

BAB II

KERANGKA TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Strategi

Strategi pada hakikatnya merupakan suatu *planning* atau rencana dan *management* atau manajemen yang digunakan untuk mencapai tujuan, akan tetapi dalam mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah.¹

Strategi berasal dari kata kerja dalam bahasa Yunani yang merupakan kata benda yakni *stratagos* yang berasal dari kata "*stratos*" atau militer dan "*ago*" atau memimpin. Sebagai kata kerja *stratogo* berarti merencanakan atau *to plan*.² Kata strategi sudah dikenal sejak ratusan tahun yang lalu, istilah setrategi sendiri mulai populer sejak tahun 1960 dengan melalui *American bussines school*.³

Strategi menurut Bintaro Tjokro dan Mustafat Jaya ialah keseluruhan langkah dan rangkaian kebijaksanaan yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan ataupun untuk mengatasi persoalan yang ada.⁴ Sementara itu pada hakikatnya strategi merupakan suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tertentu, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai

¹ Fachrudin, Andi. *Strategi Tayangan Infotainment Di RCTI*. Jurnal Visi Komunikasi. Vol 13, No 1, (Mei 2014), hal 143

² Sudjana. (2000). *Strategi Pembelajaran*. Bandung: Falah Production. hal 5

³ Narsa, I Made. *What Is Strategy?*. Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia. Tahun 2008. Vol 6, No 1, hal 25

⁴ Prof. H. Tjokroamidjojo, Bintaro dan Drs. Mustofadidjaya A .R. (1990). *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*. Jakarta: Gunung Agung. hal 13

peta penunjuk jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik dalam operasionalnya.⁵ Selain itu strategi juga didefinisikan sebagai suatu proses dimana penentuan rencana para pemimpin yang memiliki fokus pada tujuan dalam jangka panjang dan dengan disertai adanya sebuah cara dalam penyusunan bagaimana strategi itu dapat dicapai.⁶

Menurut Drs. H. Hisyam Rafiudin dan Djaliel yang dikutip dari Rafiudin dan Djaliel dalam skripsi Ida Wahyuningsih, untuk mencapai sebuah strategi yang strategis maka harus memperhatikan⁷ :

a. Kekuatan (*strength*)

Merupakan suatu sumber daya yang dimiliki terkait dengan sumber daya manusia, dana, serta beberapa hal lain sebagai model bagi perkembangan dan kelanjutan suatu instansi atau organisasi.

b. Kelemahan (*weaknes*)

Merupakan suatu keterbatasan atau kekuatan dalam hal ketrampilan, kemampuan, dan sumber penghalang bagi kinerja atau tampilan dari suatu instansi atau organisasi.

c. Peluang (*oppertunity*)

Merupakan suatu situasi yang dapat menguntungkan instansi atau organisasi sehingga dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki

⁵ Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A. (2006). *"Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik"*. Bandung: pt Remaja Rosdakarya. 2006. Hal 32.

⁶ Reni Masyitoh. (2018). *"Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya"*. Journal Ummat. Vol, 1. No, 2. Maret pp.51-66. Hal 55.

⁷ Wahyuningsih, I. (2018). *Strategi Dakwah Melalui Terapi Taubat Pada Mantan Preman Dalam Membentuk Kesalahan Individu: Studi Kasus Di Pondok Pesantren Istighfar Perbalan Purwosari Semarang*. Doctoral dissertation, UIN Walisongo Semarang. hal 16-17

untuk meraih kesempatan bagi kemajuan dan kelangsungan instansi atau organisasi tersebut.

d. Ancaman (*threats*)

Merupakan suatu kondisi yang tidak menguntungkan dan dapat menghambat kelanjutan dan kemajuan kegiatan untuk instansi atau organisasi.

2. Berita

a. Pengertian Berita

Berita memiliki kedudukan atau posisi yang penting. Program berita pada setiap stasiun televisi selalu ditempatkan pada “*prime time*” atau waktu terbaik pada televisi.⁸ Pengertian dari berita televisi memiliki ciri khas tersendiri jika dibandingkan dengan pengertian berita media cetak ataupun radio, karena berita televisi harus mempertimbangkan gambar atau visual dari suatu kejadian, bukan hanya sekedar melaporkan peristiwa dalam bentuk narasi atau tulisan saja.⁹

Berita (*news*) adalah sajian utama dari suatu media massa disamping *views* (opini). Dalam sebuah berita tidak terdapat rumusan tunggal mengenai pengertian berita, bahkan sulit untuk mendefinisikan berita karena melibatkan banyak faktor.¹⁰ Selain itu berita juga merupakan suatu jenis tulisan yang berisi tentang suatu kejadian ataupun fakta, dengan menulis berita berarti melaporkan

⁸ Badjuri, Adi. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hal 85

⁹ Drs. Arifin S. Harahap, Msi. (2006). *Jurnalistik televisi Teknik Memburu dan Menulis Berita TV*. PT Indeks Kelompok Gramedia. hal 12

¹⁰ Asep Syamsul M. Romli, S.IP. (2009). *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hal 3

bagaimana peristiwa tersebut telah, sedang, akan, dan baru terjadi. Selain itu dengan menulis berita termasuk melaporkan apa yang didengar dan dilihatnya yang peristiwa tersebut dialami oleh seseorang ataupun sekelompok orang.¹¹

Berita dalam arti jurnalistik merupakan suatu laporan mengenai fakta atau ide terkini yang dipilih oleh staf redaksi stasiun televisi, untuk disiarkan serta dapat menarik perhatian penonton. Baik karena luar biasanya, akibatnya, bahkan dari segi *human* intere-nya seperti ketegangan, emosi, ataupun humor.¹²

Berikut merupakan definisi berita menurut para ahli:

- 1) Paul De Messenner di dalam buku *Here's The News: Unesco Associate* menyatakan bahwa *news* atau berita ialah suatu informasi yang penting dan menarik perhatian serta minat dari para pendengar. Sedangkan Chanley dan James M. Neal, menyatakan bahwa berita merupakan laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan situasi, kondisi, interpretasi penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan pada masyarakat.
- 2) Williard C. Bleyer dalam *Newspaper Writing and Editing*, berita merupakan sebuah termasa yang dipilih oleh seorang wartawan untuk dimuat pada surat kabar, karena memiliki

¹¹ Puspitawati, Ni Ketut Ari. *Penerapan Model Pembelajaran Student Teams Achivement Division (STAD) Dengan Media Autentik Untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Berita Pada Siswa Kelas VIII B SMP Negeri 1 Kubutambahan*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra. Tahun 2013. Vol 1, No 8. hal 3

¹² Badjuri, Adi. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hal, 85

makna bagi pembaca surat kabar tersebut atau dapat menarik minat dari pembaca berita tersebut.

- 3) William S. Maulsby dalam *Greeting the News* menegaskan bahwa berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang memiliki arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca dari surat kabar yang memuat berita tersebut.¹³

Di dalam sebuah berita terdapat adanya karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*), nilai berita tersebut ukuran yang berguna yang bisa diterapkan untuk menentukan kelayakan sebuah berita (*newsworthy*). Peristiwa yang memiliki suatu nilai berita didalamnya memuat adanya konflik, bencana dan kemajuan, kemasyhuran, kedekatan, dampak, keganjilan, *human interes*, dan lain sebagainya.¹⁴

b. Jenis-jenis Berita

Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu berita keras atau *hard news* dan berita lunak atau *soft news*. Berikut penjelasan mengenai keduanya:¹⁵

- 1) Berita Keras (*hard news*)

Berita keras adalah informasi yang penting dan menarik yang harus segera ditayangkan agar dapat secara secepat diketahui oleh masyarakat luas. Peran televisi sebagai sumber

¹³ Drs. A.S Haris Sumadiria, M.Si. (2006). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita Dan Features Panduan Praktis Jurnalist Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset. hal 64

¹⁴ Ishwara, Luwi. (2005). *Catatan-catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, (Juli 2005). hal 53

¹⁵ Marissan, M.A. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana: Jakarta. hal 25.

utama *hard news* untuk masyarakat cenderung meningkat. Media penyiaran merupakan salah satu media yang paling cepat dalam menyiarkan berita kepada masyarakat. Televisi dalam menyangkan sebuah konflik menjadi medium yang paling dipercayai dalam menyiarkan berita. Hal itu terjadi karena televisi menyajikan gambar yang memiliki bukti yang tidak dapat diabantah. Biasanya televisi menyajikan berita keras secara reguler yang ditayangkan dalam satu program berita.

2) Berita Lunak (*soft news*)

Berita Lunak (*soft news*) merupakan segala informasi yang enting serta menarik yang disampaikan secara *indepth* atau mendalam akan tetapi tidak bersifat harus segera untuk ditayangkan. Berita yang masuk kedalam kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita, yang termasuk dalam berita lunak adalah *magazine, current affair, talk show*, dan dokumenter.¹⁶

c. Kriteria Kelayakan Berita (*Newsworthiness*)

Banyaknya peristiwa yang terjadi didalam kehidupan manusia sangatlah memerlukan kriteria peristiwa layak yang disebut sebagai berita, diantaranya yaitu:¹⁷

1) *timeliness* (kebaruan) dan *immediacy* (kesegeraan)

Merupakan peristiwa segar, baru terjadi beberapa jam yang lalu bahkan beberapa detik yang lalu, dengan maksud

¹⁶ Marissan, M.A. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana: Jakarta. hal 27

¹⁷ Junaedi, Fajar. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Rawamangun - Jakarta: Kencana Prenada Media Group. ha 1 7-10

bahwa peristiwa yang baru saja terjadi merupakan peristiwa yang layak dijadikan sebagai berita yang artinya semakin baru berita maka semakin mempunyai kelayakan berita.

2) *Proximity* (jarak)

Kelayakan sebuah berita dapat dilihat dari unsur kedekatan geografis maupun unsur emosional dengan pembaca, serta relevansi bagi pembaca. Sehingga semakin dekatnya seseorang dengan peristiwa, maka akan semakin penting berita yang menyangkut tentang peristiwa tersebut.

3) *Conflict* (konflik)

Media massa menetapkan berita yang menyangkut adanya suatu konflik baik yang berbentuk fisik (perseteruan antar kelompok) maupun non fisik (perbedaan pendapat), pada realitasnya konflik secara umum akan menarik perhatian masyarakat luas.

4) *Eminence* (keunggulan) dan *prominence* (cuatan)

Segala sesuatu yang didalamnya menyangkut orang terkenal maka akan mempunyai kelayakan berita yang lebih dibandingkan dengan suatu peristiwa yang tidak menyangkut orang terkenal.

5) *Consequence and impact*

Merupakan suatu peristiwa yang mempunyai konsekuensi terhadap kehidupan masyarakat serta menimbulkan rangkaian peristiwa yang akan semakin layak untuk mendapat perhatian. Semakin besar konsekuensi yang timbul akibat peristiwa, maka

akan semakin besar perhatian masyarakat terhadap berita tersebut.

6) *Human interest* (datya tarik kemanusiaan)

Peristiwa yang menarik perhatian dan menyentuh perasaan masyarakat, seperti peristiwa aneh unik atau tidak biasa yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga berita tersebut layak untuk diberitakan walaupun berita tersebut tidak lagi sebagai berita yang aktual, tidak memiliki dampak bagi masyarakat, tidak memiliki konflik, dan tidak menyangkut orang terkenal.¹⁸

7) *Accuracy* (teliti)

Ketelitian dan kebenaran berita berkaitan dengan tuntutan kecermatan dalam menyusun suatu berita sehingga dapat memenuhi syarat aktualitas dan *deadline* (target waktu). Ketelitian merupakan yang harus dipenuhi, karena berita yang disusun secara gegabah dapat membuat pembaca menjadi marah bahkan dapat menimbulkan kasus hukum ataupun delik *pers*.¹⁹

d. Unsur Berita

Didalam menulis sebuah berita, seorang wartawan mengacu pada nilai-nilai berirta yang nantinya akan dipadukan dengan unsur-unsur berita sebagai rumus umum dalam penulisan berita, sehingga dalam menulis sebuah berita akan menciptakan kelengkapan dari

¹⁸ Junaedi, Fajar .(2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Rawamangun - Jakarta: Kencana Prenada Media Group. ha 1 7-10

¹⁹ Barus, Sedia Willing. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Penerbit Erlangga. hal 34

berita tersebut. Unsur berita ini dikenal dengan 5W+1H, yakni terdiri dari what (apa yang terjadi), where (dimana peristiwa tersebut terjadi), when (kapan peristiwa tersebut terjadi), who (siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut), why (mengapa peristiwa tersebut terjadi), dan yang terakhir adalah how (bagaimana peristiwa tersebut terjadi).²⁰

Djawoto, menyebutkan bahwa suatu berita harus mencakup lima unsur, yakni benar, cepat, lengkap, objektif dan tersusun dengan baik. Sedangkan menurut Djafar H. Assegaff menyebutkan bahwa unsur yang ada di dalam sebuah berita yakni aktual (terkini, kebaruan), jarak, penting (*interest*), luar biasa (*extraordinary*), akibat yang ditimbulkan, ketegangan (*suspence*), mengandung konflik, emosi, kemajuan yang dimiliki (*progress*), seks, emosi, dan humor.²¹

e. Format penyajian Berita

Dalam dunia televisi dikenal dengan sejumlah istilah yang terkait dengan format yang digunakan ketika menyajikan berita. Di dalam program televisis terdapat sejumlah format berita yakni bagaimana berita tersebut akan ditampilkan atau disajikan kepada masyarakat. Format apa yang harus dipilih tentunya tidak dapat dilakukan begitu saja. Terdapat sejumlah kriteria atau persyaratan untuk menentukan format berita di dalam sebuah program berita

²⁰ Asep Syamsul M. Romil, DS.IP. (2009). *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hal 10

²¹ Barus, Sedia Willing. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Penerbit Erlangga. hal 32

televisi, suatu format yang dipilih karena didalamnya berita tersebut terdapat alasan tertentu. Berikut merupakan bentuk berita²² :

1) *Reader* atau RDR

Merupakan format berita yang paling sederhana, yang hanya berbentuk *led in* yang dibaca oleh presenter berita. Kesederhanaan berita ini ditandai dengan tidak adanya gambar dan grafik, umumnya bentuk dari berita ini dipilih oleh stasiun televisi. Format berita bentuk *reader* ini dapat dimulai dalam *breakin news* yang disirkan oleh stasiun televisi.

2) *Voice Over* atau VO

Voice Over atau yang sering disebut dengan VO merupakan format berita yang *led in* dan tubuh berita secara keseluruhan beritanya dibacakan oleh presenter yang sedang bertugas. Pada saat membaca berita disisipkan gambar yang isinya sejalan dengan berita yang sedang dibacakan oleh presenter atau *host*.

3) *Sound on Tape* atau SOT

Yakni format berita yang hanya berisi *led in* dan disusul oleh *sound bite* dari narasumber.²³

4) Paket atau *package* (PKG)

²² Morissan, M.A. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana. hal 33

²³ Junaed, Fajar i. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Rawamangun - Jakarta: Kencana Prenada Media Group. hal 27-31

Ialah format berita dimana presenter hanya membacakan *led in*-nya saja, karena isi dari berita tersebut akan ditayangkan secara menyeluruh sebagai *body* berita setelah berita tersebut dibacakan.²⁴

5) *Voice Over - Sound on Tape* (VO-SOT)

Merupakan format berita campuran antara VO dengan SOT, hal ini dipilih yang ada kurang menarik ataupun kurang dramatis.

6) *Voice Over – Grafik* (VO-GRAFIK)

Merupakan bentuk berita yang *led in* dan tubuh berita tersebut dibaca secara keseluruhan oleh presenter, tanpa adanya gambar yang asalnya dari lokasi kejadian peristiwa yang sedang diberitakan.²⁵

7) *Reader Soud on Tape* atau RDR SOT

Terdiri dari presenter yang muncul membacakan intro kemudian akan muncul *sounbit on tape* atau SOT dari narasumber.

8) *Reader-Grafis* atau RDR-GRF

Penggunaan *reader-grafis* ini digunakan jika berita tersebut dirasa penting dan baru saja terjadi dan stasiun televisi belum dapat akses untuk mengambil gambar atau merekam peristiwa tersebut.²⁶

9) *Live on Came* (Laporan Langsung)

²⁴ *Ibid*, hal 33

²⁵ Pranata, Veronika. (2009). *Format Berita Televisi (TV News Format)*. Diakses pada 4 Februari 2018 <https://anzdoc.com>

²⁶ Morissan, M.A. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana. hal 36-37

Berita yang ditayangkan, secara langsung disiarkan dari tempat kejadian peristiwa yang sedang disiarkan.²⁷

10) *Live on Tape (LOT)*

Merupakan format berita yang direkam secara langsung ditempat kejadian, akan tetapi siaran dari berita tersebut ditunda. Selain itu LOT ini terdapat reporter didalam beritanya dengan kemunculan diawal, ditengah, maupun di akhir berita.

11) *Live By Phone*

Merupakan suatu format berita yang disiarkan secara langsung dari tempat terjadinya peristiwa dengan menggunakan telepon ke studio. Led in beritanya dibacakan oleh penyiar kemudian memanggil reporter untuk menyampaikan berita tersebut.

12) *Phone Record*

Merupakan suatu format berita yang direkam secara langsung dari tempat reporter meliput, sedangkan dalam teknisnya suara dari reporter direkam dari lokasi kejadian dikantor redaksi. Penyarannya dilakukan secara tunda, akan tetapi penyarannya tidak dilakukan dalam jangka lama karena data yang diperoleh sewaktu-waktu dapat berubah.

13) *Visual News*

Merupakan format berita yang hanya menyajikan *rolling* gambar yang menarik, dramatis, dan sedikit data tertulis sebagai pelengkap berita. Penyiar dalam format ini cukup mengantarkan

²⁷ Choirunisa, Hanifa. (2019). *Jenis Format Berita TV*. Diakses pada 4 Februari 2019 hal. 6 https://www.academia.edu/6064358/Jenis_dan_Format_Berita_TV

led in, karena akan petugas VTR akan memutar video yang disediakan oleh redaksi.²⁸

f. Konsep Berita

George Fox Mott dalam *New Survey Of Journalism* mengingatkan bahwa konsep berita yang harus dipertahankan oleh para pengamat media massa dan praktisi ada delapan, yakni (1) *news as timely report* atau berita sebagai laporan tercepat, (2) *news as record* atau berita sebagai rekaman, (3) *news as objective* atau berita sebagai fakta objektif, (4) *news as sensation* atau berita sebagai sensasi, (5) *news as interpretation* atau berita sebagai interpretasi, (6) *news as pic-true* atau berita sebagai gambar, (7) *news as human interest* atau berita sebagai minat insani, dan (8) *news as prediction* atau berita sebagai ramalan.²⁹

g. Prinsip Penulisan Berita

Penulisan sebuah berita harus ditulis dengan jelas, sehingga masyarakat yang menyaksikan berita mudah untuk memahami isi dari berita tersebut. Terdapat beberapa prinsip yang diterapkan dalam menulis berita, diantaranya yakni:

- 1) Dengan menggunakan bahasa yang variatif.

Menggunakan istilah atau terminologi yang dapat dipahami oleh masyarakat.

- 2) Dikaitkan dengan pengalaman masyarakat.

²⁸ Drs. Arifin S. Harahap, M.Si. (2018). *Manajemen Pemberitaan Dan Jurnalistik TV*. Jakarta: Indeks Jakarta Permata Puri Media. hal 108-109

²⁹ Drs. AS Haris Sumadiri M.Si. (2016). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalist Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hal 71-72

- 3) Menghindari kata yang tidak perlu atau tidak dibutuhkan.
- 4) Menggunakan kalimat aktif.
- 5) Menggunakan kalimat pendek.
- 6) Menggunakan kalimat yang sudah dikenal serta sesuai dengan kaidah bahasa yang baik dan benar.
- 7) Menggunakan kesederhanaan dan menghindari kompleksitas.³⁰

h. Struktur Berita Televisi

Struktur berita televisi biasanya terdiri dari *lead* atau intro ataupun teras berita dan tubuh berita atau *body*. *Lead* adalah inti dari berita yang menjadikan daya tarik berita tersebut. Agar berita menjadi menarik, sebaiknya *lead* terdapat unsur manusiawi atau *human interest* ataupun *human angle*. Struktur berita televisi berbentuk piramida terbalik. Piramida terbalik menggambarkan bahwa suatu informasi paling penting ditempatkan di atas, karena semakin ke bawah berita tersebut tidak penting.³¹

Dalam penulisan berita terdapat pola yang dinai dengan piramida terbalik. Piramida terbalik ini yang memberi gambaran tentang bagaimana informasi yang paling penting berada pada posisi paling atas dan semakin kebawah informasi yang disajikan menjadi tidak begitu penting atau data yang disajikan merupakan penjelasan dari paragraf sebelumnya. Kris Budiman mengukuhkan berita

³⁰ Junaedi, Fajar. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Rawamangun - Jakarta: Kencana Prenada Media Group. hal 18-19

³¹ Badjuri, Adi. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Edisi Pertama. hal 98

tersebut dengan menyatakan bahwa berita tersusun dari beberapa bagian, yakni *headline* (judul atau kepala berita), *dateline* (baris tanggal), *lead* atau *intro* (teras berita), dan *body* (tubuh berita).³²

Manfaat dari piramida terbalik yakni nilai berita dapat ditulis langsung tanpa penjelasan yang lebih panjang atau detail sehingga masyarakat dapat memahami maksud dari isi berita dalam waktu yang singkat tanpa harus membaca keseluruhan dari berita tersebut.³³

3. Media Massa

a. Pengertian media massa

Media massa merupakan suatu sarana dalam menyampaikan komunikasi kepada khalayak dengan melalui sarana sosial seperti halnya televisi. Dengan menggunakan media massa, masyarakat dapat menciptakan adanya kesadaran dan tanggung jawab seorang individu ataupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu masyarakat menaruh harapan besar terhadap media, karena media sangat berperan penting dalam kehidupan khususnya dalam memperoleh informasi.

Media massa terdiri dari dua kelompok yaitu media cetak dan media elektronik. Keunggulan pada media massa itu sendiri merupakan suatu jenis komunikasi yang ditujukan terhadap sejumlah masyarakat yang berada di berbagai daerah dengan menggunakan media massa, dengan adanya penyajian pesan yang sama secara

³² Azwar, M.Si. (2018). *4 Pilar Jurnalistikn Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*. Jakarta: Prenadamedia Group. hal 72

³³ *Ibid*, 73

serentak akan dapat lebih mudah untuk diterima secara langsung dalam waktu sesaat oleh masyarakat.³⁴

Adanya media massa saat ini membuat dunia, baik di Indonesia yang menjadi *global village*, di berbagai kawasan dunia juga tumbuh yang disebut dengan masyarakat informasi, dampak dari hal tersebut yaitu dunia menjadi semakin *synchronous* (dunia tidak ada batasannya). Perkembangan media tak lepas dari adanya pers atau jurnalism. Dalam perkembangannya juga terdapat adanya teori mengenai pers, yaitu:

1) Otoritarian

Teori ini menganggap bahwa negara merupakan ekspresi tertinggi dari organisasi kelompok manusia.

2) Liberalian

Adanya kebebasan media.

3) Komunis

Adanya perkembangan tersebut, maka saat ini radio yang berda di tengah-tengah masyarkat merupakan sebuah jawaban dari adanya kebutuhan masyarakat akan informasi, baik dari segi informasi yang bersifat islami maupun yang tidak islami, serta informasi yang memberikan hiburan bagi masyarakat. Radio akan menjadi signifikan apabila konten yang disediakan dapat menjadi alternatif jawaban dari adanya permasalahan yang dihadapi oleh setiap masyarakat dan mampu untuk

³⁴ Juniawati. *Dakwah Melalui Media Elektronik : Peran dan Potensi Media Elektronik Dalam Dakwah Islam di Kalimantan Barat*. Vol 15. No 2, (2014). hal 215

menjadi penyedia informasi yang *update* dan tercepat bagi beberapa kalangan yang memilih informasi sebagai salah satu kebutuhan yang mendasar. Radio sendiri merupakan suatu alat yang digunakan untuk melayani masyarakat secara instan dalam jumlah yang tidak terbatas dan dapat mendengarkan formasi terbaru. Metode dalam komunikasi radio memiliki keistimewaan tersendiri karena komunikasinya dapat menggunakan audio visual yang besar pengaruhnya terhadap masyarakat.³⁵

b. Jenis Media Massa

Dengan adanya kemajuan internet jenis media massa dapat dibagi menjadi 3 macam, yaitu (1) media cetak atau print medium, (2) media online, media siber atau the internet, serta (3) Media siaran atau *broadcast medium* seperti radio dan televisi.³⁶ Berikut penjelasan dari ketiganya:

1) Media Massa Cetak (Printed Media)

Media cetak merupakan media massa yang dicetak pada lembaran kertas, seperti koran, tabloid, majalah, surat kabar, buletin, buku, dan *newsletter*. Ukuran atau format yang ada pada media cetak juga berbeda-beda.

2) Media Massa Elektronik (Elektronik Media)

³⁵ Juniawati. *Dakwah Melalui Media Elektronik : Peran dan Potensi Media Elektronik Dalam Dakwah Islam di Kalimantan Barat*. Vol 15. No 2, (2014). hal 219-210

³⁶ Romelta. (2012). *Media Massa: Pengertian, Karakter, Jenis, dan Fungsi*. Diakses pada 4 Februari 2019 <http://romeltea.com/media-massa-makna-karakter-jenis-dan-fungsi/>

Merupakan suatu jenis media massa yang isinya disebar luaskan dengan melalui audio (suara) atau video (gambar) dengan menggunakan teknologi elektronik yakni televisi, film, dan radio.

3) Media Online (Online Media, Cybermedia)

Media online disebut sebagai media daring atau dalam jaringan, media internet, ataupun media massa yang dapat ditemukan ataupun disajikan dalam internet atau situs web. Media online juga disebut sebagai berita (*news site*) atau portal berita (*news portal*) seperti Detik.com, Kompas, Republika Online, dan lain sebagainya.

c. Fungsi Media Massa

Banyak fungsi dari media massa, diantaranya:

1) Fungsi pendidikan

Menurut Chalkey media massa sebagai fungsi pendidikan terwujud dalam beberapa bentuk diantaranya yakni dalam memberi fakta dalam kehidupan ekonomi masyarakat, menginterpretasikan fakta yang disampaikan sehingga dapat difahami masyarakat, serta mempromosikan hal tersebut kepada masyarakat.

2) Fungsi interpreter atau penafsir

Maksudnya media massa berfungsi sebagai penafsir atau penerjemah atas realitas yang sedang diamati atau terjadi di tengah masyarakat. Dalam hal ini media massa membantu

masyarakat memahami apa yang sebenarnya terjadi di sekitar, tanpa harus memaknai ulang peristiwa yang telah terjadi.

3) Fungsi Informasi

Menurut Mc. Quail media massa mempunyai fungsi dalam menyediakan dan menyampaikan informasi tentang berbagai macam peristiwa, kejadian, dan lain sebagainya. Didalam media massa, terdapat adanya fakta atau kejadian tertentu yang bebar-benar terjadi ditengah masyarakat dan dilaporkan oleh media massa untuk diketahui para penonton ataupun pembacanya.

4) Fungsi menarik simpati publik

Dengan berbagai macam pemberitaan yang disampaikan oleh media massa. Media massa mempunyai suatu fungsi yakni dalam menarik simpati publik, fungsi ini akan sangat terlihat pada saat musim pemilu tiba.

5) Fungsi Promosi

Fungsi media massa memiliki kaitan dengan dunia bisnis ataupun ekonomi yakni fungsi promosi, yakni satu peran yang dilakukan oleh media massa dalam menyampaikan suatu informasi mengenai produk-produk tertentu dengan melauai iklan dan lain sebagainya sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai produk yang sudah di sampaikan dengan detail.³⁷

d. Peran Media Massa

³⁷ Diakses pada 4 Februari 2019 <https://pakarkomunikasi.com/fungsi-media-massa-menurut-para-ahli>

Menurut Denis Mc. Quail tahun 1987 peran yang media massa selama yakni³⁸ :

- 1) Sebagai industri dalam menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain seperti periklanan atau promosi.
- 2) Sebagai alat dalam mengontrol, memanajemen, dan memberi inovasi kepada masyarakat.
- 3) Sebagai forum atau lokasi dalam menampilkan suatu peristiwa kepada masyarakat.
- 4) Sebagai wahana pengembangan kebudayaan.
- 5) Sebagai sumber yang domain dalam menciptakan pencitraan individu, kelompok, maupun masyarakat.³⁹

e. Sifat Media

1) Media Cetak

Dapat dibaca dimana saja dan kapan saja, dapat dibaca secara berulang ulang, biaya relatif murah, daya jangkau terbatas, daya rangsang rendah, pengolahan melalui dua cara yakni melalui mekanik dan elektrik.

2) Media Radio

Dapat didengar apabila sedang siaran, daya rangsang rendah, elektrik, relatif murah, daya jangkau besar, dapat didengar kembali apabila diputar kembali.

3) Media Televisi

³⁸ *Ibid...*

³⁹ Diakses pada 4 Februari 2019 <https://pakarkomunikasi.com/fungsi-media-massa-menurut-para-ahli>

Dapat didengar dan dilihat apabila siaran, daya ransang tinggi, sangat mahal, dan dapat dilihat dan didengar kembali apabila diputar kembali.⁴⁰

4. Program

a. Pengertian

Kata program berasal dari bahasa Inggris yakni *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana.⁴¹ Menurut P.C.S Sutisno mendefinisikan program televisi sebagai bahan yang telah disusun dalam format sajian dengan unsur video yang ditunjang dengan unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan kelayakan siaran dan sudah memenuhi standar estetika serta standar artistik yang berlaku.⁴²

Di dalam Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata *program* untuk acara, namun menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai suatu pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Di Indonesia kata “program” pada dunia penyiaran lebih sering digunakan daripada kata “siaran”, program merupakan segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program ini merupakan produk yang dibutuhkan orang, sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dari hal ini terdapat satu rumusan di dalam dunia penyiaran yakni program yang baik akan mendapat pendengar atau

⁴⁰ Morissan, M.A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 11

⁴¹ *Ibid*, hal 209-2010

⁴² P.C.S Sutisno. (1993). *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisidan Video*. Jakarta: PT Grasindo. hal 9

penonton yang lebih banyak dan lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapat penonton ataupun pendengar.⁴³

b. Tujuan dan Jenis Program

Pada umumnya program memiliki tujuan untuk menarik dan mendapatkan audien yang banyak, akan mendapatkan audiens yang banyak bukan satu-satunya tujuan dari program. Menurut Edwin T Vane dan Lynne S Gross (Vane-Gross) terdapat lima penayangan program televisi komersial yakni mendapat audien yang banyak, target audien tertentu, presentase, penghargaan, serta kepentingan publik.⁴⁴

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program dengan jumlah yang sangat banyak dan beragam jenis. Program berdasarkan jenisnya dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu program hiburan dan program informasi (berita). Program hiburan terdiri dari tiga bagian yakni musik, drama permainan (*game show*), dan pertunjukan, sedangkan program informasi (berita) terdiri dari berita keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan, dan berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi antara fakta, gosip, dan opini.⁴⁵

5. Penyiaran dengan menggunakan televisi

a. Sejarah Munculnya Televisi

⁴³ Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 209-2010

⁴⁴ *Ibid*, hal 290-291

⁴⁵ Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 217-218

Pada tahun yang sama dengan munculnya konsep penyiaran radio FM, sistem penyiaran televisi juga ikut berkembang dan tercatat pada tahun 1939 pada sebuah acara di Amerika Serikat yakni *Woerd's fair* yang dikenalkan oleh Zworykin dengan dibantu oleh Philo Farnsworth yang berhasil menciptakan pesawat televisi yang secara resmi dan pertama kalinya dipertunjukkan kepada khalayak. Awalmulanya perkembangan teknologi dalam bidang penyiaran di dahului dengan penemuan Vladimir Zworykin, yakni suatu sistem tabung pengambil gambar atau *pickup tube in scope* yang merupakan bagian dari kamera pada tahun 1923.⁴⁶

Pada perang dunia perkembangan televisi sempat berhenti, akan tetapi sesudah selesai teknologi yang sudah disempurnakan selama perang berhasil mendorong kemajuan dari televisi. Awal mulanya pada tahun 1945 di Amerika Serikat hanya terdapat delapan stasiun televisi dan 8000 pesawat televisi, akan tetapi 10 tahun kemudian jumlah dari stasiun televisi meningkat yakni hampir 100 stasiun. Pada awal tahun 1960-an hampir seluruh program siaran televisi disiarkan secara langsung atau *live*, diubah, dan disimpan dalam *videotape* atau gambar. Pada awal 1950-an televisi publik mulai diperkenalkan kepada publik. Dalam siaran televisi berwarna, pertamakali oleh stasiun televisi NBC pada tahun 1960 dengan tayangan program siaran berwarna selama tiga jam setiap hari.⁴⁷

⁴⁶ Djamal, Hidjayanto., dan Andi Fachruddin. (2011). *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 21

⁴⁷ Djamal, Hidjayanto., dan Andi Fachruddin. (2011). *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 7

Seiring dengan perkembangannya, televisi mulai masuk dan berkembang di Indonesia. Siaran televisi di Indonesia mulai diresmikan pada tahun 1962 pada saat TVRI (Televisi Republik Indonesia) menayangkan secara langsung kegiatan upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia yang ke-17 yakni pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung tersebut masih terhitung dalam siaran percobaan, karena siaran resmi TVRI baru dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB yakni pada saat menyiarkan kegiatan Asian Games yang ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno.⁴⁸

Perkembangan bisnis televisi di Indonesia memperlihatkan sebuah grafik yang luar biasa, hal tersebut terjadi setelah pemberlakuan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran. Perkembangan industri dalam dunia penyiaran di Indonesia ditandai dengan munculnya stasiun televisi swasta di berbagai daerah dan munculnya televisi komunitas di berbagai daerah.⁴⁹ Akibat dari kemunculan tersebut karena keunggulan televisi yakni penonton dapat melihat peristiwa yang terjadi, karena berita yang dibacakan oleh penyiar disertai dengan gambar.⁵⁰

Keberadaan lembaga penyiaran di Indonesia, harus disusun dengan pedoman yang mampu mendorong lembaga penyiaran untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak serta jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun

⁴⁸ Day, Mila. (2004). *Buku Pintar Televisi*. Jakarta: Trilogos Library. hal 16

⁴⁹ Junaedi, Fajar. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Rawamangun - Jakarta: Kencana Prenada Media Group. hal 5

⁵⁰ Morissan, M.A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 10

masyarakat yang demokratis, mandiri, adil, dan sejahtera.⁵¹ Hal itu sudah diatur dalam undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301).⁵²

b. Munculnya Televisi Daerah “Yogyakarta”

Seiring dengan berjalannya waktu dan sesudah Undang-Undang penyiaran disahkan pada tahun 2004, di kota Yogyakarta mulai muncul berbagai stasiun televisi swasta lokal. Beberapa pengusaha lokal di kota Yogyakarta mulai melirik bentuk bisnis baru yakni berupa industri televisi lokal, pada saat itu di Yogyakarta setidaknya terdapat tiga televisi swasta lokal baru yang mulai berjuang untuk mendapat tempat dihati masyarakat setempat, serta mampu untuk menjadi stasiun televisi yang menjadi tontonan alternatif bagi masyarakat. Tiga stasiun televisi swasta lokal Yogyakarta tersebut yakni Jogja TV, RBTv, dan TuguTV yang masing-masing memiliki *image* dan ciri khas berbeda. Pada saat itu Jogja TV mampu menjadi salah satu televisi lokal yang cukup sukses serta mampu untuk menarik pemirsanya, karena konten acara yang disajikan sangat khas dan belum ada pesaing yang mampu mengemas acara dengan baik. Dengan konsep yang mengedepankan pelestarian budaya lokal menjadi sebuah konsep yang bagus serta mampu untuk mendapat dukungan yang baik dari berbagai pihak khususnya masyarakat, serta

⁵¹ Komisi Penyiaran Indonesia. (2016). *Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Setandar Program Siaran (SPS)*. hal 1

⁵² *Ibid*, hal 2

pihak yang peduli dengan adanya pelestarian kebudayaan di Yogyakarta.⁵³

Selain ketiga televisi tersebut, di Yogyakarta terdapat stasiun televisi swasta lokal yakni ADiTV atau Arah Dunia Televisi. ADiTV mempunyai karakter serta membidik segmen muslim modern yang masyarakatnya cukup banyak terdapat di Yogyakarta.⁵⁴ ADiTV yang merupakan salah satu stasiun lokal yang memiliki format program informasi edukasi budaya lokal yang disajikan dalam bentuk hiburan sehingga dapat menjangkau pemirsa dari segala usia. Selain itu ADiTV merupakan stasiun televisi dengan nuansa islam karena stasiun televisi ini dimiliki oleh Muhammadiyah.⁵⁵

ADiTV dikenal dengan visinya yakni menjadi stasiun televisi lokal utama dan unggulan di Yogyakarta dengan menayangkan program-program yang mendidik dan menarik bagi keluarga khususnya anak dan ibu.⁵⁶ Salah satu konten terkuat dari ADiTV sendiri adalah program acara pemberitaan yakni program berita Lensa 44. Lensa 44 merupakan salah satu program unggulan yang dimiliki ADiTV, dalam produksinya Lensa 44 terdiri dari produser, *video journalist*, reporter, presenter, cameramen, editor, dan asisten produksi.⁵⁷

c. Sifat Televisi

⁵³ Ajiwanarief. (2014). *Sejarah Kemunculan Televisi Swasta Di Yogyakarta*. Diakses pada 4 Februari 2018 <https://ajiwanarief.wordpress.com/2014/03/27/sejarah-kemunculan-televisi-swasta-di-yogyakarta/>

⁵⁴ *Ibid*,...

⁵⁵ Kumpulan Pengetahuan Umum. ADiTV. Artikel. Diakses pada 3 Februari 2018 http://jawa-timur.karyawan.web.id/ind/2793-2683/Aditv_101999_unkris_jawa-timur-karyawan.html

⁵⁶ Gudegnet. ADiTV. Diakses pada 3 Februari 2019 <https://gudeg.net/direktori/1793/aditv.html>

⁵⁷ (Wawancara dengan kak Anggi produser lensa 44 aditv, 3 Februari 2019 pukul 15:26)

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media mssa yang lain. Sifat dari media massa televisis ini dapat didengar dan dilihat apabila siaran, daya ransang tinggi, sangat mahal, dan dapat dilihat dan didengar kembali apabila diputar kembali.⁵⁸ Sesuai dengan sifatnya, siaran televisi dapat membuat kagum bahkan dapat memukau sebagian besar penontonnya, selain itu terkadang di dalam siaran televisi juga dapat membuat jengkel dan rasa ketidak puasan para penontonnya.⁵⁹

d. Televisi Sebagai Media penyiar

Media penyiaran pada umumnya merupakan media massa yang aktif dan kreatif yang mampu untuk mendorong keingin tahun masyarakat untuk mengetahui lebih jelas mengenai proses terjadinya siaran dan kemajuan teknologi siaran.⁶⁰

B. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelitian yang sudah ada, penelitian ini merupakan hasil dari pengembangan dari penelitian yang sebelumnya sudah ada. Mengenai penelusuran penulis, sejauh ini menemukan beberapa penelitian yang memiliki kesamaan topik akan tetapi dalam penelitian tersebut objeknya atau fokus penelitiannya berbeda. Berikut merupakan penelitian yang menjadi rujukan penulis.

⁵⁸ Morissan, M.A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 10-11

⁵⁹ *Ibid*, hal 12

⁶⁰ Djamal, Hidajanto., dan Afandi Fachrudin. (2011). *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hal 7

Syahrina Mutmainnah, tentang *Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.Com*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif-deduktif, dengan sumber data sekunder (buku referensi), pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan kajian pustaka. Teknik penentuan informan dilakukan secara *purposive* (berdasarkan kapasitas yang memberi kemudahan dan kesediaan dalam wawancara), kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data yang dilakukan secara induktif (dari data ke teori). Penelitian tersebut mendapat hasil bahwa strategi yang dilakukan pada portal Fajar Online.Com yakni strategi dalam pemilihan isu diefektifkan dalam memilih *angle* yang berbeda agar tidak ada kesamaan dengan media lainnya, menyingkat berita langsung pada inti berita, memanfaatkan *share* ke media sosial, dan memberikan penilaian pada berita yang dikirim wartawan dengan poin di kali dua untuk berita yang populer. Tujuan dari penelitian tersebut yakni untuk mengetahui tentang strategi penyajian berita pada portal Fajar Online.Com dan mengetahui strategi redaksi Fajar Online.Com dalam menjaga akurasi berita terkait penyajian berita online.⁶¹

Kemudian, Ahmad Mulyana dan Dadan Iskandar, melakukan penelitian tentang *Kecenderungan Penyajian Isu Politik Dalam Berita Harian Kompas Pasca Pelantikan Presiden Jokowi Periode Desember 2014*. Keberpihakan media terhadap masing masing kepentingan partai maupun calon presiden yang begitu gamblang, maka penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan rumus krippendorff. Menggunakan teori

⁶¹ Mutmainnah, Syahrina. *Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.Com*. Skripsi. Universitas Alauddin Makassar. hal 1

yang terkait yakni teori tentang konstruksi realitas media dan teori tentang pesan, dilihat dari himbauan, struktur, dan cara penyajiannya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan penyajian iklan secara buka-bukaan menunjukkan keberpihakan pada calon tertentu, setelah pilprespun masih cenderung untuk mengarahkan opini positif pada presiden Jokowi tetap terlihat. Dalam penelitian ini terdapat saran kepada Kompas, yakni agar lebih mengedepankan independensi dan tidak menjadi surat kabar partisan.⁶²

Selanjutnya Firmansyah Hardianto, meneliti tentang *Strategi Wartawan dalam Pencarian Berita pada Majalah Kuntum*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan objek penelitiannya yakni strategi pencarian berita, sedangkan subyeknya ialah wartawan (reporter) Majalah Kuntum. Hasil penelitian tersebut ialah wartawan Majalah Kuntum, yang diterapkan dalam pencarian berita yakni dengan cara wawancara, kajian pustaka, internet serta pematangan lapangan. Faktor pendukung wartawan dalam mencari berita yakni alat transportasi, hak khusus, sedangkan faktor penghambatnya yakni kelmahan dalam mencari nara sumber, dalam membuat agenda pertemuan dengan narasumber, dan kekurangan financial.⁶³

Sementara itu, Rahmadita Aryani, dengan penelitian *Konsep penyajian Jurnalisme Online di [Www.Antara News.Com](http://www.Antara News.Com)*. Penelitian tersebut membahas tentang tiga rumusan yaitu bagaimana konsep penyajian jurnalisme online, proses pengemasan dan pendistribusian, serta faktor pendukung dan

⁶² Mulyana, Ahmad., dan Dadan Iskandar. *Kecenderungan Penyajian Isu Politik Dalam Berita Harian Kompas Pasca Pelantikan Presiden Jokowi Periode Desember 2014*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial. Tahun 2015, Vol 4, No 1, hal 15

⁶³ Hardianto, Firmansyah. (2008). *Strategi Wartawan dalam Pencarian Berita pada Majalah Kuntum*. Skripsi. Universitas Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta. hal 6

penghambat terkait penyajian jurnalisme online di [Www.Antara](http://www.antara.com) News.Com. Setelah melakukan menemukan hasil yakni proses penyajian beritanya tidak jauh berbeda dengan media lain, karena diawali dengan tim lapangan yakni mencari berita, kemudian melaporkan berita ke penanggung jawab rubrik. Selanjutnya berita dihimpun dan diseleksi pada meja setting atau redaksi. Kemudian pada tahap akhir, berita yang sudah dibuat akan di edit oleh penanggung jawab rubrik atau redaktur yang juga termasuk seorang editor, lalu didesain ataupun diberi foto, jika sudah selesai akan ditayangkan atau didistribusikan di web. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.⁶⁴

Penelitian dari Septiana Dwi Mutia dan Nawiroh Vera, tentang *Strategi Produser Dalam Mempertahankan Program Seputar Inews Siang RCTI*. Dengan tujuan untuk mengetahui strategi produser dan untuk menganalisis program tayangan “seputar iNews siang” dalam menjaga program. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif serta menggunakan metode pengumpul data observasi dan melakukan wawancara secara mendalam kepada informan kunci dan informan yang dianggap mampu untuk memberi informasi. Selain itu penelitian ini menggunakan teori analisis SWOT oleh Gerald Millerson yang digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari program. Hasil dari penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa tim "Seputar iNews Siang" yakni Manajer Program, Produser Eksekutif dan Produser program menjalankan tugas sesuai dengan apa yang dilakukan untuk program berita tayangan mulai dari proses pra-produksi, proses produksi, sampai dengan pasca produksi. Salah satu

⁶⁴ Aryani, Rahmadita. *Konsep penyajian Jurnalisme Online di [Www.Antara](http://www.antara.com) News.Com*. Skripsi. Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. hal 7

strateginya adalah bahwa program informasi atau berita harus memberi kecepatan pada isi program, sehingga pemirsa program tidak mudah untuk memindahkan saluran yang di tonton.⁶⁵

Penelitian Sri Rahayu dan R.A Sugihartono tentang *Strategi Program Hard News Kompas TV* dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan objek program *hard news*, teknik pengambilan sampel menggunakan sampling bertujuan (*purposive sampling*), sedangkan metode pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara , dan studi pustaka. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh produser dan tim *programing* kompas TV yakni meliputi strategi dalam perencanaan program yang terdiri dari promosi program dan penyusunan produk program . Strategi dalam produksi sendiri (*in house production*) dan pembelian program melalui tiga sistem yaitu strategi eksekusi yang meliputi penayangan program sesuai dengan pola siar dan target penonton. Selain itu strategi pengawasan program dilakukan melalui *quality control* yang secara internal oleh produser beserta tim *programing* mengacu pada Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran (P3SPS) dan pengawasan eksternal oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), serta strategi yang disusun melalui evaluasi harian dan mingguan.⁶⁶

Mellisa Cindy Kharisma Louhenapessy, mengenai *Strategi Manajemen Produksi Program Berita Detak Melayu Di Riau Televisi*. Hasil dari penelitian ini menjabarkan tentang bagaimana penerapan *planning, organizing,*

⁶⁵ Mutia, Septiana Dewi., dan Nawiroh Vera. *Strategi Produser Dalam Mempertahankan Program Seputar Inews Siang RCTI*. Jurnal Panterei. Tahun 2018, Vol, 2. No, 3.

⁶⁶ Rahayu, Sri., R.A Sugihartono. *Strategi Program Hard News Kompas TV*. Capture: Jurnal Seni Media Rekam . Tahun 2018, Vol, 9. N0, 2.

actuating, dan *controlling* (POAC) dalam strategi manajemen produksi program berita Detak Melayu sebagai suatu usaha yang menghasilkan produk pemberitaan yang berkualitas. Detak Melayu ini menerapkan 4 tahap yakni *planning* atau perencanaan yang dilakukan dengan tiga bentuk yaitu (rapat, perencanaan topik berita, rapat perencanaan penempatan reporter dan kameramen, serta rapat proyeksi sekaligus sebagai evaluasi) , *organizing* atau pengorganisasian yang dijalankan oleh Detak Melayu sudah menentukan pembagian reporter dan kameramen sesuai dengan posko liputan masing-masing, *actuating* atau pelaksanaan yang diawali dari (peliputan berita, pengambilan gambar, penulisan naskah berita, dan pasca produksi yang terdiri dari proses *editing*, *dubbing* naskah, dan pembuatan *rounddown* acara), *controlling* atau pengawasan yang dilakukan oleh Detak Melayu salah satunya yaitu terdapat pada rapat proyeksi dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sedangkan teknik pengumpul data yakni dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.⁶⁷

Penelitian Muhammad Taufik Kelana dan Maduki, *Steategi Pemuatan Berita Pemilu 2014 Pada Komisi Penyiaran Indonesia Derah Istimewa Yogyakarta*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, sedangkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa metode pemantauan yang diterapkan KPID DIY sangatlah efektif untuk menganalisis konten dari sebuah media, karena aplikasi pemantauan diagnostik yang dilakukan oel KPID DIY. Dissi lain

⁶⁷ Louhenapessy, Melissa Cindy Kharisma. *Strategi Manajemen Produksi Program Berita Detak Melayu Di Riau Televisi*. Journal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universita Riau. Tahun 2016, Vol 3. No 1.

pemantauan tersebut secara gamblang dapat dijadikan sebagai bahan untuk pembuatan sanksi kepada media yang melanggar ketentuan undang-undang pemilu. Secara prospektif, pemantauan diagnostik tersebut mempunyai masa depan yang cerah untuk memantau kegiatan politik di seluruh media di tanah air. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemuatan berita pemilu pada komisi penyiaran indonesia daerah istimewa yogyakarta tahun 2014, yang membahas tentang tahapan pemantauan dan sistem kerja KPI pada pemantauan pemilu.⁶⁸

Penelitian dari Nur Haida, La Ode Jumaidin, dan Marsia Sumule, mengenai *Analisis Teks Berita Media Online Sultrakini.com Terhadap Penerapan UU ITE Pasal 28 Ayat 1 Edisi Bulan Februari s/d Bulan Maret 2016*. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan berita utama edisi bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2016. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berita utama dimuat SULTRAKINI.com pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2016 dimuat pada beranda berdasarkan pemilihan isu yang teraktual ditengah masyarakat dan mengemasnya kedalam frame SULTRAKINI.com dan pemilihan isu sebagai berita utama selama bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2016. Dalam mempertahankan sebuah isi SULTRAKINI.com tetap mempertahankan kaidah indenpendensi media sehingga tidak ditemukan pelanggaran UU ITE pasal 28 ayat 1, meskipun dalam penyajiannya masih kurang untuk memenuhi kaidah syarat berita seperti terdapat kesalahan pada

⁶⁸ Kelana, Muhammad Taufik ., dan Masduki. *Steategi Pemuatan Berita Pemilu 2014 Pada Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Ilmu Komunikasi AKRB. Tahun 2016, Vol 1, No 1.

wartawan dalam meliput suatu berita sehingga menimbulkan kurangnya data pada berita yang dimuat pada media online.⁶⁹

Terakhir penelitian dari Henatisya, Achmad Herman, dan Andi Akifah dengan penelitian tentang *Penerapan Bahasa Jurnalistik Dalam Penulisan Naskah Siaran Berita Sulteng Faktual DI LPP TVRI Sulteng*. Menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menentukan kriteria yaitu naskah yang mengandung bahasa jurnalistik ditandai oleh beberapa hal seperti berita televisi harus mempunyai unsur ketetapan atau *accuracy*, kepadatan atau *sbrevity*, kesederhanaan atau *simplisity*, kejelasan atau *clarity*, dan dapat dipercaya atau *sincerity*. Dengan hasil struktur bhasa naskah program berita Sulteng Faktual LPP TVRI Sulawesi Tengah sering terdapat penyimpangan bahasa, mulai dari memilih kata, dan struktur kalimat, sedangkan dari sisi pengeditan naskah berita tidak terdapat tim khusus ataupun seseorang yang bertanggung jawab penuh dalam mengedit naskah berita tersebutserta menyaring berita yang akan ditayangkan.⁷⁰

Tabel 1.1 Perbandingan

Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu

No	Skripsi/Jurnal	Perbandingan Penelitian
----	----------------	-------------------------

⁶⁹ Haida, Nur., La Ode Jumaidin., dan Marsia Sumule. *Analisis Teks Berita Media Online Sultrakini.com Terhadap Penerapan UU ITE Pasal 28 Ayat 1 Edisi Bulan Februari s/d Bulan Maret 2016*. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO. Tahun 2016.

⁷⁰ Henatisya., Achmad Herman., dan Andi Akifah. *Penerapan Bahasa Jurnalistik Dalam Penulisan Naskah Siaran Berita Sulteng Faktual DI LPP TVRI Sulteng*. Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi. Tahun 2016, Vol 4, No 2.

1	Syahrina Mutmainnah, STRATEGI PENYAJIAN BERITA PADA PORTAL FAJAR ONLINE.COM. ⁷¹	Persamaan: pada objek penelitian tersebut yakni mengetahui tentang strategi penyajian berita. Perbedaan : pada subjek dan tujuan. Penelitian yang dilakukan yakni pada Portal Fajar Online.Com. sedangkan tujuannya untuk menjaga akurasi berita terkait penyajian berita online.
2	Ahmad Mulyana dan Dadan Iskandar, KECENDERUNGAN PENYAJIAN ISU POLITIK DALAM BERITA HARIAN KOMPAS PASCA PELANTIKAN PRESIDEN JOKOWI PERIODE DESEMBER 2014. ⁷²	Persamaan: pada objek yakni pada cara penyajiannya beritanya. Perbedaan: pada subjek karena penelitian ini dilakukan pada Berita Harian Kompas.
3	Firmansyah Hardianto, STRATEGI WARTAWAN DALAM PENCARIAN BERITA PADA MAJALAH KUNTUM. ⁷³	Persamaan: pada objek penelitian yakni strategi pencarian berita, dan subyeknya yaitu wartawan (reporter).
4	Rahmadita Aryani, Konsep penyajian Jurnalisme Online di Www.Antara News.Com. ⁷⁴	Persamaan: pada penyajian jurnalisme, faktor pendukung dan penghambat terkait penyajian jurnalisme. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Perbedaan: pada subjek penelitian yakni di Jurnalisme Online Www.Antara News.Com
5	Septiana Dwi Mutia dan Nawiroh Vera, Strategi Produser Dalam Mempertahankan Program Seputar Inews Siang RCTI. ⁷⁵	Persamaan: pada objek yakni tujuan produser untuk mengetahui strategi dalam mempertahankan program berita, selain itu penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan: pada subjek yakni di Inews Siang RCTI.
6	Sri Rahayu dan R.A Sugihartono, Strategi Program Hard News Kompas TV. ⁷⁶	Persamaan: menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan ojek yakni pada program berita <i>hard news</i> (termasuk dalam jenis berita). Perbedaan: pada subjek yakni di Kompas TV.
7	Mellisa Cindy Kharisma Louhenapessy, Strategi Manajemen	Persamaan: pada objek yakni produksi progrm berita. Sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

⁷¹ Mutmainnah, Syahrina. *Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.Com*. Skripsi. Universitas Alauddin Makasar. hal 1

⁷² Mulyana, Ahmad., dan Dadan Iskandar. *Kecenderungan Penyajian Isu Politik Dalam Berita Harian Kompas Pasca Pelantikan Presiden Jokowi Periode Desember 2014*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial. Tahun 2015, Vol 4, No 1. hal 15

⁷³ Hardianto Firmansyah. (2008). *Strategi Wartawan dalam Pencarian Berita pada Majalah Kuntum*. Skripsi. Universitas Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hal 6

⁷⁴ Aryani, Rahmadita. *Konsep penyajian Jurnalisme Online di [Www.Antara](http://www.antara.com) News.Com*. Skripsi. Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. hal 7

⁷⁵ Mutia Septiana Dewi., dan Nawiroh Vera. *Strategi Produser Dalam Mempertahankan Program Seputar Inews Siang RCTI*. Jurnal Pantere. Tahun 2008, Vol 2, No 3.

⁷⁶ Rahayu, Sri., dan R.A Sugihartono. *Strategi Program Hard News Kompas TV*. Capture: Jurnal Seni Media Rekam . Tahun 2018, Vol 9, N0 2.

	Produksi Program Berita Detak Melayu Di Riau Televisi. ⁷⁷	Perbedaan: subjeknya ada pada Riau Televisi.
8	Muhammad Taufik Kelana dan Maduki, Strategi Pemuatan Berita Pemilu 2014 Pada Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta. ⁷⁸	Persamaan: Sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan: pemantauan berita pada pemilu oleh KPID Yogyakarta.
9	Nur Haida, La Ode Jumaidin, dan Marsia Sumule, Analisis Teks Berita Media Online Sultrakini.com Terhadap Penerapan UU ITE Pasal 28 Ayat 1 Edisi Bulan Februari s/d Bulan Maret 2016. ⁷⁹	Persamaan: penelitiannya menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Perbedaan: subjeknya pada Media Online Sultrakini.Com.
10	Henatisya, Achmad Herman, dan Andi Akifah, Penerapan Bahasa Jurnalistik Dalam Penulisan Naskah Siaran Berita Sulteng Faktual DI LPP TVRI Sulteng. ⁸⁰	Persamaan: sama-sama membahas tentang jurnalistik atau berita televisi, dan penyaringan berita yang akan ditayangkan. Perbedaan: pada subjek yakni di LPP TVRI Sulteng.

⁷⁷ Louhenapessy, Melissa Cindy Kharisma. *Journal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*. Tahun 2016, Vol 3, No 1.

⁷⁸ Kelana Muhammad Taufik., dan Masduki. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRB*. Tahun 2016, Vol 1, No 1.

⁷⁹ Haida Nur., La Ode Jumaidin., dan Marsia Sumule. *Analisis Teks Berita Media Online Sultrakini.com Terhadap Penerapan UU ITE Pasal 28 Ayat 1 Edisi Bulan Februari s/d Bulan Maret 2016*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*. Tahun 2016.

⁸⁰ Henatisya., Achmad Herman., dan Andi Akifah. *Penerapan Bahasa Jurnalistik Dalam Penulisan Naskah Siaran Berita Sulteng Faktual DI LPP TVRI Sulteng*. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Tahun 2016, Vol 4, No 2.