

STRATEGI MEMAHAMI BERITA MEDIA MELALUI TELAHAH MODEL RUANG REDAKSI, TEORI KONSENSUS DAN TEORI KEPANIKAN MORAL

Muhammad Iqbal

Dosen FISIP Universitas Jember

cacakiqbal@gmail.com

Abstract

The purpose of this article is to describe and analyze several models and theories about media newsroom. Through theoretical review, this article could be the strategy in understanding how news produced by the media. Further description cover up study of newsroom models (gatekeeping and process model), theory of influences on mass media content, theory of media and consensus, theory of moral panic and theory of public interest.

The significancy of this article imply the significant of advance research on framing effects by media and more objective on beyond of the news. In the context of public interest, do media work for public interest or deal with ideological state apparatus or ideological business apparatus.

Keywords: *media, newsroom, media concensus, moral panic, public interest.*

Abstrak

Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk memaparkan dan menganalisis beberapa model dan teori mengenai ruang redaksi media. Melalui telaah teoretis, artikel ini dapat dijadikan sebagai strategi memahami bagaimana berita diproduksi oleh media. Pembahasannya mencakup model studi tentang ruang redaksi (model Penjaga Gerbang, dan Model Proses), teori Konsensus Media, dan teori Kepanikan Moral serta model Identifikasi Kepentingan Publik.

Signifikansi artikel ini diharapkan dapat menumbuhkan kecermatan secara jernih dan lebih teliti serta pemahaman yang lebih objektif dalam memaknai peristiwa apa yang terjadi dan fakta-fakta apa yang berada di balik pemberitaan media. Dalam konteks kepentingan publik, apakah media berperan untuk kepentingan publik atau justru tengah melakukan konstruksi atas realitas. Pada konteks inilah, publik bisa jadi akan mengetahui sejauh mana keberpihakan dan kepentingan media pada suatu peristiwa atau realitas. Apakah media memang menjadi agen kontrol sosial, pengawas atas perilaku menyimpang dan sekaligus sebagai pembela kepentingan publik, ataukah sebaliknya, media sebenarnya menjadi *ideological state apparatus* atau *ideological business apparatus*.

Kata Kunci: berita, ruang redaksi, konsensus media, kepanikan moral, kepentingan publik.