori media *online*.
- b. Secara spesifik media *online* secara khusus merupakan dalam konteks media komunikasi massa, yaitu media siber atau situs gosip (*news site*). Kehadiran media *online* memunculkan generasi baru jurnalistik, yakni jurnalistik *online* (*online journalism*) atau jurnalisme daring. Jurnalistik *online* diklaim juga jurnalisme siber, jurnalistik internet, jurnalisme digital, dan jurnalistik web (web journalism) artinya “generasi baru” jurnalistik sesudah jurnalistik konvensional (cetak) serta jurnalistik penyiaran (broadcast journalism, radio dan televisi) (Romli, 2012).

3. *Headline*

Dalam dunia jurnalistik, setiap edisi surat kabar selalu menyajikan berita utama yang disebut *headline*. *Headline* adalah berita yang dianggap paling penting dan relevan untuk diketahui publik pada hari itu, sehingga diletakkan di halaman depan dengan tampilan mencolok. Tidak jarang, *headline* disertai foto atau elemen visual lainnya untuk memperkuat daya tariknya. Pemilihan *headline* tidak hanya didasarkan pada nilai berita, tetapi juga mempertimbangkan aspek komersial.

Semakin menarik sebuah *headline*, semakin besar kemungkinan media tersebut akan dibaca dan dibeli oleh masyarakat. Oleh karena itu, redaksi dituntut memiliki insting jurnalistik yang tajam agar dapat memilih *headline* yang bukan hanya bernilai berita tinggi, tetapi juga mampu menarik perhatian audiens. (Sartika & Badri, 2019:301) Menurut Wandik, Antonious, dan Mulyono (2017:3), *headline* merupakan bentuk informasi yang dipilih sebagai yang paling utama dari keseluruhan isi berita dalam suatu edisi surat kabar.

Pemilihan *headline* biasanya dilakukan melalui kesepakatan tim redaksi berdasarkan pertimbangan nilai aktualitas dan kepentingan publik terhadap suatu isu. Meskipun *headline* biasanya hanya terdiri dari sedikit kata, proses pembuatannya justru membutuhkan kreativitas dan pertimbangan yang tinggi. *Headline* sering kali ditulis menjelang tenggat waktu, dan penulis harus berupaya keras menciptakan judul yang informatif, akurat, dan mencerminkan isi berita secara adil. Rolnicki dalam Sartika & Badri (2019:301) menyarankan beberapa pedoman dalam menulis *headline*, yaitu: (1) akurat – sesuai fakta berita; (2) informatif – mengandung inti informasi penting; (3) adil – mencerminkan berbagai

sudut pandang jika berita bersifat dua sisi; dan (4) memiliki kesan yang selaras dengan isi berita.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Teropong Media, yang beralamat di Jl. Terusan Buah Batu No.38-42, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pusat aktivitas redaksi berada di kantor tersebut, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara menyeluruh dan mendalam terkait proses kebijakan redaksional dalam penentuan *headline* berita. Selain itu, keberadaan informan kunci di lokasi ini memudahkan peneliti untuk melakukan wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen secara langsung.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas sosial bukan sebagai sesuatu yang statis, melainkan sebagai hasil dari proses interaksi antara peneliti dan subjek penelitian. Paradigma ini menekankan bahwa pemahaman terhadap sebuah fenomena hanya dapat dicapai jika peneliti terlibat langsung dalam konteks peristiwa yang sedang diteliti, sehingga makna dari realitas tersebut dibangun bersama melalui pengalaman dan pengamatan di lapangan.

Untuk mendukung cara pandang tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dirancang untuk menggali dan memahami fenomena secara mendalam, menggambarkannya melalui kata-kata dan Bahasa

yang kaya makna, serta menempatkannya dalam konteks khusus yang dialami oleh subjek penelitian. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada kebutuhan penelitian ini untuk menjawab persoalan yang masih belum sepenuhnya jelas dan belum banyak dikaji sebelumnya. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menyesuaikan fokus penelitian secara fleksibel, sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat, kontekstual, dan relevan dengan realitas di lapangan. Dalam prosesnya, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk turun langsung ke lapangan, menggali pengalaman individu yang memahami isu yang diteliti, serta mengidentifikasi makna di balik fenomena tersebut. Salah satu teknik utama yang digunakan adalah wawancara mendalam, yang memberi kebebasan kepada informan untuk menjelaskan pandangan mereka secara terbuka, sehingga informasi yang diperoleh lebih kaya dan mendalam.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kasus untuk memperoleh informasi yang memadai dan melakukan kajian secara efektif guna memahami perilaku subjek. Studi kasus ini menyajikan data mengenai berbagai aspek, seperti latar keterkaitannya dengan konteks, serta hubungannya dengan kasus lain yang ditemukan dalam penelitian. Untuk itu menurut Wahyuningsih (2013:12) dapat dikatakan bahwa secara umum, studi kasus lebih tepat digunakan untuk penelitian yang berkenaan dengan *how* dan *why*. Metode studi kasus digunakan untuk meneliti atau menyelidiki secara mendalam masalah yang melibatkan individu peristiwa, maupun fenomena (Assyakurrohim, 2023:5-8).

Tujuan penelitian studi kasus adalah untuk mengungkap atau menggambarkan keunikan dari suatu individu, kelompok, dan sebagainya. Selain itu, studi kasus juga bertujuan agar penelitian dapat menyampaikan fakta secara rinci dan informatif kepada pembaca hasil penelitian, sehingga pembaca dapat memahami situasi serta kondisi objek dan subjek penelitian secara jelas (Rahardjo, 2017:3-5).

Metode studi kasus relevan digunakan dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti menggali secara mendalam proses, alasan, dan pertimbangan di balik penentuan *headline*, bukan hanya menilai hasil akhirnya. Melalui studi kasus, penelitian dapat menyoroti keunikan kebijakan redaksional teropongmedia.co.id dalam konteks nyata, mengungkap faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi keputusan redaksi, serta menyajikan data rinci dan informatif mengenai praktik kerja redaksi. Dengan demikian, pendekatan ini mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana dan mengapa *headline* ditentukan, sekaligus memperlihatkan dinamika khas media online tersebut.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data adalah fakta yang telah peneliti kumpulkan untuk kepentingan pemecah masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu data berupa informasi naratif dan deskriptif mengenai kebijakan redaksi dalam penentuan *headline*. Data ini mencakup pemahaman,

pengalaman, serta pertimbangan editorial yang diungkapkan para informan, baik yang bersifat faktual maupun interpretatif.

b. Sumber Data

Sumber data adalah tempat atau subjek tempat informasi diperoleh untuk tujuan penelitian, analitik, atau aplikasi lainnya. Sumber data dapat berupa individu (responden), dokumen, basis data, perangkat fisik, atau peristiwa. Terdapat dua jenis utama sumber data: primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti (misalnya dari wawancara), dan sekunder, yaitu data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain (misalnya dari laporan atau situs web

1) Data Primer

Sumber data premier dari penelitian ini diperoleh langsung melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam proses redaksional, seperti Pemimpin Redaksi, Redaksi Pelaksana, Wartawan, dan Koordinator Liputan di Teropongmedia.co.id.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sekumpulan data yang berisi data pendukung mengenai penelitian. Peneliti memasukan data yang bersumber dari bahan pustaka seperti buku dan dokumen yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

5. Penentuan Informan

a. Informan

Dalam konteks penelitian ini, informan merupakan jajaran redaksi Teropongmedia.co.id yang memiliki keterlibatan langsung dalam perumusan dan penerapan kebijakan redaksional, khususnya dalam proses penentuan *headline*

berita. Mereka mencakup Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana, Wartawan, Editor yang terlibat aktif dalam proses penyusunan dan seleksi konten berita.

b. Teknik penentuan informan

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, di mana subjek yang dipilih dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman paling relevan dengan fokus penelitian.

Tabel 1.1 Tabel Klasifikasi Informan

| No | Jabatan | Nama |
|----|-------------------|---------------------------|
| 1) | Pemimpin Redaksi | Dadi Haryadi |
| 2) | Redaksi Pelaksana | Budi Septiana, S.I.Kom |
| 3) | Wartawan | Rizky Iman Hidayahutulloh |
| 4) | Editor | Atep Abdillah Kurniawan |

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung objek penelitian untuk memperoleh gambaran nyata mengenai fenomena yang diteliti. Melalui observasi, peneliti dapat melihat secara langsung bagaimana proses redaksi bekerja dalam menentukan headline berita, termasuk interaksi antarredaksi, dinamika rapat, hingga pola kerja dalam ruang redaksi media online. Teknik ini relevan dengan penelitian ini karena memungkinkan peneliti memahami secara faktual dan kontekstual bagaimana keputusan redaksional di

teropongmedia.co.id terbentuk dalam praktik sehari-hari, bukan hanya dari penjelasan verbal.

Dalam teknik observasi, peneliti mengamati secara langsung berbagai aktivitas redaksional di Teropongmedia.co.id yang berkaitan dengan proses penentuan dan pengemasan headline berita pada lima level analisis. Pada level individu, peneliti memperhatikan bagaimana wartawan dan editor mencari, memilih, dan memprioritaskan isu untuk dijadikan tajuk berita. Pada level rutinitas media, peneliti mengamati alur kerja redaksi, seperti rapat harian, mekanisme penentuan angle, proses penyuntingan, serta pola komunikasi antarstaf redaksi. Pada level organisasi, peneliti mencermati bagaimana struktur organisasi, kebijakan internal, serta peran pemimpin redaksi memengaruhi keputusan terkait headline. Pada level pengaruh eksternal, peneliti mengobservasi interaksi redaksi dengan pihak luar, seperti narasumber, pemilik media, atau tekanan pasar. Sedangkan pada level ideologi, peneliti mengamati kecenderungan nilai, orientasi pemberitaan, serta pola framing yang terefleksi dalam berbagai keputusan redaksional.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen tertulis, gambar, arsip, atau rekaman yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi dapat berupa arsip berita, pedoman redaksi, catatan rapat, maupun data digital terkait headline yang sudah dipublikasikan. Teknik ini relevan karena membantu peneliti memperoleh bukti nyata tentang kebijakan redaksional yang diterapkan, serta memungkinkan dilakukan perbandingan antara teori kebijakan redaksional dengan

praktik nyata di lapangan. Dengan dokumentasi, peneliti dapat memperkuat temuan dari observasi sehingga hasil penelitian lebih valid dan komprehensif.

Dalam teknik studi dokumentasi, peneliti mengumpulkan berbagai arsip dan dokumen yang relevan dengan penentuan headline Teropongmedia.co.id sesuai lima tujuan penelitian. Pada level individu, dokumentasi meliputi profil jurnalis, rekam jejak penulisan, serta pedoman kerja personal. Pada level rutinitas media, peneliti mendokumentasikan pedoman pemberitaan, standar prosedur redaksi (SOP), notulen rapat, dan alur editorial tertulis. Pada level organisasi, data yang terdokumentasi mencakup struktur organisasi, visi–misi perusahaan, kebijakan internal, serta dokumen arahan pimpinan. Pada level pengaruh eksternal, peneliti mengumpulkan dokumen seperti pedoman Dewan Pers, regulasi penyiaran dan publikasi, data hubungan media dengan pihak ketiga, serta catatan permintaan liputan dari instansi luar. Sementara itu, pada level ideologi, peneliti mengarsipkan konten-konten berita yang telah tayang, pola framing, tagline media, pernyataan sikap institusi, serta dokumen identitas media yang mencerminkan nilai dan orientasi ideologis redaksi.

7. Teknik Keabsahan Data

Data penelitian yang telah peneliti dapatkan belum tentu dapat ditentukan keabsahan datanya. Maka dari itu data yang telah peneliti dapatkan harus diuji terlebih dahulu agar dapat diverifikasi. Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk menentukan keabsahan data kualitatif. Karena triangulasi dibutuhkan untuk diterapkan ke dalam penelitian ini, tentunya setiap teknik mempunyai keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Melalui triangulasi dapat

memungkinkan menangkap realitas sosial lebih valid. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa jenis triangulasi yang sebagaimana ditulis oleh Sugiyono (2013: 273-274) yaitu :

- a. Triangulasi Sumber, mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang berkaitan.
- b. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data, mengecek data yang telah ada kepada sumber yang sama dengan teknik pengumpulan data yang berbeda.
- c. Triangulasi Waktu, mengecek data yang telah diperoleh kepada sumber yang sama pada waktu yang berbeda, yang memungkinkan sumber lebih siap diteliti.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Miles & Huberman (2014:34) disebut sebagai model analisis interaktif, karena proses analisis dilakukan secara berulang (siklus) mulai dari tahap pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Terdapat tiga komponen utama dalam analisis interaktif, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, dan mengorganisasikan data yang muncul dari catatan lapangan, wawancara, atau dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti menyingkirkan data yang tidak relevan, lalu memfokuskan pada data yang terkait langsung dengan kebijakan redaksional dalam menentukan headline. Proses ini membuat data yang kompleks menjadi lebih terarah dan bermakna.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi secara sistematis, baik dalam bentuk narasi, tabel, bagan, maupun matriks. Tujuannya agar peneliti dapat melihat pola, hubungan, dan kecenderungan dari data yang sudah direduksi. Dalam penelitian ini, misalnya, data tentang pertimbangan redaksi dalam memilih headline dapat ditampilkan dalam bentuk kategori atau tematik agar mudah dianalisis.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan ini bersifat sementara dan dapat berubah apabila ditemukan bukti baru. Oleh karena itu, verifikasi sangat penting agar hasil penelitian valid. Dalam konteks penelitian ini, kesimpulan dapat berupa temuan mengenai pola kebijakan redaksional media online dalam menentukan headline, beserta alasan yang melatarbelakanginya.

Tabel 1.2 Tabel Jadwal Penelitian

| No | Jenis Kegiatan | Sep | Okt | Nov | Des |
|----|---|-----|-----|-----|-----|
| 1 | Observasi Awal | | | | |
| 2 | Penyusunan Proposal | | | | |
| 3 | Seminar Usulan Proposal Penelitian | | | | |
| 4 | Penulisan Teori Penelitian | | | | |
| 5 | Penyiapan Pedoman Observasi dan Wawancara | | | | |
| 6 | Pengumpulan Data Penelitian | | | | |
| 7 | Analisis Data Penelitian | | | | |
| 8 | Penulisan Hasil Penelitian | | | | |
| 9 | Penulisan Pembahasan Penelitian | | | | |
| 10 | Penulisan Kesimpulan | | | | |
| 11 | Penyusunan Laporan Penelitian | | | | |
| 12 | Sidang Munaqosyah | | | | |