

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa (komass) terdiri dari dua kata yakni ; komunikasi dan massa. banyak ahli yang mengungkapkan perihal definisi atau pengertian tentang komunikasi. salah satu Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa komunikasi itu berasal dari kata latin “communis” yang juga berarti “common” (sama). dengan demikian jika kita berkomunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain. Sedangkan kata “massa” sebagaimana dikatakan oleh P.J. Bouman, digunakan untuk menunjuk suatu golongan penduduk yang besar, kadang- kadang juga untuk menunjukkan jumlah pendengar yang luas, tidak terdapat organisasinya tetapi terdapat ikatan dan persamaan jiwa. Menurut Defleur serta MeQuail komunikasi massa ialah suatu proses dimana komunikator memakai media buat menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna- makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara.(Kustiawan et al., 2022)

Janowitz (1968, as cited in Alex Sobur 2014:409) Komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolis kepada khalayak yang besar, heterogen dan sangat tersebar. Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy (2000:50) Komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni anonym atau sejumlah orang yang tidak tampak dan tidak terlihat oleh si penyampai pesan. Berdasarkan beberapa definisi yang dinyatakan oleh para ahli, maka kita dapat simpulkan bahwa definisi secara sederhana dari komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang menggunakan media massa berteknologi modern yang mampu menyampaikan pesan secara massal dan dapat diakses oleh khalayak luas, anonim dan heterogen.(Hadi, 2021)

Dalam Ilmu komunikasi terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi massa antara lain adalah :

a) Komunikator Terlembagakan

komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi kompleks, maka proses pemberian pesan yang diberikan oleh komunikator harus bersifat sistematis dan terperinci.

b) Pesan Bersifat Umum

Pesan dapat berupa fakta, peristiwa ataupun opini. Namun tidak semua fakta atau peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik.

c) Komunikan Anonim dan Heterogen

Komunikan yang dimiliki komunikasi massa adalah anonim (tidak dikenal) dan heterogen (terdiri dari berbagai unsur)

d) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

e) Komunikasi Massa mengutamakan isi daripada hubungan Dalam komunikasi massa Menurut Ardianto, 2004 pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan karakteristik media massa yang digunakan. Di dalam komunikasi antarpersonal, yang menentukan efektivitas komunikasi bukanlah struktur, tetapi aspek hubungan manusia, bukan pada “apanya “tetapi “ bagaimana“. Sedangkan pada komunikasi massa menekankan pada “apanya “.

f) Komunikasi Massa bersifat satu arah

Komunikator dan komunikan tidak dapat terlibat secara langsung, karena proses pada komunikasi massa yang menggunakan media massa.

g) Umpan balik tertunda

Hal ini dikarenakan oleh jarak komunikator dengan komunikan yang berjauhan dan karakter komunikan yang anonim dan heterogen.

h) Stimuli alat indra “Terbatas”

Stimulasi alat indra tergantung pada media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat, pada media radio khalayak hanya mendengarkan, sedangkan pada media televisi dan film kita menggunakan indra pengelihatan dan pendengaran.(Gushevinalti et al., 2020)

2. Media Massa

Komunikasi dalam konteks massa, atau lazim dikenal dengan komunikasi massa, telah banyak didefinisikan akademisi. Diantaranya dikemukakan Bittner, bahwa komunikasi massa yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people) (dalam Rakhmat 1985:176). Definisi ini menyiratkan makna bahwa komunikasi massa pada hakikatnya adalah sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi media massa kepada khalayak luas yang anonim. Littlejohn menyebut proses komunikasi yang demikian dengan konsep media encoding, yaitu proses di mana organisasi media memediakan pesannya kepada khalayak.(Imran, 2013)

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Burhan Bungin dalam sosiologi komunikasi, beliau berkata “komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.”⁴ Baik itu melalui televisi, koran, majalah, radio dan yang lagi tren sekarang ini yaitu melalui media internet.(Mamdud, 2019)

Efek Media Massa Terdapat 3 jenis Efek media massa diantaranya yaitu Efek Afektif, Kognitif, dan Behaviorisme. Efek Afektif adalah akibat yang timbul pada seseorang karena adanya terpapar dari media yang bersifat informatif bagi dirinya. Efek Kognitif adalah Efek kognitif ini dapat mencakup ke dalam tiga tingkatan yaitu pemahaman, pengetahuan, dan pengertian komunikasi. Sehingga kemudian dengan kehadiran pesan dalam media massa dapat memberikan pengetahuan, khalayak yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, yang awalnya ragu menjadi yakin, dan yang tidak jelas menjadi lebih jelas dan paham. Efek Kognitif adalah pada saat penerima pesan(komunikasi) mendapatkan suatu pengetahuan baru. Efek Behaviorisme adalah yang dijelaskan merupakan akibat yang kemudian dapat

timbul dalam diri khalayak kedalam 2 bentuk yaitu bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Ketiga dampak tersebut tidak akan muncul begitu saja tanpa adanya faktor yang mengikuti hal tersebut yang kemudian dapat menimbulkan dampak dalam diri masyarakat. (Rohman & Retnasary, 2020)

3. Jenis-Jenis Media Massa

Ada berbagai jenis media massa, baik yang konvensional maupun digital. Menurut Nurani Soyomukti (2016:200-201) ada beberapa bentuk media massa, yaitu :

a) Media cetak

Yang termasuk dalam media cetak adalah surat kabar, majalah. Ciri-ciri media cetak adalah :

- 1) Pesan yang disampaikan memuat unsur reproduksi utama (Simbol verbal, gambar dan warna).
- 2) Bersifat portable: relatif nyaman dan mudah dibawa kemana-mana; bisa dibaca di mana saja dan membacanya dapat dilakukan berulang-ulang.
- 3) Unsur umpan balik yang ada juga bersifat verbal (surat
- 4) pembaca, kritik) dan non verbal (penjualan).
- 5) Sumber kehidupan industri media cetak adalah iklan dan penjualan (eceran maupun langganan).
- 6) Isi pesan yang utamanya bersifat informatif
- 7) Bisa berfungsi sebagai public sphere, menjadi ruang public bagi penyampaian gagasan dari masyarakat (Biasanya ada ruang gagasan dan opini, yang disampaikan oleh masyarakat dalam bentuk tulisan), selain juga memuat perdebatan atas isu yang menjadi polemik.
- 8) Relatif bebas dari regulasi (Kontrol melalui peraturan), terutama di dalam masyarakat yang menganut sistem pers bebas.
- 9) Wilayah jangkauannya masih didominasi oleh masyarakat perkotaan (urban).

b) Media audio

Yang termasuk dalam media cetak adalah radio. Ciri-ciri media audio adalah:

- 1) Unsur reproduksi utamanya adalah suara (audio)
- 2) Secara relatif bisa dibawa kemana-mana (portabel), meskipun tak semudah media cetak.

- 3) Tidak bisa dinikmati berulang-ulang alias tidak dapat didengar kembali (sekali dengar) kecuali direkam dan didengarkan kembali.
- 4) Pesan bersifat serempak (laporan langsung)
- 5) Proses komunikasinya menggunakan unsur umpan balik, baik verbal dan non verbal.
- 6) Kehidupannya juga ditunjang kebanyakan oleh iklan, yang jelas bukan dari penjualan.

c) Media audio visual

Yang termasuk dalam media audio visual adalah televisi, film. Ciri-ciri media cetak adalah :

- 1) Pesan disampaikan melalui unsur reproduksi yang bersifat verbal, gambar, warna, suara dan gerakan.
- 2) Tidak portabel karena tidak bisa dibawa kemana kita suka.
- 3) Pesan juga tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu (tidak bisa ditinjau ulang)
- 4) Bersifat serempak
- 5) Umpan balik : verbal dan non verbal
- 6) Industri komunikasi audio visual ditunjang oleh iklan, iuran dan subsidi pemerintah.
- 7) Karakter public dan pengaturan ketat (regulated media)
- 8) Berisi aneka ragam informasi dan pesan (berita, hiburan, pendidikan, dan lain-lain)

Jadi menurut Nurani Soyomukti, jenis-jenis media massa terbagi menjadi 3, yakni media cetak yang meliputi majalah dan surat kabar. Kemudian ada media audio yang meliputi radio. Dan juga ada media audio visual yang meliputi televisi dan film. (Hadi, 2021)

2.1.2 Penyiaran

1. Pengertian Penyiaran

Penyiaran merujuk pada organisasi yang menyampaikan informasi dalam bentuk pesan atau produk budaya yang memengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Seperti halnya politik atau ekonomi, media massa, terutama media penyiaran, merupakan

sistem yang berdiri sendiri dan merupakan bagian integral dari sistem sosial yang lebih luas. Televisi dan radio, sebagai bentuk media penyiaran, merupakan alat media massa yang sangat efisien dalam mencapai audiens dalam jumlah besar. Dengan demikian, peran media penyiaran memiliki kepentingan yang substansial dalam lingkup ilmu komunikasi secara umum, dan khususnya dalam ilmu komunikasi massa. Kapasitas media penyiaran untuk menyebarkan pesan kepada audiens yang luas menjadikannya sebagai subjek penelitian yang sangat relevan dalam disiplin ilmu komunikasi massa.(M. . Morissan, 2018)

Media penyiaran adalah unsur yang memiliki peranan signifikan dan mempengaruhi kehidupan manusia, termasuk di dalamnya masyarakat Indonesia. Radio, televisi, serta new media (internet dan TV kabel) adalah komponen yang sangat penting karena memenuhi hak dan kebutuhan masyarakat akan informasi sesuai dengan UU 1945 Pasal 28 F. Oleh karena itu, berdasarkan ketentuan dalam UU 1945 Pasal 28 F tersebut, bisa diungkapkan bahwa program-program siaran yang disajikan oleh media penyiaran sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia untuk memastikan bahwa hak dan kebutuhan setiap individu dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi dapat terpenuhi.(Cahyadi et al., 2018)

2. Lembaga Penyiaran

Berdasarkan definisi yang tercantum dalam Pasal 1 UU Penyiaran, lembaga penyiaran merujuk pada entitas yang bertanggung jawab atas penyiaran, termasuk lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas, serta lembaga penyiaran berlangganan, yang dalam pelaksanaan tugas, fungsi, dan kewajibannya diarahkan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.(Rani, 2014)

a) Lembaga Penyiaran Publik (LPP)

Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) adalah salah satu entitas pemerintah yang bertanggung jawab atas Bagian Anggaran 117. Tugas utamanya adalah menyediakan layanan informasi, pendidikan, dan hiburan yang sehat, serta menjadi alat kontrol sosial dan pengikat masyarakat. Selain itu, LPP TVRI juga bertanggung jawab untuk melestarikan warisan budaya bangsa demi kepentingan semua kalangan masyarakat di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2005. Dalam menjalankan

fungsinya, LPP TVRI memiliki kewenangan untuk memungut biaya atas layanan siaran yang disediakan kepada mitra kerja. Pendanaan LPP TVRI, berdasarkan peraturan terkait penyiaran dan lembaga tersebut, berasal dari berbagai sumber seperti siaran iklan, iuran penyiaran, sumbangan masyarakat, dan sumber keuangan yang sah lainnya.(Dinarjito, 2017)

b) Lembaga Penyiaran Swasta (LPS)

Lembaga penyiaran swasta adalah sebuah badan hukum yang beroperasi secara komersial dan khusus berfokus pada penyelenggaraan layanan penyiaran radio atau televisi. Untuk mendapatkan izin untuk menyelenggarakan layanan penyiaran, lembaga penyiaran swasta harus mengajukan permohonan izin tertulis kepada KPI, yang kemudian akan diteruskan kepada menteri terkait. Beberapa contoh lembaga penyiaran swasta yang beroperasi di Indonesia mencakup PT. Indosiar Lintas Yogya Televisi, PT. RCTI DUA, ANTV, dan sebagainya.(Elliza Jamine Oktarina, 2021)

c) Lembaga Penyiaran Komunitas

Lembaga penyiaran komunitas merupakan salah satu entitas penyiaran yang aktif di Indonesia, sering kali didirikan oleh kelompok komunitas tertentu dan tidak memiliki orientasi komersial. Biasanya, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada komunitas mereka dengan cakupan siaran yang terbatas. Beberapa contoh lembaga penyiaran komunitas yang beroperasi di Indonesia meliputi BINUS TV, UPNTV, Televisi Komunitas Universitas Gunadarma, Untirta TV, dan sebagainya.(Elliza Jamine Oktarina, 2021)

d) Lembaga Penyiaran Berlangganan

Lembaga penyiaran berlangganan adalah sebuah badan hukum yang memiliki karakteristik komersial. Biasanya, entitas ini menawarkan layanan penyiaran berlangganan dan harus mendapatkan izin dari penyelenggaraan penyiaran berlangganan sebelum beroperasi. Biasanya, aktivitas semacam ini dijalankan oleh lembaga penyiaran berlangganan yang berbadan hukum, seperti perusahaan terbatas, yang fokus pada penyelenggaraan layanan penyiaran berlangganan. Beberapa contoh lembaga penyiaran berlangganan di Indonesia melibatkan PT. First Media, PT. MNC Vision Networks, dan lain sebagainya. Untuk bisa menyaksikan televisi berlangganan tentu harus berlangganan agar bisa mengakses channel.(Elliza Jamine Oktarina, 2021)

2.1.3 Televisi dan Formatnya

1. Pengertian Televisi

Televisi merupakan media hiburan yang banyak digemari masyarakat luas, karena disamping hiburan yang sangat murah juga banyak acara-acara yang ditayangkan menarik. Menurut Pendapat Hofstede (televisi dan perkembangan sosial, 1999:10) Bagi anak, kehadiran televisi ini selain bisa dijadikan sebagai alat bermain, juga juga sebagai salah satu teman yang setia ketika anak merasa kesepian atau tidak punya kegiatan.(Azmi, 2014)

Kata televisi terdiri dari kata tele yang berarti “jarak” dari bahasa Yunani dan kata visi yang berarti citra/gambar, dalam bahasa Latin. Jadi kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh (Sutisno, 1993:1).. Menurut (Poerwodarminto, 1996:1028) Dalam Kamus Bahasa Indonesia pengertian televisi secara etimologi diartikan sebagai proses penyiaran gambar melalui gelombang frekuensi radio dan menerimanya pada pesawat penerima yang memunculkan gambar tersebut pada pesawat penerima gambar hidup, bisnis penyiaran, pertunjukkan televisi.(Azmi, 2014)

Sedangkan (Lukman,Ali., dkk. 2001:162) secara terminologi televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel/angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi cahaya yang dapat dilihat, bunyi yang dapat didengar. Oding Uchjana Efendi, 1993:21) Televisi adalah media jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi masa, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan kesepakatan dan komunikatornya heterogen. (Azmi, 2014)

Televisi berasal dari bahasa Yunani “tele” yang berarti jauh dan ”vision” yang berarti penglihatan. Televisi merupakan media komunikasi jarak jauh dengan penayangan gambar dan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun secara elektromagnetik tanpa kawat.Televisi adalah sistem penyiaran dengan disertai bunyi (suara) melalui kabel atau angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar)dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat didengar. Dengan kata lain televisi memiliki dua elemen yakni audio dan visual atau audio visual yang bisa dilihat secara visual (gambar) dan di bisa dengar dengan audio (suara) yang terdapat di televisi.(Ayuningtias, 2013)

2. Sejarah Perkembangan Televisi

Perusahaan-perusahaan televisi besar bermunculan di Amerika Serikat seperti NBC, CBS. Duapuluh tahun sebelum kehadiran televisi di Indonesia yaitu pada tahun 1942, CBS telah menyiarkan berita serbuan pasukan Jepang ke pelabuhan Pearl Harbour Hawaii, Amerika Serikat. Akibat serbuan Jepang ini Pemerintah Amerika Serikat memerintahkan untuk menghentikan semua pembangunan studio radio dan televisi. Stasiun ini digunakan untuk keperluan pertahanan sipil, tempat latihan dan perintah-perintah dari Palang Merah. Stasiun WNET telah menyiarkan film penyerahan pasukan Jepang diatas kapal Missisipi. Televisi berwarna diperkenalkan pada tahun 1953 di negeri ini. Televisi kabel diperkenalkan untuk menjawab ketidakmerataan penerimaan gelombang televisi di di daerah-daerah di Amerika Serikat. Tahun 1940-an teknologi ini diperkenalkan dengan menggunakan bantuan antena besar yang diletakkan di daerah yang tinggi kemudian sinyal diterima oleh antena yang lain untuk selanjutnya disalurkan melalui kabel (jenis coaxial) ke pesawat televisi. (Freddy H. Istanto, 1999)

Di Eropa Inggris mengawali siaran dengan penayangan upacara penobatan raja George VI pada tahun 1937. Sedang pada tahun 1954 mereka memantapkan siarannya dengan tayangan televisi berwarna. Jerman memulai siaran televisinya pada tahun 1948 sedang Televisi Italia memulainya pada tahun 1953. Di kawasan Asia, Indonesia bukanlah negara pertama yang mengawali pertelevisian. Adalah Jepang yang jauh sebelumnya melakukan penelitian-penelitian tentang televisi. Pada tahun 1953 NHK telah melakukan siaran televisi untuk pertama kali yang diikuti oleh Filipina di tahun yang sama. Demikian pula Thailand memiliki teknologi pertelevisian sejak tahun 1955. Sedangkan RRC baru melakukannya tahun 1962, tahun yang sama dengan Indonesia. (Freddy H. Istanto, 1999)

Menurut sejarahnya, perkembangan televisi di Indonesia diawali oleh kelahiran TVRI yang sangat prematur. Disebut demikian karena sesungguhnya TVRI belum saatnya lahir, namun dipaksa agar bisa ditetaskan karena ambisi dan kepentingan popularitas seorang pemimpin negara. TVRI mengudara tanggal 17 Agustus 1962 sebagai siaran percobaan ditepatkan dengan acara pembukaan Sea Games IV di Jakarta. Barn tanggal 24 Agustus 1962, TVRI memulai siaran rutin. Tanggal itu sekaligus ditetapkan sebagai tanggal kelahiran TVRI. Kelahiran TVRI yang tidak didahului oleh interaksi kebutuhan dalam masyarakat membuat pengelolaannya terkesan “ngawur”. Ini terjadi karena pada faktanya

stasiun ini tidak memiliki sumber daya manusia yang memadai. Kondisi ini menjadi semakin ironis ketika rezim Soeharto memimpin Indonesia. Di era Orde Baru, TVRI dikembangkan dengan tujuan untuk mendukung kepentingan politik kekuasaan. Program-program yang ditayangkan sebagian besar menunjukkan hegemoni penguasa dan memposisikan masyarakat sebagai objek yang pasif, tidak ada interaksi apalagi terlibat turut mendesain siaran. (Sanityastuti, 2007)

3. Format Acara Televisi

Format acara merupakan salah satu bagian terpenting dalam suatu program televisi. Format acara televisi adalah suatu konsep yang dibuat sesuai dengan keinginan penulis dan menyesuaikan dengan target audience itu sendiri. Format acara televisi dibuat oleh penulis sesuai kreativitas dan imajinasi yang mengutamakan hiburan dan informasi yang akurat. Menurut Naratama dalam bukunya yang berjudul *Menjadi Sutradara Televisi* (2013:68) mengatakan Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. (Latief Utud, 2018)

Menurut Sony Set (2008:59); dan Naratama (2004:65) format acara televisi dibagi menjadi 3 bagian, yaitu Drama (Fiksi), Non Drama (Non Fiksi), Serta Pemberitaan dan Olah Raga. Adapun Jenis-jenis Genre yang termasuk kedalam format tersebut adalah sebagai berikut:

a) Program Drama (fiksi) antara lain:

- 1) Sinetron
- 2) Sitkom
- 3) FTV (Film Televisi)
- 4) Action, Dll

b) Program Non Drama (Non Fiksi)

- 1) Talks Show
- 2) Konser musik
- 3) Variety Show
- 4) Reality Show
- 5) Quiz

- 6) Game show, Dll
- c) Program Berita dan Olah Raga
 - 1) Reportase
 - 2) Investigasi
 - 3) Daily News
 - 4) Berita Ekonomi
 - 5) Berita Olah Raga
 - 6) Live report, Dll

Jadi Secara umum, format acara TV dibagi menjadi Fiksi (Drama), Non-Fiksi (Non-Drama), dan Berita dan Olahraga. Dengan menggunakan format yang sesuai, maka program televisi dapat menjadi lebih baik dalam memproduksinya dan mencapai target pemirsa yang tepat. (Kuswita, 2014)

Program tayangan televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan penonton. (Effendy, 2007: 182). Jika penonton merasa terharu dengan apa yang mereka lihat dilayar televisi, hal itu bukan sesuatu yang aneh atau istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologis dari tayangan televisi yaitu seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga seolah-olah hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang ditayangkan televisi. (Yelvita, 2022)

Adapun format acara televisi dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Fiksi (Drama)

Drama (Fiksi) adalah sebuah format acara televisi yang di produksi dan di cipta melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang di rekayasa ulang.

b) Non-Fiksi (Non-Drama)

NonDrama (Non Fiksi) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tpa harus menjadi dunia khayalan.

c) Berita dan Olahraga

Berita adalah sebuah format acara televisi yang di produksi berdasarkan informasi dan fakta atau kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari – hari. Sedangkan Olahraga adalah sebuah format acara televisi yang menyajikan informasi seputar dunia olahraga.

4. Program Televisi

Pengertian program televisi yaitu dari kata "program" itu sendiri berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara, tetapi menggunakan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata "program" lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata "siaran" untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Program menjadi ujung tombak stasiun televisi karena pemirsa secara langsung melihat dari program-program yang disajikan setiap hari dan program mempunyai arti yang sangat penting dalam menginterpretasikan identitas sebuah stasiun televisi. (Soares, 2015)

Adapun Jenis-Jenis Program Televisi dibagi menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya, yaitu :

- a) Program Informasi (berita/News) yang dibagi ke dalam dua jenis, yaitu :
 - 1) Berita Keras (hard news) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan.
 - 2) Berita Lunak (Soft News) yang merupakan kombinasi dari fakta, gossip, dan opini seperti halnya talk show.
- b) Program Hiburan (entertainment) yang dibagi ke dalam tiga kelompok, yaitu :
 - 1) Musik
 - 2) Drama permainan (game show)
 - 3) Pertunjukan (variety show)

2.1.4 Proses Produksi Program Televisi

Dalam istilah yang lebih sederhana, Fred Wibowo menjelaskan dalam bukunya berjudul Teknik produksi program televisi bahwa program berita merujuk pada suatu penyajian laporan yang berisi fakta dan peristiwa yang memiliki nilai berita (tidak biasa, faktual,

penting) yang secara berkala disampaikan melalui media. Cara informasi tersebut disajikan dalam berita harus bersifat objektif. Program berita di televisi merupakan saluran yang menyampaikan informasi yang memiliki nilai berita kepada pemirsa. (Fred Wibowo, 2007a)

Program berita adalah program yang sangat penting bagi masyarakat secara umum. Namun, selain keberadaannya, masyarakat juga memperhatikan bagaimana berita tersebut disampaikan dan dipresentasikan. Cara penyajian ini mencakup semua aspek produksi, mulai dari persiapan awal sebelum produksi, proses produksi itu sendiri, hingga tahap pasca produksi. Kualitas hasil akhir dari produksi bergantung pada proses produksinya yang baik atau kurang baik. (Busada, 2013)

Merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal yang memerlukan pemikiran mendalam, antara lain:

1. Materi Produksi

Materi produksi adalah komponen atau bahan yang akan diubah menjadi konten yang dapat disiarkan dan dijual. Materi produksi dapat berupa berbagai hal, termasuk peristiwa, pengalaman, karya seni, objek, makhluk hidup, dan manusia yang semuanya dapat dijadikan bahan dasar untuk menciptakan konten berkualitas yang dapat disiarkan.

2. Sarana Produksi

Sarana produksi merujuk pada alat-alat yang mendukung konversi ide menjadi karya konkret, yaitu hasil produksi. Dalam konteks ini, terdapat tiga komponen utama yang diperlukan sebagai perangkat produksi, yakni peralatan perekam gambar, peralatan perekam suara, dan peralatan pencahayaan.

3. Biaya Produksi

Dalam konteks ini, seorang produser perlu mempertimbangkan sejauh mana biaya produksi tersebut agar bisa mendapatkan dukungan finansial dari sebuah lembaga produksi pusat atau saluran televisi.

4. Organisasi Pelaksana Produksi

Organisasi pelaksana produksi mencakup semua anggota kru yang terlibat dalam proses produksi, serta semua pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan produksi. Seorang produser perlu merencanakan struktur organisasi pelaksana produksi secara sistematis untuk memastikan kelancaran proses produksi.

Dalam divisi pemberitaan atau news, secara umum, struktur organisasi pelaksana produksi melibatkan sejumlah peran, termasuk Direktur Pemberitaan, Produser, Asisten Produser, Koordinator Liputan, Kameramen, Editor, Program Director, dan Penyiar Berita. (Susanti & Ratmita, 2020)

2.1.5 Tahap Pelaksanaan Produksi

Tahapan produksi program dalam televisi yang lazim disebut Standar Operation Procedure (SOP) atau Proses produksi dibagi menjadi 3 tahapan yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi. (Fred Wibowo, 2007a)

1. Pra Produksi

Tahap awal dalam produksi melibatkan Penemuan Ide, Perencanaan, dan Persiapan. Keberhasilan dalam produksi program televisi sangat bergantung pada seberapa baik tahap ini dijalankan.

Dalam tahap praproduksi, langkah pertama adalah merencanakan informasi yang akan disajikan dalam berita. Setelah data informasi diperoleh, diadakan pertemuan redaksi untuk menggali dan membahas semua informasi yang diterima, menilai nilai berita yang terkandung, serta menentukan jenis berita yang akan disiarkan. Terakhir, redaksi akan menugaskan tim peliputan yang terdiri dari reporter dan kamerawan untuk meliput berita tersebut. (Kemal Aqwam Maulana, 2016)

2. Produksi

Setelah ide ditemukan, perencanaan dan persiapan diselesaikan, tahap Pelaksanaan produksi siap untuk dimulai. Dalam fase produksi ini, seorang sutradara atau direktur program bekerjasama dengan seluruh tim yang terlibat dalam program untuk mewujudkan rencana dan persiapan yang telah dibuat agar siap untuk ditampilkan.

Di dalam divisi pemberitaan atau news, produksi juga mencakup aspek pengemasan berita, di mana produser dan asistennya bertanggung jawab atas penyusunan berita. Ini melibatkan pengeditan naskah yang dibuat oleh reporter hingga tahap penyuntingan dan penyatuan elemen-elemen berita sehingga siap untuk disiarkan dalam program berita itu sendiri. Pada tahap produksi, pekerjaan terbanyak dilakukan oleh reporter dan kamerawan, dan semua tindakan peliputan termasuk dalam fase produksi. (Kemal Aqwam Maulana, 2016)

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah langkah berikutnya setelah ide telah ditemukan, direncanakan dengan matang, dan diproduksi atau diliput, serta diubah menjadi naskah yang juga di-dubbing. Tahap ini melibatkan proses penyuntingan gambar dan penyiaran secara langsung dari studio.

Tahap pasca produksi adalah saat di mana produksi program yang direkam atau ditayangkan kembali mengalami penyelesaian atau penyempurnaan melalui penyuntingan. Tahap ini terutama diperlukan ketika program diproduksi dengan metode rekaman atau taping. Dalam siaran langsung atau live, tahap pasca produksi tidak diperlukan. Namun, program yang disiarkan secara langsung harus dipersiapkan dengan cermat, baik secara teknis maupun non-teknis, agar siaran berjalan dengan lancar, karena dalam siaran langsung tidak ada kesempatan untuk mengambil gambar ulang atau retake. (Kemal Aqwan Maulana, 2016) Tahap penyelesaian pasca produksi mencakup berbagai langkah seperti :

- a) Editing suara dan gambar,
- b) Pengisian grafik atau visualisasi lain, penyisipan narasi, penggunaan efek suara, dan ilustrasi, dan
- c) Evaluasi terhadap hasil produksi juga termasuk dalam tahap ini. Dalam tahap evaluasi, produksi dapat dianggap siap untuk disiarkan, tetapi mungkin juga memerlukan perbaikan seperti dalam hal ilustrasi, efek suara, editing gambar, dan lainnya.

Dalam tahap pasca produksi, semua berita yang dikumpulkan oleh reporter akan dikelompokkan dan ditransformasikan menjadi naskah berita yang lengkap. Naskah ini akan disesuaikan dengan elemen visual yang diambil di lapangan. Setelah naskah dan elemen visual sejalan, editor akan menyatukan berita tersebut menjadi satu paket berita yang komprehensif setelah proses dubbing selesai.

2.1.6 Sekilas Tentang Berita

1. Pengertian Berita

Berita adalah suatu peristiwa, gagasan, atau opini yang aktual, menarik, dan akurat yang dianggap penting bagi sebagian besar pembaca, pendengar, atau penonton. Masyarakat

memerlukan berita untuk mendapatkan informasi yang relevan dan untuk memahami cara merespons perkembangan tertentu.

Prof. Mitchel V. Charnley mendefinisikan berita sebagai laporan yang paling cepat dalam menyampaikan fakta atau opini yang memiliki elemen menarik atau penting, atau keduanya, bagi sejumlah besar individu (Onong Uchjana Effendy, 2003:131). Berita merupakan laporan yang sangat cepat dan relevan dengan kepentingan publik. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan yang paling cepat dalam menyampaikan fakta dan opini yang memiliki nilai berita, dan disebarakan melalui media massa secara berkala kepada sebagian besar masyarakat.(Jamanti, 2014)

2. Kriteria Umum Nilai Berita

Kriteria umum nilai berita (news value) adalah panduan yang digunakan oleh jurnalis dan editor untuk menentukan kejadian yang layak diangkat sebagai berita dan memilih mana yang lebih penting. Dengan bantuan kriteria ini, seorang jurnalis dapat dengan mudah menentukan peristiwa yang patut disorot dan dilaporkan serta mengidentifikasi kejadian yang tidak perlu mendapat perhatian dan sebaiknya diabaikan.

Kriteria nilai berita memiliki peran krusial bagi editor untuk menentukan berita yang paling relevan dan layak dipublikasikan, disiarkan, atau ditayangkan kepada khalayak. Ashadi Siregar, dalam perspektif jurnalis, mengemukakan kriteria nilai berita yang meliputi signifikansi, besarnya dampak, ketepatan waktu, kedekatan, prominensi, dan ketertarikan manusiawi.

Berita merupakan salah satu hasil dari pekerjaan Humas. Menurut Kriyantono (2008:133), dokumen-dokumen seperti press-release, isi newsletter, atau profil perusahaan termasuk dalam kategori berita. Setiap materi yang dikirim oleh Humas ke media harus memiliki nilai berita. Semakin menarik suatu berita yang disampaikan, artinya semakin berpotensi untuk dimuat oleh media karena dianggap memiliki daya tarik yang tinggi atau nilai jual.(Maha Rani, 2013)

Kriteria nilai berita Menurut jurnal yang disusun oleh Sallot (J&MC Quarterly, 1998:369), Jurnal tersebut merangkum delapan kriteria penilaian berita pada halaman 369, nilai berita meliputi:

- a) keakuratan fakta (factual accuracy),
- b) ketertarikan pembaca (interest to readers),

- c) kegunaan bagi pembaca (usefulness to readers),
- d) kelengkapan informasi (completeness information),
- e) publikasi tepat waktu (prompt timely publications),
- f) penyajian memaparkan permasalahan dengan baik (depicts subject in favorable light),
- g) ketepatan mekanis/gramatikal (mechanical/grammatical accuracy), dan
- h) keadilan dalam menghadirkan berbagai pandangan (fairness to different views).

3. Jenis-Jenis Berita

Berbagai jenis berita ini telah dikenal dan digunakan dalam dunia jurnanisme untuk menginformasikan berbagai aspek peristiwa dan topik yang beragam. (Bangun et al., 2019)

- a) Berita Langsung (Straight News): Berita ini sederhana, disajikan dengan singkat dan langsung. Biasanya menjadi perhatian utama di halaman depan surat kabar sebagai berita utama.
- b) Berita Mendalam (Depth News): Berita ini menggali lebih dalam dan mendalam pada isu-isu yang berada di bawah permukaan.
- c) Berita Penyelidikan (Investigation News): Berita ini dikembangkan berdasarkan hasil penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
- d) Berita Interpretatif (Interpretative News): Berita ini mengandalkan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang telah dikumpulkan.
- e) Berita Pendapat (Opinion News): Jenis berita ini berkaitan dengan pendapat individu, khususnya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu peristiwa, situasi, atau topik tertentu. (Musman, 2017:121)

4. Format Berita Televisi

Terdapat berbagai format berita dalam jurnanisme, masing-masing memiliki ciri khas dan digunakan sesuai kebutuhan. (Ramachwaty, 2022)

- a) Reader: Format berita yang hanya terdiri dari beberapa kalimat (lead) yang dibacakan oleh presenter. Biasanya digunakan ketika jurnalis mendapatkan informasi penting tanpa video atau rekaman wawancara.
- b) Voice Over (VO): Format berita pendek, ideal untuk berita singkat dengan durasi terbatas. Prinsip utamanya adalah menyajikan berita dalam satu kesatuan, menggabungkan narasi dan lead tanpa perlu perkenalan subyek berita.

- c) Sound On Tape (SOT): Format berita yang berfokus pada lead dan kutipan wawancara. Digunakan saat narasumber memerlukan lebih banyak waktu untuk menyampaikan informasi, biasanya melibatkan pejabat publik atau pengamat yang kontroversial, serta saksi mata.
- d) Voice Over and Sound On Tape (VO-SOT): Kombinasi voice over dan sound on tape. Dimulai dengan lead, informasi disertai gambar/footage, dan diakhiri dengan kutipan wawancara tanpa penutupan standar (SOC).
- e) Paket: Format berita terlengkap yang menggabungkan lead, voice over/narasi, dan SOT/SB. Memerlukan waktu lebih lama untuk pembuatan dan memiliki durasi 1-3 menit. Prinsip utama adalah menyajikan berita dalam satu kesatuan yang terpisah.
- f) Laporan Langsung (Live Report): Laporan yang disiarkan langsung dari lokasi peristiwa.
- g) As Live (Live on Tape - LOT): Laporan yang direkam dan kemudian disajikan seolah-olah siaran langsung, sering digunakan karena alasan teknis atau logistik.
- h) Live by Phone: Laporan langsung melalui telepon saat informasi harus segera disampaikan dan tidak ada alat siaran langsung di lokasi.

5. Sumber Berita

Stasiun televisi tidak dapat hanya mengandalkan berita yang datang secara pasif. Mereka harus aktif dalam mengejar berita, yang mengharuskan mereka memiliki reporter dan kamerawan di lapangan. Reporter dan kamerawan ini berperan sebagai sumber berita karena mereka bertugas untuk mencari informasi dan mengambil gambar di lokasi kejadian. (M. Morissan, 2008)

Namun, sumber berita tidak hanya terbatas pada reporter dan kamerawan. Beberapa sumber berita lainnya meliputi:

- a) Layanan darurat, seperti polisi, pemadam kebakaran, rumah sakit, pusat informasi cuaca, dan badan SAR (search and rescue).
- b) Kontak pribadi, yakni hubungan yang dimiliki reporter dengan individu-individu yang bekerja dalam berbagai lembaga, baik pemerintah maupun non-pemerintah.
- c) Kontak publik, seperti tokoh-tokoh penting yang terkait dengan organisasi pemerintah, non-pemerintah, serikat buruh, kelompok oposisi, pengamat, dan akademisi.
- d) Kantor berita seperti Reuters, Associated Press (AP), dan Agence France Press (AFP).

- e) Siaran pers dan jumpa pers, yang merupakan informasi atau pernyataan yang dikirimkan ke stasiun televisi untuk publikasi dan berasal dari berbagai lembaga, termasuk organisasi lokal, internasional, pemerintah, pejabat, kantor asing, kelompok oposisi, lembaga non-pemerintah, dan sebagainya.
- f) Partisipasi pemirsa dan kesaksian mata. Pemirsa adalah individu yang menonton televisi dan memiliki informasi yang ingin mereka sampaikan kepada stasiun televisi. Sementara saksi mata adalah seseorang yang memberikan keterangan tentang sebuah peristiwa.
- g) Media lainnya, seperti surat kabar, radio, internet, dan sebagainya.

6. Kaidah Berita Televisi

Televisi adalah sebuah media massa yang berfungsi sebagai alat komunikasi audiovisual, yang berarti bahwa siaran televisi dapat dilihat dan didengar secara bersamaan. Dalam konteks ini, siaran televisi harus mengintegrasikan tiga elemen utama, yaitu gambar, naskah, dan suara. Ketiga elemen ini harus bekerja secara bersamaan dan saling terhubung. Oleh karena itu, dalam penyajian berita televisi, terdapat tiga prinsip yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a) Prinsip gambar (video): Gambar adalah elemen pertama dan paling mencolok dalam berita televisi. Gambar memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan informasi dalam berita televisi, bahkan seringkali dapat lebih eksplisit daripada naskah dan audio.
- b) Prinsip naskah: Naskah berita televisi, seperti naskah berita pada umumnya, harus mengikuti prinsip 5W+1H (Who, What, When, Where, Why, How). Ada dua cara penyampaian naskah berita, yaitu a) naskah reading, di mana seluruh isi naskah, mulai dari lead hingga isi berita, dibacakan oleh presenter. b) naskah voice over, di mana leadnya dibacakan oleh presenter, sementara tubuh berita di-dubbing.
- c) Prinsip suara (audio): Audio atau suara dalam berita televisi memiliki peran yang sangat penting selain gambar dan naskah. Sebuah berita, bahkan jika telah memiliki naskah dan gambar, tidak akan memiliki makna jika tidak didukung oleh elemen suara. Selain gambar dan naskah, audio juga merupakan salah satu komponen kunci dalam penyampaian berita televisi. Dengan kata lain, ketika salah satu dari elemen-elemen ini

hilang, berita tersebut tidak akan dapat diakui sebagai berita. Ada dua aspek audio dalam berita televisi, yaitu:

- 1) Atmosfer, yang menciptakan suasana dari peristiwa yang direkam dalam gambar.
- 2) Narasi, yang mencakup suara reporter, baik ketika membaca naskah maupun saat melaporkan berita tanpa naskah, serta suara narasumber yang diwawancarai. (Sudirman, 2005)

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Identitas Penelitian | Judul Penelitian | Metodologi | Temuan/ Hasil | Perbedaan |
|-----------|---|---|---|--|---|
| 1 | Nama peneliti : Patricia Robin. Universitas Bunda Mulia. Jurnal Visi Komunikasi . Volume 13, No. 01, Mei 2014 | Analisis Produksi Program Fashion “Ilook” Di Net Tv | Dalam penelitian ini, pendekatan studi kasus kualitatif digunakan, dan data utama diperoleh melalui observasi serta wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang memiliki peran penting dalam produksi program yang bersangkutan, seperti produser, tim kreatif, asisten produksi, editor, dan | Hasil penelitian mengungkapkan bahwa program ini menerapkan beragam strategi, mulai dari seleksi ide yang cermat, perencanaan rundown, pengembangan naskah, konsep produksi saat pelaksanaan, hingga metode editing yang bertujuan untuk memikat minat audiens terhadap kontennya. Selain itu, pilihan waktu dan jam siaran yang tepat juga merupakan salah satu langkah strategis untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat | Format acara televisi yang berbeda. Penelitian Ini Fromat acaranya adalah informasi seputar fashion. Sementara penelitian penulis adalah pemberitaan. |

| | | | | | |
|----------|---|--|--|--|--|
| | | | kepala divisi produksi | terhadap program ini | |
| 2 | Nama Peneliti : Depi Rahmadani Ancori, Idola Perdini Putri. Universitas Telkom Bandung. e-Proceeding of Management Vol.8, No.5 Oktober 2021 | Analisis Produksi Program Televisi Di Tvone (Proses Produksi Program Televisi “Ayo Hidup Sehat” Di Pt. Lativi Media Karya Pulo Gadung Jakarta Timur) | Dalam rangka penelitian ini, digunakan pendekatan studi kasus yang bersifat kualitatif, serta pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan key informan, seperti Produser, Reporter, dan Editing Produksi Program yang sedang diteliti. | Temuan dari penelitian menggambarkan bahwa program ini menerapkan beragam strategi, dimulai dari seleksi ide yang sangat cermat, pengaturan pola rundown, penulisan naskah, penerapan konsep produksi di lapangan, hingga teknik editing yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens terhadap kontennya. Selain itu, pemilihan waktu dan jadwal siaran yang tepat juga merupakan salah satu strategi penting untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat secara luas terhadap program ini | Format acaranya berbeda, Penelitian terdahulu menggunakan format acara talkshow sebagai objek penelitiannya . Sementara penelitian penulis adalah berita (soft news) |
| 3 | Nama Peneliti : Santi Susanti, Reksa Anggia Ratmita. Universitas Padjadjaran | Manajemen Produksi Program Berita Di iNews Tv Bandung | Dalam penelitian ini, digunakan metode deskriptif-kualitatif yang berfokus pada analisis manajemen produksi | Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen produksi program berita di iNews TV Bandung melibatkan beberapa tahap, yaitu praproduksi, produksi, dan | Penelitian terdahulu berfokus meneliti pada manajemen dalam produksi program berita televisi. Sedangkan |

| | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|
| | Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume X No. 2 / Desember 2020 | | program berita di iNews TV Bandung. Pendekatan pengumpulan data melibatkan wawancara, observasi, dan pemeriksaan dokumen. | pascaproduksi, dengan melibatkan sejumlah peran seperti reporter, produser, editor, dubber, anchor, dan sebagainya | penelitian penulis mengacu pada proses produksi program berita di televisi. |
| 4 | Nama peneliti : Buana Fanasta eJournal Ilmu Komuniaksi , Volume 3, Nomor 4 , 2015 : 348-360 Universitas Mulawarman | Analisis Proses Produksi Siaran Berita Televisi Khabar Etam Di Tvri Kalimantan Timur | Penelitian ini akan menerapkan pendekatan kualitatif dalam proses pengambilan dan analisis data. Dalam pengumpulan data, peneliti akan memanfaatkan beberapa teknik, yakni pertama, partisipasi-observasi. Kedua, wawancara mendalam dengan informan yang bersedia untuk diwawancarai . Peneliti akan menggunakan dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur | Dengan melakukan penelitian dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa redaksi Khabar Etam melalui serangkaian tahapan dalam proses penyampaian berita kepada masyarakat. Sesuai dengan konsep Agenda Setting, tahap awal adalah penentuan tema dan ide oleh produser, diikuti dengan pencarian materi berita oleh tim liputan yang ditugaskan oleh kepala redaksi. Kemudian, reporter bertugas menulis naskah berdasarkan | Semuanya hampir tidak memiliki perbedaan, hanya saja beda dari nama program beritanya dan stasiun televisinya. |

| | | | | | |
|---|------------------------------|---|---|---|---|
| | | | <p>dan non-terstruktur. Terakhir, penggunaan dokumentasi. Data juga akan diperoleh melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang relevan dengan materi penelitian, termasuk buku, artikel, koran, majalah, dan sumber-sumber lainnya</p> | <p>materi berita yang telah dijarah. Setelah naskah tersebut diedit oleh produser, dilakukan proses dubbing. Selanjutnya, rekaman video yang diambil oleh tim liputan diunggah ke komputer, sementara naskah yang telah didubbing diproses. Setelah semuanya siap, proses editing berlangsung. Hasil akhir editing akan diperiksa oleh produser, dan jika sudah disetujui, akan disalin menjadi kaset video atau data yang kemudian diunggah ke server. Di ruang control room, video tersebut dioperasikan untuk disiarkan ke televisi pemirsa, khususnya saat siaran langsung yang dikendalikan oleh seorang direktur program.</p> | |
| 5 | Nama peneliti : Dwi Ramadhan | Strategi Kreatif Eksekutif Produser Dalam | Metode penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif dan | Hasil penelitian ini diketahui bahwa strategi kreatif Produser Eksekutif dalam | Objek dari penelitian ini berbeda yang mana objek penelitiannya |

| | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|
| | dan Khaerul Azmi Jurnal Pantarei, Vol 4 No 02 (2020) Universitas Budi Luhur | Meningkatkan Rating And Share Pada Program Selamat Pagi Indonesia Di Metro Tv | teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan objek penelitian | meningkatkan rating dan share adalah dengan melakukan evaluasi setiap hari setelah acara, Produser Eksekutif dan Produser selalu melakukan evaluasi untuk mengetahui apa yang disukai penonton. Kesimpulannya, Produser Eksekutif Program Selamat Pagi Indonesia telah menampilkan 13 unsur Naratama sebagai strategi kreatif eksekutif produser dalam meningkatkan rating dan share pada program Selamat Pagi Indonesia di Metro TV. | adalah strategi eksekutif produser dari program selamar pagi Indonesia. |
|--|---|---|--|---|---|

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dijadikan acuan atau referensi oleh penulis dalam penelitian ini termasuk persamaan dan perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. **Penelitian Patricia Robin. Universitas Bunda Mulia (2014)** dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Analisis Produksi Program Fashion “Ilook” Di Net Tv”. Jurnal ini membahas mengenai bagaimana Proses produksi program acara ILook di stasiun televisi Net TV mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

a) Persamaan penelitian

Penelitian ini Menganalisis produksi program televisi, menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi.

b) Perbedaan penelitian

Penelitian ini menggunakan Format acara televisi yang berbeda. Penelitian Ini Format acaranya adalah informasi seputar fashion. Sementara penelitian penulis adalah pemberitaan (News).

2. **Penelitian Depi Rahmadani Ancori dan Idola Perdini Putri. Universitas Telkom Bandung (2021)** dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Analisis Produksi Program Televisi Di Tvone (Proses Produksi Program Televisi “Ayo Hidup Sehat” Di Pt. Lativi Media Karya Pulo Gadung Jakarta Timur)”. Jurnal ini membahas mengenai bagaimana Proses produksi program acara tersebut di stasiun televisi TVONE mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

a) Persamaan penelitian

Penelitian ini sama-sama Menganalisis produksi program televisi, menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan key informan, seperti Produser, Reporter, dan Editing Produksi Program yang sedang diteliti.

b) Perbedaan penelitian

Format acaranya berbeda, Penelitian terdahulu menggunakan format acara talkshow sebagai objek penelitiannya. Sementara penelitian penulis adalah berita (soft news)

3. **Penelitian Santi Susanti, Reksa Anggia Ratmita. Universitas Padjadjaran (2020)** dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Manajemen Produksi Program Berita Di Inews Tv Bandung”. Jurnal ini membahas mengenai bagaimana manajemen dalam produksi program berita televisi melibatkan beberapa tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi, dengan melibatkan sejumlah peran seperti reporter, produser, editor, dubber, anchor, dan sebagainya.

a) Persamaan penelitian

Dalam penelitiannya sama-sama menggunakan metode deskriptif-kualitatif yang berfokus pada analisis manajemen produksi program berita. Pendekatan pengumpulan data melibatkan wawancara, observasi, dan pemeriksaan dokumen.

b) Perbedaan penelitian

Tidak ada perbedaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu, hanya beda dari nama program dan stasiun televisi saja, selebihnya hampir sama semua mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

4. **Penelitian Buana Fanasta (2015)** dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Analisis Proses Produksi Siaran Berita Televisi Khabar Etam Di Tvri Kalimantan Timur”. Jurnal ini mengenai membahas bagaimana redaksi Khabar Etam melalui serangkaian tahapan dalam proses penyampaian berita kepada masyarakat. Sesuai dengan konsep Agenda Setting.

a) Persamaan penelitian

Penelitian ini sama-sama menerapkan pendekatan kualitatif dalam proses pengambilan dan analisis data. Dalam pengumpulan data, peneliti akan memanfaatkan beberapa teknik Observasi dan wawancara mendalam dengan informan yang bersedia untuk diwawancarai (wawancara terstruktur dan non-terstruktur), dan dokumentasi. Data juga akan diperoleh melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang relevan dengan materi penelitian, termasuk buku, artikel, koran, majalah, dan sumber-sumber lainnya.

b) Perbedaan penelitian

Semuanya hampir tidak memiliki perbedaan, hanya saja beda dari nama program beritanya dan stasiun televisinya. Hanya saja penelitian terdahulu disesuaikan dengan konsep Agenda Setting.

5. **Penelitian Dwi Ramadhan dan Khaerul Azmi (2020)** dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Strategi Kreatif Eksekutif Produser Dalam Meningkatkan Rating And Share Pada Program Selamat Pagi Indonesia Di Metro Tv”. Jurnal meneliti ini mengenai bagaimana Produser Eksekutif Program Selamat Pagi Indonesia telah menampilkan 13 unsur Naratama sebagai strategi kreatif eksekutif produser dalam meningkatkan rating dan share pada program Selamat Pagi Indonesia di Metro TV.

a) Persamaan penelitian

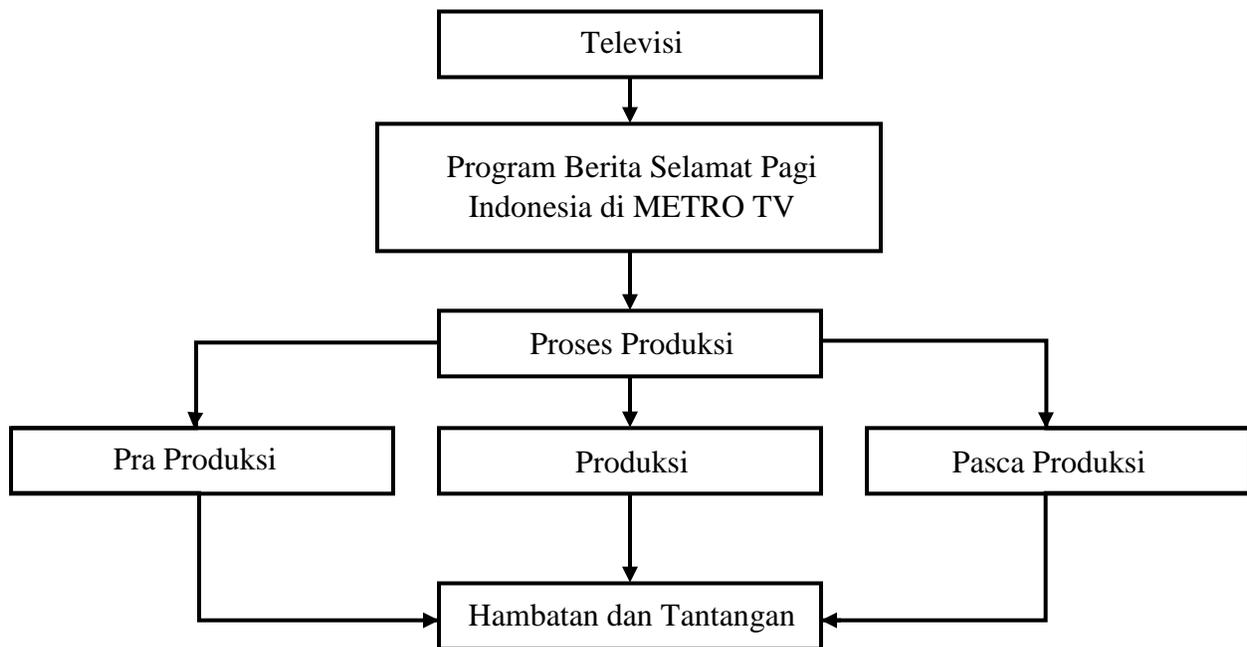
Penelitian ini Menganalisis produksi program yang sama yaitu “selamat pagi Indonesia” di Metro TV. Kemudian metodologi penelitiannya juga sama, mulai dari pendekatan, metode, teknik, dll.

b) Perbedaan penelitian

Objek dari penelitian ini berbeda yang mana objek penelitiannya adalah strategi eksekutif produser dari program selam pagi Indonesia.

2.3 Kerangka Konsep

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep



Dalam penelitian ini, terdapat sebuah kerangka konsep yang bertujuan untuk memberikan panduan yang memudahkan peneliti dalam penulisan dan pembahasan. Kerangka konsep ini menggambarkan Bagaimana Televisi memproduksi sebuah program berita "Selamat Pagi Indonesia " di Metro TV dengan berdasarkan Teori dari Fred Wibowo (2007) tentang tahapan proses produksi televisi, yakni mencakup tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Kemudian dari proses tahapan tersebut terdapat Hambatan dan Tantangan yang dapat terjadi disetiap proses produksi program televisi.

a. Televisi

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang menghadirkan informasi dan hiburan kepada audiens yang luas. Dengan karakteristiknya sebagai media audiovisual, televisi memiliki keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya, terutama dalam hal segera menjangkau audiens yang sangat beragam dalam waktu yang bersamaan.

Berbagai jenis informasi yang dapat disampaikan melalui televisi telah menginspirasi beragam program siaran yang disesuaikan dengan karakteristik dan usia target audiensnya. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang beraneka ragam dari beragam lapisan masyarakat.(Susanti & Ratmita, 2020)

b. Program Televisi Berita Selamat Pagi Indonesia di Metro TV

Program Selamat Pagi Indonesia merupakan program yang menyajikan informasi yang disampaikan sesuai dengan keadaan terkini atau terbaru yang relevan dengan topik yang dibahas, sehingga penonton bisa mendapatkan informasi terbaru yang terpercaya. Program Selamat Pagi Indonesia adalah acara gelar wicara televisi Indonesia yang ditayangkan di MetroTV sejak 1 Januari 2016. Mulai 1 Maret 2021, program ini berubah jam tayangnya mulai pukul 07:00 WIB yang ditayangkan setiap hari. Acara ini adalah peleburan dari dua acara gelar wicara yang pernah ditayangkan MetroTV yaitu 8-11 Show dan Bincang Pagi. Program Selamat Pagi Indonesia mencakup berita seputar politik, hukum, ekonomi, sosial, dan budaya.

Produksi Program Berita "Selamat Pagi Indonesia" di Metro TV, yang mencakup tiga tahapan produksi yang umumnya digunakan dalam berita di stasiun TV ini. Tahapan tersebut melibatkan pra-produksi, yang melibatkan pengumpulan dan seleksi berita serta penunjukan tim pelaksana, produksi yang melibatkan penyediaan materi, fasilitas, anggaran, organisasi pelaksana, dan eksekusi produksi dengan menyusun naskah dan tahapan pengeditan. Sementara pasca-produksi dimulai dengan tahapan pengeditan offline, pengeditan online, dan proses mixing atau pengecekan kesesuaian antara gambar, naskah, dan audio

1. Pra Produksi

Tahap awal dalam produksi melibatkan Penemuan Ide, Perencanaan, dan Persiapan. Keberhasilan dalam produksi program televisi sangat bergantung pada seberapa baik tahap ini dijalankan. Dalam tahap praproduksi, langkah pertama adalah merencanakan informasi yang akan disajikan dalam berita. Setelah data informasi diperoleh, diadakan pertemuan redaksi untuk menggali dan membahas semua informasi yang diterima, menilai nilai berita yang terkandung, serta menentukan jenis berita yang akan disiarkan. Terakhir, redaksi akan menugaskan tim peliputan yang terdiri dari reporter dan kamerawan untuk meliput berita tersebut.

2. Produksi

Setelah ide ditemukan, perencanaan dan persiapan diselesaikan, tahap Pelaksanaan produksi siap untuk dimulai. Dalam fase produksi ini, seorang sutradara atau direktur program bekerjasama dengan seluruh tim yang terlibat dalam program untuk mewujudkan rencana dan persiapan yang telah dibuat agar siap untuk ditampilkan. Di dalam divisi pemberitaan atau news, produksi juga mencakup aspek pengemasan berita, di mana produser dan asistennya bertanggung jawab atas penyusunan berita. Ini melibatkan pengeditan naskah yang dibuat oleh reporter hingga tahap penyuntingan dan penyatuan elemen-elemen berita sehingga siap untuk disiarkan dalam program berita itu sendiri. Pada tahap produksi, pekerjaan terbanyak dilakukan oleh reporter dan kamerawan, dan semua tindakan peliputan termasuk dalam fase produksi

3. Pasca Produksi

Tahap penyelesaian pasca produksi mencakup berbagai langkah seperti :

- a) Editing suara dan gambar,
- b) Pengisian grafik atau visualisasi lain, penyisipan narasi, penggunaan efek suara, dan ilustrasi, dan
- c) Evaluasi terhadap hasil produksi juga termasuk dalam tahap ini. Dalam tahap evaluasi, produksi dapat dianggap siap untuk disiarkan, tetapi mungkin juga memerlukan perbaikan seperti dalam hal ilustrasi, efek suara, editing gambar, dan lainnya.

c. Hambatan dan Tantangan

Produksi program televisi melibatkan berbagai hambatan dan tantangan, termasuk keterbatasan anggaran, tekanan waktu, perluasan kreativitas, manajemen peralatan, sumber daya manusia yang terbatas, logistik lokasi yang kompleks, perubahan teknologi dan tren konsumsi media, regulasi pemerintah, masalah keamanan, perolehan izin dan kerjasama, isu etika, persaingan yang ketat, dan ketidakpastian dalam pasar.