

1. Apa yang anda ketahui tentang fungsi gatekeeping dalam produksi media?

## **Produksi Budaya Media**

Berbicara tentang produksi budaya media, maka kita juga berbicara tentang isi dari organisasi media, perannya sebagai industri penyebaran informasi, struktur sosial internal pekerja media, bahkan tekanan ekonomis sosial dengan dunia luar. Dimana pada prosesnya hal tersebut selalu bersifat dinamis. Ditambah dengan perkembangan konvergensi media yang mengubah pola konsumsi media oleh masyarakat.

## **Gatekeeping & Pemilihan**

Peran gatekeeping diterapkan pada bidang editorial baik dalam keperluan produksi media cetak, televisi, agensi berita bahkan penerbit. Fungsinya sebagai filter baik untuk bidang market / konten. Ia membatasi isu yang dapat memicu konflik masyarakat, mengawasi informasi yang bermuatan kepentingan politik, hegemoni, ideology yang tidak sesuai, dan lainnya.

## **Faktor Ideologis vs organisasional**

Terdapat tiga faktor indikasi yang mempengaruhi nilai berita diantaranya ; Organisasional, Genre, dan sosial budaya. Organisasional merupakan contoh faktor ini ialah seperti saat debut final piala AFF antara Indonesia melawan Vietnam yang berlangsung di Pakansari Stadium, Vietnam . Meskipun berlangsung di Vietnam, masyarakat Indonesia yang ada di Vietnam akan tetap mendukung kesebelasan Garuda di stadion. Genre merupakan faktor minat atau kesukaan masyarakat pada suatu program media. Sehingga media yang dapat menyesuaikan minat masyarakat akan menjadi dominan. Sosial budaya lebih mengarah kepada fokus berita yang melibatkan kepentingan kalangan elit, kejadian negatif, dramatis, dan berbau kekerasan.

## **Pengaruh terhadap Pilihan Berita**

Faktor pemilihan Berita diantaranya seperti kekuasaan, status, atau popularitas individu yang terlibat dalam peristiwa. Kontak personel atas reporter, lokasi peristiwa dan lokasi kekuasaan juga berpengaruh terhadap pilihan berita. Selain peristiwa yang kekinian berita yang berasal dari Fenomena atau situasi yang dapat diperkirakan / rutin dan terjadi di dekat dengan khalayak juga berpengaruh kuat pada pilihan berita. Akan tetapi redaksi juga harus mempertimbangkan pola naiknya suatu berita di sebarakan. Agar tetap mendapat sisi eksklusivitas, dan keuntungan ekonomi baik dari khalayak, sponsor, dan lainnya.

Banyak khalayak yang menyukai topik berita menyangkut figuritas atau mengenai tokoh. Seperti berita mengenai orang terkenal, politikus, dan pesohor. Semakin terkemuka orang yang terlibat, maka semakin besar perhatian masyarakat. Pada nilai berita terdapat unsur proximity (kedekatan jarak). Semakin erat hubungan antara khalayak dengan satu kota, atau Negara. Maka akan semakin besar berita tersebut diperhatikan.