

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Depok: Rajawali Pers.
- Cangara,Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. Depok: Rajawali Pers.
- Effendy,Onong,Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung :Remaja Rosda Karya.
- Fachrudin, Andi. 2016. *Manajemen Pertelevisian* ,Yogyakarta: Andki Offset.
- Setiawan Johan & Anggito Albi. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa dan Masyarakat*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- M.A., Morrison. 2018. *Manajemen Media Masa Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Prenamedia Group.
- Narudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Rajagarfindo Persada.
- Patoni Achmad. 2007. *Peran Kiai Pesantren Dalam Partai Politik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Romli,Khomsahrial. 2017. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Percetakan PT Gramedia.
- Suhardono, Edy. 2018. *Teori peran*, Pal. Merah: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, Bagong. 2015. *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tamburaka,Apriadi. 2012. *Agenda Settings Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers.

Tim Penyusun Kamus. 2019. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Pusat Bahasa.

Triyono, Agus. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.

TESIS

Asih Astuti. *Strategi Komunikasi Pemasaran Inews Tv Sumut Dalam Meningkatkan Segmentasi Pemirsa*, Sumatra Utara: UMSU 2020

JURNAL

Citra Ratna Amelia. *Literasi media, upaya cerdas dalam mengkonsumsi tayangan televisi*, Vol 07, No 01, Surakarta: Institut seni Indonesia 2015

INTERNET

<https://ahmaddzaki.id/surat-terbuka-untuk-media-televisi-di-indonesia-darurat-tontonan-yang-sudah-menjadi-tuntunan/>

<https://zonautara.com/2020/01/17/milenial-indonesia-masih-menonton-televisi/>

<https://nasional.sindonews.com/read/290748/15/inews-room-live-di-inews-dan-rcti-senin-jumat-pukul-1800-ruang-baru-untuk-perbarui-informasi-1609826471>

<https://tv.inews.id/about>



LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Tugas



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febnas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Nursatyo, S.Sos.M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Febri Liyani
Nomor Pokok : 193516516070
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran II : Formulir Konsultasi Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516070
Nama : FEBRI LIYANI
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
12 October, 2022	<i>assalamualaikum, selamat malam pak. berikut proposal penelitian saya, jika masih ada kekurangan mohon dikoreksi yah pak. terima kasih pak :)</i>	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	assalamualaikum, selamat malam pak. berikut proposal saya yang sudah direvisi pak, terima kasih.	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
6 December, 2022	proposal revisi febri liyani " peran divisi <i>research and development</i> dalam membantu meningkatkan <i>rating</i> dan <i>share</i> program <i>inews room</i> di siaran televisi <i>inews</i>"	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	assalamualaikum, selamat siang pak. saya izin mengumpulkan bab I saya pak, terima kasih.	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	assalamualaikum, selamat siang pak. saya izin mengumpulkan bab ii saya pak, terima kasih.	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	assalamualaikum, selamat sore pak tyo. berikut bab iii skripsi saya pak, terima kasih.	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	assalamualaikum, selamat malam pak. saya izin untuk menyerahkan bab iv skripsi saya pak, terima kasih pak sebelumnya	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
4 February, 2023	assalamualaikum, selamat malam pak. saya izin untuk menyerahkan bab iv skripsi saya pak, terima kasih pak sebelumnya	Sudah Ditanggapi
5 February, 2023	assalamualaikum, selamat pagi pak izin untuk memberikan abstrak skripsi saya pak. terima kasih sebelumnya pak	Sudah Ditanggapi
5 February, 2023	assalamualaikum, selamat siang pak. saya izin untuk mengumpulkan file skripsi saya ya pak, jika masih ada kesalahan atau kekurangan mohon dikoreksi ya pak. terima kasih banyak sebelumnya pak	Sudah Ditanggapi



Lampiran III : Panduan Dan Transkrip Wawancara Informan Kunci, Inggil

Wastu Pratiwi

Nama dan Jabatan : Inggil Wastu P Pratiwi (Anggota Divisi *Research and Development*)

Topik : Peran Divisi *Research and Development* Dalam Membantu Meningkatkan Rating dan Share Program iNews ROOM DI Siaran Televisi iNews

Hari / Tanggal : 20 Desember 2022

Waktu : 16.000 Wib

Tempat : PT. SUN TELEVISI NETWORK (iNEWS TV)
MNC Tower Lt.9 Jl. Kebun Sirih Raya 17 – 19
Jakarta Pusat 10340.

Daftar Pertanyaan :

1. Mengapa disetiap media termasuk iNews harus ada divisi *Research and Development*?

Informan : Disetiap media pasti ada *Research and Development* terutama di Televisi sebenarnya konsepnya begini, di setiap televisi itu pasti ada yang namanya Divisi *Research and Development* nya itu pasti. Tapi disetiap TV beda beda, ada yang masuk ke tim Seles dan ada yang masuk ke dalam tim *Progaming*. Nah kalo di TV Group ini *Research and Development* nya masuk ke Tim *Progaming* jadi *Research and Development* ini selain meriset tayangan juga mengatur slot tayangnya. Jadi tim *Research and Development* juga membuat data, misalnya contohnya iNews Room Sharenya sekian bagus nya tayangnya di jam berapa sampai jam berapa, mereka yang mengatur sampai jam berapa, berapa banyak breaknya, berapa panjang durasinya. Sementara

ada juga nih yang namanya Research News, nah Research News adanya di Sini aja. Research News yang meriset Newsnya aja dari semua Tv Group. Kenapa di bedakan? Kalo dahulu kala awal mulanya karena ada yang namanya Tim Produksi. Tim Produksi itu yang mengurus semua tentang Non News ada Newsnya, bebannya sama sama berat. News dan non News sama sama berat tapi semuanya di jadikan satu di Tim *Research and Development*. Kadang Tim *Research and Development* jadi gak fokus, karena mereka akan lebih membesarkan salah satu. Kadang mereka bisa membesarkan News aja kadang membesarkan non Newsnya. Tapi karena basenyaTV ini, Tv Hiburan kan yang pertama kali membuatTV Newsnya si iNews. Jadi Dulu pemimpin disini merasa perlu adanya tim yang memantau News aja jadi dibentuklah tim *Research and Development* ini, tugasnya memantau Tv News semua Tv Group, jadi iNews,Scti, Gtv, sekarang mantau MNC News. Jadi supayakita fokus ke Newsnya aja. Misalnya ada peristiwa yang besar *Research and Development* juga disertakan disitku, kita memantau juga untuk melihat tayangan bagus atau nggak, tapi intinya fokus ke Newsnya aja jadi kita gak ngurusin ke sinetron, atau Film.

2. Bisakah ibu menceritakan bagaimana proses kerja dari divisi *Research and Development* di iNews ini?

Informan: Karena dulu sekitar tahun 2014/2015ada integrasi di grup ini, kalo dulu itu dimasing masing di grupTV ini punya wartawan sendiri,editor sendiri, punya orang gravis sendiri, pokonya semua serba sendiri. Pada tahun 2015 ada integrasi, tujuannya untuk selain lebih menghemat penguran dan lebih memudahkan distribusi kontennya, jadi semua dijadiin satu. Sekarang ada divisi Gethering, berarti ngurusin wartawan nah

wartawan ini akan distribusi mau liputan tkimnya siapa, Rcti, iNews, Atau MNC. Makanya sekarang kita nyebutnya integarsi. Semua sekarang induknya ke si iNews. Jadi iNews itu udah kayak PH sebenarnya, kalo mau butuh berita apa mintanya ke iNews.

3. Mengapa setiap program harus memiliki rating dan share yang tinggi?

Informan: Untuk rating dan share itu patokan dan setiap TV memiliki targetnya beda – beda kadang di satu grup TV ini aja targetnya beda – beda ada yang 5+ ada yang 2 0+. Setiap TV itu namanya orang bekerja harus punya target sih sebenarnya makanya kalo TV itu targetnya dari rating dan share. Misalnya gini TV itu ditargetkan, iNews deh contohnya tahun 2022 ini sharenya harus 3 tapi ketika ada program sharenya selalu ada dibawah 3,1, kadang dibawah 0 sekian, dan nanti itu bakal di review program ini akan dipertahankan atau di take out aja. Kalo misalkan secara share dia gak bagus, jelek terus selalu di angka 0,1,0,1 dan terus dari segi iklan gak banyak masukan, terus dari segi manfaat gak terlalu banyak itu biasanya di take out aja, makanya perlu ada target itu.

4. Mengapa iNews Room bacground berbeda dengan berita lainnya? Yang dimana program berita lain kan bacgroundnya itu biasanya nama program sedangkan iNews Room backgroundnya ruang kerja redaksi?

Informan : Sebenarnya itu kenapa bisa memiliki ide bacground iNews Room itu ditempat kerja ruang redaksi karena newsroom sendiri mempunyai makna ruang kerja redaksi. Terus juga agar penonton tau kalo program ini dalam penyampaian beritanya sudah dibuat dengan faktual. Tujuannya juga agar penontonnya tidak tersesat di jaman banjirnya informasi,

yang dimana banyak banyak berita yang belum tentu kebenarannya.

5. Apakah divisi Research and Development (*Research and Development*) jika iNews Room mendapatkan *rating & share* kecil akan melakukan penelitian atau riset untuk mencari tahu faktor/penyebab dari *rating & share* rendah? (Penelitian yang dilakukan bagaimana?)

Informan: Kalo dulu tuh iNews Room dan iNews Frame satu paket tuh jadi dia tuh selalu ada review setiap harinya, ada groupnya juga jadi buat kita diskusi kenapa kecil, kenapa bagus. Biasanya iNews Room itu lebih ke faktor topik yang diangkat sama narasumbernya, misalkan padahal topiknya udah okey tapi kok sharenya jelek biasanya itu ternyata dari narasumbernya kurang bagus atau bisa juga padahal narasumbernya udah bagus tapi kok sharenya jelek, ooh ternyata dari Anchor nya gak bisa pinter dalam mengulik pernyataan dari si narasumber. Karena kan iNews Room lebih banyak dialog ya dan akhirnya sekarang diakalin dengan dimasukin paket paket berita. Faktor utamanya lebih ke topik yang diangkat dan narasumber. Topiknya harus lebih update dong, misalkan kemarin ada gempa, eh hari ini ada teror bom dan terlanjur nih kita udah terlanjur ngumpulin narasumber bahas gempa, padahal hari ini ada peristiwa teror bom akhirnya karena gak keburu jadi main Gempa aja, nah pasti orang (penonton) mending milih chanel TV yang lain karena orang lagi rame Teror Bom malah bahas gempa. Jadi topik yang diangkat harus terbaru. Kalo dari penelitiannya kita melakukannya setelah beritanya tayang dan kemudian kita akan analisis dengan membuat MBM yang dimana nanti kita akan memasukan CG, Anchor, Judul Beritanya dll nya. Dan riset yang dilakukan itu kita ngecek narasumbernya aja kalo misalnya dulu ada program The Prime Show atau apa gitu ya,

si Anchornya mbak Irakusno kalo dia dulu minta tim kita juga ngecekin kira kira narsumnya siapa yang okey, kelebihan dia apa, kekurangan dia apa, seperti itu. tapi kalo iNews Room ini kan karena durasi dialognya juga lebih pendek jadi udah gak terlalu fokus banget jadi sambil jalan aja, kalo dulu karena durasinya masih panjang full dialog jadi kita ikut bantu rekomendaasi narasumbernya dan kalo sekarang udah banyak paket beritanya. Soalnya dialognya juga yang penting ada narsum gitu. Biasaya kalo kita akan rekomdasiin narsum aja sih tapi yang akan menentukan balik lagi ke tim kreatif, kalo sekarang kita lebih ngasih gambaran ke pasca produksinya jadi kayak kita ngasih tau kemarin itu yang bagus tentang apa main infografis bagus gak, atau ketika mengajukan pertanyaan itu bagus gak, itu supaya baut masukan lagi ke berikutnya.

6. Kalo dilihat atau hasil penelitian dari divisi *Research and Development* biasanya faktor/penyebab dari rating & share iNews Room kecil biasanya karena apa?

Informan: Biasanya kita membandingkan dengan TV Kompotitor, yaitu misalkan di hari itu yang pasti diliat dulu topik terbarunya siapa. Misalkan kita main topiknya gak baru sedangkan TV kompotitor mainnya yang sudah update nih , kalo kayak gitu kita gak bisa ngebandiing karena mereka pasti udah tau. Tapi ketika di hari yang sama itu semua main isu terbaru nah kita kudu cek di kompotitor, kompotitor ternyata Narasumbernya lebih Oke, lebih A1 (istilah untuk narasumber yang paling kompeten), cek di TV lainnya itu mereka main apa misalkan mereka dapat gambar apa, atau bisa mereka bikin infografis bagaimana itu sih paling kita bandingin dengan kompotitor. Karena penyakit dari kita juga sih, TV iNews kan merupakan TV baru jadi kadang narasumber ini itung itung, contoh misalnya kayak gini si

narasumber di undang di Tvone di hari yang sama dengan tawaran yang diberikan iNews, nah narasumber ini pasti milih Tvone. Karena Tvone sudah terkenal dia akan pilih Tvone karena akan buat nilai plus buat dia juga, mungkin dia pikir di Tvone lebih banyak yang nonton dari pada di iNews. Kadang di iNews tuh kasiannya suka dibatalin sama narasumbernya. Terus kalo udah tau nih faktornya apa atau penyebab dari rating dan sharenya kecil ini kita akan melakukan perencanaan dengan membuat agenda seting, tapi perencanaan kita ini nanti kita serahkan lagi ke pemilik program mereka mau ikutin saran yang kita kasih atau nggak.

7. Jika *Research and Development* sudah mengetahui faktor atau penyebab dari rating & share rendah, perencanaan apa yang dilakukan oleh divisi *Research and Development* untuk membantu meningkatkan *rating & share*?

Informan : Biasanya kita membandingkan dengan TV Kompetitor, yaitu misalkan di hari itu yang pasti diliat dulu topik terbarunya siapa. Misalkan kita main topiknya gak baru sedangkan TV kompetitor mainnya yang sudah update nih , kalo kayak gitu kita gak bisa ngebandiing karena mereka pasti udah tau. Tapi ketika di hari yang sama itu semua main isu terbaru nah kita kudu cek di kompetitor, kompetitor ternyata Narasumbernya lebih Oke, lebih A1 (istilah untuk narasumber yang paling kompeten), cek di TV lainnya itu mereka main apa misalkan mereka dapat gambar apa, atau bisa mereka bikin infografis bagaimana itu sih paling kita bandingin dengan kompetitor. Karena penyakit dari kita juga sih, TV iNews kan merupakan TV baru jadi kadang narasumber ini itung itung, contoh misalnya kayak gini si narasumber di undang di Tvone di hari yang sama dengan tawaran yang diberikan iNews, nah narasumber ini pasti milih Tvone. Karena Tvone sudah terkenal dia akan pilih Tvone karena akan buat nilai plus buat dia juga, mungkin dia pikir di Tvone lebih banyak yang nonton dari pada di iNews. Kadang di iNews tuh kasiannya suka dibatalin sama narasumbernya. Terus kalo udah tau nih

faktornya apa atau penyebab dari rating dan sharenya kecil ini kita akan melakukan perencanaan dengan membuat agenda seting, tapi perencanaan kita ini nanti kita serahkan lagi ke pemilik program mereka mau ikutin saran yang kita kasih atau nggak.

8. Siapa target audience dari program iNews Room?

Informan: Karena iNews Room tayang di Primetime jelas target audiencenya *Male*. Kenapa male, karena penonton pria itu lebih royal dari pada penonton perempuan. Jadi kalo di jam Primetime itu tayang di jam 6 lewat lah sampai jam 9 malam, di jam bapak bapak pulang kerja. Nah rata rata di Tv berita dijam segitu rata – rata targetnya Male di usia 30 tahun ketas dari kelas aper. Nah untuk iNews sendiri target audiencenya berbeda dari program yang tayan di jam primetime.

9. Ketika *Research and Development* sudah mempunyai rencana (*planing*) untuk mengeksekusi atau pelaksanaannya bagaimana? Dan apakah dalam pelaksanaan ini terdapat kendala (hambatan) atau perubahan rencana ?

Informan : Biasanya mungkin kita punya ide ide baru, kita juga ngecek tiap minggu kita punya rapat mingguan nah dari situ keliatan kan sebenarnya program mana yang turun, program mana yang naik. Kalo misalkan kita lihat salah satu program makin drop ya kita bikin analisisnya, analisisnya mungkin bisa dilihat dari sebulan terakhir dibanding sampe dua bulan terakhir. Dari situ kita ajukan ke pemrednya atau kita presntasiin langsung dirapat mingguan, jadi dari pimpinannya langsung tau, ada masalah di apanya. Cuma masalahnya kadang kita presentasi di Meting besar suka gak turun sampe ke produsernya gitu, maka kadang itu yang suka jadi kendala. Padahal kita udah kasih masukan ke pimpinannya tapi kadang suka ada mis atau kelewat atau gimana gitu jadi kadang suka gak sampe ke

produsernya. Jadi kadang kita juga punya agenda seting nih buat minggu kedepan nah kadang tim program bingung misalkan besok mereka mau main apa, nah aturan bagusnya main aja agenda seting yang sudah tim *Research and Development* buat, nah kadang mereka ini gak tau agenda seting minggu kedepan yang udah kita buat tuh apa.

10. Untuk mengetahui hasil akhir yang telah dilaksanakan ini apakah isu – isu yang dimainkan ini efektif menarik penonton/*audience*?

Informan : Hmm tergantung, karena kalo misal kita kasih masukan kadang berhasil kalo itu diikuti kadang berhasil kadang nggak karena TV itu dinamis banget. Soalnya karena sekarang penonton TV kalo mau cari informasi gakk ke TV aja bisa ke Youtube atau ke media lainnya. Apalagi iNews sekarang ada Youtubenya juga, jadi tergantung sih karena banyak faktor sebetulnya bisa lebih bagus atau lebih turun, karena TV itu emang dinamis banget. Tapi biasanya saran dari kita ini cukup efektif atau bisa membantu tim produksi untuk menyiapkan bahan berita.

11. Setelah melakukan tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengukuran apakah tim *Research and Development* melakukan Pelaporan/ Rapat Evaluasi untuk melihat keberhasilan perencanaan yang dibuat?

Informan: Iya pasti, karena kita kan ada meting Fronline (angka angka membahas rating dan share) dan ada meting agenda seting, agenda seting itu membahas konten – konten atau isu yang dibahas kayak gitu gitu. Ada juga meting masing masing TV, nah itu semuanya dibahas mulai dari isu rating dan share, terus mau narasumber apa aja semuanya bisa dibahas. Dari semua meting itu, semua terkait ada dari redaksi, dari Gathering (tim lapangan), tim suport (Grafis, Editor, sama MCR(Kontrol Room)), tim anchor termasuk wardrobe. Misalkan di iNews

Room, baju anchornya jelek deh atau kurang elegant, atau warnanya kurang bagus, nah ketika kita ngomong begitu pasti pimpinannya ada disitu. Nah nanti dia akan tanya itu tanggal berapa atau kenapa dia akan ngasih jawaban kenapa waktu itu jelek atau misalkan karena dadakan atau kekurangan baju.

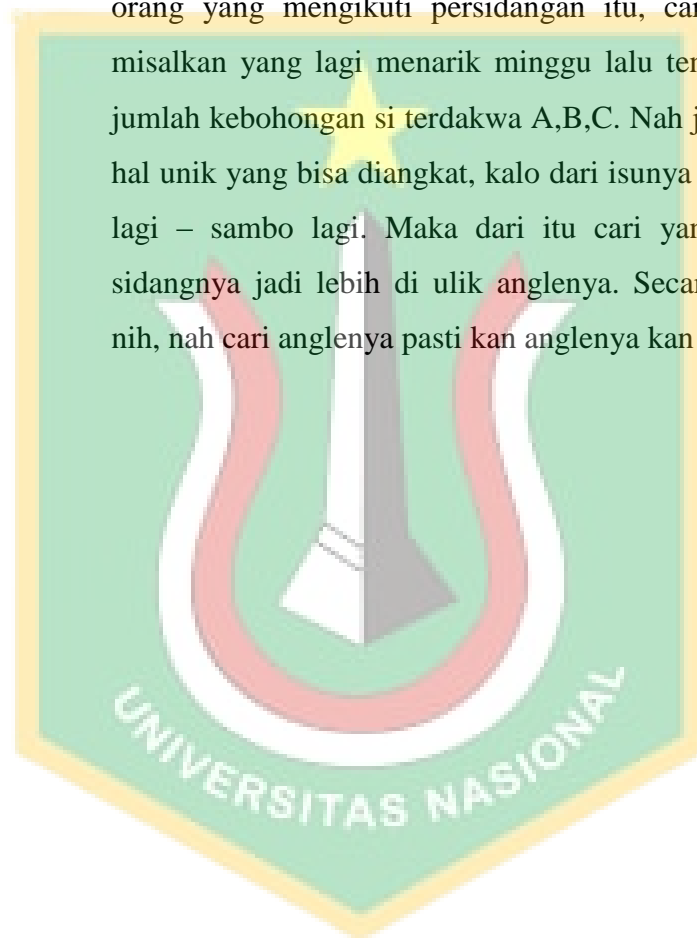
12. Dalam rapat evaluasi ini tim *Research and Development* melakukan rapat dengan divisi apa saja?

Informan: Pada rapat mingguan evaluasi ini biasanya semua divisi ada semua terkait ada dari redaksi, dari Gathering (tim lapangan), tim suport (Grafis, Editor, sama MCR(Kontrol Room)), tim anchor termasuk wardrobe.

13. Dari rapat evaluasi ini apakah jika isu yang dimainkan menapat rating dan share tinggi apakah isu itu akan dimainkan ulang?

Informan: Ganti, kan makanya itu TV kan dinamis banget jangankan minggu depan, nanti sore aja bisa berubah. Makanya yang nama TV itu dinamis jadi ketika isu udah naik atau turun itu hal yang wajar sih. Ketika kita kerja di media share itu terlalu dinamis atau monoton itu hal yang biasa, karena bagus nggaknya program kita itu banyak faktor. Faktornya bisa dai internal maupun eksternal, apalagi kayak kemarin piala dunia itu kan faktor eksternal ya, misalnya piala dunia main di grup sctv nah itu mempengaruhi di grup kita. Jumlah penonton kita jadi turun, bukan turun sih jumlah sharenya jadi turun. Kadang kalo dari internal bisa juga tim redaksinya udah bikin se-sempurna mungkin, misalnya dari isunya bagus, narasumbernya bagus, anchornya bagus, semuanya bagus tapi ternyata sharenya kecil berarti bisa juga kurang promo. Berati tim promo atau tim selesnya kurang, padahal kita udah bikin sebagus mungkin tapi sharenya masih jelek, banyak faktor kalo di TV itu. Jadi kalo isu yang dimainkan mendapatkan rating

dan share tinggi itu gak dimainkan ulang, tapi mungkin bakal diambil dari angle yang berbeda. Kayak contoh kasus sambo kan ini masih jalan walaupun ya cuma begitu gitu aja, tapi mau gak mau karena gak ada berita yang lagi rame jadi harus tetap ada. Nah harusnya tim redaksi harus lebih kreatif mengangkat hal hal yang menarik dari persidangan itu. karekan gak banyak orang yang mengikuti persidangan itu, cari yang menarik, misalkan yang lagi menarik minggu lalu tentang soal berapa jumlah kebohongan si terdakwa A,B,C. Nah jadi harus cari hal hal unik yang bisa diangkat, kalo dari isunya bosen kan sambo lagi – sambo lagi. Maka dari itu cari yang unik dari sisi sidangnya jadi lebih di ulik anglenya. Secara topik gak asik nih, nah cari anglenya pasti kan anglenya kan pasti banyak.



Lampiran IV: Panduan Dan Transkrip Wawancara Informan Pendukung,

Fatiya Nazofa

Nama dan Jabatan : Fatiya Nazofa (Anggota Divisi Research and Development)

Topik : Peran Divisi *Research and Development* Dalam Membantu Meningkatkan Rating dan Share Program iNews ROOM DI Siaran Televisi iNews

Hari / Tanggal : 20 Desember 2022

Waktu : 16.000 Wib

Tempat : PT. SUN TELEVISI NETWORK (iNEWS TV)
MNC Tower Lt.9 Jl. Kebun Sirih Raya 17 – 19
Jakarta Pusat 10340.

Daftar Pertanyaan :

1. Mengapa disetiap media termasuk iNews harus ada divisi *Research and Development*?

Informan : Karena setiap program itu pasti punya marketnya, maksudnya penontonya masing – masing jadi kenapa harus ada divisi *Research and Development* karena kan semuanya itu market, kalo kita ngomongin market, pasti market itu terus berubah gak selalu sama. Pasti nanti ada yang unik atau satu program yang beda, nah disitu kita buat tau buat ngelihat atau mantau gimana sih penonton program itu atau iNewsnya, jadi kenapa butuh *Research and Development*.

2. Bisakah ibu menceritakan bagaimana proses kerja dari divisi *Research and Development* di iNews ini?

Informan : Kalo untuk proses kerjanya, karena kita pasca produksi jadi kita itu kerjanya bukan bikin berita tapi kita ngeliat hasil dari berita yang sudah tayang. Jadi kalo kita udah liat hasilnya kita

jadi tau performanya gimana. Pokonya kita lebih ke pasca produksi tau performanya sama perkembangan selanjutnya gimana, maksudnya kita nanti bisa liat program ini gimana bisa lanjut atau nggak. Standar kerja dengan membuat MBM, Database, nah nanti dari situ bisa di olah ke berbagai data yang dibutuhkan.

3. Mengapa setiap program harus memiliki rating dan share yang tinggi?

Informan : Karena kan perusahaan kita ini pasti mencari market kan, keuntungan kan udah pasti. Keuntungan itu didapatkan kalo kita mendapat penonton banyak, kenapa penonton banyak karenakan pasti kita bakal banyak iklan kalo banyak yang nonton pastikan kita akan banyak iklan yang masuk atau naro iklan di TV itu. Nah kenapa harus sharenya tinggi karena rating dan sharenya kan di tentuin dari penonton. Kalo rating dari jumlah orang yang punya TV dan share di tentuin dari jumlah orang yang nonton program itu, jadi kalo misalkan rating dan sharenya tinggi ya otomatis banyak yang nonton program kita atau TV kita, makanya kenapa yang dikejanya itu.

4. Mengapa iNews Room background berbeda dengan berita lainnya? Yang dimana program berita lain kan backgroundnya itu biasanya nama program sedangkan iNews Room backgroundnya ruang kerja redaksi?

Informan: Karena kan dijamin sekarang ini teknologi udah semakin canggih ya, karena canggihnya teknologi ini masyarakat jadi di kelilingi beragam informasi. Nah informasi ini juga banyak yang kebenarannya masih belum jelas terus juga kan banyak berita hoax. Maka dari itu iNews Room hadir untuk membantu masyarakat agar tidak tersesat dalam menyerap isu – isu yang beredar.

5. Apakah divisi Research and Development (*Research and Development*) jika iNews Room mendapatkan *rating & share* kecil akan melakukan penelitian atau riset untuk mencari tahu faktor/penyebab dari *rating & share* rendah? (Penelitian yang dilakukan bagaimana?)

Informan : Jadi tuh semua program termasuk iNews Room, tapi karena waktu itu iNews Room karena lagi di awasi, pasti diliat kenapa *share*nya turun, kenapa jeleknya kita liat liat di TV kompotitor karena biar kita tau kita kurangnya di apa atau kenapa iNews Room gak masuk ke penontonnya iNews jadi biar tau makanya dicari tau kenapa penyebabnya. Penelitiannya dilakukan dengan membuat MBM, nah terus kita juga ada data Ariana, nah jadi dari situ keliatan dibagian mana yang jelek dan kita juga liat kompotitor. Jadi selain MBM kita juga liat si kompotitor, si kompotior pengemasannya bagaimana. Jadi kalo misalkan *step by step* nya itu pertama MBM, masukin data dari Ariananya nah nanti kita liat hasil datanya nah nanti kita analisis sendiri sih, sama liat kompotitor abis itu.

6. Kalo dilihat atau hasil penelitian dari divisi *Research and Development* biasanya faktor/penyebab dari *rating & share* iNews Room kecil biasanya karena apa?

Informan: Kalo iNews Room biasanya kecil karena dia kan di jam Prime time, di saat TV – TV lain isunya lebih *hot* maksudnya isunya lebih terkini, emang lebih banyak diperbincangkan, dan lalu karena kompotitor iNews Room itu lebih banyak dialog. Sedangkan iNews Room karena kalo banyak main dialog itu gakuat, maksudnya tipekal penonton iNews Room ini gak bisa kalo dikasih dialog panjang. Nah jadinya kenapa suka kalah sama kompotitor karena itu, karena kompotitor yang jam tayangnya sama kayak iNews Room lagi main dialog. Soalnya kan kalo ada dialog itu faktual, dan biasanya kalo ada dialog

itu dibikin por dan kontra jadinya keliatan seru. Kalo di iNews Room belum tentu dapat narasumber yang bagus, belum tentu dapat narasumber yang bikin hidup dialognya jadinya kadang kalah disitunya sama kompotitor.

7. Jika *Research and Development* sudah mengetahui faktor atau penyebab dari rating & share rendah, perencanaan apa yang dilakukan oleh divisi *Research and Development* untuk membantu meningkatkan *rating & share*?

Informan: Nahkan kita udah analisis tadi terus dapatkan. Nah misalnya kayak tadi kita kurang di Hot isu jadi kita gak dapat hot isu sedangkan kompotitor mainin, nah kita juga kalah di Narasumber. Nah itukan temuan yang kita temuan di iNews Room, kenapa sharenya bisa jelek nah temuan itu dan kekurangan itu yang kita ajukan nanti ketemen temen Eksekutif Produser atau nanti ke Manajernya langsung berupa agenda seting atau nanti kita sarankan memilih narasumber yang lebih bagus kita sarankan memilih topik yang lebih Hot Isu berarti kita harus uptodate terus. Nah selebihnya saran dari *Research and Development* itu diserahkan lagi ke pemilik programnya nah nanti mereka mau adaptasi saran kita atau nggak nah itu diserahkan lagi ke mereka.

8. Siapa target audience dari program iNews Room?

Informan : Kalo untuk target audiencenya yang udah pasti laki laki, tapi kalo misalnya diliat dijam segitu untuk penonton iNews Room tapi ada juga penonton wanita. Penontonnya Female dan Ibu – Ibu, jadinya kita kemas lagi tuh. Kalo untuk target audience iNews Roomnya laki laki tetep tapi kan kita sesuaikan lagi ke Market, jadi kita sesuaikan lagi tetep ada berita untuk laki lakinya tapi kita selipin juga berita untuk ibu ibunya jadi gak

selalu isu isu yang tidak sulit, kita juga masukan isu isu yang mudah dimengerti atau yang menyenangkan untuk penonton wanita.

9. Ketika *Research and Development* sudah mempunyai rencana (*planing*) untuk mengeksekusi atau pelaksanaannya bagaimana? Dan apakah dalam pelaksanaan ini terdapat kendala (hambatan) atau perubahan rencana?

Informan: Kalo untuk planing kita itu lebih ke ngasih saran kali ya, kalo untuk planing ngebuat berita kita gak buat sama sekali karena kita itukan pasca produksi bukan pra produksi. Karena kita pasca produksi jadi kita cuma ngasih performa dan masukan atau saran untuk penentuan selebihnya itu lebih ke manajernya untuk ngasih tau ke anak buah – buahnya, kalo kita cuma bisa ngasih tau nih jeleknya karena apa, saran dari kita kayak gini dan kalo misalkan nanti ada tambahan dari kita kitanya juga kita kasih tau, misalnya *Research and Development* punya ide nanti kita kasih tau ke pemilik programnya ide iNews Roomnya, kayak misalnya iNews Room lebih bagus dibuat kayak gini deh misalnya tapi selebihnya balik lagi kepemilik programnya. Dan kalo misal untuk hambatannya sendiri misalnya kayak gini, nanti kan kita sudah siapin atau menyarankan yaa agenda seting yang pas itu apa aja, nah tapi kadang tuh agenda setting yang kita buat gak sampe ke produsernya jadi ada miskom.

10. Untuk mengetahui hasil akhir yang telah dilaksanakan ini apakah isu – isu yang dimainkan ini efektif untuk menarik penonton/*audience*?

Informan : Efektif atau nggaknya sih itu lebih dilihat dari jangka panjang tapi seenggaknya kita dapat membantu. Jadi membantu mereka lebih berkreasi, maksudnya mereka udah ngerasa jelek tayangannya terus nanti kita kasih saran. Nah setelah kita kasih

saran tayangannya jadi langsung bagus nah itu juga belum tentu karena faktor yang nentuin share itu banyak ya, tapi senggaknya kita udah bisa ngasih tau harusnya yang lebih bagusnya kayak gini nih, tapi biasanya sih saran dari kita ya cukup efektif dan membantu.

11. Setelah melakukan tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengukuran apakah tim *Research and Development* melakukan Pelaporan/ Rapat Evaluasi untuk melihat keberhasilan perencanaan yang dibuat?

Informan : Pasti, jadi makanya kita akan suka ada rapat Mingguan, misalnya minggu ini ada yang bilang iNews Room sharenya turun, ooh yauda minggu ini kita cari tau apa yang buat iNews Roomnya turun nanti dirapat kita kasih tau turunya karena ini, nanti kita serahkan lagi ke mereka mau melakukan perubahan atau nggak. Tapi kalo misalkan mereka melakukan perubahan mengikuti saran kita, nah nanti kita pantau terus perubahan ini bawa dampak positif atau nggak untuk si program iNews Roomnya, jadi selalu ada rapat evaluasi berkala dari *Research and Development* untuk program – program.

12. Dalam rapat evaluasi ini tim *Research and Development* melakukan rapat dengan divisi apa saja?

Informan : Rapat evaluasi biasanya semua divisi kadang juga ada yang satu program khusus yang minta review atau evaluasi itu juga ada tapi kalo misalnya yang udah setiap Minggu itu semuanya.

13. Dari rapat evaluasi ini apakah jika isu yang dimainkan menapat rating dan share tinggi apakah isu itu akan dimainkan ulang?

Informan: Nggak, jadi kita itu selalu berubah ya namanya juga berita gak mungkin selalu sama. Tapi mungkin pengemasannya yang bakal beda, misalnya *Research and Development* menemukan ide untuk dimainkannya segemen khusus misalnya isinya kriminal atau Politik. Nah itu dimainin sama satu Program tapi berita didalamnya berubah rubah.



Lampiran V: Dokumentasi Foto Wawancara



Gambar1. Foto Bersama Key Informan (Inggil Wastu Pratiwi)



Gambar 2. Foto Bersama Informan Pendukung (Fatiya Nazofa)

Lampiran VI :Daftar Riwayat Hidup Penulis



Nama : Febri Liyani
NPM : 193516516070
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta , 23 Febuari 2001
Alamat : Jl Tebet Utara I Rt 03/10
Email : febyliani0223@gmail.com
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia

Pendidikan Formal :

1. SDN Tebet Timur 07 Pagi (2007 – 2013)
2. SMPN 181 Jakarta Pusat (2013 – 2016)
3. SMA ISLAM AS – SYAFI'YAH 01 (2016 – 2019)
4. Mahasiswa Ilmu Komunikasi ,Universitas Nasional – Jakarta Selatan

Lampiran VII: Revisi Skripsi

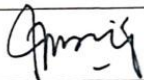
REVISI SKRIPSI “Peran Divisi Research and Development Dalam Membantu Meningkatkan Rating dan Share Program iNews ROOM DI
Siaran Televisi iNews”

Nama : Febri Liyani

NPM: 193516516070

No	Nama Penguji	Revisi yang Disarankan	Hasil Revisi	Tanda Tangan Penguji
1.	Dr. Hendra Maujana Saragih S.IP.,M.Si	Ikuti arahan sidang dalam perbaikan	Sudah melakukan perbaikan sesuai arahan saat sidang skripsi.	
		Pertajam analisa dan pembahasan	Penyajian data dan pembahasan sudah dipertajam sesuai masukan saat sidang.	
		Perbaiki typo	Typo sudah diperbaiki.	
2.	Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si.	Bab 1 Latar belakang sesuai fenomena	Latar belakang sudah diperbaiki dengan menambahkan anchor iNews Room dan memasukan jumlah rating dari program iNews Siang.	
		Bab 2 teori diperbaiki	Teori sudah diperbaiki dan sudah menambahkan teori agenda setting dari buku Tamburaka.	



		Bab 4 hasil penelitian dilengkapi dan pembahasan dibahas dengan sistematis gunakan teori agenda setting kesimpulan disesuaikan dengan hasil penelitian	Pada hasil penelitian sudah dilengkapi dengan memberikkan sub seperti arahan saat sidang dan sudah menambahkan teori agenda setting di pembahasan, kesimpulan juga sudah disesuaikan dengan hasil penelitian	
3.	Nursatyo, S.Sos. M.Si.	Rapikan lagi teknis penulisan	Teknis penulisan sudah dirapikan	



tahap 1

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

22%
INTERNET SOURCES

3%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	kc.umn.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
6	www.coursehero.com Internet Source	1%
7	id.wikipedia.org Internet Source	1%
8	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
9	core.ac.uk Internet Source	1%