

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Massa

a. Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang berlanjut serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia. Dari definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri (Rakhmat, 2003, hal. 152).

Definisi komunikasi massa menurut Meletzke berikut ini memperlihatkan massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang. Dalam definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar (Rakhmat seperti yang dikutip dalam Komala, dalam Karlinah, 2000). Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada di suatu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat (Romli K. , Komunikasi Massa, 2016, hal. 2).

Komunikasi massa menurut Bittner adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*) (Elvinaro Andranto, 2007, hal. 3).

Dari definisi tersebut diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada

khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi, kedua disebut sebagai media cetak, serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Dilihat dari berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi, terlihat bahwa tidak ada perbedaan yang mendasar, melainkan definisi-definisi tersebut saling melengkapi. Hal ini kemudian memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan, secara tidak langsung dari pengertian komunikasi massa yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya.

Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa tersebut menjadi: "Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat." (Komala, 2009, hal. 82).

Komunikasi massa ialah penyebaran dengan menggunakan media yang ditujukan kepada masyarakat yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak nampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton televisi dan film, tidak tampak oleh si komunikator. Dengan demikian jelas bahwa komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya satu arah (one way traffic). Begitu pesan disebarkan oleh komunikator tidak dapat diketahui pesan tersebut diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan. Wartawan surat kabar, penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui nasib pesan yang disampaikan kepada khalayak.

b. Karakteristik Sifat Komunikasi Massa

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang

terlibat didalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut (Wiryanto, 2000, hal. 17).

c. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick dalam bukunya Onong Uchyono terdiri dari: (Effendy O. U., 2004, hal. 54).

1. Surveillance (pengawasan)
2. Interpretation (penafsiran)
3. Linkage (pertalian)
4. Transmission of values (penyebaran nilai-nilai)
5. Entertainment (hiburan)

Sementara itu Effendy mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah: fungsi informasi, fungsi pendidikan, fungsi memengaruhi, fungsi meyakinkan fungsi menganugerahkan status, fungsi membius, fungsi menciptakan rasa kebersatuan, fungsi privatisasi.

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas memiliki dua aspek, yaitu: (Romli K. , Komunikasi Massa, 2016, hal. 6).

- a. Fungsi nyata (manifest function) adalah fungsi nyata yang diinginkan.
- b. Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (latent function), yaitu fungsi tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata (manifest function) dan fungsi tidak nyata (latent function), setiap aktivitas sosial jga berfungsi melahirkan (beiring function) fungsi-fungsi sosial lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna. Sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan dirinya, walau ia akan mengubah fungsi-sungsi suasana yang ada.

d. Unsur-unsur Komunikasi Massa

Suatu proses komunikasi tidak hanya berupa memberitahukan dan mendengarkan saja, namun di dalam suatu proses komunikasi harus mengandung pembagian ide, pikiran, fakta, ataupun pendapat dari satu orang kepada orang lain.

Maka Komunikasi massa terdiri atas sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan penerima (*receiver*) serta efek (*effect*). Menurut Lasswell (1948), komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan menjawab pertanyaan : Siapa (*who*), Berkata Apa (*Says What*), Melalui Saluran Apa (*On Which-Channel*), Kepada Siapa (*To Whom*), dan Dengan Efek Apa? (*With What Effect?*). Ungkapan pertanyaan yang dikenal sebagai Formula Lasswell ini, meskipun sangat sederhana atau terlalu menyederhanakan suatu fenomena komunikasi massa, telah membantu mengorganisasikan dan memberi struktur pada komponen-komponen komunikasi massa. Paradigm Lasswell ini menunjukkan bahwa ada lima unsur dasar dalam komunikasi, yakni: (Romli K. , Komunikasi Massa, 2016, hal. 8-9).

1. *Who* (siapa): Komunikator, orang yang menyampaikan pesan.
2. *Says what* (mengatakan apa): Pesan, pernyataan yang didukung oleh lambing, dapat berupa ide atau gagasan.
3. *In which channel* (saluran): Media, sarana, atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
4. *To whom* (kepada siapa): Komunikan, orang menerima pesan.
5. *With what effect* (dampak): Efek, dampak sebagai pengaruh dari pesan atau dapat juga dikatakan sebagai hasil dari proses komunikasi.

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut dapat dikaji model komunikasi yaitu:

- a) *Sender* : Komunikator (pengirim informasi) yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b) *Message* : Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- c) *Receiver* : Komunikan (orang) yang menerima pesan dari komunikator.
- d) *Effect* : perbedaan antar apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan.
- e) *Feedback* : Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

e. **Dampak Komunikasi Massa**

Menurut Steven H. Chaffe ada empat dampak kehadiran media massa sebagai objek fisik sebagai berikut: (Riswandi, 2009, hal. 111-113).

1. Dampak Ekonomis

Dengan adanya media massa dapat menimbulkan dampak secara ekonomis, yakni menggerakkan usaha dalam berbagai sector seperti produksi, distribusi dan konsumsi jasa media massa.

2. Dampak Sosial

Dampak ini kaitannya dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat kehadiran media massa.

3. Dampak Pada Penjadwalan Media Massa

Media massa dapat mengubah jadwal kegiatan sehari-hari khalayaknya.

4. Media Massa sebagai Penyaluran Perasaan

Meyoritas orang menggunakan media untuk menghilangkan perasaan tertentu seperti kesepian, marah, kecewa, bosan, dan sebagainya.

5. Dampak Menumbuhkan Perasaan Tertentu

Kehadiran media bukan saja menghilangkan perasaan tidak enak pada diri seseorang, tetapi juga dapat menumbuhkan perasaan

2.1.2 Penyiaran (Broadcasting)

a. Definisi Penyiaran (*Broadcasting*)

Penyiaran atau dalam Bahasa Inggris dikenal sebagai *broadcasting* adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerima siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di suatu tempat (Djamal, 2011, hal. 43).

Broadcasting adalah suatu proses pengiriman sinyal ke berbagai lokasi secara bersamaan baik melalui satelit, radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan lain sebagainya, dan bisa juga didefinisikan sebagai layanan server ke client yang menyebarkan data kepada beberapa client sekaligus dengan cara paralel dengan akses yang cukup cepat dari sumber video atau audio. Kalimat *broadcasting* berlaku pada dunia pertelevisian dan radio. Dimana dunia *broadcasting* ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Jenis produksi yang diproses oleh perusahaan *broadcasting* antara lain : Profile Perusahaan (Corporate

Profile), Program Televisi (TV Program), Musik Video (Video Clip), Iklan Televisi (TV Commercial).

Berikut ini adalah beberapa pengertian Broadcasting (penyiaran):

1. Ben H. Henneke

Seorang ahli radio siaran mengartikan Broadcasting (Penyiaran) adalah “Radio Announcing is nothing more than an attempt to communicate information may reach millions, it is directed to the individual listener and the communication is complete only when the listener hears, comprehends, is interested and then act upon what he hears” (Penyiaran tidak lain adalah hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya pada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut sempurna bila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu)

2. Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002

Penyiaran yang disebut broadcasting memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekwensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Dari ketiga pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Penyiaran (Broadcasting) adalah proses pengiriman informasi atau pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik, untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat (khalayak) dengan menggunakan perangkat penerima siaran seperti radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan media lainnya.

Dengan demikian menurut definisi di atas maka terdapat lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran. Jika salah satu syarat tidak ada maka tidak dapat disebut penyiaran. Kelima syarat itu jika diurut berdasarkan apa yang pertama kali harus diadakan adalah sebagai berikut:

- a) Harus tersedia spectrum frekuensi radio
- b) Harus ada sarana pemancaran (transmisi)
- c) Harus adanya perangkat penerima siaran (receiver)
- d) Harus adanya siaran (program atau acara)
- e) Harus dapat diterima secara serentak/bersamaan

b. Ruang Lingkup Broadcasting

Terdapat beberapa ruang lingkup dalam Broadcasting, yaitu meliputi:

- 1) Presenter
- 2) Cameramen
- 3) Wartawan media
- 4) Dunia perfilman, seperti: sutradara, produser, editing, dan sebagainya.

Ada banyak sekali keahlian yang dibutuhkan untuk menjalankan sebuah stasiun radio apalagi televisi. Beberapa profesi yang sangat populer adalah penyiar radio, presenter televisi dan produser. Dalam bidang ini, tentunya sangat membutuhkan kreatifitas, inovasi serta produktifitas yang tinggi.

c. Media Penyiaran

Radio dan televisi sebagai media penyiaran merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa. Kemampuan media penyiaran untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas menjadikan media penyiaran sebagai obyek penelitian penting dalam ilmu komunikasi massa disamping ilmu komunikasi lainnya yaitu ilmu komunikasi dapat pribadi, kelompok, dan organisasi.

Media penyiaran sebagai salah satu media dengan ciri dan sifat yang berbeda dengan media lainnya, yang dapat menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang dapat mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Seperti halnya politik, ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas. Karakteristik media penyiaran yaitu:

- 1) Antara komunikan dan komunikator tidak berhadapan langsung tetapi melalui media, yaitu media penyiaran dengan menggunakan media elektronik;
- 2) Informasi yang diterima pemirsa dapat bersifat *real time* atau *live*, artinya semua kejadian atau peristiwa dapat secara langsung pada saat yang sama didengar/dilihat oleh pendengar/pemirsa dengan cakupan populasi yang sangat luas, seluas wilayah cakupan siaran tersebut.

2.1.3 Program Siaran Televisi

a. Pengertian Program Siaran Televisi

Program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam suatu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan laik siaran serta telah memenuhi standar estetik dan artistic yang berlaku. Setiap program televisi punya sasaran yang jelas dan tujuan yang akan dicapai.

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa, dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Atau dapat dikatakan bahwa, siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran ini menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi, iptek, dan berita. Slot waktu masing-masing program ini dirancang sesuai dengan tema program itu (programming), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya (Djamal, 2011, hal. 158).

Pada stasiun tertentu, jadwal program ini telah dirancang dalam satu bulan, bahkan enam bulan ke depan. Hal ini dikarenakan ketatnya persaingan mendapatkan slot iklan dan proses memasarkan produk program televisi harus melalui tahapan yang cukup panjang. Tetapi, ada juga yang menerapkannya secara dinamis, artinya program acara dapat disesuaikan dengan situasi seperti terjadinya satu keadaan yang darurat. Dalam keadaan darurat, maka jadwal program ini dapat berubah, misalnya dengan istilah ‘stop press,’ ‘breaking news,’ dan sejenisnya, sehingga beberapa program acara yang terjadwal sebelumnya dapat bergeser waktu

tayangannya dan bahkan ditiadakan. Susunan jadwal program siaran ini biasa disebut juga sebagai pola acara.

Umumnya, program tersebut berdiri sendiri yang tidak terkait satu sama lain sepanjang minggu dan bulan, namun ada acara yang bersambung yang disebut sebagai television series. Bentuk program semacam ini terdiri dari beberapa paket yang disebut sebagai episode atau miniseries. Paket ini disiarkan secara mingguan pada hari yang sama dan slot waktu yang sama, atau setiap hari pada jam yang sama. Satu program acara yang bersambung ini diantaranya acara 'sinetron' (Djamal, 2011, hal. 159).

Ada lima parameter yang harus diperhitungkan dalam penyusunan program siaran televisi, yaitu

1. Landasan filosofis yang mendasari tujuan semua program;
2. Strategi penyusunan program sebagai pola umum tujuan program;
3. Sasaran program;
4. Pola produksi yang menyangkut garis besar isi program;
5. Karakter institusi dan manajemen sumber program untuk mencapai usaha yang optimum.

b. Karakteristik Program Siaran

Tayangan televisi di layar kaca itu mempunyai dampak yang sangat bagi audiensi. Hal itu berarti bahwa, program siaran tersebut mempunyai karakteristik tertentu yang memengaruhi, memprovokasi dalam hal positif maupun negatif, dan mampu mengubah sikap seseorang dari pendiam menjadi agresif. Hal ini disebabkan oleh daya rangsang televisi sangat tinggi. Oleh karena itu, bagi penyelenggara penyiaran harus mempunyai rasa bijak dan pertimbangan matang dalam menyajikan programnya. Jangan hanya memerhatikan selera pasar bebas (liberal) tetapi junjunglah idealisme informasi bagi kepentingan bangsa Indonesia (Djamal, 2011, hal. 159).

Salah satu karakteristiknya adalah sifat persuasif seperti terdapat pada siaran iklan misalnya. Dengan iklan produk sabun detergen tertentu, seorang ibu tidak hanya menirukan lagu ilustrasinya, bahkan langsung membelinya di supermarket

untuk mencobanya. Begitu juga pada anak-anak, segera sehabis menonton tokoh tertentu dalam tayangan film laga, dia langsung menirukan gaya tokoh pembela kebenaran itu di depan teman bermainnya.

Yang dikhawatirkan dalam tayangan program televisi ialah dampak negatif yang terjadi dimana pun berada, sepanjang siaran televisi itu dapat ditangkap dan ditonton. Misalnya, pada informasi tentang kriminalitas. Dalam program ini ditayangkan jelas bagaimana pelaku kriminal itu melakukan aksinya (dalam adegan reka ulang/ rekonstruksi kejadian oleh kepolisian). Dampak positif di sini lebih kecil dibandingkan yang negatifnya, yaitu agar masyarakat meningkatkan kewaspaan, tetapi justru hal negatifnya, dan yang bersangkutan belajar bagaimana melakukan tindakan pidana itu yang lebih cermat (Djamal, 2011, hal. 161).

Dari beberapa contoh pengaruh siaran program televisi itu menunjukkan, bahwa dampak siaran tidak mengenal tingkat usia pemirsa, dan tidak mengenal lokus pemirsa. Sehingga dalam hal ini memang pengelola penyiaran diharapkan mempunyai kepekaan yang tinggi tentang pengaruh siaran televisi tersebut, dan untuk selanjutnya merancang berbagai program itu dengan cermat, tepat waktu, dan tepat sasaran.

Tepat waktu misalnya, mempunyai arti bahwa slot waktu dipilih dengan tepat. Bila satu acara diperuntukkan bagi usia anak-anak, maka dipilih waktu di mana anak-anak (dengan pendampingan orang tua) dapat menyaksikan, tidak dipilih pada slot waktu malam hari. Adapun tepat sasaran mempunyai pengertian bahwa, jenis program disesuaikan dengan sasaran usia, misalnya acara remaja, dan usia senja (Djamal, 2011, hal. 162).

c. Jenis Program Siaran

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan dengan jenis yang beragam. Pada dasarnya segala hal bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan sesuai target audiens sehingga dapat disukai serta selama tidak bertentangan dengan hukum, norma, dan peraturan yang berlaku.

Jenis program umumnya dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok besar, yaitu hiburan, informasi, dan berita. Tetapi dari ketiganya dapat diperinci lagi

menjadi jenis-jenis program yang lebih spesifik dan dengan nama yang bervariasi seperti: talent show, kompetitif show.

Terdapat juga klasifikasi jenis program tersebut hanya dua kelompok besar, yaitu program acara karya artistik dan karya jurnalistik. Kedua jenis program itu dapat disebutkan sifat proses produksi dan jenisnya sebagai berikut: (Djamal, 2011, hal. 163).

1) Program Karya Artistik

Sumber : Ide gagasan dari perorangan maupun tim kreatif.

Proses produksi : Mengutamakan keindahan dan kesempurnaan sesuai perencanaan.

Jenis : 1. Drama/Sinetron
 2. Musik
 3. Lawak/Akrobat
 4. Quiz (ada pertanyaan, ada jawaban)
 5. Informasi Iptek
 6. Informasi pendidikan
 7. Informasi Pembangunan
 8. Informasi Kebudayaan
 9. Informasi hasil produksi, termasuk iklan dan public Service
 10. Informasi flora dan fauna
 11. Informasi sejarah/dokumenter
 12. Informasi apa saja yang bersifat non politis.

2) Program Karya Jurnalistik

Sumber : Masalah hangat (peristiwa dan pendapat)

Proses Produksi : Mengutamakan kecepatan dan kebenaran

Jenis : 1. Berita aktual (siaran berita)
 2. Berita non aktual (siaran berita)
 3. Penjelasan tentang masalah hangat (dialog, monolog, panel diskusi, current affair) (Djamal, 2011, hal. 163).

d. Format Program Televisi

Pembagian jenis program tersebut dibuat dengan cermat agar mudah dipahami oleh audiensi dan profesional penyiaran. Perkembangan kreativitas program televisi saat ini telah melahirkan berbagai bentuk program televisi berjalan seiring dengan tren gaya hidup masyarakat disekitarnya yang saling memengaruhi. Sehingga muncullah ide yang menampilkan format baru pada program televisi agar memudahkan produser, sutradara, dan penulis naskah menghasilkan karya spektakuler (Djamal, 2011, hal. 164).

Insan televisi berusaha menempatkan program yang dapat disaksikan oleh beberapa unsur audiensi yang ada. Setiap sutradara menginginkan program yang disaksikan banyak orang dan menyebabkan audiensi seolaholah sebagai pelaku di dalamnya, yaitu memprovokasi pola pikir dan mengimajinasi audiensi.

Oleh sebab itu, siapa pun yang ingin menghasilkan karya televisi yang baik, mereka harus bekerja sama dalam satu tim produksi. Mereka juga harus memahami format program televisi apa yang akan dieksekusi. Setelah mengetahui dengan jelas format yang ditentukan, maka akan dapat dihasilkan kenyamanan dalam bekerja sama serta ketepatan waktu produksi yang efektif (Djamal, 2011, hal. 165).

Menurut Naratama, kunci keberhasilan suatu program televisi ialah penentuan format acara televisi tersebut. Adapun definisi format acara televisi menurut Naratama adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam beberapa kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Format acara televisi: (Djamal, 2011, hal. 167).

1) Drama/ fiksi (timeless & imajinatif);

Contohnya seperti: tragedi, aksi, komedi, cinta/ romantisme, legenda, horror.

2) Nondrama (timeless & faktual);

Contohnya seperti Musik, magazine show, talk show, variety show, repackaging, gameshow, kuis, talent show, competition show.

3) Berita/ news (aktual & faktual).

2.1.4 Berita

a. Pengertian Berita

Berita adalah informasi yang penting dan menarik bagi khalayak atau audience. Berita menampilkan fakta tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia, tetapi hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan. Michael V. Charnley menegaskan, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang menarik atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk (Muda, 2008, hal. 2).

Semua berita adalah informasi, tetapi tidak semua informasi adalah berita, karena berita adalah informasi yang mengandung nilai berita yang telah diolah sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada pada ilmu jurnalistik, dan yang sudah disajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik (Wahyudi, 2001, hal. 27).

b. Jenis Berita Televisi

Menurut Morissan, program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu berita keras (hard news) dan berita lunak (soft news).

1) *Hard News*

Berita keras atau hard news adalah segala informasi penting dan/atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Pada umumnya penyajian berita keras ini secara reguler. Berita keras dapat dibagi ke dalam beberapa format berita yaitu :

a) *Straight News*

Straight news berarti berita langsung maksudnya suatu berita singkat dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W + 1H (*what, where, who, when, why dan how*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan.

b) *Interview On Air*

Interview on air ini biasanya dilakukan untuk meminta pendapat seseorang narasumber tentang suatu pokok permasalahan yang actual. Wawancara dapat

dilakukan dari lokasi lain dengan beberapa narasumber, misalnya ada yang di studio bersama pewawancara, kemudian narasumber lainnya dari Kota Bandung, Medan, Surabaya, dan lainnya (Utud, Kreatif Siaran Televisi, 2017, hal. 113).

c) *Stand Up Reporting*

Format program yang disiarkan secara langsung dari lokasi kejadian atau juga dengan *live*, *delay*, dan *recording*. *Stand up reporting* adalah teknik dalam reportase yang dapat dilakukan dengan istilah ROSS (Utud, Kreatif Siaran Televisi, 2017, hal. 114)

2) *Soft News*

Berita lunak atau *soft news* adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang masuk kedalam katagori berita lunak yaitu :

a) *Feature*

Kita sering melihat suatu program berita menampilkan berita-berita ringan namun menarik. *Feature* yang terkait dengan suatu peristiwa penting atau terikat waktu dan karena itu harus segera disiarkan dalam suatu program berita. *Feature* semacam ini disebut dengan *news feature*.

b) *Current Affair*

Current affair adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.

c) *Magazine*

Magazine adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam. Magazine lebih menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.

d) Dokumenter

Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Gaya atau cara penyajian dokumenter

sangat beragam dalam hal teknik pengambilan gambar, teknik editing dan teknik penceritaanya.

e) *Infotainment*

Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (selebriti), dan karena sebagian besar dari mereka bekerja pada industry hiburan seperti pemain film/sinetron, penyayi dan sebagainya.

f) *Talk Show*

Program *talk show* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara. Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas (Morissan M. A., *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, 2008, hal. 23-28).

c. Format Berita Televisi

Dalam program berita televisi dikenal beberapa format berita yaitu cara bagaimana suatu berita itu disajikan. Format berita televisi itu antara lain sebagai berikut :

1) *Reader*

Reader merupakan format berita singkat yang disampaikan presenter tanpa didukung gambar (video). format ini biasanya digunakan untuk melaporkan peristiwa penting dan mendadak yang belum ada videonya. Format berita reader tidak dapat digunakan untuk berita yang bersifat seremonial.

2) *Voice Over*

Voice Over (VO) adalah format berita dengan video yang keseluruhan narasinya mulai dari intro hingga kalimat terakhir dibacakan oleh presenter. Dalam format ini presenter muncul didepan kamera untuk membacakan lead sebuah berita dan diikuti oleh pemutaran gambar video yang biasanya berlangsung sekitar 45 detik sementara suara si presenter terdengar membaca berita yang mengiringi gambar.

3) *Reader SOT*

Sound on tape (SOT) adalah cuplikan suara atau wawancara panjang dari narasumber. SOT sebaiknya diusahakan pendek dan fokus dari berita yang dibacakan sebelumnya. Dalam lead presenter menjelaskan nama sumber dan informasi singkat SOT-nya, namun tidak boleh sama persis dengan SOT

4) *Voice Over SOT*

Format berita ini merupakan gabungan antara format VO dan SOT yang mana VO mengenai peristiwa yang relevan atau yang ada kaitannya dengan apa yang diungkapkan dalam SOT. Sedangkan SOT adalah bagian yang menyatakan sumber yang spesifik berkaitan dengan peristiwa yang bersangkutan.

5) *Reader Grafis*

Format ini biasanya digunakan jika sebuah berita penting baru saja terjadi dan stasiun televisi belum mendapatkan akses untuk merekamnya dalam kaset video. Dalam format berita grafis, pertama-tama presenter muncul membacakan lead berita dan kemudian muncul gambar grafis sementara suara presenter terdengar membacakan kelanjutan berita tersebut.

6) *Package*

Format berita *package* (paket) adalah format berita yang bersifat komprehensif, dengan lead dibacakan presenter sedangkan naskah paket dibacakan sendiri oleh reporter atau pengisi suara (*dubber*). Paket ditulis oleh reporter dan harus di-copy edit oleh koordinator bidang untuk gaya penulisan dan isi. Paket selalu dimulai dengan presenter membacakan intro atau lead. Lead juga berfungsi sebagai pemancing minat penonton dengan menyampaikan beberapa fakta yang paling penting dan menarik.

7) *Laporan Langsung*

Dalam format seperti ini presenter akan langsung berbicara dengan reporter yang berada di lokasi yang sedang meliput suatu peristiwa. Format ini disebut juga sebagai format dua arah (*two way*). Laporan langsung akan dimulai dengan layar yang terbagi dua memperlihatkan presenter distudio pada bagian kiri dan reporter dari lokasi pada bagian kanan layar.

8) *Breaking News*

Berita yang sangat penting dan harus segera disiarkan, bila memungkinkan bersamaan dengan terjadinya peristiwa tersebut. *Breaking news* merupakan berita tidak terjadwal karena dapat terjadi kapan saja.

9) Laporan Khusus

Berita dengan format paket, lengkap dengan narasi dan soundbita dan sejumlah narasumber yang memberikan pendapat dan analisis mereka. Laporan khusus biasanya disajikan dalam program tersendiri diluar program berita karena memiliki durasi yang panjang (Morissan M. A., *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, 2008, hal. 33-40).

d. Struktur Organisasi Berita Televisi

Stasiun televisi membutuhkan sumber daya manusia yang cukup banyak begitu pula dalam struktur organisasi redaksi pemberitaan yang semuanya bekerja sebagai satu tim. Struktur organisasi bagian pemberitaan stasiun televisi biasanya terdiri dari sejumlah jabatan, antara lain :

- 1) Direktur pemberitaan. Direktur pemberitaan adalah seseorang yang independen atau bebas dari tekanan politik dan ekonomi. Direktur pemberitaan, membutuhkan akses langsung dengan pimpinan stasiun televisi karena suatu berita besar dapat terjadi setiap saat dan butuh keputusan cepat untuk menayangkannya. Contoh keputusan untuk membatalkan acara yang sudah dijadwalkan, demi siaran langsung suatu peristiwa yang sangat penting
- 2) Produser eksekutif. Produser eksekutif bertanggung jawab terhadap penampilan jangka panjang suatu program acara keseluruhan. Produser eksekutif melakukan pengawasan terhadap kerja reporter dan produser dan memastikan staf redaksi mematuhi style yang telah ditetapkan dan konsisten dengan ketetapan itu. Produser eksekutif bertanggung jawab terhadap beberapa program informasi.
- 3) Produser. Produser bertanggung jawab terhadap suatu program berita. Produser memutuskan berita-berita apa saja yang akan disiarkan dalam program beritanya. Berapa lama durasi suatu berita ditayangkan, format berita apa yang akan digunakan.

- 4) Produser Acara. Produser acara atau line produser bertanggung jawab dalam mempersiapkan penayangan suatu program berita. Produser acara harus memutuskan berita apa yang akan disiarkan dan ia mempersiapkan segala sesuatunya agar berita itu dapat ditayangkan. Produser acara harus mempersiapkan susunan berita (rundown) yang berisikan berbagai format berita yang akan ditampilkan dan memperhitungkan waktu tayang (durasi) dari masing-masing format berita itu. Tugas produser acara akan diawasi langsung oleh produser eksekutif dan direktur pemberitaan.
- 5) Produser lapangan. Produser lapangan bertugas melakukan koordinasi pada saat peliputan dan sesuai namanya, produser lapangan akan lebih banyak berada dilapangan. Produser lapangan membantu reporter melakukan riset guna mendapatkan informasi bagi suatu liputan, dia akan mengarahkan juru kamera dan reporter dilapangan.
- 6) Asisten produser. Asisten produser bertugas membantu reporter mempersiapkan paket berita jika reporter berada dalam keadaan waktu yang mendesak atau jika reporter tidak sempat menyelesaikan paket beritanya karena ia harus berangkat lagi untuk melaksanakan tugas berikutnya. Asisten produser mengambil alih tugas reporter jika reporter tidak mungkin mengerjakannya sendiri. Asisten produser juga bertugas mengumpulkan gambar yang dikirim oleh reporter dari lapangan melalui saluran satelit atau microwave. Kedudukan asisten produser berada diantara produser acara dan penulis berita.
- 7) Presenter. Pembawa acara (host), pembaca berita (presenter) atau sering juga disebut dengan anchor, menjadi citra dari suatu stasiun televisi. Salah satu alasan utama seseorang mengikuti program berita yang satu disbanding yang lain adalah karena penyiarnya. Kredibilitas presenter dapat menjadi asset penting suatu stasiun televisi. Memilih penyiar berita adalah sama pentingnya dengan memilih acara yang akan diproduksi.
- 8) Koordinator Liputan. Bertanggung jawab terhadap kegiatan liputan yang dilakukan oleh reporter, mengkoordinasi liputan di lapangan.

- 9) Reporter. Reporter bekerja mengumpulkan informasi, menulis naskah dan melaporkan fakta-fakta yang diperoleh dari suatu peristiwa. Reporter bertanggung jawab atas hasil liputan yang dilakukan.
- 10) Juru Kamera. Bertanggung jawab atas semua aspek teknis pengambilan dan perekaman gambar. Kameramen dituntut untuk mengambil gambar dengan baik dan juga harus memahami gambar apa saja yang diperlukan suatu berita televisi (Morissan M. A., *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, 2008, hal. 281-286).

2.1.5 Peran

Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari hal di atas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang ditetapkan sebelumnya disebut sebagai 30 peranan normatif. Sebagai peran normatif dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban dinas perhubungan dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total enforcement, yaitu penegakan hukum secara penuh (Soekanto, 2012).

Dalam hal ini kepribadian seseorang juga memengaruhi bagaimana peran itu harus dijalankan. Peran yang dimainkan hakekatnya tidak ada perbedaan, baik yang dimainkan/diperankan oleh pimpinan tingkat atas, menengah maupun bawah akan mempunyai peran yang sama bila ia menduduki peran tertentu. Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

a. Teori Peran

Teori peran (role theory) adalah teori yang merupakan perpaduan dari berbagai teori, orientasi, maupun disiplin ilmu. Istilah “peran” diambil dari dunia teater. Dalam teater, seorang aktor harus bermain sebagai seorang tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Selain itu, peran atau role, Bruce J. Cohen, 2009 (dalam Soerjono Soekanto, 2012) juga memiliki beberapa bagian, yaitu:

1. Peranan nyata (acted role) adalah suatu cara yang betul-betul dijalankan seseorang dalam menjalankan suatu peranan;

2. Peranan yang dianjurkan (prescribed role) adalah cara yang diharapkan masyarakat dari kita dalam menjalankan peranan tertentu;
3. Konflik peranan (role conflict) adalah suatu kondisi yang dialami seseorang yang menduduki suatu status atau lebih yang menuntut harapan dan tujuan peranan yang saling bertentangan satu sama lain;
4. Kesenjangan peranan (role distance) adalah pelaksanaan peranan secara emosional;
5. Kegagalan peran (role failure) adalah kegagalan seseorang dalam menjalankan peranan tertentu;
6. Model peranan (role model) adalah seseorang yang tingkah lakunya kita contoh, tiru, ikuti.
7. Rangkaian atau lingkup peranan (role set) adalah hubungan seseorang dengan individu lainnya pada saat dia sedang menjalankan perannya;
8. Ketegangan peranan (role strain) adalah kondisi yang timbul bila seseorang mengalami kesulitan dalam memenuhi harapan atau tujuan peranan yang dijalankan dikarenakan adanya ketidakserasian yang bertentangan satu sama lain.

b. Konsep Teori Peran

Robert Linton, 2009 (dalam Soerjono Soekanto, 2012), seorang antropolog telah mengembangkan teori peran di mana teori menggambarkan interaksi sosial dalam terminologi aktor-aktor yang bermain sesuai dengan apa-apa yang ditetapkan oleh budaya. Sesuai dengan teori ini, harapan-harapan peran merupakan pemahaman bersama yang menuntun kita untuk berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian sosiolog yang bernama Glen Elder (dalam Soerjono Soekanto, 2012) membantu memperluas penggunaan teori peran. Pendekatannya yang dinamakan “life course” memaknakan bahwa setiap masyarakat mempunyai harapan kepada siapa anggotanya untuk mempunyai perilaku tertentu sesuai dengan kategorikategori usia yang berlaku dalam masyarakat.

Faktor-faktor yang memengaruhi dalam menyesuaikan diri dengan peran yang harus dilakukan, yaitu:

1. Kejelasan perilaku dan pengetahuan yang sesuai dengan peran;
2. Konsistensi respon orang yang berarti terhadap peran yang dilakukan;
3. Kesesuaian dan keseimbangan antar peran yang diemban;
4. Keselarasan budaya dan harapan individu terhadap perilaku peran;
5. Pemisahan perilaku yang akan menciptakan ketidaksesuaian perilaku peran.

2.1.7 Produser

Produser adalah orang yang bertanggung jawab mengubah ide atau gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis dan dapat dijual. Produser harus memastikan adanya dukungan keuangan bagi terlaksananya produksi program televisi serta mampu mengelola keseluruhan proses produksi termasuk melaksanakan penjadwalan. Produser terkadang ikut terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan setiap harinya. Produser juga harus mampu menterjemahkan keinginan dan pandangan para pendukung modal atau investor dan juga audience melalui proses produksinya.

Selain itu produser adalah seorang yang ditunjukkan mewakili produser eksekutif untuk melaksanakan apa yang dikehendaki oleh produser pelaksana. Oleh karena itu seorang produser harus memiliki kemampuan berfikir dan menuangkan ide atau pemikiran dalam satu tulisan (proposal) untuk suatu program acara secara baik dan sistematis, serta mempunyai kemampuan untuk memimpin dan bekerjasama dengan seluruh kerabat kerja dan unsur-unsur produksi yang terkait.

Produser juga merupakan orang yang berada dipucuk suatu proyek pembuatan film atau video. Dia mempunyai wewenang tertinggi dan memimpin dewan komisaris suatu perusahaan. Produser bisa bekerja secara independent atau proyek. Peran produser adalah melakukan dan melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik, apabila produser melakukan dan melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik dan benar, maka dia sudah berperan sebagai seorang produser, tugas produser meliputi:

1. Mengkoordinasikan dan mengontrol semua aspek produksi,
2. Mulai dari pembuatan dan pengembangan ide,
3. Mengawasi pemain dan melakukan segala pengecekan saat pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

Sudah menjadi hal yang wajar jika seorang produser juga bertanggung jawab secara general pada kualitas dan diminati atau tidaknya suatu acara, meski peranan tersebut tidak menjadi suatu keharusan atau tergantung pada kondisi. Produser bisa saja mempunyai peran eksekutif dimana mereka bertanggung jawab atas beragam program-program baru dan menentukan program yang akan dibuat tersebut beserta budgeting dan kontrak yang harus dilakukan ataupun dibuat berhubungan dengan program tersebut. Peran dan tugas seorang produser didalam proses produksi yang dibagi dalam tiga tahap, yaitu:

- a. Pra produksi/Pra produksi (Pre- Production) adalah tahap paling penting dalam sebuah produksi televisi, yaitu merupakan semua tahapan persiapan sebelum sebuah produksi dimulai. Makin baik sebuah perencanaan produksi, maka akan memudahkan Proses produksi televisi.

Tahap pra produksi meliputi:

- 1) Penemu ide, ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, ia dapat membuat garis-garis besar program acara, kemudian diberikan kepada tim produksi untuk diulas kembali sehingga menjadi suatu program yang matang dan menarik perhatian pemirsa.
- 2) Perencanaan, tahap ini meliputi penetapan team schedule (jadwal kerja), penentuan tema, penyempurnaan naskah, panggung atau set dan penentuan anggaran.
- 3) Persiapan, tahap ini meliputi
 - a. Pembuatan setting serta memiliki dan melengkapi peralatan yang diperlukan, semua persiapan kru, lokasi, dan alat-alat teknik lebih baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja yang sudah ditetapkan.
 - b. Produksi Sebuah perencanaan dan persiapan selesai, maka pelaksanaan dan mengawasi jalannya produksi seperti syuting dan preview dilakukan

produser dengan tim kerja, mencoba mewujudkan apa yang telah direncanakan, dalam melaksanakan produksi peralatan seperti alat-alat teknik, properti dan sebagainya, harus disiapkan demi kelancaran pelaksanaan produksi tersebut.

- c. Pasca produksi Setelah melewati produksi, gambar-gambar yang telah diambil dari proses produksi disusun dan diurut sehingga menjadi sebuah program yang ideal, proses pasca produksi ini dilakukan apabila pada saat shooting tidak memungkinkan secara langsung, sehingga dibutuhkan untuk pengeditan gambar.

Produser juga memiliki beberapa tanggung jawab antara lain dalam tiga tahap produksi, yaitu: pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1. Pra produksi

- a. Mengembangkan konsep gagasan
- b. Membuat biaya produksi
- c. Menentukan pengarah acara
- d. Mengadakan pembicaraan dengan penulis naskah
- e. Menyetujui berbagai saran dari pengarah acara, penata cahaya dan penata dekorasi
- f. Memimpin dan mengkoordinasikan seluruh rencana produksi.

2. Produksi

- a. Dalam siaran langsung bila diperlukan membantu pengarah acara dan mengawasi jalannya produksi acara.
- b. Dalam rekaman bekerja sama dengan pengarah acara untuk memastikan gambar - gambar yang akan digunakan
- c. Sebagai pimpinan pelaksana produksi

3. Pasca produksi

- a. Evaluasi / Editing

- b. Mengadakan koordinasi dengan stasiun penyiaran untuk promosi atau publikasi.

Sebagai seorang produser harus bertanggung jawab atas seluruh produksi, dari mulai perencanaan, penulis naskah, produksi final dan editing. Selain itu juga produser bertanggung jawab atas anggaran, biaya produksi dan mengorganisir segala hal, termasuk operasi produksi team, produser perlu dibantu oleh crew atau team yang lain.

Menurut Tommy Suprpto ada beberapa indikator tugas pokok seorang produser didalam struktur organisasi pertelevisian antara lain yaitu:

- a. Menciptakan dan mengembangkan ide untuk produksi acara televisi
- b. Membuat desain kreatif
- c. Menentukan tim kreatif
- d. Menentukan satuan kerja produksi
- e. Bekerjasama dengan pengarah acara memilih dan menentukan pengisi acara
- f. Menyusun anggaran biaya produksi
- g. Melakukan koordinasi promosi dan publikasi
- h. Melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani.

Salah satu alasan mengapa seorang produser mempunyai wewenang dan pertanggung jawaban yang penuh, semata - mata hanya karna alasan bisnis. Karena bagaimanapun TV memerlukan suatu sumber yang terus menerus atau tetap bagi bahan acaranya dan banyak orang yang terlibat kedalam produksi acara, hampir setiap anggota ikut kedalam kegiatan apabila mereka mempunyai bakat yang diperlukan, kemudian meninggalkan kegiatannya apabila telah selesai. Setelah itu hanya seorang produser dan kemungkinan masih ada juga beberapa anggota pelaksana masih mendampingiya sampai selesai penyiaran dari acara yang telah dikerjakan.

2.1.8. Gatekeeping

Definisi Gatekeeping menurut (Shoemaker,2009:1), gatekeeping merupakan inti dari peran media dalam kehidupan publik modern, yakni proses memilih dan menyusun bagian – bagian informasi menjadikannya sejumlah pesan yang hadir di masyarakat. Proses ini menentukan tidak hanya informasi mana yang dipilih, tapi juga konten dan arah peran yang dikehendaki. Fungsi utama gatekeeper adalah menyaring pesan yang diterima seseorang. Seorang gatekeeper dapat memilih, mengubah bahkan menolak pesan yang disampaikan kepada penerima. Teori gatekeeping menjelaskan mengenai arus informasi dan media ke publik. Dalam proses ini media beserta individu – individu (mediator) mencerna informasi dan melaporkannya kepada pemirsa dalam bentuk berita jadi yang lebih ramah publik.

Menurut Ardianto (2007:36-39) dalam bukunya komunikasi massa suatu pengantar mengatakan bahwa: “Fungsi Gatekeeper adalah untuk mengevaluasi isi media agar sesuai dengan kebutuhan khalayaknya, yang terpenting adalah Gatekeeper mempunyai wewenang untuk tidak memuat berita yang dianggap akan meresahkan khalayak dan mereka juga memiliki kewenangan untuk memperluas dan membatasi informasi yang disiarkan. Gatekeeper adalah bagian dari institusi dari media massa, dan hasil kerjanya memiliki efek yang positif pada kualitas pesan dan berita yang disampaikan kepada publik”.

Proses gatekeeping dalam model Westley dan Maclean (1957) menyajikan komunikator dalam pengaturan sistem komunikasi. Kemudian menghadikan tiga perannya, sebagai berikut:

a. The Advocacy Role

Komunikator (A) berusaha untuk mempengaruhi individu lain di lingkungan baik secara langsung atau tidak langsung. Perannya sebagai advokasi (komunikator) dapat memilih dan mengirimkan pesan secara sengaja. Dalam komunikasi massa peran A dapat dimainkan oleh sumber informasi dengan sengaja seperti partai politik, departemen humas dari sebuah perusahaan, atau seseorang dalam sebuah organisasi media itu sendiri.

Peran advokasi dapat mengacu pada Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran Bab IV Pelaksanaan Siaran Pasal 36.9 Mencakup isi siaran yang wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia, memuat sekurang-kurangnya 60 % mata acara yang berasal dari dalam negeri, memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus (mencantumkan dan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran), serta menjunjung tinggi netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu.

b. The Channel Role

Peran saluran media tertuju pada peran C selaku gatekeeper dalam proses gatekeeping yang memiliki karakter yang disengaja, tujuannya adalah untuk menyediakan masyarakat dengan informasi dan untuk bertindak sebagai perantara antara A dan masyarakat. Yang dimaksud dengan saluran yakni sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dari komunikator kepada audien. Peran ini biasanya diisi oleh wartawan yang merupakan bagian dari organisasi media massa. Model Wesley dan Maclean menggambarkan peran C (sebagai gatekeeper) dalam kaitannya peran A, sebagai yang tidak disengaja karena individu yang bertindak dalam peran C tidak dalam kepentingan mereka sendiri melainkan kepentingan organisasi media.

c. The Behavioral Role

Peran sistem perilaku dimaksud adalah individu, kelompok, atau sistem sosial yang membutuhkan dan menggunakan informasi tentang lingkungan mereka untuk membantu memenuhi kebutuhan dan membantu memecahkan masalah. Peran ini dipegang oleh Audien (B) anggota masyarakat mencakup pembaca, pemirsa dan pendengar.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dikaitkan hubungan antara produser dengan gatekeeper adalah dimana produser dalam hal proses komunikasi di media massa berperan sebagai komunikator atau dapat berupa gatekeeper. Dalam hal ini produser berperan dalam menyaring atau sebagai

penapis informasi yang akan disampaikan kepada audiens. Produser yang berperan sebagai gatekeeper juga melakukan penyaringan pesan yang dapat berupa menambahi, mengurangi dan memperbaiki pesan sedemikian rupa sehingga dapat disampaikan dan kemudian diterima khalayak luas.

1.3 Kajian Teori

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan atau acuan agar mempermudah peneliti dalam menyusun penelitian. Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis. Penelitian terdahulu memudahkan peneliti dalam menentukan langkah-langkah sistematis untuk penyusunan penelitian baik dari segi teori maupun metode penelitian.

1. Penelitian yang pertama adalah jurnal dengan judul “Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen di IDX Channel”. Penelitian ini dilakukan oleh Tuty Mutiah, Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika, Volume 9 No. 1 Maret 2018. Proses pemilihan produser sebagai gatekeeper dalam suatu program merupakan hal yang sangat penting dalam suatu program. Sebagian besar media massa selalu ingin menampilkan apa saja yang ada hubungannya dengan proses ini, termasuk di IDX Channel. Sebagai televisi yang terafiliasi dengan Bursa Efek Indonesia, IDX Channel terus berupaya menjadi televisi terkemuka dalam menyampaikan informasi pasar modal dunia, termasuk masalah ekonomi dan bisnis keduanya di dalam dan luar negeri, salah satunya melalui program berita Layar Berita. Dalam proses penyiaran, semua pihak terlibat dapat bertindak sebagai gatekeeper, termasuk produser. Namun peran produser sebagai gatekeeper dalam siaran tersebut menjadi yang utama, hal ini dikarenakan produser memiliki kekuasaan dan tanggung jawab penuh atas proses siaran televisi tersebut. Penelitian tentang peran produser sebagai gatekeeper menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dari Hasil penelitian struktural, kewenangan akhir ada di tangan produser yang bertindak sebagai gatekeeper. Memulai dari script, visual dalam proses editing, hingga CG atau

Character Generic. Jadi tidak ada kesalahan dalam prosesnya menyiarkan program Layar Berita.

2. Penelitian yang kedua adalah Skripsi dengan judul “Peran Produser dalam Proses Produksi Program Acara Bewara PJTV Bandung”. Penelitian ini dilakukan oleh Poppy Ayu Puspita Arum, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran produser Bewara PJTV Bandung. Tujuan dari disusunnya Skripsi ini adalah untuk mengetahui peran produser dalam proses produksi program acara Bewara PJTV. Dalam hal ini, peran produser sangat penting dimulai dari proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. Teori yang digunakan adalah Teori Peran Produser dalam Proses Produksi yang dikemukakan oleh Morissan. Metode yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Yaitu penelitian yang mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat ini. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh gambaran bahwa peran produser sangat penting dalam proses produksi program acara Bewara PJTV Bandung. Produser memegang peranan yang besar karena produser bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan tim selama proses produksi program acara Bewara PJTV Bandung.
3. Penelitian yang ketiga adalah jurnal dengan judul “Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television”. Penelitian ini dilakukan oleh Kemal Aqwam Maulana, Fatmawati Fatmawati, Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol.11/No.2 / Oktober 2018 - Profetik Jurnal Komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan produksi, proses produksi dan analisis produksi program berita Indonesia Morning Show di NET.TV. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma positifis. Data diperoleh melalui proses observasi dengan melakukan proses magang, wawancara baik terstruktur maupun tidak terstruktur dan studi dokumentasi. Dengan menggunakan Teori

Hirarki Pengaruh yang diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, maka penulis akan meneliti apakah ada tekanan dari level rutinitas media terhadap program berita Indonesia Morning Show yang ditinjau dari tiga unsur, yakni : Audiens (Consumers), Organisasi Media (Processor), dan Sumber Berita (Suppliers). Setelah melakukan penelitian Indonesia Morning Show dalam memproduksi programnya melalui tiga tahap, yakni : Pra-produksi, Produksi dan Pasca-produksi. Dilihat dari teori hirarki pengaruh level media rutin dalam proses produksi program berita Indonesia Morning Show di pengaruhi 3 unsur, yaitu : Audiens, Organisasi Media dan Sumber Berita. Dan pengemasan berita yang biasanya menggunakan format 5w+1H tim redaksi Indonesia Morning Show merubahnya menjadi format S-P-O-K guna mendapatkan kesan berita yang mudah untuk diterima oleh audiens di pagi hari.

Tabel 2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Tinjauan	Isi	Perbedaan
1.	Defhany Defhany; Annita Zarfinal, Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya Vol 1 No 1 (2022). Judul: Strategi Produser Dalam Memproduksi Program Televisi Studi Kasus : Proses Produksi Program Acara Ayo Hidup Sehat Di Tvone	Penelitian ini untuk mengetahui strategi kreatif dan hambatan yang dihadapi Produser dalam memproduksi program acara Ayo Hidup Sehat di tvOne. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus	Penelitian ini meneliti mengenai strategi produser, sedangkan peneliti meneliti mengenai peran produser sebagai gatekeeper.

2.	<p>Tuty Mutiah, Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika, Volume 9 No. 1 Maret 2018.</p> <p>Judul: Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen di IDX Channel</p>	<p>Penelitian ini memberi informasi bagaimana peran produser sebagai gatekeeper dalam Program News Screen di IDX Channel</p>	<p>Penelitian ini meneliti mengenai peran produser sebagai gatekeeper dalam Program News Screen di IDX Channel. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu peran produser sebagai gatekeeper dalam tayangan program Saluran 8 Siang di Garuda TV</p>
3.	<p>Kemal Aqwan Maulana, Fatmawati Fatmawati, Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol.11/No.2 / Oktober 2018 - Profetik Jurnal Komunikasi.</p> <p>Judul: Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan produksi, proses produksi dan analisis produksi program berita Indonesia Morning Show di NET.TV</p>	<p>Penelitian ini meneliti mengenai pelaksanaan produksi, proses produksi dan analisis produksi program berita Indonesia Morning Show di NET.TV. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu mengenai peran produser sebagai gatekeeper dalam memproduksi tayangan program</p>

			Saluran 8 Siang Garuda TV
--	--	--	------------------------------

1.4 Kerangka Konsep

Kerangka pikir berfungsi untuk menghindari kerancuan penafsiran tentang peran produser sebagai gate keeper dalam proses produksi program tayangan Saluran 8 Garuda TV. Stasiun televisi ini pertama kali siaran pada tanggal 23 Agustus 2018 dengan nama Digdaya TV dan Pada 10 November 2021, Digdaya TV berganti nama menjadi Garuda TV. Salah satu program berita pada Garuda TV yaitu saluran 8 yang menyajikan informasi ekonomi, bisnis, politik, hiburan, dan edukasi. Saluran 8 tayang setiap hari Senin - Minggu 12.30-14.00 dan disiarkan melalui tv satelit serta pada tv kabel first media oleh seorang news anchor.

Program tayangan Saluran 8 garuda tv hadir dengan membawa diferensiasi pada konten dan konteks sebagai jawaban atas kebutuhan visi informasi khalayak Indonesia akan tersedianya informasi yang membuka wawasan global dalam menyiarkan beritanya tidak terlepas dari peran seorang produser sebagai gate keeper dalam tahapan pra produksi sampai pasca produksi.

Dalam pembuatan produksi program televisi biasanya melibatkan banyak orang, peralatan, dan dengan sendirinya biaya yang besar serta memerlukan suatu organisasi yang rapi. Setiap tahap harus jelas kemajuannya dibandingkan dengan tahap sebelumnya. Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi, Menurut Wibowo (2009:39) “praroduksi, produksi dan pascaproduksi. Di dalam tahapan praproduksi (perencanaan dan persiapan) ini sangat penting, sebab jika tahap ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi direncanakan sudah beres” Dalam menghadirkan program yang berkualitas dibutuhkan peran gatekeeper, agar program yang tersaji kepada masyarakat dapat memenuhi syarat-syarat yang diatur oleh undang-undang penyiaran.

Pada program berita proses ini menjadi kekuatan penting untuk menentukan kelayakan sebuah berita sebelum diterima oleh masyarakat. Gatekeeping itu sendiri merupakan suatu proses pemilahan dan pemilihan terhadap apa yang layak dan tidak layak, baik dari materi/content, bahasa penyampaian, pemilihan berita, dan

sebagainya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan target audience atau pembaca dari suatu media (media cetak/radio/televisi dsb). Proses seleksi berita juga tergantung pada peran para pemasang iklan.

Peran Produser dalam proses gatekeeping dalam model Westley dan Maclean (1957) menyajikan komunikator dalam pengaturan sistem komunikasi. Kemudian menghadikan tiga perannya, sebagai berikut:

a. The Advocacy Role

Komunikator (A) berusaha untuk mempengaruhi individu lain di lingkungan baik secara langsung atau tidak langsung. Perannya sebagai advokasi (komunikator) dapat memilih dan mengirimkan pesan secara sengaja. Dalam komunikasi massa peran A dapat dimainkan oleh sumber informasi dengan sengaja seperti partai politik, departemen humas dari sebuah perusahaan, atau seseorang dalam sebuah organisasi media itu sendiri.

b. The Channel Role

Peran ini biasanya diisi oleh wartawan yang merupakan bagian dari organisasi media massa. Model Wesley dan Maclean menggambarkan peran C (sebagai gatekeeper) dalam kaitannya peran A, sebagai yang tidak disengaja karena inividu yang bertindak dalam peran C tidak dalam kepentingan mereka sendiri melainkan kepentingan organisasi media.

c. The Behavioral Role

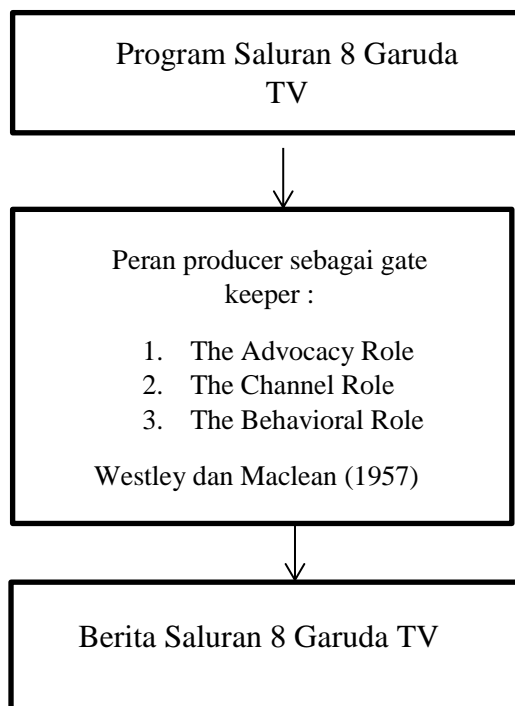
Peran sistem perilaku dimaksud adalah individu, kelompok, atau sistem sosial yang membutuhkan dan menggunakan informasi tentang lingkungan mereka untuk membantu memenuhi kebutuhan dan membantu memecahkan masalah. Peran ini dipegang oleh Audien (B) anggota masyarakat mencakup pembaca, pemirsa dan pendengar.

Produser yang berperan sebagai gatekeeper juga melakukan penyaringan pesan yang dapat berupa menambahi, mengurangi dan memperbaiki pesan sedemikian rupa sehingga dapat disampaikan dan kemudian diterima khalayak luas.

Dari penjelasan diatas mengenai peran produser sebagai gate keeper dapat disimpulkan bahwa produser telah melakukan tahapan dan proses gate keeping

sehingga dapat menyajikan tayangan berita yang mudah di pahami oleh khalayak luas.

Gambar 2.3 Kerangka Konsep TV Digital



Berdasarkan gambar diatas bahwa peran produser sebagai gate keeper dalam proses produksi program tayangan Saluran 8 Siang Garuda TV melalui 3 peran produser sebagai gate keeper menurut Westley dan Maclean (1957), yaitu: The Advocacy Role, The Channel Role, dan The Behavioral Role.