

## **Praktik *Gatekeeping* Berbasis Popularitas dalam Pemberitaan Persib di Instagram @radarbandung.id**

**Adinda Nurul Hikmi<sup>1</sup>, Chotijah Fanaqi<sup>2</sup>, Muhamad Erfan<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Garut

Email: adindanh1124@gmail.com

**Abstract:** *This study aims to analyze the practice of popularity based gatekeeping in the news coverage of the Persib football club on Instagram @radarbandung.id. The research employs a descriptive qualitative method with data collection techniques including observation, documentation, literature review, and interviews with informants consisting of the editor in chief, news editors, social media admin, as well as two resources from journalism practitioners and academics. The finding indicate that the processes of news selection, editing, and publication are influenced by five levels of Shoemaker and Reese's Hierarchy of Influence theory: individual, media routines, organizational, extramedia, and social system levels. The popularity of Persib serves as a dominant factor driving the intensity of coverage, shaping presentation styles, and creating high audience expectations. The findings confirm that digital media are required not only to be fast and engaging but also to maintain accuracy, ethics, and information balance. This research is essential to enrich studies on the dynamics of digital journalism driven by popularity and to contribute to the development of media literacy and professional sports to journalism in the era of social media.*

**Keywords:** *Gatekeeping; popularity; Instagram; Persib Bandung; Shoemaker and Reese*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *gatekeeping* berbasis popularitas dalam pemberitaan klub sepak bola Persib di Instagram @radarbandung.id. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, dokumentasi, studi kepustakaan, dan wawancara kepada informan meliputi, pemimpin redaksi, editor berita, dan admin media sosial, serta dua narasumber dari kalangan praktisi dan akademisi jurnalistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses seleksi, penyuntingan, dan publikasi berita dipengaruhi oleh lima level *Hierarchy of Influence* Teori Shoemaker dan Reese: individu, rutinitas media, organisasi, ekstramedia, dan sistem sosial. Popularitas Persib menjadi faktor dominan yang mendorong intensitas pemberitaan, memengaruhi gaya penyajian, dan menciptakan ekspektasi tinggi dari audiens. Temuan ini menegaskan bahwa media digital dituntut tidak hanya cepat dan menarik perhatian publik, tetapi juga tetap menjaga akurasi, etika, dan keseimbangan informasi. Penelitian ini penting untuk memperkaya kajian tentang dinamika jurnalisme digital berbasis popularitas, serta memberikan kontribusi pada pengembangan literasi media dan profesionalisme pemberitaan olahraga di era media sosial.

**Kata kunci:** *Gatekeeping; popularitas; Instagram; Persib Bandung; Shoemaker dan Reese*

### **Pendahuluan**

Sepak bola tidak hanya menjadi olahraga yang digemari masyarakat Indonesia, tetapi juga telah bertransformasi menjadi fenomena sosial yang membentuk identitas kolektif, khususnya di kota Bandung dengan klub sepak bola kebanggaan yaitu Persib Bandung. Persib bukan hanya sekedar tim olahraga, melainkan simbol budaya yang meresap dalam kehidupan masyarakat. Popularitas Persib yang tinggi menjadikan setiap informasi seputar klub ini selalu dinantikan,

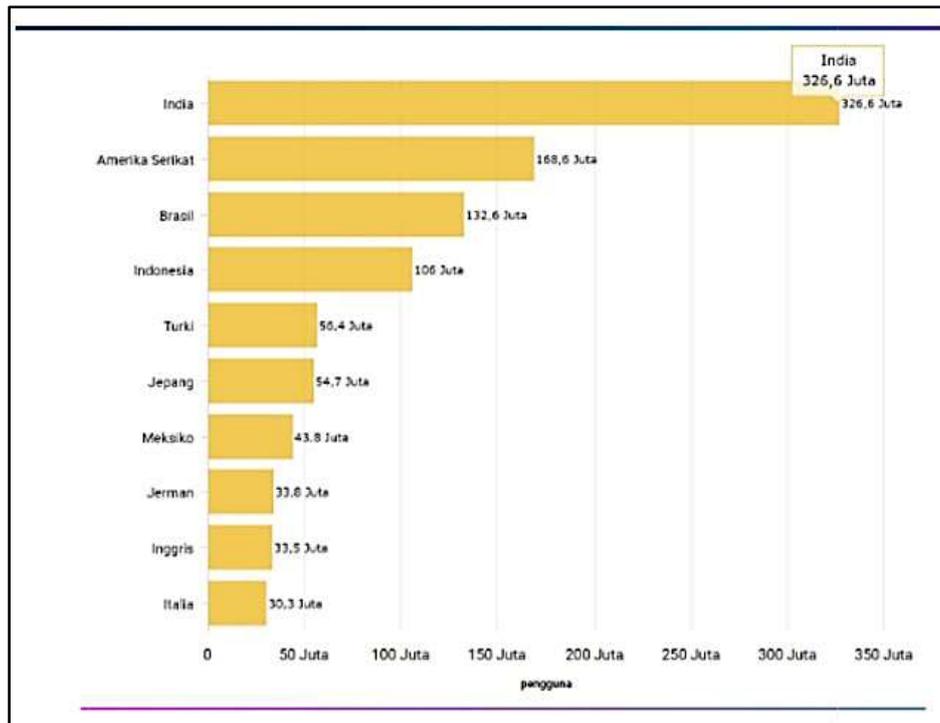
diperbincangkan, dan menjadi konsumsi sehari-hari, baik di media konvensional maupun media lokal seperti Radar Bandung yang mengambil peran dalam menyajikan informasi yang tidak hanya aktual, tetapi juga sesuai dengan ekspektasi komunitas supporter yaitu *Bobotoh*.

Di tengah era digital, popularitas menjadi salah satu asas penting dalam seleksi berita yang akan dipublikasikan. Berita-berita yang berkaitan dengan topik populer seperti Persib memiliki daya tarik lebih tinggi di media sosial, karena mampu mendorong *engagement*, interaksi, dan partisipasi audiens. Poses *gatekeeping* yang dulunya didasarkan semata-mata pada nilai-nilai berita tradisional kini turut dipengaruhi oleh pertimbangan popularitas, preferensi audiens, hingga algoritma media sosial. Namun, di sisi lain, fenomena ini juga memunculkan tantangan baru, yaitu menjaga keseimbangan antara penyajian berita populer dan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip jurnalistik yang etis dan akurat. Perkembangan teknologi mendorong media untuk bertransformasi mengikuti perkembangan zaman, salah satunya melalui kehadiran media daring (*online*). Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, turut mendorong munculnya berbagai media massa *online*, baik lingkup internasional, nasional, hingga lokal (Krisnawan & Annas, 2024).

Kecepatan publikasi menjadi keunggulan kompetitif, di mana semakin cepat berita disampaikan, maka semakin besar peluang informasi tersebut dikonsumsi khalayak. Media massa juga memiliki kelebihan dalam menembus batas ruang dan waktu, serta mampu menyebarkan isi pesan dengan periode yang tidak terhingga (Prasetya & Junaidi, 2022). Seiring waktu, media sosial berkembang menjadi media alternatif yang diminati masyarakat. Fungsi awalnya sebagai alat jejaring sosial kini bertransformasi menjadi saluran distribusi informasi (Rahman & Rudy, 2023). Instagram menjadi salah satu platform paling populer dalam pendistribusian berita, terutama karena sifatnya yang visual dan interaktif. Instagram memungkinkan penggunanya untuk membagikan konten dalam bentuk gambar, video, maupun teks yang dapat memperoleh interaksi langsung dari pengguna lain berupa komentar, *like* dan *share* (Fanaqi et al., 2020). Instagram sangat fokus dengan tujuannya yaitu menjadi mediator komunikasi berdasarkan pemaknaan secara eksplisit audiens terhadap konten yang diunggah di media sosial, hal tersebut memunculkan tindakan *impression management* (Wijaya & Kurniadi, 2022). Daya tarik konten sangat berpengaruh dalam menarik perhatian pengguna, sehingga konten yang menarik cenderung menghasilkan partisipasi aktif dari audiens (Kaharmudzakir et al., 2022).

Berdasarkan data *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram Indonesia mencapai 106 juta orang pada April 2023 menjadikannya negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia (Salsabila et al., 2024). Akun Instagram @radarbandung.id memanfaatkan potensi ini untuk menyampaikan berita-berita lokal, khususnya tentang Persib Bandung, klub sepak bola kebanggaan Jawa Barat. Kehadiran media sosial sebagai *platform online* memberikan ruang bagi pengguna untuk berpartisipasi aktif, di mana komunikasi di media sosial menjadi komponen utama dalam melibatkan banyak interaksi antara pengguna (Anwar & Rozi, 2024). Sepak bola merupakan cabang olahraga yang paling banyak digemari, *update* mengenai perkembangan tim-tim sepak bola pada gelaran pesta olahraga pasti selalu dinantikan. Maka dari itu, tentunya perlu ada informasi khusus seputar sepak bola yang dapat dikonsumsi masyarakat (Abdul et al., 2021).

Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial Instagram



Sumber: (Annur, 2023)

Persib sebagai salah satu klub sepak bola terpopuler di Indonesia, dengan basis suporter yang sangat besar menjadikan Persib sebagai salah satu topik yang paling banyak dibicarakan di media, termasuk media sosial. Radar Bandung, sebagai media lokal memiliki jangkauan di wilayah Bandung, tentu tidak ingin kehilangan kesempatan untuk memanfaatkan popularitas Persib. Unggahan di Instagram seperti skor pertandingan, kabar pemain, atau komentar pelatih sangat mempengaruhi persepsi publik. Fenomena ini menunjukkan bagaimana dinamika popularitas dapat mempengaruhi intensitas dan arah pemberitaan, sehingga penting untuk mengkaji bagaimana media lokal seperti Radar Bandung mengelola popularitas agar tetap selaras dengan prinsip-prinsip jurnalistik. Di tengah era digital yang serba cepat dan kompetitif, kontrol atas kualitas informasi dan upaya menjaga keseimbangan narasi menjadi semakin krusial dalam mendukung literasi media masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwa akun Instagram @radarbandung.id menjadi salah satu kanal utama bagi *Bobotoh* (komunitas penggemar Persib) untuk mendapatkan informasi terkini mengenai Persib. Visual konten yang ringkas dan informatif menjadi kekuatan utama akun ini dalam menjangkau, mengkaji dan menyeleksi informasi terkait Persib yang disebarluaskan melalui Instagram @radarbandung.id turut memengaruhi audiens. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, telah menjadi ruang bagi media seperti Radar Bandung sebagai media lokal memanfaatkan Instagram tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga beradaptasi dengan karakteristik platform digital yang bersifat visual, cepat, dan interaktif. Dalam prosesnya, setiap informasi yang dipublikasikan tidak terlepas dari proses penyaringan informasi atau *gatekeeping*. Proses ini, menjadi titik penting dalam menentukan bagaimana konten disusun dan bagaimana realitas sosial dibentuk melalui media.

Gambar 2. Akun @radarbandung.id



Sumber: Data Penelitian

Gambar 3. Contoh Unggahan Akun @radarbandung.id Terkait Persib Bandung



Sumber: Data Penelitian

Perkembangan teknologi tidak hanya mengubah cara masyarakat mengakses informasi, tetapi juga merevolusi proses kerja media massa, terutama dalam hal seleksi dan distribusi informasi. Proses *gatekeeping* yang sebelumnya bersifat naik turun pada media tradisional, kini mengalami pergeseran signifikan di era digital. Media sosial telah menempatkan audiens sebagai bagian dari ekosistem informasi yang lebih aktif, sehingga proses penyaringan informasi kini melibatkan interaksi dua arah antara media dan publik (Jannah, 2023). *Gatekeeping* di era digital tidak hanya melibatkan wartawan atau editor sebagai pihak utama

yang menentukan informasi yang layak disebarluaskan, tetapi juga mempertimbangkan algoritma *platform* digital, kecepatan viralitas, serta respons audiens secara *real time*. Hal ini berbeda dengan media tradisional yang memiliki siklus produksi dan publikasi berita yang lebih panjang dan hirarkis (Irene & Rusdi, 2021).

Akun instagram @radarbandung.id menjadi kanal utama penyebaran informasi mengenai Persib Bandung di media sosial. Unggahan yang disajikan cenderung bersifat visual, ringkas, dan cepat, menyesuaikan dengan karakteristik pengguna Instagram yang aktif dan responsif. Gambar 3 merupakan contoh bagaimana tim redaksi Radar Bandung mengemas informasi pertandingan Persib ke dalam format visual yang mudah diakses oleh audiens, terutama para *Bobotoh* yang aktif di media sosial. Proses distribusi konten di media sosial seperti Instagram mendorong jurnalis dan media untuk beradaptasi secara cepat dengan tren dan preferensi audiens, termasuk dalam memilih gaya visual, narasi, hingga waktu publikasi yang strategis (Rahmi et al., 2024). Selain transformasi digital, budaya lokal juga menjadi aspek penting yang membentuk konten media. Dalam konteks ini, Persib bukan hanya klub sepak bola, melainkan simbol identitas kolektif yang melekat kuat dalam masyarakat Bandung. Persib menciptakan ekspektasi dan standar tertentu terhadap media yang memberitakannya. Media lokal seperti Radar Bandung harus menyesuaikan penyajian berita agar tidak hanya normatif, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai sosial dan budaya lokal, termasuk gaya bahasa yang sopan, netral, serta menjaga citra positif komunitas *Bobotoh* sebagai bagian dari identitas kota Bandung.

Beberapa peneliti terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu penelitian dengan judul Analisis *Gatekeeping* Portal Media Daring (Studi Kasus pada Media Daring Okezone.com). Hasil penelitian yang ditemukan bahwa kedua model *gatekeeping* yang digunakan oleh peneliti diterapkan dalam proses *gatekeeping* Okezone.com. Dalam prosesnya, Okezone.com menunjukkan adanya faktor internal dan eksternal media yang secara aktif memengaruhi proses redaksional (Irene & Rusdi, 2021). Penelitian lainnya dengan judul Peran *Gatekeeper* @infocimahi.co dalam Publikasi Berita Jurnalisme Warga. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari faktor individu seperti pemahaman dan pengalaman, rutinitas media dalam mengolah informasi agar menarik minat pembaca, serta dominasi faktor organisasi, terutama kebijakan internal media yang ditentukan oleh pemilik akun (Jannah, 2023). Selanjutnya penelitian dengan judul Analisis *Gatekeeping* Pemberitaan Kampanye pada Pilkada Kompas TV Jawa Tengah Menggunakan model *Gatekeeping* Bass. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas TV Jawa Tengah menerapkan proses seleksi berita secara profesional dan tetap menjaga netralitas dan keberimbangan, baik dari sisi alur produksi maupun struktur organisasi (Fanani, 2020). Jika dilihat terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini dilakukan pada pemberitaan di Instagram. Instagram yang memiliki karakteristik seperti algoritma, visual konten, dan interaksi langsung yang dapat memengaruhi proses *gatekeeping*. Serta fokus pada pemberitaan olahraga, yang bersifat hiburan sekaligus informasi bagi penggemar Persib. Tujuan penelitian ini, yaitu untuk menganalisis bagaimana proses *gatekeeping* yang diterapkan oleh Radar Bandung dalam pemberitaan Persib melalui Instagram @radarbandung.id. Penelitian ini juga mengidentifikasi kriteria faktor-faktor yang memengaruhi seleksi berita sebelum dipublikasikan, serta mengevaluasi dampak keputusan *gatekeeping* terhadap isi dan bentuk berita yang diterima oleh

audiens mengenai Persib. Selain itu, penelitian ini menjelaskan bagaimana proses tersebut memengaruhi persepsi audiens terhadap pemberitaan Persib di Instagram @radarbandung.id.

Penelitian ini mengkaji kriteria yang digunakan oleh redaksi Radar Bandung dalam menentukan kelayakan berita mengenai Persib untuk dipublikasikan, serta bagaimana proses *gatekeeping* memengaruhi jenis informasi yang disampaikan kepada audiens melalui akun Instagram @radarbandung.id. Selain itu, dampak dari proses tersebut terhadap persepsi dan respons audiens, khususnya komunitas *Bobotoh*, terhadap Persib yang diunggah di media sosial Instagram @radarbandung.id. Dalam penelitian ini, konsep *gatekeeping* menjadi landasan teoritis utama yang digunakan untuk memahami bagaimana informasi mengenai Persib dipilih, disaring, dan dikemas sebelum dipublikasikan di media sosial. Proses *gatekeeping* tidak lagi sederhana seperti pada media tradisional, melainkan telah berkembang menjadi sistem yang kompleks di era digital, di mana kecepatan, visualisasi, dan interaksi *real time* menjadi bagian integral dari proses penyaringan informasi. Fungsi utama dari *gatekeeping* adalah menyaring pesan yang diterima khalayak. Dalam praktiknya, *gatekeeper* seperti surat kabar, majalah, atau media sosial memiliki kewenangan untuk memilih, memodifikasi, bahkan menolak informasi sebelum disampaikan kepada publik (Sapinatunajah et al., 2022). *Gatekeeper* memainkan peran yang sangat signifikan dalam memilih informasi berdasarkan nilai berita, relevansi, dan kepentingan publik, serta melakukan penyuntingan untuk memastikan bahwa informasi tersebut sesuai dengan standar jurnalistik (Rahmi et al., 2024).

Untuk mengkaji dinamika tersebut secara lebih mendalam, penelitian ini menggunakan konsep *gatekeeping* dengan model pengaruh teori *Hierarchy of Influence Model* oleh Shoemaker dan Reese. Model ini memungkinkan peneliti memahami proses seleksi berita dari berbagai sudut pandang yang saling memengaruhi, yaitu melalui lima level pengaruh yang diklasifikasikan sebagai berikut: level individu, keputusan redaksi dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan nilai pribadi jurnalis. Level rutinitas media, mencakup pola kerja harian yang dibentuk oleh kecepatan kerja dan kebutuhan visual. Level organisasi, kebijakan redaksi dan kontrol manajemen menjadi faktor dominan. Level ekstramedia, mempertimbangkan tekanan dari komunitas, algoritma *platform*, dan relasi dengan institusi seperti manajemen Persib. Terakhir di level sistem sosial, nilai budaya lokal dan ekspektasi masyarakat Bandung turut membentuk narasi (Reese & Shoemaker, 2016). Dengan mengklasifikasikan kelima level ini, penelitian ini tidak hanya melihat *gatekeeping* sebagai proses tunggal, melainkan sebagai hasil dari interaksi multilevel yang dinamis dalam ekosistem media digital. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada kajian jurnalisme media lokal, tetapi juga memperkaya pemahaman teoritis tentang transformasi *gatekeeping* di era media sosial, khususnya dalam konteks budaya lokal dan popularitas olahraga seperti Persib Bandung.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, studi kepustakaan, dan wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dari narasumber mengenai *gatekeeping* di media Instagram @radarbandung.id. Observasi

dilakukan untuk memahami pola pengelolaan konten pada akun Instagram @radarbandung.id. sementara dokumentasi digunakan untuk meninjau arsip, postingan, terkait informasi yang dipublikasikan. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan literatur yang relevan untuk memahami teori dan konsep yang digunakan. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi rinci dari informan dan narasumber mengenai proses *gatekeeping* dan faktor-faktor yang memengaruhi seleksi berita di Instagram @radarbandung.id. Sedangkan analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2019).

Informan dalam penelitian ini ada 3 orang, sedangkan narasumber pada penelitian ini ada 2 orang. Pemilihan informan dan narasumber dilakukan secara *purposive*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian, sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam mengenai *gatekeeping* di media Instagram @radarbandung.id. Berikut penjelasan identitas informan dan narasumber disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Data Informan

No	Kode Informan	Umur	Pekerjaan
1	Informan 1	46 tahun	Jurnalis
2	Informan 2	55 tahun	Jurnalis
3	Informan 3	36 tahun	Jurnalis
4	Narasumber 1	30 tahun	Praktisi
5	Narasumber 2	41 tahun	Akademisi

Sumber: Data penelitian, 2025

## Hasil dan Pembahasan

### Level Individu pada Praktik *Gatekeeping*

Proses *gatekeeping* mengenai Persib di Instagram @radarbandung.id sangat dipengaruhi oleh latar belakang pribadi para pelaku media. Level individu merupakan pondasi paling dasar yang mencerminkan bagaimana karakteristik personal seperti pengalaman profesional, nilai-nilai pribadi, hingga orientasi ideologis memengaruhi kejournalistikan (Reese & Shoemaker, 2016). Dalam konteks ini, keterikatan emosional yang kuat terhadap Persib Bandung menjadi faktor dominan yang memengaruhi cara jurnalis menyusun narasi dan memilih sudut pandang pemberitaan. Kedekatannya secara emosional dengan Persib yang sudah terbangun sejak kecil, turut memengaruhi sensitivitas dalam pengambilan keputusan redaksional, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Pastinya akan memberi dampak. Jadi pengaruh pribadi pastinya akan besar, misalnya suka Persib dari kecil, terus nantinya jadi wartawan, jadi redpel, jadi pemred, pastinya akan merasakan hal yang sama”* (wawancara dengan informan 1).

Ketertarikan terhadap Persib menjadi motivasi kuat dalam penyuntingan dan pengelolaan konten. Meskipun demikian, para pelaku media tetap berusaha menjaga objektivitas dengan menerapkan prinsip-prinsip jurnalistik seperti akurasi, verifikasi, dan penyajian yang berimbang. Shoemaker dan Reese (2016) menyebut bahwa karakteristik individu seperti pengalaman profesional, nilai pribadi dan latar belakang sosial sangat memengaruhi cara jurnalis memahami dan memfilter informasi. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi dan identitas personal dapat

memperkuat motivasi kerja dan keterlibatan emosional dalam proses produksi berita, sekaligus menghadirkan potensi bias yang harus dikendalikan secara profesional. Temuan menunjukkan bahwa peran individu ini penting dalam membentuk arah pemberitaan. Hal ini tertuang dalam hasil wawancara berikut:

*“Prefensi personal seorang jurnalis sangat wajar memengaruhi angle pemberitaan, apalagi jika subjek liputannya adalah sesuatu yang dekat secara emosional. Yang penting adalah bagaimana individu tetap menjaga akurasi dan tidak terbawa opini”* (wawancara dengan narasumber 1).

Peran media sangat penting dalam menyampaikan informasi kepada publik. Namun, dalam prosesnya, media tidak semata-merta menyampaikan semua informasi yang dianggap layak untuk dipublikasikan. Oleh karena itu, meskipun membahas isu yang sama, setiap media bisa saja menyajikan sudut pandang atau topik yang berbeda-beda. Baik media tradisional maupun media digital, masing-masing memiliki cara pandang, pendekatan, dan gaya penyampaian yang khas dalam mengemas suatu informasi kepada khalayak (Marheinis & Herpindo, 2021). Preferensi pribadi dalam proses *gatekeeping* wajar dilakukan asal tetap mengacu pada etika jurnalistik dan tidak mencampurkan fakta dengan opini, sesuai dengan hasil wawancara berikut:

*“Prefensi pribadi dalam proses gatekeeping wajar saja, asalkan tetap mengacu pada etika jurnalistik dan tidak mencampurkan fakta dengan opini. Unsur psikologis dan sosiologis dari wartawan, serta konteks tempat media berada, sangat menentukan bentuk akhir dari informasi yang disampaikan”* (wawancara dengan narasumber 2).

Dalam praktiknya, tantangan utama yang dihadapi Radar Bandung di level individu adalah menjaga keseimbangan antara semangat personal terhadap subjek liputan dengan prinsip-prinsip dasar jurnalisme. Keterlibatan emosional yang berlebihan dapat menciptakan *angle* berita, gaya bahasa, hingga keputusan akhir publikasi. Jika tidak dikendalikan, hal ini berpotensi mencederai objektivitas serta menurunkan kredibilitas media. Sebagai solusi, Radar Bandung menerapkan sistem kerja kolektif berlapis. Setiap konten harus melewati proses seleksi dan verifikasi mulai dari reporter lapangan, editor hingga pimpinan redaksi. Proses ini memastikan bahwa setiap berita memenuhi standar 5W1H, bebas dari opini personal, dan sesuai dengan kode etik jurnalistik. Evaluasi internal secara berkala juga diterapkan untuk menjamin kualitas dan keseimbangan narasi. Strategi ini selaras dengan teori Shoemaker dan Reese yang menekankan pentingnya *internal control mechanism* dalam memitigasi potensi bias di level individu. Pentingnya peran *gatekeeper* dalam media sosial dapat memungkinkan informasi yang tidak benar atau tidak terverifikasi tersebar luas di media sosial. Hal ini dapat memengaruhi kredibilitas informasi yang disebarkan dan dapat memperburuk kualitas informasi yang diterima oleh pengguna media sosial. Proses *gatekeeping* dalam redistribusi informasi di media sosial akan menentukan kualitas informasi yang didistribusikan (Srikandi et al., 2023).

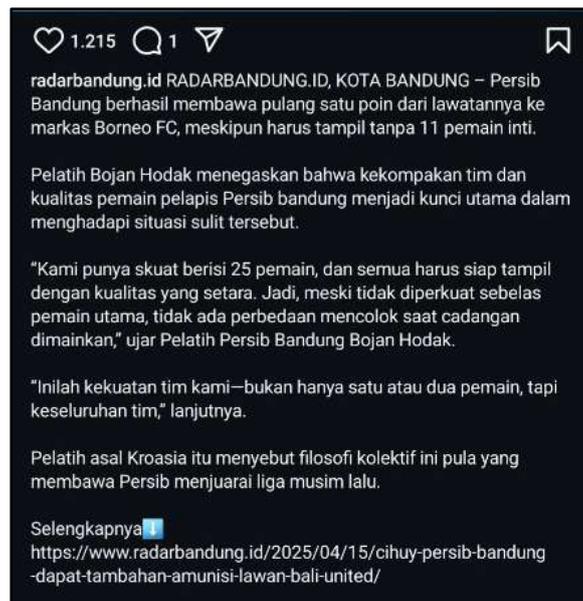
### **Level Rutinitas Media pada Praktik *Gatekeeping***

Pada level rutinitas media, proses *gatekeeping* pemberitaan Persib di Instagram @radarbandung.id berlangsung melalui sistem kerja cepat, terstruktur dan kolektif. Rutinitas

ini melibatkan tiga elemen utama yakni wartawan lapangan, editor, dan admin media sosial yang bekerja dalam koordinasi yang solid. Alur kerja pemberitaan sudah berjalan dengan pola tetap. Wartawan yang bertugas meliput Persib mengirimkan hasil liputan ke grup redaksi, kemudian konten tersebut diedit dan dipublikasikan ke semua platform, termasuk Instagram, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Ketika update di online radarbandung.id maka tim medsos mengambil dari website lalu di upload ke Instagram. Jalurnya sudah berjalan”* (wawancara dengan informan 1).

Gambar 4. Konten Persib dari Website Media *Online*



Sumber: Hasil Penelitian

Proses penyuntingan dilakukan secara cepat, terutama pada momen krusial seperti setelah pertandingan selesai. Hal ini untuk memenuhi ekspekstasi audiens yang menuntut informasi *real time*, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Alur kerja dari wartawan ke redaktur, lalu masuk ke editor, kemudian dipublikasikan ke semua platform termasuk Instagram. Ketika ada peluit akhir beres, kita harus segera posting. Dari yang pertama mulai skor terlebih dahulu”* (wawancara dengan informan 2).

*“Ketepatan waktu menjadi kunci agar Radar Bandung tetap relevan dan mampu bersaing di ekosistem digital yang sangat cepat. Setiap berita tentang Persib harus tayang di hari yang sama, terutama setelah pertandingan usai”* (wawancara dengan informan 3).

Terkait kecepatan, aspek orisinalitas tetap menjadi hal utama dalam pemberitaan, misal dalam hal video, yang diutamakan itu video original dari wartawan dan *photographer* Radar Bandung. Setiap foto dan video dipilih oleh editor, mana yang layak atau tidaknya untuk ditayangkan di media sosial. Pemilihan foto dan video tersebut dipilih melalui proses seleksi yang ketat untuk menjamin kualitas dan kesesuaian dengan gaya khas media untuk menarik perhatian publik. Abdul et al., (2021) menjelaskan dalam risetnya bahwa foto jurnalistik tidak

cukup hanya memuat gambar yang ditampilkan di media kemudian memunculkan makna dengan sendirinya, tetapi gambar tersebut perlu dilengkapi *caption* untuk mencegah persepsi menyimpang dari pembaca.

Terkait jadwal tayang, maka ini sudah menjadi rutinitas media. Pentingnya momen lapangan dan ketepatan jadwal tayang sebagai bagian dari rutinitas media yang sudah mengakar, “siapa cepat dia dapat”. sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Rutinitas jadwal tayang dan momen di lapangan menjadi faktor penting. Siapa cepat dia dapat, apalagi jika bisa menyajikan sisi yang tidak tertangkap oleh kamera TV”*  
(wawancara dengan narasumber 1).

Rutinitas ini tidak hanya menjamin kecepatan dan konsistensi, tetapi juga menjaga ciri khas Radar Bandung sebagai media lokal yang dekat dengan Persib. Bahkan, konten Persib dianggap sebagai konten wajib yang tidak boleh absen. Konsistensi pemberitaan Persib menjadi makanan wajib bagi Radar Bandung, baik media sosial seperti Instagram maupun *platform* lainnya seperti *online* maupun koran. Pola produksi konten berita yang konsisten biasanya merupakan hasil dari praktik kerja yang terstandarisasi. Rutinitas ini memastikan bahwa sistem media dapat merespon situasi dengan cara yang dapat diprediksi dan sulit untuk diubah (Fatkhurohman et al., 2022). Pentingnya verifikasi dan kesesuaian konten dengan etika *platform* media sosial, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Rutinitas kerja yang cepat memang menjadi tuntutan dalam media digital, tetapi harus diimbangi dengan verifikasi dan kesesuaian konten dengan etika platform”*  
(wawancara dengan narasumber 2).

Shoemaker dan Reese menegaskan bahwa rutinitas media berfungsi sebagai sarana penting untuk mengontrol stabilitas produksi konten dalam situasi yang berubah-ubah dan dinamis. Dalam konteks Radar Bandung, rutinitas ini bukan hanya teknis, tetapi juga menjadi bagian dari budaya organisasi media yang mendukung peran media sebagai perpanjangan informasi cepat dan tercepat di tengah ekosistem digital yang menuntut *realtime engagement*. Untuk menjawab tantangan tersebut, Radar Bandung menerapkan solusi berupa sistem verifikasi berlapis. Setiap berita harus melalui tahap pemeriksaan mulai dari wartawan, editor, hingga admin media sosial sebelum dipublikasikan. Proses ini tidak hanya memastikan akurasi informasi tetapi juga menjaga agar narasi yang disampaikan tidak menimbulkan mispersepsi atau konflik di ruang publik digital. Evaluasi mingguan juga menjadi bagian dari rutinitas manajerial untuk menilai performa konten dan memperbaiki kekurangan yang ada.

Sebuah media dikatakan layak jika disusun secara akurat, lengkap, berimbang, dan adil. Selain itu, berita harus objektif, artinya tidak mencampurkan fakta dengan opini pribadi. Dari segi penulisan, berita juga perlu disajikan secara ringkas, jelas dan menarik (Widiastuti, 2019). Dengan demikian, rutinitas kerja Radar Bandung yang terstruktur telah menjadi pilar penting dalam proses *gatekeeping*, memungkinkan media ini menyajikan berita Persib yang cepat, akurat, dan tetap menjaga identitasnya sebagai media lokal yang adaptif di tengah transformasi digital.

## **Level Organisasi pada Praktik *Gatekeeping***

Level organisasi memegang peran strategis dalam proses *gatekeeping* karena media sebagai institusi memiliki struktur formal, kebijakan redaksional, dan tujuan bisnis yang secara langsung memengaruhi isi dan arah pemberitaan. Di Radar Bandung, sistem organisasi tercermin melalui pola kerja yang sistematis, terstandarisasi, dan terintegrasi antar divisi, sehingga setiap konten yang dipublikasikan memiliki keseragaman nilai dan mutu. Setiap keputusan untuk menaikkan konten di Instagram selalu melalui proses persetujuan dan koordinasi ketat, baik dengan pemimpin redaksi maupun wartawan lapangan. Hal ini tertuang dalam hasil wawancara berikut:

*“Setiap konten Persib yang saya upload pasti ada izin dulu dari atasan dan tetap harus ada koordinasi dengan pemred atau dengan wartawan yang bertugas di lapangan, terutama terkait informasi terkini di lapangan”* (wawancara dengan informan 3).

Meskipun konten tentang Persib menjadi prioritas utama di Radar Bandung, namun publikasi tetap harus sesuai dengan nilai-nilai jurnalistik yang dijunjung tinggi, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Kebijakan kita harus ada nilai-nilai jurnalistiknya, tidak boleh seenaknya, dan tidak boleh ada opini sendiri. Kita harus tetap mengikuti standar editorial yang ditetapkan”* (wawancara dengan informan 2).

*“Pengawasan redaksional yang dijalankan adalah evaluasi mingguan yang dilakukan secara berkala untuk menjaga kualitas konten. Radar Bandung selalu melakukan evaluasi mingguan secara keseluruhan setiap hari senin, dari setiap divisi baik itu dari tim media sosial, online, maupun koran”* (wawancara dengan informan 1).

Dalam organisasi media, alur kerja dan pengambilan keputusan berjalan secara berurutan dan terstruktur. Secara garis besar, tahapan ini diawali dari fase perumusan ide-ide utama yang akan dipertimbangkan, kemudian, disaring berdasarkan nilai berita dan ketersediaan informasi dari kanal distribusi, hingga mencapai tahap ketiga di mana keputusan terkait format, desain, dan cara penyajian diambil. Pada tahap akhir, fokus utama biasanya lebih menekankan pada aspek teknis dalam produksi konten (Penerangan et al., 2017). Shoemaker dan Reese menekankan bahwa organisasi media bertindak sebagai entitas yang memiliki wewenang struktural untuk menentukan apa yang dianggap layak tayang. Struktur ini memberikan batasan dan arah sekaligus, dengan mempertimbangkan nilai profesionalisme, efisiensi produksi, serta kepentingan audiens dan pasar.

Manajemen organisasi memegang peran utama dalam memastikan konsistensi dan daya saing konten media. Pentingnya pembagian tugas dan pengawasan yang ketat juga untuk menjaga kualitas pemberitaan. Sebagaimana hasil wawancara berikut ini:

*“Evaluasi itu penting, apalagi di level manajemen media. Bahkan saya pun sering berdiskusi kenapa satu konten tidak naik atau kurang menarik, semua itu bagian dari strategi organisasi”* (wawancara dengan narasumber 1).

*“Struktur organisasi memungkinkan pembagian tugas dan pengawasan yang lebih baik, sehingga kontrol terhadap kualitas konten tetap terjaga”* (wawancara dengan narasumber 2).

Media massa maupun media sosial berperan besar dalam membentuk opini dan emosi penonton. Pemberitaan yang sensasional serta sifat anonim di media sosial kerap memicu komentar negatif dan provokatif, yang pada akhirnya memperkeruh konflik antar pendukung. Maka dari itu, media perlu bertanggung jawab dalam pengelolaan berita yang diproduksi (Barasa et al., 2024). Hal ini mencerminkan perpaduan antara kepentingan audiens dan visi misi institusional media. Tanpa panduan yang jelas, konten berita akan sulit mencapai konsistensi dalam penyajiannya (Belida & Akib, 2023). Jurnalisme populer muncul sebagai konsekuensi dari jurnalisme yang digerakkan oleh pasar (*market driven journalism*), dengan fokus pada pemenuhan selera audiens ketimbang kepentingan publik. Akibatnya, berita sensasional lebih banyak diproduksi dibandingkan berita yang informatif dan bernilai (Utami, 2023).

Untuk mengatasi tantangan ini, Radar Bandung menerapkan beberapa solusi strategis. *Pertama*, dilakukan pemisahan otoritas antara editorial dan media sosial guna menjaga independensi konten. *Kedua*, diperkuat koordinasi lintas divisi agar setiap informasi yang dipublikasikan tidak hanya cepat tetapi juga akurat dan sesuai etika. *Ketiga*, evaluasi mingguan dijadikan budaya organisasi untuk menilai dan memperbaiki kualitas konten. Strategi ini menjadikan organisasi media sebagai benteng pengendali utama terhadap pasar dan dinamika eksternal lainnya. Dengan struktur organisasi yang kokoh dan kebijakan yang adaptif terhadap ekosistem digital, Radar Bandung mampu menjalankan fungsi *gatekeeping* secara kolektif dan profesional. Evaluasi berkelanjutan juga memperkuat kapasitas institusional media untuk menjaga kualitas informasi, kredibilitas, serta relevansi di tengah audiens yang terus berkembang.

### **Level Ekstramedia pada Praktik *Gatekeeping***

Radar Bandung sebagai media lokal tidak terlepas dari pengaruh faktor eksternal yang memengaruhi proses *gatekeeping*, seperti ekspektasi audiens, tren media sosial, hingga hubungan dengan manajemen Persib Bandung. Faktor-faktor eksternal ini menjadi salah satu kunci dalam menentukan arah pemberitaan yang dipublikasikan, terutama dalam menjaga keseimbangan antara popularitas, permintaan pasar, dan nilai-nilai jurnalistik.

Radar Bandung selalu menampilkan yang terbaik untuk para *Bobotoh* dan jika ada kritik selalu dilayani dengan sopan santun. Respon audiens sangat menentukan intensitas pemberitaan, terutama karena berita tentang Persib cenderung naik saat menang dan redup saat kalah. Penting memerhatikan regulasi media sosial dan memastikan tidak ada konten kasar atau beresiko, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Regulasi media dan kebijakan platform seperti Instagram juga diperhatikan, terutama dalam memastikan tidak ada konten kasar atau beresiko. Video yang dikirim dari wartawan lapangan harus kita dengerin dahulu, dari detik pertama sampai terakhir aman atau tidaknya”* (wawancara dengan informan 2).

Komunikasi dengan audiens dilakukan secara selektif agar tidak menciptakan konflik terbuka atau memperkeruh suasana, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Kalau komentarnya relevan dengan isi berita, kita akan jawab dengan kehati-hatian. Tapi kalau bahasanya kurang sopan atau kasar, tidak pernah kami balas”* (wawancara dengan informan 3).

Tekanan dari audiens dan pihak eksternal bisa memengaruhi *framing* berita, sehingga media harus berperan sebagai penengah yang menjaga netralitas, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Ketika ada respon kurang baik, maka pihak media harus berusaha menjadi penengah. Tetap menjaga keseimbangan agar tidak terjebak dalam bias berlebihan”* (wawancara dengan narasumber 1).

Konten yang populer merujuk pada konten yang mendapatkan jumlah penonton terbanyak, sesuai dengan namanya. Sementara itu, konten pilihan editor adalah konten yang dinilai paling penting atau relevan oleh tim media sosial berdasarkan pertimbangan redaksional mereka (Veronika, 2017). Untuk memastikan keabsahan informasi, jurnalis perlu melakukan verifikasi dan konfirmasi ulang terkait isu atau topik yang sedang menjadi perhatian publik (Nuraeni & Sugandi, 2017). Media harus mampu menilai tekanan sosial yang rasional dan yang hanya bersifat emosional sesaat.

*“Tren dan tekanan sosial bisa jadi pedang bermata dua. Media harus cermat memilih mana yang penting untuk direspons dan mana yang hanya emosional sesaat”* (wawancara dengan narasumber 2).

Media sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap cara masyarakat memandang pemain sepak bola. Padahal, nilai-nilai seperti sportivitas dan *fair play* seharusnya menjadi dasar dalam dunia olahraga, baik bagi pemain, penyelenggara, maupun penonton. Tanpa pengendalian yang tepat, olahraga bisa menimbulkan dampak negatif, termasuk potensi kerusuhan atau tindakan anarkis yang dipicu oleh media sosial. Kurangnya edukasi mengenai nilai-nilai olahraga juga turut memengaruhi kualitas pertandingan, seperti yang terlihat dalam penyelenggaraan kompetisi sepak bola nasional yang masih belum efisien (Sinaga & Lubis, 2024).

Akurasi menjadi prinsip dasar jurnalistik, karena kepercayaan publik terhadap berita sangat bergantung pada ketepatan informasi. Akurasi ini harus mencerminkan kebenaran dalam penyajian fakta, memberikan gambaran yang sesuai dengan konteks, serta memerhatikan detail yang penting untuk menjaga kredibilitas berita (Sianturi, 2023). Ekspektasi publik terhadap media turut membentuk keseimbangan narasi, namun harus tetap ada batasan agar tidak terpecah dalam konflik emosional yang tidak produktif. Hal ini tertuang dalam hasil wawancara berikut:

*“Ekspektasi publik bisa mendorong media sosial dalam menyajikan berita. Kita tetap harus berada di tengah. Memberikan ruang bagi pendapat audiens tapi jangan biarkan media ikut terpecah karena konflik emosional. Demi engagement, media menyesuaikan narasi dan tetap menjaga keseimbangan”* (wawancara dengan narasumber 1).

Radar Bandung menjalankan tantangan ini melalui strategi *gatekeeping* yang selektif. Tim redaksi menjalankan verifikasi ketat, menjaga *tone* narasi agar tetap netral, menghindari konten provokatif. Konten disesuaikan dengan algoritma media sosial tanpa mengorbankan nilai etika jurnalistik. Strategi ini juga mencerminkan prinsip *soft moderation* dalam komunikasi digital, yaitu menyaring konten tanpa menyensor opini publik yang konstruktif.

Shoemaker dan Reese menyatakan bahwa dalam era digital, media harus terus menerus bernegosiasi dengan kekuatan eksternal yang mampu memengaruhi isi dan arah pemberitaan. Radar Bandung, menjadi media lokal yang tidak hanya tunduk pada tekanan pasar, tetapi juga membangun strategi redaksional berbasis prinsip, etika, dan pemahaman terhadap konteks sosiokultural lokal. Dengan demikian, ekstramedia bukan hanya faktor pengganggu, tetapi juga menjadi pemicu inovasi editorial yakni bagaimana sebuah media mampu menjaga keseimbangan antara relevansi audiens, kekuatan algoritma, dan integritas jurnalistik dalam ekosistem yang penuh tekanan.

### **Level Sistem Sosial pada Praktik *Gatekeeping***

Bandung, sebagai kota yang secara historis dan emosional lekat dengan Persib, menciptakan konteks sosial yang unik dalam praktik pemberitaan media lokal. Proses *gatekeeping* di Radar Bandung tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai sosial budaya yang mengakar kuat di masyarakat. Hal ini menjadikan setiap keputusan redaksional tidak hanya bersandar pada kepentingan berita tetapi juga mempertimbangkan norma, ekspektasi dan sensitivitas sosial masyarakat Bandung. Redaksi selalu menjaga agar narasi yang disampaikan mencerminkan citra damai, sopan dan konsisten dengan identitas Radar Bandung. Sensitivitas terhadap isu-isu lokal, seperti kabar transfer pemain atau hasil pertandingan perlu disusun secara hati-hati agar tidak memicu emosional di kalangan audiens, sebagaimana hasil wawancara berikut ini:

*“Budaya sepak bola di Bandung sangat memengaruhi redaksi untuk memberitakan Persib”* (wawancara dengan informan 1).

*“Karakteristik audiens utama yang berada pada rentang usia 25-35 tahun menjadi pertimbangan penting dalam penyajian informasi. Jadi kita hati-hati saat menyampaikan berita”* (wawancara dengan informan 2).

Pemilihan bahasa yang digunakan harus tetap sopan tidak provokatif, mengingat potensi viralitas sangat tinggi di media sosial, setiap kata yang digunakan harus tetap sopan dan netral agar tidak memicu eskalasi opini. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Bahasa yang digunakan harus tetap sopan. Harus tetap berada di posisi tengah. Kita medsos bisa cepat viral, jadi harus hati-hati”* (wawancara dengan informan 3).

Dalam kerangka sistem sosial, Shoemaker dan Reese menekankan bahwa media bukan hanya entitas produksi informasi, melainkan juga aktor sosial berfungsi membangun persepsi kolektif dan menjaga stabilitas sosial melalui narasi yang disajikan. Dalam konteks ini, Radar Bandung berperan bukan hanya sebagai penyampai berita, tetapi juga sebagai penjaga harmoni sosial di tengah komunitas *Bobotoh* yang multikultural dan sangat emosional terhadap klub sepak bola Persib. Narasumber 2 menjelaskan bahwa pentingnya menjaga keseimbangan narasi untuk menghindari konflik sosial, sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Salah satu fungsi dari media itu adalah menjadi perekat sebuah krusial. Media lokal seperti Radar Bandung harus cermat menavigasi nilai-nilai lokal, karena kesalahan dalam narasi bisa memicu konflik. Saya pikir framing soal penyelesaian itu seharusnya menjadi angle dari sebuah pemeritaan”* (wawancara dengan narasumber 2).

Selain sebagai penyampai informasi, Radar Bandung juga berfungsi sebagai pengikat sosial dalam komunitas Bandung yang multikultural dan sangat emosional terhadap klub sepak bola lokal. Hal ini memperkuat argumen bahwa sistem sosial tidak hanya memengaruhi isi media, tetapi juga menentukan gaya penyajian dan arah framing. Konteks lokal Bandung memberikan dimensi tambahan dalam dinamika *gatekeeping* ini. Persib bukan sekedar klub sepak bola, tetapi telah menjadi simbol identitas kolektif masyarakat Bandung. Hal ini menciptakan ekspektasi khusus bagi media lokal untuk menyajikan narasi yang selaras dengan nilai-nilai budaya, norma sosial, serta sensitivitas komunitas *Bobotoh*. Radar Bandung sebagai bagian dari ekosistem tersebut, tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai panjaga harmoni sosial dan representasi identitas lokal. Dengan demikian, preferensi individu jika dikendalikan secara profesional dapat menjadi kekuatan untuk menciptakan konten yang relevan secara emosional namun tetap objektif secara jurnalistik

Untuk menjawab tantangan ini, Radar Bandung menerapkan beberapa langkah strategis, diantaranya: penerapan *framing* yang netral dan berimbang dalam setiap pemberitaan Persib, khususnya saat isu-isu sensitif muncul. Memilih bahasa yang sopan, santun, dan tidak provokatif, guna mencegah eskalasi opini di media sosial. Penyajian konten yang edukatif dan membangun, sehingga selain menginformasikan, media juga berperan dalam memperkuat nilai sportivitas dan solidaritas di masyarakat. Monitoring interaksi audiens secara aktif untuk mendeteksi potensi konflik dan mengelolanya sejak dini melalui kebijakan moderasi yang bijak. Pentingnya nilai-nilai lokal juga dikaitkan dengan fungsi media sebagai ruang dialog sosial. Radar Bandung tidak hanya menyiarkan Persib, melainkan juga menjaga harmoni komunitas dengan tetap menyajikan konten yang edukatif, konstruktif, dan sesuai dengan budaya lokal.

Masyarakat memiliki peran penting sebagai pengawas dan penyaring informasi dalam praktik jurnalisme media sosial. Salah satu contoh penerapannya adalah jurnalisme Instagram, yang tidak hanya memperkaya praktik jurnalistik tetapi juga mengaskan pentingnya etika dalam penyajian berita. Meskipun bentuk penyampaian berita dan perilaku konsumen informasi terus berubah seiring perkembangan teknologi, esensi jurnalisme sebagai profesi yang beretika akan tetapi relevan dan bertahan di masa depan dengan kepercayaan publik sebagai dasar utamanya (Lestari, 2020). Dengan demikian, proses *gatekeeping* pada level sistem sosial di Radar Bandung menunjukkan bahwa media menjadi aktor strategis dalam menjaga harmoni sosial, sekaligus menavigasi ekspektasi publik tanpa kehilangan independensi dan integritas jurnalistiknya. Proses ini tidak hanya memperkuat posisi Radar Bandung sebagai media lokal yang adaptif, tetapi juga bentuk respon terhadap ekspektasi masyarakat dan tanggung jawab media untuk menjaga kredibilitas sosial, terutama dalam konteks yang sarat makna budaya seperti Persib Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis mengenai penerapan teori *Gatekeeping* dalam pemberitaan mengenai Persib di Instagram @radarbandung.id, ditemukan berbagai pengaruh pada lima level *Hierarchy of Influences* yang memengaruhi proses penyaringan berita. Temuan ini mencakup pengaruh pada level individu, rutinitas media, organisasi, ekstramedia, dan sistem sosial, yang secara keseluruhan menunjukkan bagaimana keputusan redaksi terbentuk dalam konteks pemberitaan Persib di *platform* digital. Rincian hasil analisis ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Temuan *Gatekeeping* Pemberitaan Klub Sepak Bola Persib di Instagram @radarbandung.id

Level	Hasil Temuan
Individu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan individu terhadap Persib memengaruhi proses <i>gatekeeping</i>. Namun tetap mengedepankan profesionalisme, prinsip 5W1H, dan verifikasi fakta untuk menjaga kredibilitas berita. Memahami sensitivitas audiens terutama <i>Bobotoh</i>, untuk menghindari kontroversi, dan wewenang penuh dalam seleksi konten untuk memastikan standar jurnalistik terpenuhi.</li> <li>2. Menjaga akurasi dan relevansi, serta menghindari <i>copy-paste</i> dari media lain untuk menjaga orisinalitas berita yang dipublikasikan.</li> <li>3. Menghindari narasi negatif, untuk menjaga citra Persib dan <i>engagement</i> tinggi, serta menjaga original berita dengan mendapatkan konten dari wartawan yang ditugaskan langsung ke lapangan.</li> </ol>
Rutinitas Media	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengelola alur kerja mulai dari liputan lapangan hingga publikasi di Instagram. Memilih berita berdasarkan popularitas isu dan tren <i>Bobotoh</i>. Berkoordinasi melalui grup internal untuk memastikan konten tetap terstruktur dan mengutamakan foto dan video dari wartawan Radar Bandung.</li> <li>2. Berita dipilih berdasarkan nilai berita seperti kondisi tim, hasil pertandingan, dan wawancara pemain. Mengutamakan akurasi dan relevansi untuk menjaga kualitas. <i>Deadline</i> krusial, terutama setelah pertandingan.</li> <li>3. Alur kerja terstruktur mulai dari liputan hingga unggahan di media sosial. Untuk menghindari kata-kata kasar dan memastikan kualitas visual, respon audiens diprioritaskan untuk meningkatkan <i>engagement</i>.</li> </ol>
Organisasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga keseimbangan antara independensi redaksi dan kebutuhan audiens dengan tidak terpengaruh oleh tekanan komersial atau sponsor. Evaluasi rutin setiap hari senin untuk memastikan kualitas konten.</li> <li>2. Berpegang pada nilai-nilai jurnalistik untuk menjaga objektivitas dan akurasi.</li> <li>3. Menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens untuk menjaga <i>engagement</i> tinggi.</li> </ol>
Ekstramedia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki hubungan baik dengan pihak manajemen Persib memudahkan akses informasi, demi menghindari konfrontasi dengan audiens untuk menjaga citra Persib yang positif. Serta mengikuti tren media sosial untuk tetap relevan.</li> <li>2. Tidak ada tekanan dari pihak eksternal, sehingga tren media sosial memengaruhi keputusan dalam pemilihan berita dan memastikan akurasi berita dari sumber terpercaya.</li> <li>3. Regulasi <i>platform</i> tetap dipegang teguh demi menjaga kualitas unggahan dan hubungan erat dengan wartawan memastikan konten tetap akurat.</li> </ol>
Sistem Sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertimbangkan norma sosial dan nilai lokal dalam pemberitaan serta berusaha menjaga netralitas untuk menghindari konflik. Ekspektasi <i>Bobotoh</i> memengaruhi isi berita untuk menjaga citra Persib.</li> <li>2. Berusaha menjaga netralitas dan menghindari konflik, ekspektasi penggemar berpegang teguh pada strategi pemilihan berita.</li> <li>3. Ekspektasi suporter berpengaruh pada frekuensi dan konten untuk menjaga <i>engagement</i>.</li> </ol>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Budaya sepak bola yang kuat di Bandung turut membentuk narasi pemberitaan mengenai Persib. Menciptakan ekspektasi yang kuat terhadap media lokal, mendorong Radar Bandung untuk menjaga keseimbangan narasi agar tetap mencerminkan nilai-nilai lokal. Ini memperlihatkan bagaimana sistem sosial dapat mempengaruhi keputusan redaksional dan membentuk identitas media sebagai penghubung sosial dalam komunitasnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Irene & Rusdi, 2021) yang menemukan bahwa proses seleksi berita

di Okezone.com juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Selain itu, penelitian Jannah (2023) menunjukkan pentingnya pemahaman individu, rutinitas media, dan kebijakan organisasi dalam menentukan kelayakan berita untuk dipublikasikan.

Hasil dan temuan dalam penelitian ini memiliki relevansi yang kuat dengan berbagai penelitian terdahulu yang mengkaji proses *gatekeeping* dalam media massa, khususnya dalam konteks pemberitaan olahraga dan penggunaan media sosial seperti Instagram. Penelitian ini memperkuat temuan (Jannah, 2023) yang menyoroti bagaimana faktor individu, rutinitas media, dan kebijakan organisasi memengaruhi proses *gatekeeping* dalam akun Instagram @infocimahi.co. Sama seperti Radar Bandung, penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman dan pengalaman jurnalis, serta tekanan kebijakan internal, berperan besar dalam menentukan konten yang dipublikasikan. Meskipun berfokus pada jurnalisme warga, hasil penelitian Jannah tetap relevan karena menunjukkan bagaimana pengaruh berbagai level dalam teori Shoemaker dan Reese membentuk alur seleksi berita di media sosial.

Selanjutnya, penelitian ini juga sejalan dengan temuan Irene & Rusdi (2021) yang menyoroti pengaruh faktor internal, seperti nilai jurnalisme dan pengalaman profesional, serta faktor eksternal, seperti tekanan audiens dan tren pasar dalam proses *gatekeeping* Okezone.com. Meskipun fokus mereka adalah media portal daring, hasil penelitian ini tetap relevan untuk memahami dinamika proses seleksi berita dalam lingkungan digital yang serupa, termasuk Instagram, di mana interaksi langsung dengan audiens dan pengaruh algoritma berperan penting dalam menentukan narasi berita. Selain itu, penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan temuan Fanani (2020) yang menganalisis proses *gatekeeping* pada Kompas TV Jawa Tengah. Meskipun berfokus pada media televisi, penelitian Fanani menekankan pentingnya alur kerja profesional dan kebijakan organisasi yang ketat dalam menjaga kredibilitas dan netralitas berita. Perbedaan utama dengan penelitian ini adalah konteks media sosial Instagram, yang memiliki dinamika berbeda, termasuk penggunaan konten visual, algoritma, dan interaksi langsung dengan audiens, yang secara signifikan memengaruhi proses *gatekeeping* dan pemilihan konten.

Penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang masih perlu diperhatikan, terutama dalam konteks tekanan eksternal dan dinamika organisasi media. Pada level rutinitas media, waktu yang terbatas seringkali membatasi ruang untuk analisis mendalam, sehingga beberapa pemberitaan cenderung lebih fokus pada kecepatan dibandingkan dengan kedalaman informasi. Selain itu, pada level organisasi, terdapat tekanan untuk meningkatkan keterlibatan audiens, yang terkadang memengaruhi pemilihan *angle* berita. Sementara itu, pada level ekstramedia, pengaruh sponsor dan mitra bisnis juga berpotensi memengaruhi prioritas pemberitaan.

Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan beberapa langkah strategis yang dapat diterapkan oleh redaksi Radar Bandung untuk memperkuat profesionalisme pemberitaannya. *Pertama*, perlu ada panduan internal yang lebih jelas mengenai standar penulisan berita olahraga, termasuk prinsip keberimbangan dan netralitas. *Kedua*, pelatihan jurnalistik secara berkelanjutan sangat penting untuk meningkatkan pemahaman tentang etika jurnalistik dan pengelolaan konten media sosial. *Ketiga*, diperlukan evaluasi rutin terhadap konten yang telah tayang untuk memastikan kualitas dan akurasi pemberitaan. *Keempat*, sistem pengawasan internal yang lebih ketat perlu diterapkan untuk memastikan bahwa setiap berita yang

dipublikasikan telah melalui proses seleksi yang sesuai dengan nilai-nilai jurnalistik dan tanggung jawab sosial. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, diharapkan Radar Bandung dapat terus berkembang sebagai media yang tidak hanya cepat dan responsif, tetapi juga berintegritas dan berpihak pada kepentingan publik secara objektif dan bertanggung jawab.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik *gatekeeping* berbasis popularitas dalam pemberitaan klub sepak bola Persib di Instagram @radarbandung.id dipengaruhi oleh lima level *Hierarchy of Influences Model*, yaitu individu, rutinitas media, organisasi, ekstramedia, dan sistem sosial. Pada level individu, latar belakang pribadi, pengalaman, serta keterikatan emosional jurnalis terhadap Persib memengaruhi cara pandang dalam menyusun berita, meskipun upaya menjaga objektivitas dan akurasi tetap menjadi prinsip utama. Pada level rutinitas media, proses kerja yang cepat dan terstruktur menjadi kebutuhan untuk menjawab tuntutan kecepatan di media sosial, namun tetap diimbangi dengan verifikasi dan penyuntingan agar kualitas berita tetap terjaga. Sementara itu, pada level organisasi, keputusan konten melibatkan koordinasi antar divisi dan evaluasi berkala sebagai bentuk kontrol kualitas sekaligus strategi menjaga profesionalisme redaksi. Pada level ekstramedia, hubungan baik dengan manajemen Persib, tekanan tren media sosial, serta ekspektasi audiens turut memengaruhi proses seleksi berita, sehingga redaksi perlu berhati-hati dalam merespon tekanan tersebut tanpa mengorbankan nilai jurnalistik. Sedangkan pada level sistem sosial, norma-norma budaya dan ekspektasi komunitas *Bobotoh* menjadi faktor penting dalam pembentukan narasi, di mana Radar Bandung harus mampu menjaga keseimbangan antar kebutuhan popularitas, kecepatan, dan integritas jurnalistik merupakan tantangan yang harus dihadapi secara berkelanjutan. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperluas cakupan dengan membandingkan praktik *gatekeeping* di media lokal lainnya atau dalam isu-isu yang lebih beragam seperti politik, budaya, maupun krisis sosial untuk memperkaya pemahaman tentang dinamika *gatekeeping* di era digital.

## Referensi

- Abdul, A., Burhanudin, M., Suherdiana, D., & Aziz, A. (2021). Strategi Wartawan Foto Dalam Menentukan Sudut Pengambilan Foto Sepakbola. *ANNABA : Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 6(April), 123–141. <https://doi.org/https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/jurnalistik>
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak ke-4 di Dunia*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologi-Telekomunikasi/Statistik/66ea436ab12f2/Ini-Media-Sosial-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia-Awal-2024>.
- Anwar, E. F., & Rozi, F. (2024). Motif Penggunaan Akun Pseudonim Instagram Penggemar K-Pop Dalam Pembentukan Online Disinhibition Effect. *AVANT GARDE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(01), 124–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.36080/ag.v12i1.3006>
- Barasa, Pratama, Sitompul, D. (2024). Dinamika Kekerasan Penonton Olahraga : Pemicu , Dampak dan Solusi. *Journal of Creative Student Research*, 2(6), 2–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i6.4635>
- Belida, O. O., & Akib, S. (2023). Gatekeeping Kebijakan Redaksi Pemberitaan “ Tragedi Kanjuruhan ” Program Sea Morning Show. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 44–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2387>

- Fanani, F. (2020). Analisis Gatekeeping Pemberitaan Kampanye Politik Pada Kompas TV Jawa Tengah Menggunakan Model Gatekeeping Bass. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya Universitas Semarang*, 22(1), 336–343. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jdsb.v22i2.4498>
- Fanaqi, C., Zulhakim, M. A., Komalasari, F. N., Garut, U., Garut, U., & Garut, U. (2020). Efektivitas Media Instagram Dalam Branding Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut. *Jurnal Digital Media & Relationship (JDMR)*, 2(1), 23–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jdigital.v2i1.176>
- Fatkurohman, P., Permatasari, A. D., Alam, F. P., Magister, S., Komunikasi, I., Universitas, K., Magister, S., Komunikasi, I., & Universitas, P. (2022). Hirarki Pengaruh Dalam Kebijakan Redaksi ( Studi Kasus Konten Berita Perindo di Okezone . com ). *Jurnal Publicuho*, 5(4), 1186–1201. <https://doi.org/https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.59>
- Irene, I., & Rusdi, F. (2021). Proses Gatekeeping Portal Media Daring (Studi Kasus pada Media Daring Okezone.com). *Koneksi*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10123>
- Jannah, A. W. R. (2023). Peran Gatekeeper@ infocimahi. co dalam publikasi berita jurnalisme warga. *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 7(April), 143–162. <https://doi.org/https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba> Peran
- Kaharmudzakir, I., Ichlas, M., & Qudsi, E. (2022). Pengaruh Konten Instagram @ interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi. *Jurnal Riset Komunikasi JURKOM*, 5, 127–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.455>
- Krisnawan, & Annas, F. (2024). Analisis Gatekeeping Dalam Produksi Berita Pada Media the Iconomics. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1), 74–89. <https://doi.org/10.51353/kvg.v5i1.963>
- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme Digital dan Etika Jurnalisme Media Sosial : Studi pada Akun Instagram @ tempodotco dan @ tribunjogja Digital Journalism and The Ethics of Social Media Journalism : Study in the Instagram Account @ tempodotco and @ tribunjogja. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)*, 22(2), 159–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.17933/iptekkom.22.2.2020.159-174>
- Marheinis, H. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Media Daring Perbedaan Pemberitaan Indosport dan Bolasport.com Tentang Kekalahan Timnas Indonesia. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jirk.v1i3.207>
- Melati Budi Srikandi, Putu Suparna, P. E. H. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179–192.
- Nuraeni, R., & Sugandi, M. S. (2017). Peran Media Ssosial Dalam Tugas Jurnalistik ( Studi Kasus pada Kegiatan Jurnalis Kota Bandung ). *Jurnal Liski*, 3(1), 43–58.
- Penerangan, S., Kurniasih, A., & Vera, N. (2017). Proses Gatekeeping Dalam Produksi Isi Website Kostard . MIL . ID ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bagian Media Online. *Universitas Budi Luhur*. <https://doi.org/jom.fikom.budiluhur.ac.id>
- Prasetya, R. C., & Junaidi, A. (2022). Strategi Jurnalis Olahraga dalam Meningkatkan Antusiasme Masyarakat terhadap Olahraga Sepak Bola di Indonesia. *Jurnal Kiwari*, 1(4), 621. <https://journal.untar.ac.id/index.php/Kiwari/article/view/15901>
- Rahman, A., & , Harjanto Rudy, R. I. (2023). Pemberitaan TVRI Nasional Twitter ., *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 9(1), 37–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/dinamika.v9i1.4277>
- Rahmi, D., Yusuf, N., Suryana, C., & Durwahab, E. (2024). Proses Gatekeeping Berita Citizen Journalism. *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 9, 109–128. <https://doi.org/https://journal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/jurnalistik> Proses

- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere : The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society*, 389–410. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>
- Salsabila, G., Salamah, U., & Nurhadi, Z. F. (2024). Model Komunikasi Persuasif Pada Pengikut Akun Instagram @ infogarut Dalam Pemberitaan Citizen Journalism. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(2), 443–455. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i2.4021>
- Sapinatunajah, P., Herman, & Syah, T. (2022). Produksi Media Dan Dampaknya Pada Perubahan Sosial Dan Politik Di Masyarakat Studi Deskriptif Tayangan CNN Indonesia Pada Pemberitaan K-Pop Diantara Strategi Diplomasi Forum Dunia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 206–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.319>
- Sianturi, H. R. P. (2023). Proses Gatekeeping dalam Produksi Berita di Media Daring. *Jurnal Politikom Indonesian: Kajian Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik, Dan Ilmu Komunikasi*, 8(1), 24–45. <https://doi.org/https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesia>
- Sinaga, M. K., & Lubis, G. Y. (2024). “ Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Masyarakat Pada Olahraga Sepakbola “. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(6), 834–837.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, P. (2023). Gatekeeping Pemberitaan Pembunuhan pada Harian poskota.co.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.36914/jikb.v9i1.998>
- Veronika. (2017). Proses Gatekeeping pada Tim Digital Kompas TV. *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOM*, 9(2), 46–67. <https://doi.org/http://ejournals.umn.ac.id.php/FIKOM>
- Widiastuti, N. (2019). Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional. *Jurnal Digital Media & Relationship (JDMR)*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jdigital.v1i1.161>
- Wijaya, A. I., & Kurniadi, H. (2022). Impression Management: Identitas dan Harga Diri dalam Motivasi Penggunaan Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 4(1), 13–29. <https://doi.org/10.24014/KJCS.V4I1.19055>