

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan riset pada penelitian terdahulu, untuk mendukung penelitian. Dibawah ini penulis hendak menguraikan penelitian terdahulu yang menjadi referensi teortis bagi penulis sehingga diyakini bahwa dalam penelitian penulis ini dapat memberikan pemanfaatan dan sesuatu yang baru dalam riset-riset yang sejenis.

Dalam melakukan riset ini, peneliti juga mengacu pada teori-teori yang ada pada penelitian sebelumnya untuk nantinya akan menjadi bahan acuan bagi penelitian ini dan dapat dibandingkan hasilnya dengan penelitian yang saat ini peneliti lakukan. Dibawah ini merupakan paparan mengenai riset yang dilakukan peneliti pada penelitian-penelitian terdahulu untk bahan acuan, yaitu sebagai berikut.

**Table 1.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti/ Intansi/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori/ Konsep	Kesimpulan
1	Windra Pratama/ BINUS Universit y/2012	Strategi Team Kreatif Dalam Mempertahan-kan Kualitas Program Acara “SKETSA” Di Trans TV	Deskriptif	Pelaksanaan proses produksi di televisi, strategi program, management program siaran	1. Produksi program acara sketsa di Trans TV adalah suatu produksi program televisi yang dibagi kedalam 4 tahapan besar yaitu <i>brainstorming, technical, meeting,</i>

					<p><i>shooting</i>, dan <i>editing</i></p> <p>2. Keunggulan dan keunikan program acara sketsa terdapat pada alur cerita yang tidak mudah ditebak juga penggunaan properti yang unik</p> <p>3. Strategi team kreatif dalam mempertahankan kualitas program ini adalah dengan membuat konten cerita yang bagus dan berkualitas, juga dengan menganalisis karakteristik dan keinginan penonton berdasarkan hasil <i>share</i> dan <i>rating</i> dari program sketsa yang sudah tayang sebelumnya.</p>
2	Damayanti Kurnia/ Universitas Islam Bandung /2015	Strategi Program Tayangan “INI TALKSHOW” di Stasiun Televisi NET	Deskriptif	Konsep Strategi Program dari turunan Management Strategic Media Televisi menurut Morissan (2013)	<p>Penelitian ini akan menarik kesimpulan berupa penjabaran Strategi program tayangan “INI Talk Show” di stasiun televisi NET, yang mencakup:</p> <p>1. Strategi perencanaan program yang meliputi analisis dan strategi program, bauran program, perencanaan dan pemilihan program, dan pertimbangan faktor program</p> <p>2. Strategi produksi dan pembelian program meliputi</p>

					<p>pelaksanaan rencana program, organisasi departemen produksi, produksi dan pembuatan program mulai dari proses praproduksi, produksi dan pasca produksi</p> <p>3. Strategi eksekusi program meliputi pelaksanaan penayangan program dan strategi penayangan program</p> <p>4. Strategi pengawasan dan evaluasi program meliputi kapan pelaksanaannya, siapa pelaksananya serta apa saja konten-konten yang menjadi bahan evaluasi programnya.</p>
--	--	--	--	--	---



3	Agus Isnaeni/ UIN Syarif Hidayatullah Jakarta/2011	Analisis Program Acara "Kick Andy" di Metro TV	Derskriptif	Pelaksanaan Produksi di Televisi	<p>Hasil dari penelitian ini yaitu peneliti menjabarkan proses dan langkah-langkah produksi program yang terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses Pra-Produksi yang meliputi; ide, riset dan pengambilan gambar</li> <li>2. Proses pelaksanaan produksi atau shooting yang meliputi penyiapan materi dan menjabarkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan</li> <li>3. Proses pasca-produksi yang mencakup proses editing secara keseluruhan dari program yang telah dibuat</li> <li>4. Proses evaluasi produksi yang dilakukan setiap hari kamis oleh host dan produser mengacu pada <i>rating</i> dan <i>share</i>.</li> </ol>
---	--	--	-------------	----------------------------------	---



4	Fianca Julian Christia n Imanuel Putro/Universitas Budi Luhur/2018	Strategi Tim Kreatif Pada Program Komunikata Indonesia dalam Mempertahankan Eksistensi di GTV	Deskriptif	Teori dan konsep yang digunakan adalah manajemen strategis yang dikemukakan oleh Morrisson melalui 4 tahap yaitu perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi.	Strategi dalam menetapkan kebijakan untuk menentukan strategi yang dilakukan tim kreatif dengan mengarahkan pemain dan bintang tamu sebelum produksi dimulai. Menentukan sudah sesuai atau tidaknya breakdown/gimmick yang akan dimasukkan kedalam rundown acara, memberikan ide kreatif dan up to date untuk tema yang nantinya dapat mempertahankan eksistensi program. Dimana tim kreatif pada saat pra produksi membuat konten dan ide-ide menarik dengan melakukan tahap awal yaitu meeting creative. Pada saat produksi tim kreatif mengatur alur dan mengawasi jalannya produksi dengan berpedoman kepada apa yang sudah dibuat pada saat pra produksi. Pada pasca produksi, tim kreatif membantu memilih gambar dan kata yang menarik pada saat proses finishing yaitu editing. tim kreatif melakukan evaluasi apabila setelah episode program komunikata sudah ditayangkan dan
---	--	---	------------	--	---

					<p>terjadi kesalahan, maka tim kreatif melakukan evaluasi sesudah salah satu episode program <b>Komunikata Indonesia</b> telah ditayangkan.</p>
--	--	--	--	--	---



5	Ahmad Fauzi, Wulan Purnama Sari/ Universitas Tarumanagara/	Parodi Sebagai Strategi Kreatif Iklan di Indonesia (Study Kasus Iklan Ovo X Grab Versi Rhoma Irama)	Deskriptif	Merumuskan konsep kreatif, tim kreatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep kreatif yang memadukan unsur pendekatan parodi. Tim kreatif Ambil hati agency melakukan formulasi strategi iklan dalam tiga tahapan yaitu dengan cara mengumpulkan dan mempersiapkan segala informasi pemasaran yang dibutuhkan dan mampu mengolah informasi yang didapat guna penetapan suatu positioning secara tepat dan penetapan tujuan
---	--	---	------------	--	--

Oleh karena itu, untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti “duplikasi” penelitian orang lain, maka penulis mempertegas perbedaan antara setiap judul dengan masalah yang dibahas, yaitu sebagai berikut:

Strategi Team Kreatif Dalam Mempertahan-kan Kualitas Program Acara “SKETSA” Di Trans TV, Windra Pratama, BINUS University. Perbedaan, Penelitian ini menggunakan beberapa pedoman konsep dan teori Pelaksanaan prorses prroduksi di televisi, strategi program, management program siaran. Sedangkan penelitian penulis menggunakan konsep strategi manajemen redaksi. Persamaan, penelitian sama-sama membahas mengenai bagaimana strategi tim kreatif didalam program.

Strategi Program Tayangan “INI TALKSHOW” di Stasiun Televisi NET, Damayanti Kurnia, Universitas Islam Bandung. Perbedaan, Penelitian ini memiliki fokus pada strategi program tayangan dengan konsep Strategi Program dari turunan Management Strategic Media Televisi menurut Morissan. Sedangkan pada penelitian penulis memiliki fokus pada strategi tim kreatif itu sendiri pada salah satu program BRTV. Persamaan, Penelitian keduanya sama-sama meneliti strategi dari suatu program.

Analisis Program Acara "Kick Andy" di Metro TV, Agus Isnaeni, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Perbedaan, Penelitian ini memiliki fokus Pelaksanaan Produksi di Televisi. Sedangkan penelitian penulis fokus pada strategi tim kreatif. Persamaan, penelitian ini sama-sama analisi program di televisi.

Strategi Tim Kreatif Pada Program Komunikata Indonesia dalam Mempertahankan Eksistensi di GTV, Fianca Julian Christian Imanuel Putra, Universitas Budi Luhur. Perbedaan, penelitian ini menggunakan teori dan konsep manajemen strategi oleh Morrissan. Sedangkan penelitian penulis

menggunakan konsep manajemen redaksi oleh Henry Fayol. Persamaan pada kedua penelitian ini yaitu sama-sama ingin mengetahui strategi tim kreatif suatu program.

Parodi Sebagai Strategis Kreatif Iklan di Indonesia (Study Kasus Iklan Ovo X Grab Versi Rhoma Irama, Ahmad Fauzi, Wulan Purnama Sari, Universitas Tarumanegara. Perbedaan, penelitian ini memberikan fokus pada study kasus dari sebuah perusahaan. Sedangkan penelitian penulis fokus pada stasiun televisi. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu ingin mengetahui strategi kreatif yang diimplementasikan.

Dari kelima penelitian terdahulu, penulis menyimpulkan bahwa persamaan dari penelitian diatas yaitu ingin mengetahui proses strategi atau rencana dari segi tim kreatif. Perbedaan dari kelima penelitian terdahulu yaitu kelima penelitian diatas menggunakan objek televisi yang sudah ternama di Indonesia, sedangkan penelitian penulis stasiun televisi digital yang masih berproses berkembang menyusul televisi lain yang ada Indonesia.

## **2.2 Kerangka Teoritis**

### **2.2.1 Strategi**

Strategi merupakan tindakan yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu dalam jangka panjang. Di antara berbagai program di televisi, strategi program berita harus memiliki fokus tersendiri. Divisi program berita menjadi hal yang dikhususkan

dibanding dengan program lainnya. Dalam prakteknya, ini dilakukan dengan adanya direktur pemberitaan yang terpisah dari direktur siaran. Divisi berita juga melibatkan sumber daya manusia yang beragam, mulai dari reporter, *news anchor*, kameraman, editor, produser dan sebagainya.

Tugas salah satu yang penting dalam divisi pemberitaan yaitu penerapan strategi dalam pemberitaan. Strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata "program" dalam definisi mengacu pada peran aktif, sadar dan rasional para manajer dalam membentuk strategi organisasi. Strategi memberikan kesatuan arah bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi serta mengarahkan penggunaan sumber daya organisasi yang diinginkan untuk mencapai tujuan.

### **1 Definisi Strategi**

Definisi strategi dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut James Brinn Quinn, *a strategy is the pattern or plan that integrates an organization's major goals, Policies, and action sequences into a cohesive whole.* (Strategi adalah pola atau rencana yang terintegrasi dengan tujuan utama, kebijakan dan rangkaian tindakan sebuah organisasi hingga keseluruhan secara kelompok).

Dalam hal membeli atau memproduksi program stasiun

publik harus memiliki strategi program yang jelas. Susunan dari strategi program harus bersama antara direktur program dengan para manajer senior lainnya.

Pringle-Starr-McCavitt mengatakan ada tiga faktor yang harus dipertimbangkan pengelola stasiun televisi dalam menyusun

strategi programnya, yaitu:

- a) *The nature of the licensee*, yaitu dapat diartikan sebagai misi atau fungsi utama keberadaan stasiun televisi.
- b) Kebutuhan dan kepentingan masyarakat.
- c) Upaya menggalang dana dari masyarakat (*the requirements for fund raising from the audience*).<sup>4</sup>

Perencanaan strategis merupakan aktivitas manajemen bisnis yang bertujuan untuk memastikan perusahaan serta seluruh stakeholder yang terlibat di dalamnya bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis yang sama. Strategic planning adalah cara sebuah bisnis atau organisasi untuk menetapkan prioritas, fokus, dan sumber daya, memperkuat operasi.

---

<sup>4</sup> Morissan, M.A., "Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi", Kencana, 2008, hlm 101

<sup>5</sup> Nadiyah Rahmalia, "Perencanaan Strategis: Arti, Manfaat, Elemen, dan Prosesnya", <https://glints.com/id/lowongan/perencanaan-strategis-adalah/#.Y2YfWXZBzIU>, 13 Juni 2022

Selain itu, aktivitas ini juga memastikan semua yang terlibat dalam kegiatan sehari-harinya bersinergi dengan baik untuk jangka waktu yang panjang.

Dalam perencanaan strategi stasiun penyiaran meliputi

kegiatan:

- a) Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran.
- b) Melakukan identifikasi dan sasaran (target) audiens.
- c) Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih. Memutuskan strategi yang akan digunakan.

Menurut Tjiptono Strategi merupakan sekumpulan cara umum untuk mengimplementasikan ide dan rencana pada waktu tertentu. Menurut David Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat berupa perluasan geografis, desentralisasi, akuisisi, pengembangan produk, modal pasar, rasionalisasi staf, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan. Menurut Anthony, Parrewe, dan Kacmar Strategi adalah perumusan misi dan tujuan suatu organisasi, termasuk rencana dan tindakan untuk mencapai tujuan tersebut secara tegas dengan mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh kekuatan di luar organisasi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kelangsungan organisasi.

Berdasarkan pendapat ahli diatas maka penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah pendekatan menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan dalam jangka waktu tertentu.

### 2.2.2 Manajemen Redaksi

Strategi merupakan pusat dan inti khas dari manajemen strategis. Hal yang mengacu pada strategi yaitu perumusan tugas, tujuan, sasaran organisasi dan strategi kebijakan program pokok memerlukan metode yang dibutuhkan untuk mencapainya dan menjamin bahwa strategi telah diterapkan untuk mencapai tujuan akhir organisasi.

Manajemen strategi adalah istilah yang digunakan sekarang untuk mengidentifikasi perumusan kebijakan/strategi puncak perusahaan dan implementasinya dalam organisasi publik dan swasta.<sup>6</sup> Dalam penegakan sebuah manajemen diperlukannya acuan teori manajemen yang digunakan, maka dari itu peneliti menggunakan teori manajemen redaksi modern milik Henry Fayol yang disebut sebagai Bapak Teori Manajemen Modern. Beliau membagi kegiatan industri menjadi 6 kelompok: teknis, komersil, keuangan, keamanan, akunting, manajerial.

---

<sup>6</sup> Geoge A. Steiner, John B. Minner, "*Kebijakan dan Strategi Manajemen*", Erlangga, 1997, hlm 6

<sup>7</sup> Totok Djuroto. "*Manajemen Penerbitan Pers*", Remaja Rosdakarya, 2004, hlm 96

Menurut Henry Fayol dalam buku Manajemen Penerbitan Pers, fungsi manajemen dalam keredaksian ada empat, yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Organisasi), *Actuating* (Pengarahan), dan *Controlling* (Pengawasan).<sup>7</sup>

Sehingga dalam memproduksi materi program yang berkualitas, maka manajemen redaksi merupakan kekuatan dan daya tarik sebuah media. Sebelum disajikan ke dalam sebuah program, terlebih dahulu melalui proses yang terdiri dari tahapan yang telah dipersiapkan, dan menjadi tanggung jawab bidang redaksional beserta unsur-unsur yang terkait di dalamnya.

Adapun tahapan tersebut sebagai berikut:

a) Perencanaan (*Planning*)

Menurut Nickels dan McHugh, kegiatan yang berkaitan dengan fungsi perencanaan yang menetapkan tujuan dan target, merumuskan strategi untuk mencapai suatu tujuan, menentukan sumber-sumber daya yang dibutuhkan dan menetapkan standar keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pada tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksi yaitu pimpinn redaksi yaitu bertugas merencanakan kegiatan dan mengarahkan jalannya proses redaksi. Lalu dibantu oleh redaktur.

c) Penggerakan (*Acuanting*)

Penggerakan dalam manajemen redaksi adalah tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi yang didasari oleh prinsip dasar sistem kerja kewartawanan, yaitu dari *news gathering*, *news editing*, dan *news evaluating*.

d) Pengawasan (Controlling)

Tahap pengawasan dalam manajemen redaksi adalah untuk mengawasi jalannya roda sebuah media massa, seorang manajer atau pimpinan harus paham bahwa semua permasalahan yang dihadapi oleh semua pimpinan bagian dalam rapat redaksi (rapat perencanaan liputan), biasanya dijadikan arena perang ide gagasan serta evaluasi untuk materi liputan.

Namun tidak semua gaya manajemennya sama dalam organisasi. Di sebuah organisasi pada hakikat, kadar interaksi, dan kadar kesesuaian dengan tuntutananya tidak sama dalam masing-masing organisasi. Macam-macam gaya manajemen: Realis (reaktif terhadap masalah, bergantung pada wewenang kuasa (*power*), Oportunis (menandakan antara idealism dan realism dalam menerapkan gaya), Idealis (teguh dengan prinsip, bercermin pada masalah, bergantung pada kewenangan fakta), Pendamai (menerima dan berusaha memadukan ciri idealism dan yang bertentangan).<sup>8</sup>

Analisa manajemen memiliki 11 pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan Empiris atau kasus
2. Pendekatan Perilaku antarpribadi
3. Pendekatan Perilaku Kelompok
4. Pendekatan sosial kooperatif
5. Pendekatan Sosioteknis
6. Pendekatan Teori Keputusan
7. Pendekatan Sistem
8. Pendekatan Matematis dan Ilmu manajemen
9. Pendekatan *Contingency* atau Situasional
10. Pendekatan Manajerial
11. Pendekatan Operasional

Setiap media massa memerlukan strategi guna meningkatkan penonton melalui program. Begitu juga BRTV sebagai televisi digital dalam bagian redaksional diperlukan strategi untuk terus memperhatikan isi serta nilai program yang disajikan agar penonton terus meningkat.

Definisi manajemen menurut beberapa para ahli diantaranya:

- a) G. R. Terry mengungkapkan manajemen ialah proses karakteristik yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan tindakan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

<sup>8</sup> George A. Steiner, John B. Minner, “*Kebijakan dan Strategi Manajemen*”, Erlangga, 1997, hlm 74

dengan menggunakan sumber daya manusia dan lainnya.

b) Dr. H. Malaju SP. Hasibuan menyebutkan manajemen adalah ilmu dan seni mengelola proses penggunaan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

c) Andrew F. Siklus menjelaskan manajemen umumnya mengacu pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, penentuan posisi, pengarahan, pemotivasian, komunikasi dan pengambilan keputusan dari setiap organisasi untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya perusahaan untuk menghasilkan atau melayani secara efektif.

Berdasarkan pendapat ahli diatas maka penulis menyimpulkan bahwa strategi manajemen redaksi yaitu strategi perencanaan dan juga sasaran yang diperlukan untuk mencapai tujuan akhir organisasi dari redaksi.

### 2.2.3 Komunikasi Massa

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin “*communicatio*“ istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama. Sama yang dimaksud berarti sama makna dan arti, jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan komunikator dan diterima oleh komunikan.<sup>9</sup> “*Who Says Shat In Wich Channel To Whom With What Effect?*” (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek

Apa?)<sup>10</sup>

Menurut Harold Lasswell mengatakan cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan diatas. Unsur-unsur proses komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikasi dan efek merupakan jawaban bagi pertanyaan paradigmatik Lasswell. Menurut Bittner mengungkapkan definisi komunikasi massa yang paling sederhana adalah “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar”. Sedangkan menurut Garbner mengartikan definisi komunikasi massa secara lebih rinci yaitu “Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang continue serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.”

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas mengenai komunikasi massa, maka penulis menyimpulkan komunikasi massa yaitu Komunikasi massa mengacu pada segala bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui sarana media kepada audiens yang tersebar secara tidak langsung maupun langsung.

---

<sup>9</sup> Effendi. *“Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”*, Remaja Rosdakarya, 2004, hlm 30

<sup>10</sup> Mulyana. *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”*, Remarja Rosdakarrya, 2005, hlm 62

<sup>11</sup> Ardianto, E.L. *“Komunikasi Massa: Suatu Pengantar”*, Rekatrama Medira, 2004, hlm 4

## 2.2.4 Media Massa dan Televisi

### 1) Media Massa

Media memainkan peran penting dalam menyaring informasi dan membentuk opini publik, sementara peran lainnya adalah menekankan pentingnya komunikasi massa sebagai alat kontrol sosial. Media massa secara makna adalah alat/sarana untuk menyebarkan berita, analisis, opini, komentar, materi pendidikan dan hiburan. Sedangkan secara etimologis, media massa adalah komunikasi massa yang memiliki arti sebutan lumrah di kalangan akademis untuk studi media massa. Media massa memiliki beberapa bentuk yang kita kenal sekarang ini, yaitu:

#### a. Surat Kabar

Koran juga berasal dari bahasa Belanda yaitu "*krant*", dan dari bahasa Prancis, "*Cournt*". Adapun defnisinya yakni suatu peenerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa politik, kriminal, olahraga, tajuk rencana, ekonomi, sosial dan sebagainya. Surat kabar juga bisa berisi kartun, TTS, dan hiburan lainnya.

#### b. Majalah

Tipe suatu majalah ditentukan oleh khalayak yang dituju,

artinya sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa, atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa.<sup>12</sup> Meskipun terbilang sama sebagai media cetak, majalah tetap berbeda dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik

yang berbeda, yaitu:

- 1) Penyajian yang lebih dalam
- 2) Nilai aktualitas terbilang lebih lama, beda dengan surat kabar yang aktualitasnya terbilang hanya satu hari nilai aktualitas majalah bisa sampai satu minggu.
- 3) Gambar atau foto lebih banyak dikarenakan jumlah halaman yang lebih banyak
- 4) *Cover*, menarik atau tidaknya sebuah majalah ditentukan oleh jenis majalah dan bagaimana ciri-ciri majalah tersebut ditampilkan.

c. Radio

Radio merupakan komunikasi massa elektronik tertua dan sangat fleksibel. Kelebihan radio ada dimana-mana dan sangat serbaguna. Radio sangat berpengaruh bagi khalayak yang sudah dibuktikan dari masa ke masa di berbagai negara.

d. Televisi

Agee mengungkapkan dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan

manusia. Sebanyak 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka di jejal hiburan, berita, dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari.<sup>13</sup>

e. Film

Film adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi, dan film video laser setiap minggunya. Seperti halnya televisi, tujuan khlayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan akan tetap film dapat terkandung unsur informatf maupun edukatif bahkan persuasi.<sup>14</sup>

f. Internet dan Komputer

Laquey mengatakan internet adalah jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia.<sup>15</sup> Internet tambah dewasa menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tidak dapat diabaikan.<sup>16</sup>

Menurut Cangara Media Massa adalah sarana atau alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan oleh sumber kepada penerima atau khlayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi.

---

<sup>13</sup> Ibid, hlm 128

Menurut Denis McQuail Media Massa memiliki karakteristik atau sifat yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*Universality of reach*), yaitu bersifat publik dan mampu memberikan reputasi kepada siapa pun yang muncul di media massa.

Menurut Wilbur Lang Scrhamm Media Massa adalah suatu kelompok kerja yang terorganisasi di sekitar beberapa perangkat untuk menyebarkan pesan yang sama, pada jangka waktu yang sama ke serjumlah besar orang.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas mengenai media massa, maka peneliti menyimpulkan media massa yaitu suatu sarana yang digunakan oleh khalayak dalam menyampaikan pesan dengan kurung waktu yang cepat.

## 2) Televisi

Televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Televisi berasal dari kata *tele* (jauh) dan *vision* (tampak), jadi televisi berarti tampak atau dapat di lihat dari jauh. Dalam *Oxford Learner's Dictionary* menyebutkan, *Television is system of sending and receiving pictures and sounds over a distance by radio waves* (televisi adalah sistem pengiriman dan penerimaan visual dan audio dalam

---

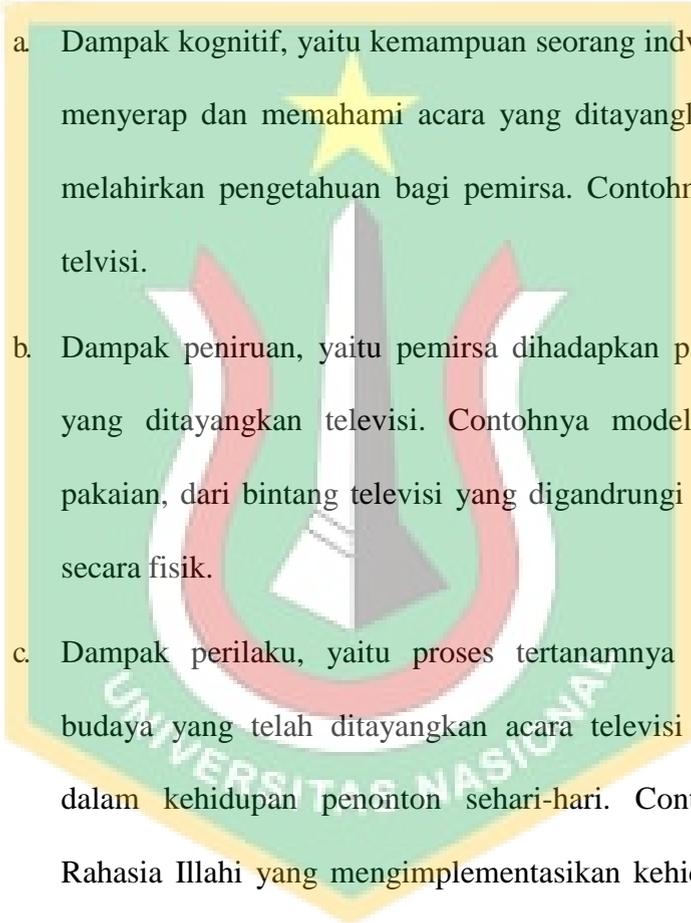
<sup>14</sup> Ibid, hlm 136

<sup>15</sup> Ibid, hlm 142

<sup>16</sup> Ibid, hlm 57-58

suatu jarak tertentu melalui gelombang radio). Secara sederhana kita dapat mendefinisikan televisi sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dan suara dari jarak jauh.<sup>17</sup>

Dampak yang ditimbulkan dari media televisi adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

- 
- a. Dampak kognitif, yaitu kemampuan seorang individu atau pemirsa menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa. Contohnya acara kuis di televisi.
  - b. Dampak peniruan, yaitu pemirsa dihadapkan pada trendi aktual yang ditayangkan televisi. Contohnya model rambut, model pakaian, dari bintang televisi yang digandrungi kemudian di tiru secara fisik.
  - c. Dampak perilaku, yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan penonton sehari-hari. Contohnya tayangan Rahasia Illahi yang mengimplementasikan kehidupan religi bagi masyarakat.

Menurut Adi Badjuri Televisi adalah media pandang sekaligus menjadi media pendengar (audio-visual), yang dimana

<sup>17</sup> Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, 2005. Hlm. 89

<sup>18</sup> Wawan. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, Rhineka Cipta, 1996, h. 100.

orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut. Menurut Ilham Z Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara broadcasting. Istilah ini diambil dari bahasa Yunani yaitu *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio televisi. Menurut Baksin Televisi merupakan hasil dari produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang mampu menyampaikan berbagai informasi dalam bentuk audio-visual gerak.

Berdasarkan pendapat di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa Televisi termasuk dalam media elektronik yang dapat menayangkan acara dalam bentuk gambar atau video dan suara, yang tujuannya adalah untuk memberikan informasi dan hiburan bagi khalayak luas.

### 2.2.5 Penyiaran

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menjelaskan tentang perbedaan lembaga penyiaran dan penyiaran televisi, yaitu:

Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undang yang berlaku.

Penyiaran Televisi adalah media komunikasi massa dengar

pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Berdasarkan penjelasan Komisi Penyiaran Indonesia dikatakan bahwa lembaga penyiaran terkait, dengan klasifikasi status sosial ekonomi sebuah organisasi pers maupun media massa yaitu: penyiaran publik, penyiaran swasta, penyiaran komunitas dan penyiaran berlangganan di atur oleh undang-undang dalam menjalankan tugas, fungsi dan tanggung jawabnya pada khalayak. Pengertian penyiaran televisi merujuk, pada fungsi media tersebut sebagai media komunikasi massa (*audio-visual*) melalui perantara teknologi elektronik yang di kenal dengan televisi.

Sebagian pakar memiliki pendapat sendiri tentang pengertian televisi yang cenderung menggabungkan pengertian dari lembaga penyiaran dan penyiaran televisi, Hafied Cangara dan Abd. Khalik, yang mengungkapkan bahwa televisi merupakan lembaga penyiaran dan media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk sara dan gambar secara umum dan terbuka berupa program yang teratur dan berkesinambungan.<sup>19</sup>

Menurut J.B. Wahyudi Penyiaran adalah proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang

---

<sup>19</sup> Hafied Cangara, Abd. Khalik dan M. Gharlib, *Dasar-dasar Jurnalistik*. CV. Berkah Utama, 2006 hlm. 155

<sup>20</sup> Abdul Rachman, *Dasar-Dasar Penyiaran*, Unri Press, 2019. hlm.15

atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi.<sup>20</sup> Menurut Bern H. Henrke Penyiaran ialah merupakan usaha yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya kepada pendengar secara perorangan dan mengkomunikasikan tersebut sempurna apabila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa penyiaran adalah distribusi konten audio atau video ke audiens yang didistribusikan melalui berbagai media, tetapi biasanya menggunakan spektrum elektromagnetik dengan cara satu ke yang lain.

### **1) Karakteristik Penyiaran Program Televisi**

Dalam sebuah program televisi selalu mempertimbangkan program acara agar dapat di sukai dan diterima oleh masyarakat.

Adapun empat hal yang terkait dalam karakteristik suatu program televisi yaitu:

- a. *Product*, yaitu materi program harus yang bagus dan diharapkan serta di sukai audiens yang di tuju.
- b. *Price*, yaitu biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli atau

memproduksi program serta menentukan tarif untuk pemasang iklan yang hendak berminat memasang iklan pada program bersangkutan.

- c. *Promotion*, yaitu bagaimana memperkenalkan kemudian menjual acara tersebut sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

### 2.2.6 Peran Tim Kreatif

Peran adalah sesuatu yang menjadi bagian atau memegang impinan yang terutama.<sup>21</sup> Sebagaimana dikutip oleh Soejono Soekanto menurut Levinson peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan individu yang penting bagi struktur social masyarakat, peranan meliputi norma-norma yang dikembangkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.

Seperti yang dilihat beberapa definisi di atas bisa disimpulkan bahwa peran yang dijalankan oleh individu atau kelompok mencerminkan harapan dan tujuan yang akan dicapai terhadap perubahan perilaku yang menyertainya.

Tim yang bertugas merancang acara TV yang di anggap menarik perhatian masyarakat disebut tim kreatif. Keberhasilan dari sebuah media bisa dilihat dari peran tim kreatif yang menjadikannya salah satu unsur terpenting.

---

<sup>21</sup> W.J.S. Poerwadarminta, *kamus bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, 1985, hlm. 735.

Tim kreatif merupakan otak kreatif di balik suatu program acara yang ada pada sebuah media, tanpa tim kreatif suatu program akan berjalan sangat datar karena tidak memiliki hal yang menarik untuk mereka kemas agar masyarakat atau penonton bisa menikmati atau tertarik dengan program yang ditayangkan atau disajikan.

Menurut Mabruki Tim Kreatif adalah sekelompok tim yang mengembangkan ide-ide kreatif dan membuat naskah (*script, storyline, screenplay*) untuk diproduksi menjadi program acara tv tentunya arahan dari produser.

Peneliti menyimpulkan bahwa Tim Kreatif adalah beberapa orang kreatif yang tergabung dalam sebuah tim yang bertugas menghasilkan dan mengembangkan ide serta menuangkannya ke dalam bentuk program.

### **2.2.7 Konsep Program**

Program atau acara yang dipersembahkan merupakan salah satu faktor yang membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang disiarkan oleh penyiaran televisi. Program yang membawa audiens mengenal suatu stasiun penyiaran, jika suatu stasiun memperoleh jumlah audiens yang besar dan jika audiens itu memiliki karakteristik yang dicari oleh pemasang iklan, maka stasiun bersangkutan akan sangat menarik bagi pemasang iklan. Dengan demikian, pendapatan dan keuntungan stasiun penyiaran sangat di pengaruhi oleh programnya.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Kencana, 2011. hlm. 209.

Kini Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk sebuah acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang berarti pesan atau rangkaian pesan yang disebarluaskan dalam berbagai bentuk. Dalam dunia penyiaran di Indonesia kata “program lebih sering digunakan dari pada kata “siaran”. Segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran guna memenuhi kebutuhan penonton disebut program.

Suatu program atau siaran dapat dianalogikan seperti barang, produk atau pelayanan (*service*) yang di distribusikan kepada pihak lain, dalam hal seperti audiens atau pemasang iklan. Singkatnya program ini merupakan produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam dunia penyiaran memiliki suatu rumusan yaitu penonton atau pendengar yang lebih besar menyukai program yang baik, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapat perhatian penonton.

**a) Perencanaan Program**

Pringle Star beserta rekannya mengemukakan mengenai perencanaan:

*Program planning involves the development of short, medium, and long-range plan to permit the station to attain its programming and financial objectives.*

Yakni berarti bahwa perencanaan program meringkas pekerjaan dengan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang guna mendapatkan tujuan program, hal berikut yang memungkinkan dari stasiun penyiaran. Pada stasiun

televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi), dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audiens yang tersedia pada waktu tertentu.<sup>23</sup>

#### b) Tujuan Program

Keberhasilan dilihat dari pencapaiannya atas tujuan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya yang mencakup target audiens dan target pendapat, itu merupakan pengelolaan program yang tidak berbeda dengan memasarkan suatu produk kepada konsumen. Tujuan program pada umumnya adalah untuk menarik dan mendapatkan sebanyak mungkin audiens namun jumlah yang banyak bukan satu-satunya tujuan penayangan suatu program. Pengelola *program* atau *programmer* harus memutuskan atau menetapkan apa tujuan suatu program sebelum memproduksi atau membeli program dalam melakukan perencanaan.

Tujuan utama televisi komersial pada umumnya adalah untuk mendapatkan audiens sebanyak-banyaknya untuk menarik pemasang iklan. Menurut Edwin T. Vane dan Lynne S. Gross dalam bukunya *programming for TV, radio and cable* terdapat 5 tujuan penayangan suatu program di televisi komersial yaitu:

---

<sup>23</sup> Peter K. Pringle dan Michael F. Starr, *Electronic Media Management*, Focal Press, 2006, hlm. 104.

- a. Memperoleh sebanyak mungkin audiens
- b. Target audiens tertentu
- c. Prestise
- d. Penghargaan
- e. Kepentingan Publik

Tujuan dari kebanyakan program siaran televisi adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin audiens. Dalam memasarkan dan mempromosikan produk kepada penonton memerlukan kemas iklan dengan banyak dana. Semakin besar audiens yang dapat dijangkau, maka semakin mahal tarif iklan yang harus dibayar, saat itulah potensi pendapatan perusahaan akan meningkat dan keuntungan menjadi semakin besar. Jika sebaliknya terjadi tidak ada atau hanya tersedia audiens, maka tidak akan pemasang iklan yang datang, tidak ada keuntungan.

Pemasang iklan lebih cenderung tertarik dengan program yang memiliki penonton yang tidak terlalu besar dalam target audiens tertentu. Mereka lebih tertarik pada kalangan audiens tertentu seperti perusahaan makanan lebih suka memasang iklan pada program televisi yang diperkirakan akan disukai kalangan ibu-ibu misalnya program masak atau kuliner. Perusahaan makanan ini tentu tidak akan memasang iklan pada program olahraga yang cenderung lebih banyak ditonton oleh pria.

Prestise, terkadang suatu stasiun televisi menyiarkan suatu

program yang tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan prestise atau pangkuan dari pihak lain. Film-film tertentu yang telah memenangkan penghargaan dari berbagai festival film menjadi sumber apresiasi dan pengakuan stasiun televisi. Film berkualitas biasanya tidak selalu sukses secara komersial, sehingga tidak cukup kuat untuk menarik banyak penonton. Namun, stasiun televisi terkadang harus menayangkan film semacam itu untuk meningkatkan citra publik mereka.

Penghargaan, stasiun televisi terkadang membuat acara yang bertujuan untuk memenangkan penghargaan. Pengelola televisi yang menghasilkan acara berkualitas biasanya juga ingin memenangkan penghargaan atas karyanya. Penghargaan tersebut menjadi bagian penting dari tujuan stasiun televisi tersebut untuk menaikkan statusnya.

Kepentingan publik, dalam hal memproduksi program terkadang stasiun televisi harus memenuhi kepentingan atau kebutuhan publik di tempat stasiun berada. Di berbagai daerah memiliki masyarakat dengan kebutuhan dan situasi yang berbeda-beda. Stasiun televisilah bertanggung jawab atas menyajikan program yang dapat memahami situasi serta kebutuhan yang berbeda-beda. Di negara tertentu, stasiun televisi daerah misalnya, diwajibkan undang-undang untuk menyelenggarakan penyiarannya berdasarkan prinsip untuk menjaga keamanan, kepentingan, dan

kebutuhan publik agar stasiun yang bersangkutan tetap dapat mempertahankan izin penyiarnya.<sup>25</sup>

### c) Jenis-jenis Program Televisi

Program yang disajikan stasiun penyiaran memiliki berbagai macam program dan jenis-jenis program terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

- 1) Berita keras (*Hard News*), merupakan bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya wajib harus segera ditayangkan agar dapat diketahui oleh khalayak/audiens secepatnya.
  - a. Program informasi, yaitu segala bentuk jenis siaran yang memiliki tujuan untuk memberitahukan pengetahuan informasi kepada khalayak audiens.
  - b. *Straight News*, yaitu berita singkat (tidak detail) yang hanya menyajikan informasi terpenting saja terhadap suatu peristiwa yang diberitakan.
  - c. *Feature*, yaitu berita yang ditampilkan dengan terkemas berita ringan namun menarik.
  - d. *Infotainment*, yaitu berita yang mengemas informasi mengenai kehidupan selebriti.

---

<sup>25</sup> Ibid, hlm. 107.

2) Berita lunak (*Soft News*), yaitu informasi yang menarik dan penting untuk disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan.

a. *Current Affair*, yaitu program yang mengemas informasi terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam.

b. *Magazine*, yaitu program yang menyajikan informasi ringan dan mendalam. *Magazine* menekankan pada aspek yang menarik dari suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.

c. *Dokumenter*, yaitu program informasi yang memiliki tujuan pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.

d. *Talk Show*, yaitu program yang menyajikan beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara.

e. Program hiburan, yaitu segala bentuk siaran yang memiliki tujuan untuk menghibur penonton dalam bentuk musik, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik dan permainan (*game*).

3) Drama merupakan pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan

konflik dan emosi.

- a *Sinetron*, merupakan drama yang mengusung cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri-sendiri tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan.

4) *Film*, televisi merupakan media terakhir yang dapat menayangkan film sebagai satu program, karena tujuan utama pembuatan film untuk layar lebar adalah agar film itu sendiri didistribusikan dalam bentuk VCD atau DVD, setelah itu dapat ditayangkan di televisi.

5) Permainan atau (*game show*), yaitu suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara kelompok maupun individual yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu.

6) Musik, program ini merupakan pertunjukan yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio. Program musik di televisi tidak saja ditentukan oleh artis yang menarik namun memang memiliki kualitas suara serta bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi lebih menarik.

7) Pertunjukan, merupakan program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik dari studio ataupun di luar studio.

#### d) Proses Penyiaran Program

Proses penyiaran program acara di televisi dibedakan dan terbagi menjadi dua jenis yaitu siaran langsung dan program siaran tidak langsung. Program siaran langsung atau “*Live Event*” yaitu salah satu jenis program acara pada stasiun televisi *broadcasting*.

Siaran langsung dibedakan lagi menjadi dua kategori besar, yaitu siaran langsung dari studio atau area stasiun televisi itu sendiri dan siaran langsung yang berasal dari luar area stasiun televisi tersebut, baik di dalam maupun luar kota. Sedangkan, program yang siarannya tidak langsung atau di sebut *tapping* merupakan proses siaran yang melewati proses rekaman terlebih dahulu. Kemudian baru dilakukan proses penyempurnaan. Penyempurnaan dilakukan melalui sistem audio meliputi: *mixing, dubbing*, sistem video meliputi: *prose editing*, serta sistem *chroma key*. Sistem *chroma key* yaitu penggunaan efek warna dengan penggunaan *background*. Biasanya lebih sering menggunakan background dengan warna hijau dan biru.<sup>26</sup>

Berikut penjelasan yang dikemukakan oleh beberapa para ahli mengenai program, yaitu:

1. Menurut Naratama Program televisi adalah suatu konsep atau perencanaan dasar sebuah telvisi, yang akan menjadi

---

<sup>26</sup> Setyobudi Ciptono. *Pengantar Teknik Broadrasting Televisi*. Graha Ilmu. 2005, hlm. 43.

landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa dari program tersebut.

2. Morissan menerangkan bahwa berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya

yaitu program informasi (Berita), dan program hiburan (Entertainment). Program informasi kemudian dibagi kembali menjadi dua jenis, yaitu: berita keras (*Hard News*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita ringan (*Soft News*) yang merupakan gabungan dari fakta, gosip, dan opini. Sementara itu, program hiburan terbagi menjadi tiga kelompok besar, yaitu musik, drama permainan (*game show*), dan pertunjukan.

Maka dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa program televisi memiliki peran yang sangat berpengaruh pada keberhasilan dari satu program acara yang akan di produksi.

## 2.2 Kerangka Berpikir

Kerangka Pemikiran merupakan pemetaan yang dibuat dalam penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan teori yang relevan dengan

masalah yang diteliti. Melalui kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkat dalam sub-fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

**Table 1.2 Kerangka Berpikir**

Sumber : Pemikiran Penulis

