

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada sebuah penelitian, terdapat teori dan konsep yang berguna untuk menunjang penelitian karena keduanya saling berkesinambungan untuk menjawab apa yang telah ditetapkan sebagai permasalahan. Pada bab ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang relevan dan berguna untuk melihat perbedaan dan kesamaan yang dilakukan pada penulis dan penelitian sebelumnya.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Penulis/ Institusi/ Tahun	Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Puspita Sari Madiastuti, Universitas Mercu Buana, 2011	Peran Quality Control Dalam Menyeleksi Dan Menjaga Mutu Pada Program – Program News Magazine Di Metro TV	Teori Gatekeeper  Metode Deskriptif Kualitatif	Diperoleh hasil bahwa peran Quality Control secara teknis mengecek kualitas level audio dan video dalam program news magazine dan program lainnya, serta secara non

				<p>teknis yaitu memeriksa dan memotong visual isi konten dari adegan yang diluar ketentuan menurut Pedoman Prosedur Standar <i>On Air Look</i>, KPI, dan norma etika.</p>
2	<p>Gozali Hadi Mustafa, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2021</p>	<p>Peran Editor Dalam Meningkatkan Kualitas Gambar Pada Program News Ceria Di Sepekan Di Ceria TV Pekanbaru</p>	<p>Teori Gatekeeper Metode Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Tiga fase terlibat dalam kontribusi editor terhadap peningkatan kualitas gambar. Langkah pertama adalah verifikasi data, ketika pemimpin redaksi diberikan hasil gambar yang diambil juru kamera saat berada di lapangan. Editor kemudian memeriksa alat pengeditan selama tahap pengeditan offline dan memilih gambar di</p>

				<p>aplikasi pengeditan sesuai dengan <i>editor-in-script</i>.</p> <p>Pengeditan online editing akan menjadi tahap berikutnya, di mana editor akan menggabungkan audio dan video sambil tetap fokus pada estetika. Audio harus mengikuti naskah dan mencerminkan apa yang terlihat dalam gambar.</p>
3	Salman Agun, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2014	Menganalisis Isi Siaran Film Televisi (FTV) Drama Indosiar Menurut Peraturan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) Tahun 2009	Metode Deskriptif Kualitatif	<p>Temuan menunjukkan adanya kecenderungan isi pesan mendominasi adegan-adegan kekerasan dan sadisme pada drama FTV Indosiar.</p> <p>Kemudian <i>scene</i> seksual, kemudian <i>scene</i> mistis dan</p>

				<p><i>scene</i> supranatural. Selain itu, 31 adegan kekerasan dengan durasi 247 detik sering dianggap melanggar hukum dalam tiga sampel FTV yang diperiksa.</p>
4	<p>Iman Hermawan, Binus University, 2015</p>	<p>Peran Editor Dalam Meningkatkan Kualitas Program News Seputar Indonesia RCTI</p>	<p>Teori Manajemen Penyiaran, Teori Iklim Organissasi Teori Three Match Out Metode Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Khusus program berita Seputar Indonesia, tugas editor sangat menentukan untuk meningkatkan kualitas program berita di televisi. Editor harus memahami proses pengolahan video yang efektif dan menemukan solusi untuk masalah yang muncul dalam industri pageditan.</p>

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penulis menemukan persamaan dengan penelitian yang ditulis oleh Puspita Sari Madiastuti berjudul “Peran Quality Control Dalam Menyeleksi Dan Menjaga Mutu Pada Program-Program News Magazine Di Metro TV” pada tahun 2011. Letak persamaannya ada pada meningkatkan kualitas pada suatu program tayangan. Sedangkan letak perbedaannya yaitu pada fokus program tayangan dan medianya, di mana penulis Puspita Sari Madiastuti berfokus pada program-program *News Magazine* dan media televisi Metro TV, dan penulis berfokus pada program Mega Series Panggilan dan media televisi Indosiar.

Pada penulisan terdahulu selanjutnya, penulis menemukan persamaan dengan penelitian yang ditulis oleh Gozali Hadi Mustafa berjudul “Peran Editor Dalam Meningkatkan Kualitas Gambar Pada Program *News Ceria Sepekan* Di Ceria TV Pekanbaru” pada tahun 2021. Letak persamaannya ada pada meningkatkan kualitas pada suatu program tayangan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada divisi yang berperan, fokus program tayangan, dan fokus medianya, di mana penulis Gozali Hadi Mustafa berfokus pada divisi *editor*, program *news Ceria Sepekan*, dan media televisi Ceria TV, dan penulis berfokus pada unit *Quality Control*, program Mega Series Panggilan, dan media televisi Indosiar.

Pada penelitian terdahulu selanjutnya, penulis menemukan persamaan dengan penelitian yang ditulis oleh Salman Agun berjudul “Menganalisis Isi Siaran Film Televisi (FTV) Drama Indosiar Menurut Peraturan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) Tahun 2009” pada tahun 2014. Letak persamaannya ada pada meningkatkan kualitas pada suatu program tayangan, sedangkan letak

perbedaannya yaitu tujuannya untuk menganalisa frekuensi adegan yang paling banyak melanggar hukum dan tren kontennya dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS) tahun 2009 dalam Film Televisi (FTV) Drama Indosiar.

Kemudian, pada penelitian terdahulu berikutnya penulis menemukan persamaan dengan penelitian yang ditulis oleh Iman Hermawan berjudul “Peran Editor Dalam Meningkatkan Kualitas Program News Seputar Indonesia RCTI” pada tahun 2015. Letak persamaannya ada pada meningkatkan kualitas pada suatu program tayangan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada divisi yang berperan, fokus program tayangan, dan fokus medianya, di mana penulis Iman Hermawan berfokus pada divisi *editor*, program *news* Seputar Indonesia, dan media televisi RCTI. Sedangkan penulis berfokus pada unit *Quality Control*, program Mega Series Panggilan, dan media televisi Indosiar.

## 2.2 Komunikasi Massa

### 2.2.1 Definisi Komunikasi Massa

Bittner mengungkapkan definisi dasar komunikasi massa merupakan pesan yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media massa (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).<sup>9</sup> Selain itu, Gerbner (1967) juga mengemukakan tentang komunikasi massa yang mana komunikasi massa adalah penciptaan dan penyebaran arus

---

<sup>9</sup> Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005). hal. 186.

komunikasi yang paling terus menerus dibagikan dan disebarluaskan secara luas dalam peradaban industri (*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly share continuous flow messages in industrial societies*)<sup>10</sup>.

Meletzke juga mendefinisikan komunikasi massa sebagai metode komunikasi yang menyampaikan pesan secara publik kepada publik yang dapat diakses secara satu arah dan secara tidak langsung melalui media penyebaran teknologi. Dari definisi Meletzke tersebut menunjukkan bagaimana penggunaan media massa membuat komunikasi massa satu arah dan tidak langsung, dengan pesan yang dapat diakses oleh semua orang.

Menurut beberapa definisi di atas, komunikasi massa adalah praktik komunikator menyebarkan pesan secara luas melalui media dalam upaya mempengaruhi khalayak yang cukup besar.

### **2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Untuk terlibat dalam kegiatan komunikasi, khalayak yang memanfaatkan komunikasi massa sebagai media komunikasi harus mengetahui karakteristik dari komunikasi massa. Liliweri menegaskan bahwa karakteristik komunikasi massa (2011: 37-39) yaitu:

#### **1. Sifat Komunikator**

---

<sup>10</sup> Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998). hal. 14.

Yayasan, lembaga, atau entitas komersial yang memiliki struktur, peran, dan misi tertentu adalah pemilik media massa karena sifat penggunaan media atau saluran profesional dengan teknologi tinggi melalui kegiatan industri.

## 2. Sifat Pesan

Pesan yang disebarkan oleh media massa bersifat luas dan umum serta berasal dari berbagai sumber. Media massa melaporkan berbagai peristiwa yang harus diketahui oleh masyarakat umum.

## 3. Sifat Media Massa

Sifat media massa merupakan salah satu aspek dari komunikasi massa. Untuk menyebar dan melipat gandakan, komunikasi massa tampaknya lebih mengandalkan teknologi berbagi pesan daripada layanan komersial, sehingga berbagai pesan dapat secara konsisten, cepat, dan tepat sampai ke konsumen.

## 4. Sifat Komunikan

Konsumen yaitu komunikatif di media arus utama. Audiens umum konsumen sangat bervariasi, dengan berbagai karakteristik demografis, geografis, dan psikografis. Ada banyak komunikator beberapa di antaranya adalah orang asing dan mereka semua

mendapatkan pesan yang sama dari media massa tertentu pada waktu dan lokasi yang hampir sama.

#### 5. Sifat Efek

Komunikasi massa juga memiliki dampak tertentu.. Pada umumnya ada tiga dampak, khususnya dampak kognitif (artinya mengubah informasi, sudut pandang, dan pendapat konsumen tentang produk yang mereka beli), dampak afektif (artinya menimbulkan respon emosional tertentu pada konsumen), dan dampak konatif (artinya menyebabkan individu memutuskan apakah akan melakukan sesuatu atau tidak).

#### 6. Sifat Umpan Balik

Umpan balik dari media arus utama biasanya diterima belakangan. Mengembalikan respon pesan ke sumbernya terjadi setelah media terdistribusi atau pesan telah sampai pada populasi tertentu, bukan pada waktu yang bersamaan.

### 2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Peran komunikasi massa telah menjadi subjek perspektif ahli. Tidak diragukan lagi ada persamaan dan perbedaan antara masing-masing peran komunikasi ini. Fungsi komunikasi massa sangat beragam, adapun fungsi komunikasi massa yaitu (Ardianto dkk, 2012: 14):

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Ada dua kategori dasar pemantauan komunikasi massa: (a) pengawasan peringatan, dan (b) pengawasan instrumental. Ketika publik disadarkan akan ancaman bencana jangka panjang, peristiwa inflasi, atau adanya serangan militer melalui media massa, fungsi pengawasan peringatan mulai berlaku. Fungsi pengawasan instrumental bertujuan yakni untuk menyebarluaskan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat umum dalam kehidupan sehari-hari.

### 2. *Interpretation* (Penafsiran)

Dalam komunikasi massa, peran pengawasan dan penafsiran sangat mirip. Selain fakta dan data, media juga memaparkan peristiwa penting. Industri media atau organisasi memilih peristiwa-peristiwa mana yang akan ditulis atau disiarkan di televisi. Tujuannya adalah untuk mendorong pemirsa atau pembaca untuk mendapatkan pemahaman yang luas dan terlibat dalam diskusi individu atau kelompok untuk melangkah lebih jauh.

### 3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan berbagai anggota masyarakat yang dapat terikat pada kepentingan bersama.

### 4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Sosialisasi adalah nama lain dari fungsi ini. Disini, sosialisasi menghasilkan cara orang mengambil kepribadian dan nilai-nilai kelompok. Media massa disini memberikan kontribusi persepsi masyarakat yang dilihat, didengar, dan dibaca. Selain itu, media menggambarkan bagaimana orang berperilaku dan apa yang mereka inginkan.

#### 5. *Entertainment* (Hiburan)

Untuk memberikan hiburan yang diinginkan penontonnya, banyak tayangan yang ditayangkan di televisi disajikan dengan cara yang menarik. Melalui banyaknya program radio yang disiarkan, masyarakat umum juga dapat menikmatinya. Hal yang dapat dilakukan oleh surat kabar dalam menyajikan tentang hiburan berupa dengan komik, teka-teki silang (TTS), cerpen, dan berita yang berisi *human interest* sebagai hiburan semata.

### 2.3 Media Massa

Menurut Burhan Bungin, media memiliki kemampuan mempengaruhi masyarakat di berbagai tingkatan. Secara teoritis, media massa berfungsi sebagai saluran informasi, pendidikan, dan hiburan. Namun dalam praktiknya, media massa melayani berbagai tujuan yang melampaui ketiga kategori tersebut. Meluasnya pengaruh media dapat berdampak pada pola

pikir dan tindakan seseorang. Efek media massa dapat berdampak pada tatanan sosial dan tatanan budaya masyarakat, bahkan dari kejauhan..<sup>11</sup>

### 2.3.1 Jenis-jenis Media Massa

Tiga kategori dapat ditemukan pada media massa, yaitu:

#### 1. Media Massa Elektronik

Media massa semacam ini menggunakan teknologi elektro untuk menyiarkan gambar suara (video) atau media suara (audio).

#### 2. Media Massa Online

Yang dimaksud dengan media berdering adalah jenis media massa yang dapat diperoleh secara online atau di website (dalam jaringan). Saat ini media massa jenis ini mudah diperoleh dari mana saja dan kapan saja..

#### 3. Media Massa Cetak

Adapun media massa jenis ini merupakan jenis media massa yang menggunakan media yang dicetak di atas lembaran kertas.

### 2.3.2 Fungsi Media Massa

Media massa memiliki fungsi sebagai halnya tercantum dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers pasal 3 ayat 1 yaitu “Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi,

---

<sup>11</sup> H. M. Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, (Jakarta: Kencana, 2009). hal. 323.

pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.” Pers nasional berfungsi sebagai lembaga ekonomi di samping peran tersebut.<sup>12</sup>

Media massa dan komunikasi massa sama-sama memiliki tujuan. Media massa telah tumbuh signifikan dalam masyarakat saat ini karena berbagai tujuan, yang meliputi: Media massa dan komunikasi massa sama-sama memiliki tujuan. Media massa telah tumbuh signifikan dalam masyarakat saat ini karena berbagai tujuan, yang meliputi:

### 2.3.3 Karakteristik Media Massa

Setiap media pasti memiliki karakteristik yang membedakannya dari yang lain. Para ahli di bidang media menyatakan bahwa media massa memiliki sejumlah karakteristik.

Cangara mengemukakan pendapatnya mengenai karakteristik media massa antara lain:<sup>13</sup>

1. Bersifat melembaga, berarti banyak orang membentuk kelompok substansial yang mengontrol media, dimulai dengan pengumpulan, administrasi, dan penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, berarti metode komunikasi tidak mengizinkan percakapan antara pengirim dan penerima. Jika ada reaksi atau umpan balik, seringkali akan memakan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, berarti kecepatannya memungkinkan untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu. Bergerak secara luas

<sup>12</sup> Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers pasal 3 ayat (1)

<sup>13</sup> Cangara, H. Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo. hal. 69.

dan bersamaan sehingga banyak individu yang menerima informasi sekaligus.

4. Memanfaatkan alat-alat teknologi atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan barang-barang serupa.
5. Bersifat terbuka, berarti siapa pun, di mana pun dapat menerima pesan tersebut, tanpa memandang batasan usia, jenis kelamin, atau ras.<sup>14</sup>

## 2.4 Televisi Sebagai Media Massa

### 2.4.1 Pengertian Televisi Sebagai Media Massa

Televisi merupakan salah satu bentuk media komunikasi massa. Saat ini, pemasar sering menggunakan siaran televisi sebagai saluran utama mereka untuk promosi produk. Televisi merupakan gabungan dari audio untuk penyiaran (*broadcast*) dan video untuk visual bergerak (*moving images*). Perpaduan dua konsep televisi ini memungkinkan pemirsa untuk melihat dan mendengar semua yang tersedia di televisi.

Televisi dirancang untuk digunakan sebagai siaran televisi, yaitu media massa elektronik dengan kualitas sebagai berikut: berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya luas, sasarannya

---

<sup>14</sup> F. Rachmadi. *Perbandingan Sistem Pers: Analisis deskriptif Sistem Pers di Berbagai Negara*. (Jakarta: Gramedia, 1990). hal. 134.

membangkitkan keserentakan, dan komunikatornya beragam. (Efendy, 1993:21).

#### 2.4.2 Karakteristik Televisi Sebagai Media Massa

Karena kemampuannya yang unik untuk menjangkau publik dengan pesan, televisi dianggap sebagai media massa. Romli (2016:89) berpendapat bahwa berikut ini adalah lima karakteristik televisi:

1. Bersifat Tidak Langsung

TV bukanlah media yang bersifat langsung dikarenakan didukung oleh peralatan elektronik yang sangat kompleks. Jenis media ini disebut sebagai media teknis. Misalnya, pemirsa tidak dapat menerima siaran televisi tanpa menggunakan listrik.

2. Bersifat Satu Arah

Karena penonton hanya dapat mengakses berbagai program yang dibuat oleh pengelola televisi, maka siaran televisi bersifat satu arah.

3. Bersifat Terbuka

Di berbagai tempat yang dapat dijangkau oleh daya pancar siaran, televisi ditayangkan kepada masyarakat umum secara terbuka. Siaran televisi tersedia untuk semua orang. Dikarenakan terbuka di sini, pemirsa televisi bersifat anonim dan heterogen. Pengaturan waktu tayang program merupakan salah satu upaya

yang dapat dilakukan oleh manajemen televisi untuk mengurangi akses yang terjadi.

#### 4. Publik Tersebar

Pemirsa televisi tersebar di seluruh dunia dalam berbagai wilayah, termasuk lokal, regional, nasional, dan bahkan internasional. Menurut perspektif iklan bagi televisi komersial adalah jantung dan nadi televisi komersial.

#### 5. Bersifat Selintas

Di televisi hanya pesan lewat yang terdengar dan terlihat sekilas. Karena siaran tersebut tidak dapat ditonton atau didengarkan kembali, pemirsa dalam keadaan tertentu dapat menonton ulang atau mendengarkan acara tersebut.

### 2.4.3 Fungsi Televisi Sebagai Media Massa

Masuknya media televisi ke dalam kehidupan sehari-hari telah memajukan bagi manusia, khususnya dalam bidang komunikasi dan informasi massa. Sejak adanya penemuan televisi, pemirsa memiliki cara untuk berkomunikasi satu sama lain dan mengakses informasi dari seluruh dunia.

Cara penyampaian pesan informasi oleh televisi sebagai media massa hanya berjalan satu arah (*one way communication*) yang berarti komunikan (penerima pesan) tidak dapat berinteraksi dengan komunikator (penyampai pesan), sebab komunikator tidak bersifat individual melainkan komunikator bersifat kolektif. Sedangkan

komunikasikan pada massa merupakan para penonton yang memiliki karakteristik berbeda-beda.

Berikut adalah penjelasan dari tiga fungsi utama yang dimiliki televisi sebagai media massa: media pendidikan, media hiburan, dan media penerang:

### 1. Media Penerang

Televisi dianggap sebagai media yang dapat menyampaikan informasi yang sangat memuaskan. Ada dua faktor penyebab yang dapat ditemukan dalam media massa audio visual. Yang pertama yaitu komponen “langsung” dalam mencakup konotasi dekat dan langsung. Artinya, pemirsa dapat melihat dan mendengar peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi pada saat peristiwa itu terjadi. Selanjutnya yang kedua adalah komponen “realitas” yang memiliki signifikansi asli.

### 2. Media Pendidik

Masyarakat dapat dididik oleh media massa (*mass education*). Karena banyak hal edukatif yang dihadirkan oleh media mainstream. Mengajarkan pemirsa dan pembaca nilai-nilai, etika, dan standar yang harus diikuti adalah salah satu pendekatan untuk mendidik media massa. Melalui drama, dongeng, percakapan, dan artikel media melakukan ini.

### 3. Media Hiburan

Siaran televisi tampaknya sebagian besar digunakan untuk hiburan. Mayoritas jatah waktu siaran dikhususkan untuk acara-acara yang menghibur.

## 2.5 Program Televisi

### 2.5.1 Pengertian Program Televisi

Istilah "program" itu sendiri berasal dari kata bahasa Inggris *programme*, sesuai dengan definisi program televisi. Kata "program" dalam dunia penyiaran di Indonesia lebih sering digunakan daripada kata "siaran" yang di mana mengacu kepada pengertian acara. Dalam pengertian luas, "program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiens" (Morissan, 2005: 97). Program merupakan segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran guna memenuhi kebutuhannya.

Inti kekuatan televisi adalah program-programnya. Program yang ditayangkan di televisi menentukan apakah seseorang menonton atau tidaknya. Jenis program yang ditayangkan menentukan apakah penjualan program untuk perusahaan televisi swasta dapat menguntungkan atau tidak. Penjualan program berpotensi menguntungkan bagi jaringan televisi swasta. Sebaliknya, sementara televisi non komersial tidak memprioritaskan pemasaran pihak lain, ia dapat mempercepat kecerdasan seseorang karena pemirsa

mendapatkan keuntungan seperti terlibat dalam peradaban komunal, mendapatkan pemikiran baru tentang berbagi, dan banyak lagi.

## 2.5.2 Jenis Program Televisi

Tergantung pada jenisnya, bentuk program dapat dibagi menjadi dua kategori utama yakni program berita dan program hiburan (*entertainment*). Program informasi kemudian dipisahkan menjadi dua kategori yakni berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*)<sup>15</sup>, berikut penjelasannya:

### 2.5.2.1 Program Informasi

Semua siaran yang mencoba memberikan lebih banyak pengetahuan atau informasi kepada khalayak umum dianggap sebagai program informasi. Terbagi menjadi dua bagian untuk informasi program: yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).<sup>16</sup>

#### 1. Berita Keras (*Hard News*)

Berita keras atau *hard news* merupakan berita yang terikat pada waktu. Berlalunya waktu memiliki dampak yang signifikan pada berita semacam ini. Jika ada penundaan, informasi tersebut akan menjadi usang.<sup>17</sup>

#### 2. Berita Lunak (*Soft News*)

<sup>15</sup> Fajar Junaedi. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. (Jakarta: Prenamedia Group, 2013). h. 6.

<sup>16</sup> *Ibid.* h. 218.

<sup>17</sup> *Ibid.* h. 7.

Berita lunak atau *soft news* merupakan berita tidak langsung dan tidak dibatasi oleh waktu. Jenis berita ini tidak tergantung waktu, sehingga selalu tersedia untuk dibaca, didengar dan dilihat setiap saat.<sup>18</sup>

### 2.5.2.2 Program Hiburan

Setiap tayangan televisi yang bertujuan untuk menghibur audiensnya, baik melalui musik, lagu, cerita, maupun permainan disebut sebagai acara hiburan. Drama, permainan, musik, dan pertunjukan semuanya termasuk dalam bidang program hiburan.

#### 1. Drama

Pengertian program drama yaitu pertunjukan atau *show* yang di dalamnya disajikan cerita tentang karakter atau kehidupan seseorang atau tokoh yang di mana pemain (artis) akan berperan melibatkan konflik dan emosi.

#### ➤ Sinetron

Arti dari sinetron adalah narasi yang diceritakan oleh beberapa karakter sekaligus dalam bentuk drama.

#### ➤ Film

---

<sup>18</sup> *Ibid.*

Disini istilah "film" mengacu pada film layar lebar yang dibuat oleh studio.

## 2. Permainan

Permainan (*game show*) adalah jenis program dimana beberapa peserta bersaing satu sama lain untuk mendapatkan sesuatu, baik secara individu maupun kelompok.

## 3. Musik

Program musik dapat disampaikan dalam dua format, yaitu videoklip atau konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik audien.

## 4. Pertunjukan

Pertunjukan merupakan suatu program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di luar atau di dalam studio.

### 2.5.3 Elemen-elemen Keberhasilan Program

Meskipun memiliki kualitas tidak menjamin kesuksesan sebuah program, namun mengabaikan kualitas tidak diragukan lagi akan

mengakibatkan kegagalan sebuah program. Morissan berpendapat bahwa segala program yang memiliki elemen berikut:

#### 1. Konflik

Konflik yaitu benturan kepentingan atau bentuan karakter antara orang-orang yang terlibat, merupakan salah satu komponen kunci keberhasilan program. Tanpa konflik, diragukan bahwa acara tersebut akan mampu membuat pemirsa tetap tertarik.

#### 2. Durasi

Sebuah program yang sukses adalah salah satu yang dapat bertahan untuk jumlah waktu terlama. Di televisi, banyak drama seri dapat berlangsung selama beberapa musim. Namun, ada juga banyak program yang tidak bertahan lama karena sulit untuk membuat alur cerita asli tanpa hanya mendaur ulang yang lama. Ada program yang bisa bertahan lama (*durable program*) dan ada program yang tidak bisa bertahan lama (*short-lived programs*), tergantung lama tayangnya (*nondurable program*).

#### 3. Kesukaan

Ada kalanya pemirsa menyukai sebuah acara bukan karena isinya, melainkan karena penampilan pembaca berita atau pembawa acara.

#### 4. Konsistensi

Sebuah program harus sesuai dengan topik dan kepribadian para pemain yang ditampilkannya sejak awal. Tidak ada topik atau karakter yang bisa keluar jalur di tengah-tengah pertunjukan, membingungkan penonton sampai pada titik di mana mereka berhenti menonton.

#### 5. Energi

Tiga kualitas diperlukan agar sebuah program menjadi energik: tempo naratif, daya tarik, dan visual yang kuat. Ketiga kualitas tersebut harus ditekankan, sehingga program yang disajikan tidak dapat ditinggalkan oleh penonton.

#### 6. Timing

Setiap program harus mampu mengimbangi waktu. Dikarenakan program yang terlalu ketinggalan zaman ditinggalkan oleh penonton. Namun, jika program terlalu maju, penonton akan melawannya.

#### 7. Tren

Program yang mengikuti tren saat ini akan memiliki peluang sukses yang lebih tinggi, sedangkan program yang tidak mengikuti tren utama cenderung gagal. Tren dapat memberikan indikasi selera penonton secara keseluruhan, yang membantu sedikit menaikkan nilai (*rating*) acara. Jadi, mengikuti tren tidak

terlalu diperlukan, tetapi hal tersebut dapat menjadi cara untuk mengukur apa yang menarik bagi masyarakat.

## 2.6 P3 & SPS

Pedoman Perilaku Penyiaran adalah salah satu acuan dalam mengetahui batasan-batasan mengenai hal apa saja yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan dalam proses produksi program siaran serta layak atau tidak layak untuk ditayangkan. Dalam hal ini, P3 & SPS merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari penyiaran serta menjadi pedoman bagi stasiun penyiaran dan KPI untuk menyelenggarakan serta melakukan pengawasan pada sistem penyiaran stasiun televisi di Indonesia.

## 2.7 Program Mega Series Panggilan

Mega Series Panggilan merupakan sebuah program terbaru yang ditayangkan di Indosiar yang di mana menceritakan tentang kisah sebuah keluarga yang mempunyai kelebihan berupa firasat yang dapat merasakan suatu kejadian atau peristiwa yang akan terjadi. Disebabkan sebuah insiden, pemeran yang bernama Radja dan Mala terjatuh ke dalam sumur di hutan, diikuti dengan kejadian alam yang luar biasa, kilatan petir yang cukup banyak seolah berkumpul ke dalam sumur tersebut, disisi lain Radja

menemukan kompas ajaib. Akhirnya keduanya mempunyai kelebihan yaitu berupa firasat merasakan apa yang akan terjadi.<sup>19</sup>

## 2.8 Peran

Peran memiliki istilah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang mengacu pada pemain sandiwara (film), kumpulan sifat yang seharusnya dimiliki oleh orang-orang yang berada dalam posisi sosial tertentu. Semua orang memainkan peran, yang memengaruhi apa yang mereka kontribusikan kepada masyarakat dan kemungkinan yang diberikan kepada mereka.

Menurut Soekanto (2009:212-213) peran merupakan proses dinamis kedudukan (status). Seseorang menjalankan suatu peran jika ia menjalankan tugas dan haknya sesuai dengan kedudukannya. Perbedaan antara posisi dan peran adalah untuk tujuan ilmiah. Karena yang satu bergantung pada yang lain dan sebaliknya, keduanya tidak dapat dipisahkan.<sup>20</sup>

Merton mengemukakan peran yang didefinisikan sebagai jenis perilaku yang diharapkan ditunjukkan oleh orang yang memiliki posisi tertentu. Perangkat peran adalah sekelompok peran yang saling terkait. Oleh karena itu, seperangkat peran seseorang adalah keseluruhan interaksi berbasis peran yang mereka miliki karena mereka memiliki posisi sosial tertentu..<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> <https://www.indosiar.com/sinetron-mini-seri/mega-series-panggilan.html> Diakses pada 3 Oktober 2022

<sup>20</sup> Soerjono Soekanto. *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar, Edisi Baru*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2009). hal. 212-213.

<sup>21</sup> Raho Bernard. *Teori Sosiologi Modern*. (Jakarta: Prestasi Pusaka, 2007). hal. 67.

Kemudian Dougherty & Pritchard tahun 1985 juga berpendapat bahwa teori-teori peran ini menawarkan kerangka kerja konseptual untuk investigasi perilaku organisasi. Peran "melibatkan pola pengembangan produk yang berlawanan dengan perilaku dan aktivitas" menurut mereka.<sup>22</sup>

## 2.9 *Quality Control*

Unit *Quality Control* adalah komponen yang sangat penting dalam proses pasca produksi program acara. Peran *Quality Control* secara teknis mengecek kualitas level audio dan video dalam suatu program atau konten, serta secara non teknis yaitu memeriksa dan memotong visual isi konten dari adegan yang diluar ketentuan yang sudah ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) berupa Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).

Tiga alasan yang sebenarnya mengacu pada pentingnya peran unit *Quality Control* dalam suatu stasiun televisi. Pertama, unit *Quality Control* memiliki tugas untuk memastikan bahwa program yang ditayangkan di televisi sudah sesuai dengan norma atau nilai sosial yang berlaku. Kedua, unit *Quality Control* mampu menentukan status kualifikasi suatu program. Dan yang ketiga, unit *Quality Control* juga harus menjaga setiap program yang ditayangkan di stasiun televisi yang terkait agar tak mendapat sanksi atau teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia.

---

<sup>22</sup> Role Ambiguity and Role Clarity: A Comparison of Attitudes in Germany and the United States. (Dissertation, University of Cincinnati.2003) Hal.55 dan 141

## 2.10 Teori Gatekeeper

Informasi adalah salah satu komponen komunikasi massa dan mereka yang bertanggung jawab untuk mengendalikan informasi disebut *gatekeeper*. Ini juga berarti bahwa *gatekeeper* adalah orang yang mengizinkan berita tersebut beredar.

Istilah *gatekeeper* pertama kali dikenalkan oleh seorang ahli psikologi dari Australia pada tahun 1947 yang bernama Kurt Lewin dalam bukunya *Human Relations* (1947). *Gatekeeper* adalah individu yang memiliki kewenangan untuk membentuk informasi di media massa, dimana informasi merupakan salah satu aspek dari komunikasi massa. Cara lain untuk mengatakannya adalah bahwa penjaga gerbang mengotorisasi penyebaran berita.<sup>23</sup>

*Gatekeeper* merupakan orang yang membuat keputusan tentang apa yang benar atau apa yang muncul di media, atau orang yang berperan penting dalam memutuskan dan memungkinkan penyebaran berita. Dengan kata lain, *gatekeeper* yakni bagian pemilihan berita, yang dilakukan agar tayangan berita yang diberikan menjadi menarik dan menghibur.<sup>24</sup>

Jika definisi tersebut diperluas, mereka yang berperan penting dalam media massa termasuk radio, televisi, internet, surat kabar, dan majalah disebut sebagai *gatekeeper*. Reporter, editor berita, dan editor film adalah contoh orang-orang yang dikatakan sebagai *gatekeeper* dalam media dikarenakan mereka yang memilih informasi apa yang dikomunikasikan.

---

<sup>23</sup> Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). hal. 119.

<sup>24</sup> *Ibid.*

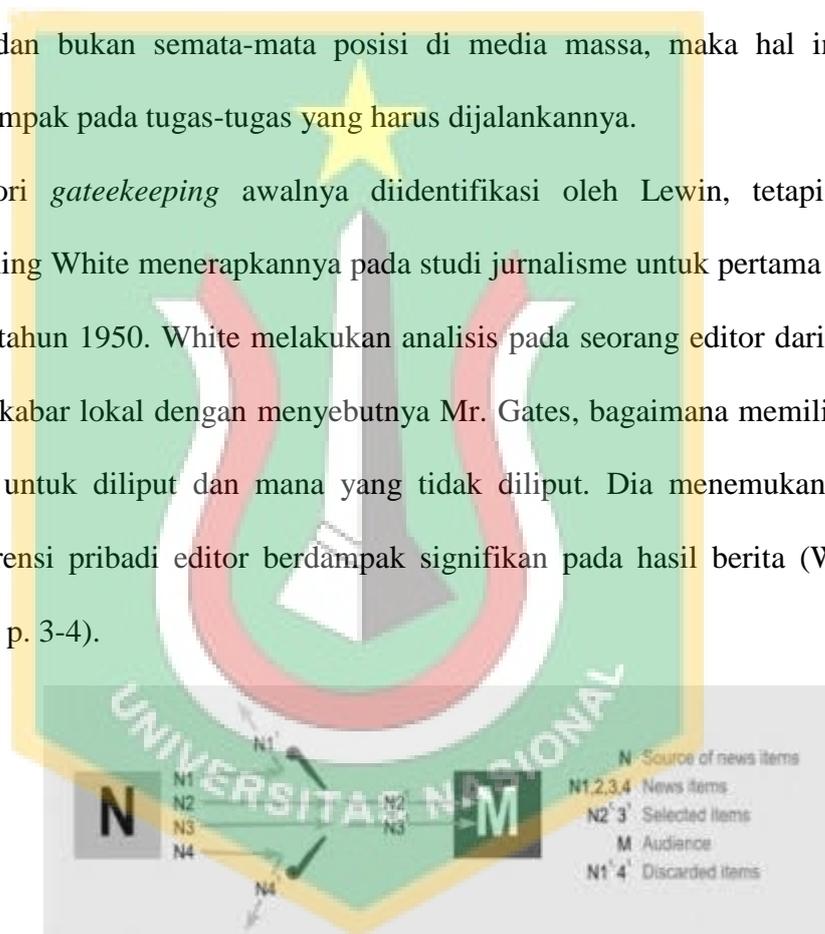
*Gatekeeper* bertanggung jawab untuk mengedit, memodifikasi, dan menambah sebelum disebarluaskan. Oleh karena itu, kesulitan dalam proses *gatekeeping* adalah karena keterbatasannya sebagai tindakan jurnalistik independen daripada tekanan politik atau ekonomi eksternal di tingkat perusahaan berita. Di sisi lain, *gatekeeper* dalam sebuah media massa juga berkembang menjadi kekuatan kreatif. Target *audience* harus terhipnotis oleh pemilihan berita yang dilakukan oleh *gatekeeper* agar dapat memperhatikan berita yang diberikan. Oleh karena itu, seorang *gatekeeper* harus kreatif untuk mencocokkan ide penyampaian berita dengan cara publik mengonsumsi berita.

Agar sesuai dengan tuntutan audiens sasaran atau pembaca suatu media seperti media cetak, radio, televisi, dan lainnya, sebagaimana *gatekeeping* adalah tindakan memisahkan apa yang layak dan tidak layak dari materi atau isi, bahasa penyampaian, pemilihan berita, dan sebagainya. Pengaruh pemasar dalam proses pemilihan berita juga tidak kalah pentingnya.

Proses *gatekeeping* adalah komponen penting dari proses pemberitaan untuk sebuah media, dan komponennya tergantung pada visi dan tujuan media serta konteks sosial (*media need, target audience*). Proses *gatekeeping* yang buruk akan memiliki dampak baik bagi internal dan eksternal. Internal meliputi kredibilitas media, pencapaian target bisnis, dan demoralisasi di *newsroom*. Sedangkan faktor eksternal meliputi kepercayaan audiens (*rating*), pencapaian bisnis, dan masalah hukum.

*Gatekeeper* tidak selalu merupakan sebuah posisi tersendiri. Selama ia mencapai tujuan utamanya, yaitu "menambahkan atau menghapus, menyederhanakan, atau mengemas agar semua informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami," maka ia dapat dilakukan oleh siapa pun di media massa. Fakta bahwa *gatekeeper* adalah peran yang bisa dilakukan oleh siapa saja dan bukan semata-mata posisi di media massa, maka hal ini akan berdampak pada tugas-tugas yang harus dijalankannya.

Teori *gatekeeping* awalnya diidentifikasi oleh Lewin, tetapi David Manning White menerapkannya pada studi jurnalisme untuk pertama kalinya pada tahun 1950. White melakukan analisis pada seorang editor dari sebuah surat kabar lokal dengan menyebutnya Mr. Gates, bagaimana memilih mana yang untuk diliput dan mana yang tidak diliput. Dia menemukan bahwa preferensi pribadi editor berdampak signifikan pada hasil berita (Welbers, 2016, p. 3-4).



**Gambar 2.1 Model *Gatekeeping* David Manning White**

Dari gambar diatas, bahwa N adalah sumber berita yang mana berita tersebut berisikan bermacam-macam informasi (N1, N2, N3, N4) yang dikirim kepada *gatekeeper* untuk diseleksi atau dieliminasi. Kemudian, dari

proses *gatekeeping* itu beberapa berita yang tereliminasi (N1 dan N4) dibuang oleh *gatekeeper*. Sementara berita yang lolos dalam seleksi (N2 dan N3) diteruskan kepada audiens. Dengan hal ini, berbagai macam informasi atau berita terdapat adanya perubahan melewati *gatekeeper* (Welber, 2016, p.4).



## 2.11 Kerangka Pemikiran

