

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian penelitian yang berupaya untuk membandingkan penelitian yang dikerjakan peneliti dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Pada bagian ini peneliti memaparkan beberapa sumber penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini. Berikut merupakan penelitian sebelumnya sebagai acuan peneliti dalam menggarap penelitian ini.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis/Institusi/Tahun	Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Adis Surjana. Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2019.	Strategi Tim Redaksi Dalam Meningkatkan Kualitas Pemberitaan Di Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Jambi	Teori Strategi	Metode deskriptif kualitatif	Pada penelitian ini, peneliti membahas bagaimana proses pengambilan berita di lapangan dan strategi dari Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Jambi dalam mengoptimalkan kualitas pemberitaan.

No	Nama Penulis/Institusi/Tahun	Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Ariesta Hadi Wulandari. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SALATIGA. (2020)	Analisis Proses Produksi Program Acara Dakwah Dalam TV Lokal (Studi Di ADiTV Yogyakarta)		Metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian tersebut yaitu proses produksi di ADiTV Yogyakarta menghasilkan program-program melalui beberapa proses diantaranya yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
3.	Peramasdino Syafri dan Sri Tunggul Pannindriya. London School of Public Relations. (2019)	Strategi Riau Televisi (Riau TV) Menghadapi Persaingan Dengan TV Nasional Untuk Tetap Eksis Sebagai TV Lokal	Teori Ekologi Media.	Metode deskriptif kualitatif	Hasil dalam penelitian tersebut bahwa strategi yang dilakukan Riau TV mengangkat Riau TV sebagai media mennghadapi persaingan dengan melalui <i>content</i> (program siaran), <i>capital</i> (modal) dan <i>audien</i> (pemirsa).
4.	Melissa Cindy Kharisma Louhenapessy. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2016	Strategi Manajemen Produksi Program Berita Detak Melayu Di Riau Televisi	Teori Manajemen POAC	Metode penelitian kualitatif deskriptif.	Pada penelitian ini diperoleh hasil proses strategi dari manajemen yang berlangsung dalam produksi Detak Melayu.
5.	Mukrimah dan Kamaluddin Tajibu. Jurnal Mercusuar Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Strategi Tim Redaksi Program Lensa Manakarra Di PT Manakarra	Teori Strategi	Metode penelitian kualitatif deskriptif.	Hasil dari penelitian memaparkan bahwa strategi redaksi program Lensa Manakarra dalam

No	Nama Penulis/Institusi/Tahun	Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	UIN Alauddin Makassar. 2020	TV Sulawesi Barat Dalam Meningkatkan Kualitas Produksi Pemberitaan			meningkatkan kualitas pemberitaannya yaitu dengan menambah serta mempercepat penayangan berita, memanfaatkan media sosial, menambahkan alat-alat produksi, penambahan SDM, penambahan ruangan produksi dan menghadirkan nara sumber ke studio.

Dari penelitian terdahulu di atas, terdapat sejumlah persamaan dan perbedaan dengan judul penelitian yang diteliti oleh penulis. Dalam penelitian pertama, skripsi yang ditulis oleh Adis Surjana dengan judul “STRATEGI TIM REDAKSI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBERITAAN DI LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (LPP TVRI) JAMBI” yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Skripsi yang diterbitkan oleh repository Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi proses pengambilan berita di lapangan, strategi tim redaksi, dan kendala yang dihadapi serta cara mengatasi kendala yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Jambi dalam meningkatkan kualitas pemberitaan.

Teori yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan teori yang mengenai hal yang bertaut dengan strategi redaksi. Hasil dari penelitian tersebut strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan pembinaan terhadap tim redaksi agar penyampaian berita dapat lebih aktual, berimbang dan mendidik serta menyajikan berita faktual yang sesuai dengan fakta yang ada. Kemudian kendala yang dihadapi dalam meningkatkan kualitas pemberitaan diantaranya yaitu, gangguan jaringan, komputer error, dan narasumber tidak ingin diwawancarai.

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif dan mengangkat tema seputar strategi dalam media massa televisi. Namun perbedaannya dengan penelitian ini yaitu dari segi subjek penelitiannya berbeda. Adapun subjek penelitian dalam tersebut mewawancarai seorang kepala stasiun Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Jambi sementara subjek penelitian ini adalah kru produksi program Lensa 44 Malam.

Skripsi yang dilakukan oleh Arista Hadi Wulandari (2020) dengan judul “ANALISIS PROSES PRODUKSI PROGRAM ACARA DAKWAH DALAM TV LOKAL (STUDI DI ADiTV YOGYAKARTA)” yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Skripsi yang diterbitkan oleh repository IAIN Salatiga ini memiliki tujuan untuk mengetahui proses produksi program-program acara dakwah di ADiTV.

Persamaan dengan skripsi dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. Namun perbedaannya terdapat pada subjek yang

diteliti pada skripsi tersebut berfokus pada analisis proses produksi sementara penelitian yang digarap oleh peneliti berfokus pada strategi pemberitaan dari televisi lokal ADiTV Yogyakarta.

Jurnal penelitian tahun 2019 dengan judul “STRATEGI RIAU TELEVISI (RIAU TV) MENGHADAPI PERSAINGAN DENGAN TV NASIONAL UNTUK TETAP EKISIS SEBAGAI TV LOKAL” yang dilakukan oleh Peramasdino Syafri dan Sri Tunggul Pannindriya. Jurnal yang diterbitkan oleh eJournal Eko dan Bisnis Riau ini memuat tentang bagaimana strategi dari Riau TV sebagai TV Lokal untuk tetap eksis dalam menghadapi persaingan dengan TV Nasional. Hasil dalam penelitian tersebut memaparkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Riau TV mengacu pada bagaimana Riau TV dalam meraih tiga sumber kehidupannya sebagai media yaitu *content* (program siaran), *audien* (pemirsa) dan *capital* (modal).

Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada media yang diteliti pada jurnal penelitian tersebut berfokus pada Riau TV sementara penelitian yang digarap oleh peneliti berfokus pada ADiTV Yogyakarta. Selain itu, juga terdapat pada pemilihan teori yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan teori ekologi media sementara dalam penelitian ini menggunakan teori manajemen POAC.

Jurnal keempat, yaitu penelitian dengan judul “STRATEGI MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM BERITA DETAK MELAYU DI RIAU TELEVISI” yang

ditulis oleh Mellisa Cindy Kharisma Louhenapessy. Jurnal penelitian tersebut dikeluarkan oleh Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Jurnal yang menggunakan jenis metode kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen mulai dari strategi perencanaan, strategi pengorganisasian, strategi penggerakan dan strategi pengawasan pada produksi program Detak Melayu di Riau Televisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen produksi dari program berita Detak Melayu menerapkan *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengawasan) atau yang biasa dikenal dengan istilah POAC dalam meningkatkan kualitas pemberitaan pada program berita Detak Melayu.

Adapun persamaannya dengan proposal skripsi peneliti ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi media televisi dan menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif. Namun perbedaannya, terdapat pada objek yang diteliti pada jurnal penelitian tersebut berfokus pada program berita Detak Melayu di Riau Televisi sementara penelitian yang digarap oleh peneliti berfokus pada pemberitaan pada program Lensa 44 Malam di televisi lokal ADiTV Yogyakarta.

Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Mukrimah dan Kamaluddin Tajibu (2020) Vol. 1 No. 2 dengan judul “STRATEGI TIM REDAKSI PROGRAM LENSA MANAKARRA DI PT MANAKARRA TV SULAWESI BARAT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUKSI PEMBERITAAN”. Jurnal penelitian tersebut menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif dan memiliki tujuan untuk mengetahui kendala dalam proses produksi dan strategi serta penyajian dari tim redaksi program Lensa Manakarra.

Persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai strategi pemberitaan namun perbedaannya terdapat pada media yang diteliti pada skripsi tersebut berfokus pada program Lensa Manakarra TV Sulawesi sementara penelitian yang digarap oleh peneliti berfokus pada program Lensa 44 Malam ADiTV Yogyakarta.

## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1 Strategi

Strategi adalah sebuah kiat-kiat yang disusun untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang dari organisasi maupun perusahaan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Menurut Effendy, strategi pada dasarnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) guna meraih suatu tujuan.<sup>7</sup> Namun untuk menggapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak hanya berguna dalam menunjukkan arah saja melainkan juga taktik operasionalnya. Sementara menurut David, strategi merupakan cara guna suatu mencapai tujuan dalam jangka panjang. Strateginya dapat berbentuk akuisisi, diversifikasi, perluasan geografis, pengembangan sebuah produk, divestasi, penetrasi pasar, likuidasi, rasionalisasi karyawan dan *joint venture*.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Onong Uchjana E. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004). h.2

<sup>8</sup> Fred David. *Manajemen Strategis Konsep*. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2009) h.18

Menurut Morissan, perencanaan strategis (*strategic planning*) merupakan proses pemilihan suatu tujuan organisasi dalam menentukan strategi, kebijaksanaan dan program strategis yang dibutuhkan dalam meraih tujuan tersebut serta menetapkan metode yang perlu guna memastikan bahwa kebijaksanaan dan strategi telah diaplikasikan.<sup>9</sup>

Dari pengertian tersebut maka menunjukkan bahwa strategi adalah alat utama dan penting yang serasi dengan tujuan suatu organisasi. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan agar strategi yang telah dirancang dapat berlangsung dengan lancar sesuai dengan rencana, yaitu strategi harus dilakukan secara konsisten.

### **2.2.2 Strategi Pemberitaan**

Strategi pemberitaan merupakan cara atau strategi oleh suatu kelompok atau organisasi dalam proses pembuatan berita, mulai dari mencari dan meliput berita, menulis berita, menyunting berita hingga menyebarluaskan sebuah berita.<sup>10</sup> Strategi pemberitaan dapat digunakan dalam mencapai suatu tujuan redaksi sebuah media.

Pada bagian redaksional pada sebuah media sangat diperlukan adanya strategi pemberitaan dan fungsi manajemen. Hal tersebut terus dilakukan dengan cara mengontrol isi dan nilai-nilai berita yang ditayangkan agar isinya menarik dan

---

<sup>9</sup> Morissan. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2015). h.144

<sup>10</sup> Firda Susilawati, Djujur Luciana. *Strategi Pemberitaan Detik.Com Dalam Penyebaran Berita Viral Di Website Www.Detik.Com*. (Universitas Nasional: Ilmu dan Budaya, 2020).



selalu diminati oleh penontonnya. Yang dimaksud dengan pemberitaan adalah suatu proses kegiatan meliput, menulis, hingga menyunting (*editing*) yang berkaitan dan diawali dengan tahap-tahap manajemen.

Menurut George R. Terry mengemukakan bahwa dalam mencapai suatu tujuan diperlukan adanya empat fungsi manajemen. Manajemen yang dimaksud seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.<sup>11</sup>

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan tahap yang pertama dan utama yang harus dilakukan dalam melaksanakan seluruh kegiatan. Pada tahap ini merupakan dimana penyusunan rencana kegiatan awal produksi disusun oleh redaksi. Perencanaan tersebut dapat berupa penentuan tujuan, rapat redaksi, briefing dengan tim liputan, pemilihan isu pemberitaan dan sebagainya.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah melalui tahap perencanaan (*planning*), selanjutnya adalah tahap pengorganisasian. Dalam tahap pengorganisasian, disinilah pengalokasian sumber daya manusia dan tanggungjawab atau yang sering dikenal dengan *staffing*. Di tahap pengorganisasian ini pembagian dan pengembangan mekanisme kerja sumber daya dilaksanakan untuk mencapai tujuan.

c. Penggerakan (*Actuating*)

---

<sup>11</sup> George R. Terry. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2006). h.9

Selanjutnya yaitu tahap penggerakan (*actuating*). Dalam tahap ini dimana manajemen menggerakkan sumber dayanya untuk bekerja sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Penggerakan adalah eksekusi atau pelaksanaan dari seluruh perencanaan yang tersusun melalui adanya dorongan dari pembagian sumber daya manusia di tahap pengorganisasian. Di tahap ini dilakukan adanya rapat redaksi hingga proses *tapping host* di studio.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Selanjutnya adalah tahap pengawasan (*controlling*) untuk memastikan seluruh kegiatan berjalan dengan lancar. Tahap ini adalah evaluasi terhadap hasil keseluruhan tahap yang telah dilaksanakan. Pengawasan dilakukan dengan maksud tujuan agar hasil penggerakan diperoleh secara efektif dan efisien yang selaras dengan perencanaan awal dan tujuan pemberitaan.

### 2.2.3 Berita Televisi

Berita di televisi umumnya terdiri dari peliputan atas beragam peristiwa yang layak diberitakan dengan pertimbangan nilai berita yang ada di setiap peristiwa. Berita televisi dapat diproduksi oleh *newsroom* stasiun televisi maupun diproduksi dalam sistem jaringan stasiun televisi yang bekerja sama.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Fajar Junaedi. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. (Jakarta: Prenada Media Grup, 2014) h. 21

Menurut Mitchel V. Chantley, berita merupakan sebuah laporan yang tepat waktu mengenai suatu kejadian atau opini yang memiliki hal penting di dalamnya yang menjadi daya tarik masyarakat luas.<sup>13</sup> JB Wahyudi juga mengemukakan bahwa berita merupakan suatu laporan tentang sebuah peristiwa yang memiliki nilai penting didalamnya baik mengenai suatu laporan tentang peristiwa kejahatan maupun suatu peristiwa bencana alam dan lain-lainnya. Program berita sendiri terbagi atas dua jenis kategori diantaranya program berita hardnews dan softnews, kedua jenis program pemberitaan tersebut memiliki perbedaan dari jenis berita dan informasi yang ingin disampaikan tergantung dari jenis informasinya.<sup>14</sup>

#### 2.2.4 Unsur Berita

Dalam jurnalisme, perlu mengetahui mengenai unsur berita yang merupakan kaidah dalam penulisan sebuah berita atau yang sering dikenal dengan rumus 5W+1H. Berikut unsur dalam berita.

1. *What* (apa) adalah suatu unsur berita memuat peristiwa apa yang terjadi. Berita yang baik jika memuat pernyataan yang bisa memenuhi dan menjawab unsur *what* (apa).
2. *Who* (siapa) merupakan keterangan yang berisi mengenai siapa saja yang terlibat dalam peristiwa itu.

---

<sup>13</sup> Indah Suryawati. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori Dan Praktik*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) h. 68-69.

<sup>14</sup> Andi Fachruddin. *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. (Jakarta: Prenada Media, 2012). h.49

3. *Where* (dimana) yaitu merupakan lokasi dimana terjadinya tempat kejadian suatu peristiwa.
4. *When* (kapan) yaitu merupakan unsur keterangan waktu terjadinya kejadian peristiwa tersebut.
5. *Why* (mengapa) merupakan alasan atau latar belakang terjadinya kejadian peristiwa tersebut.
6. *How* (bagaimana) berusaha mendeskripsikan mengenai proses terjadinya dari peristiwa tersebut.<sup>15</sup>

### 2.2.5 Jenis Berita

Menurut Morissan dalam bukunya *jurnalistik Televisi Mutakhir* menjelaskan bahwa program informasi terbagi menjadi 2 (dua) bagian yakni *hard news* dan *soft news*.

#### 1. *Hard News*

Berita keras atau *hard news* merupakan segala informasi penting dan menarik yang sifatnya harus segera disiarkan atau ditayangkan. Dalam hal ini, *hard news* dapat dibagi menjadi beragam bentuk berita yaitu:

- a. *Straight News* atau berita langsung merupakan salah satu jenis berita yang dibuat secara langsung. Sifatnya ringkas dan menarik mengenai informasi terkini atau yang terbaru.

---

<sup>15</sup> Inung C. S. *Menulis Di Media Massa*. (Yogyakarta : Citra Aji Parama 2012). h.17-18.

- b. *Feature* merupakan berita yang ringan namun menarik. *Feature* biasanya merupakan suatu kejadian besar dan penting yang memiliki sisi kemanusiaan (*human interest*).
- c. *Infotainment* yang berarti hiburan namun berita hiburan bukan berita yang menyajikan hiburan. *Infotainment* merupakan salah satu bentuk berita keras yang memuat informasi mengenai kehidupan seseorang yang terkenal masyarakat.

## 2. *Soft News*

Berita lunak atau *soft news* merupakan segala informasi yang menarik dan penting dan disajikan secara mendalam (*indepth*) namun bersifat harus segera disiarkan.

- a. *Current Affair* adalah program yang memuat informasi mengenai suatu peristiwa penting disajikan secara lengkap dan mendalam. Seperti informasi kehidupan masyarakat setelah ditimpa bencana alam.
- b. *Magazine* yaitu program yang menyajikan informasi ringan namun mendalam. *Magazine* biasanya berdurasi selama 30 menit atau satu jam memuat beberapa topik yang lebih berfokus pada aspek menariknya daripada aspek yang penting.
- c. Dokumenter merupakan program informasi yang menyajikan mengenai suatu sejarah seorang tokoh, tempat dan sebagainya. Dokumenter memiliki tujuan untuk memberikan pendidikan dan

pembelajaran dengan gaya atau cara penyajian yang menarik dan beragam.

- d. *Talk Show* merupakan program yang menyajikan seseorang atau beberapa orang membicarakan suatu topik yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*).<sup>16</sup>

### 2.2.6 Nilai Berita

Tidak semua berita memiliki nilai atau layak untuk diberitakan kepada khalayak luas. Setiap berita memiliki kriteria umum nilai berita (*news value*). Nilai berita menjadi tolak ukur yang digunakan untuk menentukan kelayakan berita. Nilai berita menjadi tolok ukur yang diterapkan oleh jurnalis dan editor dalam memilih, dan menetapkan fakta di lapangan yang layak untuk diubah menjadi berita yang lebih baik.

Nilai berita dalam program sebuah berita televisi dapat sangat menentukan *share* atau *rating*, yaitu tingkat atau persentase jumlah penonton dari program tersebut daripada program-program berita TV lainnya. *News value* juga penting bagi seorang editor dalam mempertimbangkan dan menetapkan berita terbaik dan terpenting yang akan ditayangkan kepada khalayak luas.

Nilai berita tersebut yang menjadi salah satu pertimbangan wartawan dalam mengukur kelayakan sebuah berita diantaranya yaitu, nilai aktualitas, kedekatan, keluarbiasaan, *human interest* dan lain sebagainya.

---

<sup>16</sup> Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. (Jakarta: Prenada Group, 2014). h. 24-28.

- a. Aktual, yang berarti baru atau sedang hangat-hangatnya sebuah informasi atau berita. Berita yang aktual akan lebih menarik perhatian penonton daripada berita yang basi atau sudah lama. Untuk mengukur aktualitas sebuah berita bisa diukur atau dinilai dari jarak antara perkara peristiwa atau kejadian dengan waktu penyiaran beritanya. Semakin cepat disiarkan, semakin aktual berita tersebut.
- b. Menarik. Sebuah berita amat bergantung pada nilai kebesarannya (*magnitude*) dan keunikannya yang bisa membuat pemirsanya merasa marah, iba, sedih, dsb. Unsur yang menarik juga dapat bersinggungan dengan perihal sesuatu yang aneh atau diluar kebiasaan sehingga menarik orang untuk menyaksikan. Jadi, menarik terdapat dua alat ukur yakni dari segi kebesaran (*magnitude*) dan keunikan berita.
- c. Berguna. Sebagai seorang wartawan harus mengerti berguna atau tidaknya sebuah berita kepada pemirsanya. Tidak bergunanya sebuah berita bertumpu pada guna arti arti yang didapat setelah menyaksikan tayangan berita tersebut. Semakin besar makna berita yang didapat maka semakin besar juga kegunaan dari berita tersebut.
- d. Kedekatan (*Proximity*) artinya kedekatan hubungan sebuah berita dengan pemirsanya. Hal ini bisa diukur melalui jarak antara lokasi peristiwa dengan hobi, tempat tinggal, profesi, psikologis pemirsanya, dsb. Semakin dekat hubungan dengan pemirsanya maka semakin menariklah berita itu.
- e. Keterkenalan (*Prominent*) dari seseorang, benda, dan tempat juga dapat diangkat menjadi bahan sebuah berita. Sebab masalah keterkenalan tidak

hanya menyangkut seseorang saja namun juga terdapat pada benda dan tempat. Semakin terkenal seseorang, benda, atau tempat tersebut maka semakin menarik untuk dijadikan berita. Dan juga semakin tinggi kedudukan atau tingkat seseorang, benda, atau tempat tersebut maka semakin tinggi pula nilai beritanya.

- f. Pertentangan (*Conflict*) adalah sesuatu yang berupa pertentangan antara beberapa pihak disebabkan adanya suatu konflik yang menarik untuk diberitakan. Masalah pertentangan ini dapat berupa persoalan orang per orang, hukum, ekonomi, wilayah, dan lain sebagainya.
- g. Kemanusiaan (*Human Interest*) merupakan segala sesuatu yang dapat menimbulkan emosi manusia. Berita dengan nilai kemanusiaan (human interest) sering menjadi pusat perhatian di kalangan masyarakat. Berita-berita humanis mampu menyita perhatian publik karena mampu menggugah rasa baik sedih, lucu, marah, maupun dramatis.<sup>17</sup>

Dari nilai berita (*news value*) kemudian suatu program acara berita diklasifikasikan lagi menurut sifatnya pada keterikatan waktu atau tidak. Secara garis besar berita dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. *News Bulletin* (Berita Harian)

*News Bulletin* merupakan yang penyajiannya sangat terikat waktu dan mengutamakan kecepatan dalam hal penyajiannya. Berdasarkan jenisnya *news bulletin* memiliki bentuk *straight news* (berita langsung) yang segera

---

<sup>17</sup> Arifin, S, H. *Manajemen Pemberitaan dan Jurnalistik TV*. (Jakarta: Indeks, 2018). h. 47-51



harus disampaikan secepat mungkin kepada khalayak. Isi informasi yang diproduksi harus mengandung nilai kebenaran dan nilai aktualitas tinggi yang tidak akan bernilai jika tidak segera disampaikan.

## 2. *News Magazine* (Berita Berkala)

Berita yang menyajikan topik atau tema mirip dengan topik-topik yang terdapat dalam suatu majalah dan dalam penyajiannya tidak terikat waktu (*timeless*). Produksi *news magazine* merupakan proses produksi informasi yang mengutamakan keindahan namun tetap pada nilai aktualitas.

## 3. Informational News

Penjelasan dan keterangan lebih lanjut dari satu item/butir berita. Pembahasan pada item beritanya adalah masalah hangat yang menjadi pembicaraan orang secara luas dan memiliki nilai berita. Selain itu, informational news juga dapat membahas komentar atau opini, pengumuman, dokumenter, reportase, serta dialog.<sup>18</sup>

### 2.2.7 Media Massa

Kata media berarti tengah atau perantara yang berasal dari bentuk jamak dari kata '*medium*' sementara massa berasal dari kata '*mass*' merupakan bahasa Inggris yang artinya sekumpulan, sekelompok atau orang banyak.<sup>19</sup> Media massa merupakan media komunikasi massa yang masih diminati dan dimanfaatkan oleh

---

<sup>18</sup> Ibid

<sup>19</sup> Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2010). h. 126-127

masyarakat. Dapat disimpulkan media massa adalah sebuah alat yang digunakan sebagai penghubung oleh massa dalam berkomunikasi.

Media merupakan wadah yang digunakan guna memberikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Berdasarkan bentuknya, media massa terbagi atas beberapa diantaranya yaitu, media cetak seperti brosur, surat kabar, majalah, buku, dan media elektronik seperti radio, televisi, film, video, slide, dsb. Hingga saat ini media massa yang massa elektronik yang masih eksis salah satunya yaitu televisi.

### 2.2.8 Televisi

Menurut Elvinaro Ardianto mendefinisikan bahwa televisi merupakan salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat audio visual, direct dan dapat membentuk sikap.<sup>20</sup> Adapun pengertian televisi menurut Sutisno mengartikan bahwa Televisi adalah media telekomunikasi yang berfungsi menerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom maupun berwarna.<sup>21</sup>

Sementara Onong Uchjana Effendy mengartikan televisi bersumber dari kata “*tele*” yang bermakna jauh sementara “*vision*” memiliki arti penglihatan. Maka televisi dalam bahasa Inggris “*television*” memiliki arti melihat dengan jauh.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Karlinah, S. & Ardianto. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007), h. 43

<sup>21</sup> Sutisno P.C.S., *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video* (Jakarta: PT Grasindo, 1993) h. 1

<sup>22</sup> Onong U, Effendy. *Televisi Siaran: Teori dan Praktik*, (Bandung: Bandar Maju, 1993) h. 21-22.

Televisi menurut Adi Badjuri merupakan media pandang sekaligus media pendengar (audio-visual), yang dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.<sup>23</sup>

Adapun karakteristik televisi terbagi dalam beberapa hal sebagai berikut.<sup>24</sup>

a) Audio Visual.

Media massa televisi semakin dirasakan manfaatnya, karena karakteristik televisi ini bersifat audio visual yaitu televisi memiliki kelebihan yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat, maka acara televisi harus selalu dilengkapi dengan gambar dan lain-lain.

b) Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi, dalam proses ini pengarah acara merangkai agar gambar memiliki makna. Tahap kedua adalah penggambaran, yaitu merangkai gambar sedemikian rupa sehingga mempunyai kontinuitas dan mengandung makna tertentu.

c) Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit serta harus dilakukan oleh orang

---

<sup>23</sup> Adi Badjuri. *Jurnalistik Televisi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h.39.

<sup>24</sup> Onong U, Effendy. *Televisi Siaran: Teori dan Praktik*. (Bandung: Bandar Maju, 1993) h. 25.

yang terampil dan terlatih dengan demikian media televisi lebih mahal daripada surat kabar, majalah dan radio.

d) Bersifat satu arah

Siaran televisi bersifat satu arah. Kita sebagai pemirsa hanya bisa menerima berbagai program acara yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola televisi. Kita tidak bisa menyelah, melakukan interupsi saat itu agar suatu acara disiarkan atau tidak disiarkan.

Berdasarkan Undang-Undang Penyiaran Tahun 2002, di Indonesia terdapat 2 (dua) jenis televisi yakni televisi berjaringan nasional dan televisi berskala lokal.<sup>25</sup> Untuk televisi lokal sendiri terdapat 2 tipe yaitu, televisi lokal yang dimodali oleh pemerintah provinsi atau kabupaten melalui APBD dan televisi lokal yang dimodali atau dibiayai oleh perusahaan swasta dengan maksud dan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Ciri-ciri televisi lokal adalah independen yang dalam menyiarkan tayangannya tidak bercermin pada program-program televisi nasional yang umumnya lebih berkiblat pada bisnis.

### 2.2.9 Televisi Lokal

Menurut UU No.32 tahun 2002 pasal 6 ayat (3) menyatakan bahwa dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran yang dikembangkan dengan membentuk sebuah stasiun jaringan dan stasiun lokal. Kemudian dalam pasal 31 ayat (5) menyatakan bahwa stasiun penyiaran lokal dapat mendirikan di daerah

---

<sup>25</sup> KPI. “Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran”. <https://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2032%20Tahun%202002%20tentang%20%20Penyiaran.pdf>. Diakses pada 1 Juli 2023 pukul 18.30 WIB.

tertentu dengan wilayah jangkauan siaran yang terbatas pada lokasi tersebut dalam wilayah negara Republik Indonesia.<sup>26</sup>

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tiap-tiap lembaga penyiaran swasta terbentuk dari stasiun penyiaran lokal dan stasiun penyiaran lokal berjaringan. Menurut Undang-undang diatas kepemilikan modal dan pengelolaan stasiun televisi lokal umumnya sentral pada masyarakat di wilayah lokasi stasiun penyiaran itu berada. Sedangkan untuk stasiun televisi lokal seperti ADiTV yang sebelumnya merupakan salah satu anggota jaringan TV lokal dari stasiun penyiaran lokal berjaringan, yaitu City TV Network.

Munculnya stasiun-stasiun televisi lokal merupakan hasil pengaruh dari implementasi UU No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Adanya hal tersebut diharapkan dapat menghadirkan variasi tayangan baru dan keragaman kepemilikan.

#### **2.2.10 Produksi Program Televisi**

Menurut Fred Wibowo, program televisi tentunya tidak bisa terlepas dengan adanya serangkaian materi untuk meraih sebuah hasil yang maksimal. Materi dalam produksi program televisi yang dimaksud antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Materi Produksi

---

<sup>26</sup> Ibid.

Menurut Fred Wibowo materi produksi dapat berbentuk apa saja yang dapat diolah menjadi suatu produksi yang berkualitas seperti sebuah kejadian, pengalaman, benda, hasil karya, manusia dan binatang. Pemilihan materi yang berkualitas ditentukan oleh adanya pengalaman dan pemikiran yang kritis oleh produser program acara tersebut.

2. Biaya Produksi

Biaya produksi atau perencanaan budget tentu diperlukan dalam tiap produksi program. Biaya produksi dapat mempengaruhi hasil produksi baik secara kualitas dan bobot dari program tersebut. Biaya produksi dapat didasarkan berdasarkan 2 (dua) jenis yaitu *quality oriented* dan *financial oriented*.

3. Sarana Produksi

Sarana produksi merupakan wadah atau sarana pendukung yang dapat menunjang terciptanya sebuah ide menjadi nyata. Maka dari itu, diperlukan adanya kualitas alat standar yang bisa menghasilkan hasil suara dan gambar yang berkualitas.

4. Organisasi Pelaksana

Dalam sebuah produksi sebuah program acara akan menyertakan banyak orang agar proses produksi dapat berlangsung dengan lancar. Tentu diperlukan adanya perencanaan organisasi pelaksana produksi sebaik-baiknya produksi tidak akan menghambat jalannya proses produksi.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Fred Wibowo. *Teknik Produksi Program Televisi*. (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007). h.24-35

Menurut Morissan, produksi pada program televisi terbagi menjadi 3 (tiga) tahapan yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi.

a. Pra Produksi

Tahapan pra produksi atau yang sama halnya dengan tahapan perencanaan ini penting dalam memproduksi sebuah acara. Dalam tahapan ini berbagai macam persiapan dilakukan sebelum proses produksi program. Pada tahap pra produksi ini meliputi 3 (tiga) bagian pendukung kunci keberhasilan suatu produksi program acara yaitu penemuan ide, perencanaan, dan persiapan.

b. Produksi

Pada tahapan ini, semua perencanaan yang telah dirancang dan dituangkan dalam proses pra produksi diimplementasikan dari awal hingga akhir. Pada tahapan ini terbentuk dari beberapa tahapan diantaranya yakni proses pengorganisasian (*organizing*), penggerakkan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

c. Pasca produksi

Dalam tahapan pasca produksi dilaksanakannya proses penyuntingan pada semua hasil dari proses produksi yang telah dijalankan. Dalam hal ini dilakukan dengan melalui *editing online*, *editing offline*, dan *mixing*.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Morissan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2015). h. 231

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir yang digunakan pada penelitian ini yakni terkait adanya suatu konsep yang akan berusaha memberikan uraian dan paparan yang berkenaan dengan teori dari strategi pemberitaan yang dilakukan oleh stasiun televisi lokal ADiTV pada Lensa 44 Malam. Maka dari itu, penelitian yang disusun oleh peneliti bertujuan untuk menyingkap strategi pemberitaan Lensa 44 Malam dari segi manajemen produksi programnya agar selalu menarik dan tetap diminati oleh penontonnya.





**Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran**

