

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum PT Arah Dunia Televisi atau ADITV

1. Sejarah dan Letak PT Arah Dunia Televisi atau ADITV

PT Arah Dunia Televisi (ADiTV) diresmikan pada tanggal 18 juli 2009 oleh Susilo Bambang Yudhoyono (SBY). Stasiun ADiTV awal mulanya didirikan oleh persyarikatan Muhammadiyah yang merupakan amanah dari Mukhtamar Muhammadiyah ke-43 pada tahun 1995 di Banda Aceh serta hasil dari Musyawarah Muhammadiyah Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). ADiTV dibangun oleh para akademisi dan pemerhati pendidikan serta budaya khususnya dari Universitas Ahmad Dahlan (UAD) dan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah DIY. Pada awalnya ADiTV berkembang sebagai televisi komunitas yang bertempat di Universitas Ahmad Dahlan sampai dengan tahun 2012. Pada tanggal 7 Desember kantor ADiTV berpindah lokasi di jalan Raya Tajem KM. 3 Panjen, Wedomartani, Ngemplak, Sleman, DIY yang diresmikan oleh Hatta Rajasa. Pada Januari 2013 karyawan ADiTV resmi berpindah lokasi di Tajem sampai dengan sekarang.¹

ADiTV didirikan di Yogyakarta dengan alasan karena Yogyakarta merupakan kota kelahiran dari Muhammadiyah serta pernah menjadi ibu kota Negara Indonesia, selain itu Yogyakarta juga dikenal sebagai pusat kegiatan intelektual, kota pendidikan, kota budaya, politik dan sosial. Hal tersebut dilihat oleh ADiTV sebagai suatu kekayaan yang harus

¹ (Wawancara dengan Gerani mo A. Wiryadimaja. Direktorat Edukasi dan Internship ADiTV, 6 Maret 2019 pukul 13:33)

dipertahankan dan dikembangkan dengan melalui program acara yang bervariasi. ADiTV ini merupakan stasiun televisi swasta yang berorientasi pada bidang bisnis, akan tetapi dalam pengemasan programnya masih terdapat kemasan pendidikan dan bernuansa religius serta mengangkat kearifan budaya lokal. Meskipun disadari dengan adanya persaingan bisnis di bidang pertelevisian yang semakin berat, ADiTV mengelolanya programnya secara profesional dengan harapan akan memiliki keunggulan yang komparatif.²

Slogan yang dimiliki oleh stasiun televisi swasta ini adalah “Pencerahan Bagi Semua”, dengan slogan tersebut ADiTV berkomitmen untuk memberikan tontonan dan tuntunan yang berbeda dengan televisi yang lain dalam rangka meningkatkan kecerdasan dan membangun budaya bangsa dengan berbasis budaya lokal. ADiTV ini berada pada *channel* 44 UHF sesuai dengan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 96/KEP/M.KOM.INFO/3/2009 pada tanggal 9 Maret 2010 dan Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Wilayah DIY nomor 151/IPP-UCS/LPS.DIY/KPI/04/2009 pada tanggal 6 April 2009 dengan jangkauan wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian daerah Jawa Tengah. Pendirian ADiTV ini sudah tercantum berdasarkan Akta No. 33 Tanggal 22 Januari 2008, tentang Akta Pendirian Perseroan Terbatas PT. Arah Dunia Televisi.³

² Leaflet ADiTV Yogyakarta

³ Leaflet ADiTV Yogyakarta

Selama ini ADiTV hadir di tengah kehidupan masyarakat Yogyakarta dengan program-program unggulan yang berlandaskan kearifan lokal, sehingga menjadikan ADiTV sebagai televisi alternatif bagi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Sejak April 2012, ADiTV bahkan sudah bisa dinikmati oleh seluruh masyarakat dunia melalui TV *streaming* di www.aditv.co.id. Di samping itu, dari segi bisnis ADiTV juga sudah mampu menyediakan ruang promosi dan komunikasi bagi para pelaku usaha kecil (mikro) dan menengah (UMKM) di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.⁴

2. Visi, Misi, dan Tujuan

- a. Visi “ADiTV menjadi stasiun televisi berbasis kearifan budaya lokal”
- b. Misi
 - 1) Menayangkan program-program yang dikemas dalam bentuk acara hiburan, informasi, pendidikan, dan budaya yang mampu meningkatkan potensi sumber daya manusia Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya sehingga dapat bersaing di tingkat global dengan menjunjung tinggi kepribadian bangsa.
 - 2) Menayangkan program acara yang mendorong berkembangnya sektor pendidikan, budaya, perekonomian, dan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
 - 3) Menjadi media komunikasi yang efektif antara pemerintah daerah dengan masyarakat dan di antara sesama warga masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.

⁴ Leaflet ADiTV Yogyakarta

- 4) Berperan aktif menjaga dan mengembangkan citra Yogyakarta sebagai kota pendidikan.
- 5) Berperan aktif mewujudkan misi Daerah Istimewa Yogyakarta “*Hamemayu Hayuning Bawono*”.⁵

c. Tujuan

- 1) Menjadikan media televisi sebagai wadah ekspresi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya dengan menekankan pada muatan hiburan, informasi, pendidikan dan budaya.
- 2) Menyediakan ruang promosi dan komunikasi bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
- 3) Memberikan tontonan dan tuntunan yang berbeda dengan televisi swasta nasional dalam rangka meningkatkan kecerdasan dan membangun budaya bangsa yang berbasis budaya lokal.⁶

3. Logo



Gambar 1.IV Logo ADiTV

Sumber : ADiTV

⁵ Tabel Visi Misi ADiTV Yogyakarta

⁶ Dokumen manajemen ADiTV

Tulisan ADiTV sendiri merupakan singkatan dari nama perusahaan yaitu PT. Arah Dunia Televisi. Tulisan “ADi” berwarna kuning dan orange cerah yakni melambangkan pencerahan bagi umat, sedangkan tulisan “TV” dengan warna biru melambangkan langit luas di mana segala perjuangan dan perbuatan umat akan mengarah ke langit, sebuah simbol di mana Allah SWT berada. Untuk gambar matahari yang berada di tengah tulisan melambangkan sumber pencerah, semangat Islam dan ke-Muhammadiyah-an. Tulisan “Pencerahan Bagi Semua” merupakan *tagline* dari ADiTV itu sendiri yang memiliki tujuan sebagai televisi yang mencerahkan pemirsa.⁷

4. Profil

ADiTV berada di bawah naungan perusahaan PT. Arah Dunia Televisi, dengan *stationality* Televisi Muslim Muda Modern. ADiTV mulai mengudara di kantor kantor yang berlokasi di Gedung Universitas Ahmad Dahlan (UAD) II, Jalan Kapas No. 9 Umbulharjo Yogyakarta. Di UAD inilah sejarah ADiTV dimulai dengan segala keterbatasannya, akan tetapi memiliki komitmen yang tinggi untuk menghadirkan program-program yang mendidik dan islami bagi masyarakat.⁸

Pada awal tahun 2013, ADiTV hadir dengan gedung baru yang bertempat di Jalan Raya Tajem Km. 3 Panjen, Wedomartani, Sleman, Yogyakarta. Studio televisi dengan konsep modern ini berdiri di lahan Budi Mulia Dua (BMD) dengan luas tanah lebih dari 1 hektar sampai dengan sekarang. Untuk kepemilikan lahan ADiTV ini dibagi menjadi dua

⁷ Leaflet ADiTV Yogyakarta

⁸ Leaflet ADiTV Yogyakarta

yakni 20% oleh Muhammadiyah dan 80% milik BMD. Direktur utama dari ADiTV ini adalah Rangga Alma Hendra.⁹ Kantor baru ADiTV memiliki 3 studio dengan ukuran berbeda yang dipergunakan untuk lokasi syuting program *in-house*. Setiap studio dilengkapi dengan peralatan syuting yang memadai.¹⁰

ADiTV memiliki 3 pilar utama yakni:

a. ADiTV Perjuangan

ADiTV hadir untuk menjawab tantangan jaman, menjadikan ADiTV sebagai wahana perjuangan dakwah modern. Di era informasi dan teknologi ini ADiTV ingin meneruskan perjuangan Ahmad Dahlan bagi Indonesia (A-D-I) di abad milenium untuk mencerahkan masyarakat.

b. ADiTV Harapan

Di tengah maraknya berbagai tayangan televisi yang tidak mendidik dan merusak masyarakat, ADiTV bertekad untuk terus menyiarkan program televisi dengan jiwa dan nafas islami. ADiTV akan menjadi alternatif utama televisi keluarga, yang terus menyajikan tayangan bermutu khususnya bagi anak dan ibu (A-D-I).

c. ADiTV Masa Depan

Orang-orang di balik ADiTV adalah anak-anak muda terbaik Yogyakarta yang siap mengatur ADiTV menjadi televisi masa depan. Dengan memperkuat strategi *branding* 3M: Muslim, Muda, Modern

⁹ (Wawancara dengan Geranimo A. Wiryadimaja. Direktorat Edukasi dan Internship ADiTV, 6 Maret 2019 pukul 13:33)

¹⁰ Leaflet ADiTV Yogyakarta

ADiTV yakin selalu punya tempat di hati masyarakat, menjadikan ADiTV berbeda dengan stasiun televisi lainnya.¹¹

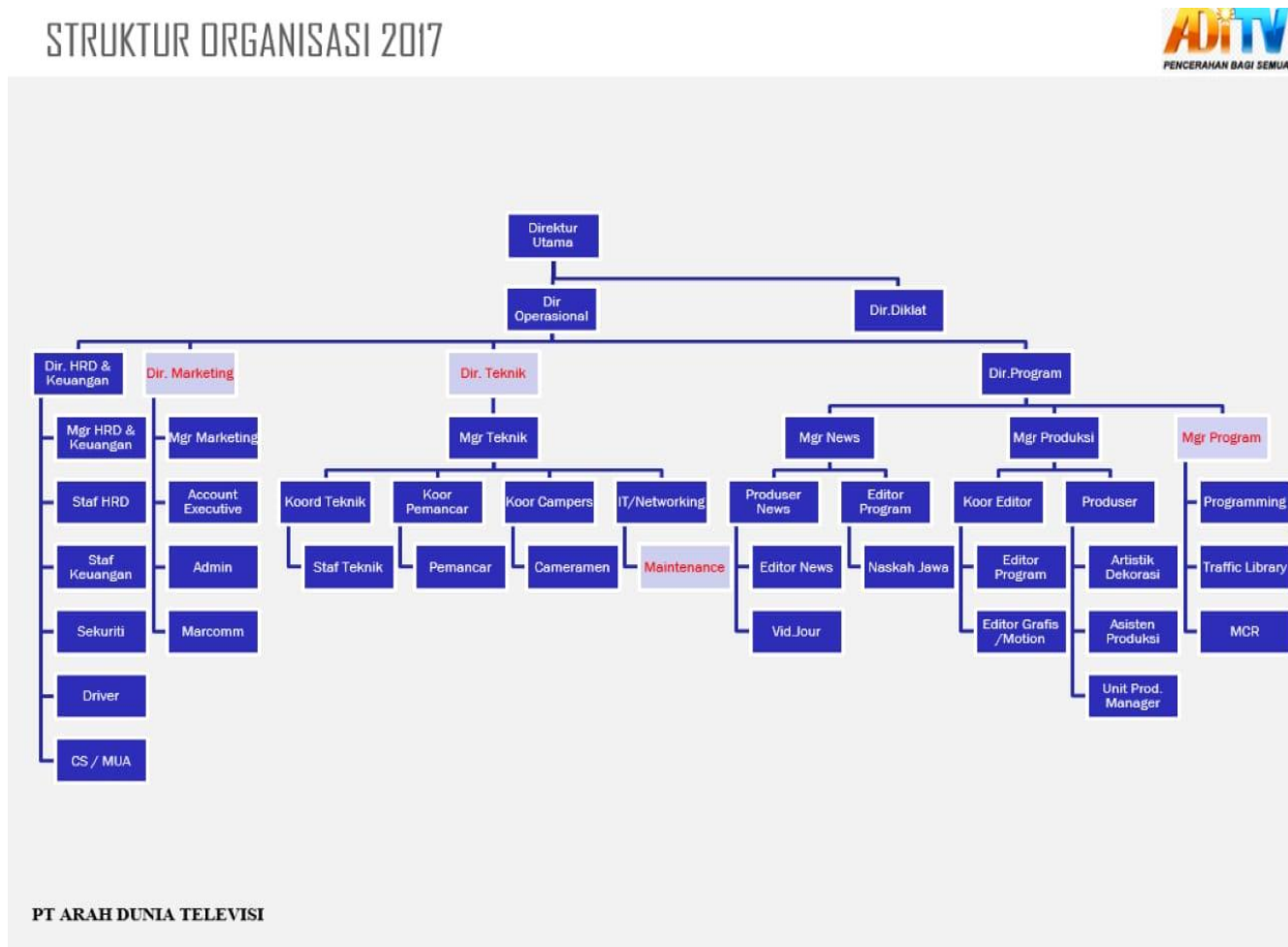
5. Struktur Manajemen

Struktur manajemen atau desain manajemen PT. Arah Dunia Televisi mengandung unsur-unsur spesialisasi kerja, standarisasi, koordinasi dalam pembuatan keputusan dan besaran satuan kerja. Oleh karena itu struktur manajemen di PT. Arah Dunia Televisi mengikuti pola struktur manajemen sebagai berikut:

- a. Struktur manajemen yang menuntut adanya keahlian fungsional, efisiensi dan mutu pekerjaan yang baik yakni:
 - 1) Prinsip komando tunggal di mana masing-masing personil mempunyai satu atasan.
 - 2) Setiap personil punya wewenang dan tanggungjawab masingmasing.
 - 3) Arus informasi dan pelaporan bersifat vertikal.
 - 4) Hubungan kerja horizontal diatur dengan prosedur kerja, kebijakan dan petunjuk pelaksanaan.
- b. Penggunaan sumber daya yang semakin efisien sebagai akibat pekerjaan yang sejenis dan berulang-ulang.
- c. Konsentrasi personil hanya pada sasaran bidang yang bersangkutan.
- d. Memusatkan pengendalian kinerja personil serta biaya, jadwal dan mutu pekerjaan.
- e. Berpotensi untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian individu.

¹¹ Leaflet ADiTV Yogyakarta

Adapun struktur manajemen ADiTV dapat digambarkan di dalam bagan berikut ini:



Gambar 2.IV Struktur Organisasi ADiTV

Sumber : ADiTV

6. Jagkauan Siaran

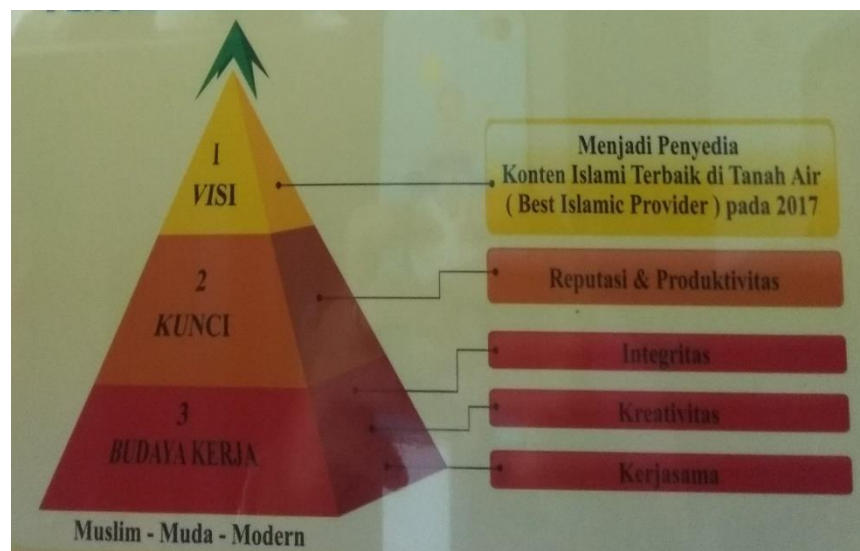
ADiTV memiliki menara pemancar atau *tower* setinggi 110 meter dengan menggunakan 32 panel pancar berkekuatan 12 KW dari Pathuk,

Gunungkidul. Pemancar tersebut yang menjadi jaminan kualitas gambar dan jangkauan siaran, selain itu ADiTV juga sudah memiliki alat pemancar siaran secara *digital* yang masih digunakan ke dalam analog.¹² Dengan menara pemancar tersebut ADiTV memiliki *coverage area* yakni di wilayah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian wilayah Jawa Tengah seperti Magelang, Purworejo, Temanggung, Klaten, Surakarta, Sukoharjo, Boyolali, dan Karanganyar. Daerah yang tidak terjangkau dalam siaran dapat menikmati tayangan ADiTV melalui *streaming* di www.aditv.co.id.

7. Filosofi ADiTV

Filosofi yang dimiliki oleh ADiTV yakni berlomba-lomba dalam kebaikan *fastabiqul khoiroth* dengan semangat muslim muda modern.

Pencerah Bagi Semua



¹² Leaflet ADiTV Yogyakarta

Berikut merupakan keterangan untuk nomor 3, yakni :

a. Integritas

1) Pernyataan nilai (*Value statement*)

Yakni membangun kepercayaan dengan menjaga kejujuran, tanggung jawab, dan moral.

2) Panduan perilaku

Yakni bersedia bekerja dengan tanggung jawab, keikhlasan, dan dedikasi. Mencintai pekerjaan dan menjaga citra perusahaan, dan mengutamakan kedisiplinan, serta etos kerja untuk memberikan yang terbaik.

3) Perilaku yang harus dihindari

Yakni menerima dan atau memberi suap dan hal ilegal lainnya, serta membuat fitnah, isu-isu negatif yang dapat merusak suasana kerja.

4) Panduan perilaku pemimpin

Yakni memberi teladan dalam menjaga kejujuran, moral, dan amanah serta ikhlas menerima kritik, bersikap adil dan bijaksana.

b. Kreativitas

1) Pernyataan nilai (*Value statement*)

Yakni melaksanakan tugas dengan segala daya untuk mencapai kinerja terbaik, inovatif, dan menginspirasi.

2) Panduan perilaku

Yakni menyelesaikan pekerjaan dengan senang dan gembira, selalu bersemangat dan pantang menyerah untuk memberikan hasil terbaik, serta tidak cepat puas atas hasil yang dicapai.

3) Perilaku yang harus dihindari

Yakni mudah menyerah, malas, dan puas dengan hasil apa adanya.

4) Panduan perilaku pemimpin

Yakni berpikir strategis sehingga bisa mengambil keputusan dengan cepat, tepat, dan akurat serta mampu berfungsi sebagai perencana, pengelola, sekaligus sebagai pengawas yang handal.

c. Kerjasama

1) Pernyataan nilai (*value statement*)

Yakni terbuka untuk kerjasama dengan semangat saling menghargai dan menghormati untuk mencapai hasil terbaik.

2) Panduan perilaku

Yakni bersedia mendengar dan menghargai pendapat orang lain, terbuka untuk mengungkap ide dan gagasan, serta berpikir positif.

3) Perilaku yang harus dihindari

Yakni egois, arogan, dan masa bodoh, serta tidak peduli.

4) Panduan perilaku pemimpin

Yakni menjadi koordinator dan komunikator yang baik, memotivasi dan mengarahkan anggota tim, serta menciptakan suasana kerja yang kondusif.¹³

8. Prinsip-prinsip ADiTV, Budaya Kerja, dan Kunci Sukses

a. Prinsip-prinsip ADiTV

- 1) Bekerja dengan ikhlas dan amanah untuk mencapai ridha Allah SWT
- 2) Saling menghormati, menghargai, dan berdedikasi
- 3) Menginspirasi, berwawasan luas, dan memiliki visi kedepan
- 4) Bekerja dengan gembira, selalu optimis dan *positive thinking*
- 5) Selalu mengedepankan kreativitas, inovasi dan menjadi pionir dalam setiap perubahan menuju kebaikan
- 6) Selalu berusaha menyajikan tayangan dengan kualitas terbaik
- 7) Melaksanakan pekerjaan dengan penuh tanggung jawab dan selalu berupaya keras untuk mempersembahkan hasil terbaik
- 8) Mengedepankan kerjasama, kebersamaan, dan kemitraan

b. Budaya Kerja

- 1) Reputasi (membangun citra yang positif dengan komitmen dan profesionalitas, untuk menyajikan tayangan terbaik bagi masyarakat)
- 2) Produktivitas (memperlihatkan kinerja yang unggul dalam kualitas dan kuantitas terbaik)

c. Kunci Sukses

¹³ Leaflet ADiTV Yogyakarta

- 1) Integritas (disiplin dan ikhlas dalam melaksanakan setiap pekerjaan)
- 2) Kreativitas (mengeplorasi ide, bekerja dengan karsa, untuk menghasilkan suatu karya yang menarik)
- 3) Kerjasama (selalu terbuka untuk menjadi mitra terbaik bagi siapa saja)

9. Pola Siar, Jadwal Siaran, Konten dan Program Siaran ADiTV

a. Pola Siaran

ADiTV memiliki pola siar dengan menyajikan konsep program yang mencakup informasi, pendidikan, hiburan, iklan dan lain sebagainya. Konten program yang memiliki unsur pendidikan menjadi fokus terbesar dari ADiTV dalam menyajikan pola siarnya. Sekitar 40% program yang dimiliki oleh ADiTV didalamnya terdapat unsur pendidikan, hal tersebut karena ADiTV ingin menjadi televisi yang memiliki tampilan atau tontonan yang mendidik. Untuk waktu siaran reguler ADiTV sendiri dimulai dari jam 08:00 sampai dengan jam 01:00 WIB.

b. Jadwal Siaran

ADiTV biasanya menyusun jadwal program tiap bulan atau beberapa bulan, hal tersebut dikarenakan program yang disajikan ADiTV dalam setiap bulan biasanya berubah. Selain itu setiap bulan ADiTV mengevaluasi program-programnya kemudian merencanakan program apa saja yang akan disajikan untuk ke depannya.

c. Konten dan Program Siaran

Konten program yang disajikan oleh ADiTV yakni mulai *educational program, variety show, news, entertainment program, talk show, music*, serta beberapa konten lainnya. Dalam memenuhi konten program yang akan ditayangkan, ADiTV memiliki kurang lebih sekitar 60% program *in-house* dan 40% program kerjasama. Program *in-house* merupakan program yang diproduksi sendiri baik di dalam studio maupun luar area studio. Sedangkan program, kerjasama ADiTV dapat berbentuk program dari luar maupun kerjasama dengan stasiun televisi lain. Contohnya ADiTV melakukan kerjasama dengan TV Edukasi, *SpaceToon*, dan televisi yang berbasis di Arab Saudi. Adapun konten program yang ada di ADiTV seperti yang ada dalam gambar berikut ini:¹⁴



Gambar 3.IV Diagram Program ADiTV

Sumber: ADiTV

Dalam menentukan suatu konten program, ADiTV memiliki panduan konten tayangan, yakni :

¹⁴ Leaflet ADiTV Yogyakarta

- 1) Menjaga reputasi dengan cara menghindari tayangan yang berpotensi pada image negatif seperti kekerasan, sara, pornografi, narkoba, dan image-image negatif lainnya
- 2) Menghindari tayangan atau pemberitaan yang memecah belah umat
- 3) Mengutamakan konten yang *timeless*
- 4) Pemilihan *talent* berpenampilan menarik atau *camera face*
- 5) Untuk *talent* wanita harus berpakaian santun dan diutamakan memenuhi kaidah tata busana islam (tidak ketat, tidak tembus pandang, tidak memperlihatkan aurat), dan berkesan modern
- 6) Untuk *talent* pria tidak harus memakai surban atau baju koko (islam tidak identik dengan budaya Arab atau Timur Tengah) akan tetapi berbusana sopan dan berkesan modern
- 7) Penggunaan grafis dengan kesan modern (referensi : Russia Today, CCN)
- 8) Penggunaan gaya editing mengutamakan pacing dan ritme yang cepat (d disesuaikan) untuk menghindari visual yang monoton
- 9) Penggunaan audio dengan kesan modern, dinamis (menghindari nuansa Arab atau Timur Tengah berlebihan) dan ilustrasi musik yang sesuai dengan tema program
- 10) Menghindari tayangan iklan rokok, minuman keras, kondom, serta pengobatan yang berbau klenik

Sementara itu, ADiTV mempunyai 49 program yang terbagi atas 22 program *in-house* dan 27 program yang merupakan program kerjasama. Berikut contoh program yang dimiliki ADiTV:

1) Macapat Syafa'at Bersama Cak Nun

Merupakan program *variety show* yang memiliki durasi 2,5 jam yang mengkolaborasikan antara pengajian (tabligh) dengan diiringi musik dari Kyai Kanjeng.

2) Wedhang Ronde

Merupakan program *variety show* dengan durasi 1 jam, dengan menghadirkan komedian asal Yogyakarta yakni Wisben dan kawan-kawan yang siap menghibur pemirsa dengan guyonan-guyonan khas Yogyakarta dengan tema khusus dan diiringi musik tradisional.

3) Cahaya Robbani

Merupakan suatu program tafsir Al-Qur'an dengan durasi 1 jam bersama dengan Profesor Yunahar Ilyas.

4) Jendela Hati

Merupakan program religi dengan durasi 1 jam bersama dengan Ustadzah Eni Harjanti dengan konsep *road show* yang dihadiri ratusan jamaah.

5) Dokter Menyapa

Merupakan program dengan durasi 1 jam, membawakannya dengan cara berdialog tentang seputar kesehatan dengan menghadirkan narasumber yang ahli pada bidangnya ahli medis. Program ini disajikan pada siaran live atau langsung dan dengan telepon interaktif.

6) Mirip Sulap

Merupakan program hiburan yang memiliki durasi 30 menit dengan penampilan pesulap yang menampilkan berbagai trik dan tips yang dapat menghibur masyarakat.

7) Galeri Halal

Merupakan program *feature* kuliner yang memiliki durasi 30 menit yang mengupas kelezatan aneka makanan dan mengintip dapur *chef*, dengan dipandu oleh *host* yang menarik. Program ini memberi referensi kuliner yang berkualitas dengan harga yang pas dan pastiya halal.

8) Dialog Khusus

Merupakan program dialog yang berdurasi 1 jam dengan siaran *live* atau langsung dan telepon interaktif, dengan dipandu oleh *host* yang profesional.

9) Tamu Istimewa

Merupakan program *talk show* yang menampilkan orang yang dapat berpengaruh dan orang yang ahli pada bidangnya, populer, inspiratif dan berprestasi untuk membahas topik yang sedang ramai dibicarakan.

10) Jendela UKM

Merupakan program *company profile* dengan durasi 15 hingga 30 menit dengan membahas tentang usaha dan profil perusahaan atau lembaga dan instansi yang dikemas dengan gambar dan narasi.

11) Lensa 44

paket berita *bulletin* berdurasi 30 hingga 60 menit yang menghadirkan berita-berita terbaru, terpercaya dan berimbang. Berbagai liputan aktual dan menarik disajikan dengan tampilan *digital virtual*.

12) Bintang Cilik

Merupakan program *variety show* yang diharapkan dapat menjadi wadah bagi anak-anak untuk menampilkan keterampilan pada bidang pertunjukan, minat, dan bakat, dan kreasi di depan layar kaca ADiTV.

13) Piknik

Merupakan program *magazine* yang membahas tentang informasi destinasi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Program ini dipandu dengan *host* yang menarik dan pastinya program ini dapat menjadi referensi destinasi liburan bagi masyarakat.

14) Ekspresi Musik

Merupakan program dokumentasi konser musik yang berdurasi 1 jam bersama dengan artis-artis ternama yang hadir di Yogyakarta.

15) Adiwarta

Merupakan program berita yang disajikan dengan menggunakan bahasa Jawa.¹⁵

Selain program diatas ADiTV juga memiliki program berita yakni Lensa 44. Lensa 44 merupakan suatu program berita yang

¹⁵ Leaflet ADiTV Yogyakarta

diproduksi oleh ADiTV. Tayang setiap hari pada hari Senin sampai dengan Sabtu, Lensa 44 ini hadir tiga kali sehari yaitu pada Siang pukul 13:00-13:30 WIB, Petang pada pukul 18:00-19:00 WIB, dan Malam pada pukul 23.00-20:00 WIB yang merupakan *re-run* dari program Lensa 44 Malam. Lensa 44 diproduksi di dalam Studio *News ADiTV* yang merupakan studio *green screen* dan *virtual*, dengan format *on-air live on-air* untuk Lensa 44 Siang dan *tapping* untuk Lensa 44 Malam.¹⁶

Lensa 44 merupakan suatu program berita dengan format *newsbulletin* yang setiap edisinya dibawakan oleh seorang *host* dan menyajikan 10 sampai dengan 12 berita yang dirangkum dari Daerah Istimewa Yogyakarta dan beberapa daerah di Provinsi Jawa Tengah seperti Mgelang, Boyolali, Solo, dan Klaten dengan beberapa jenis berita yang disajikan seperti *softnews*, *hardnews*, *advertorial*, dan laporan khas redaksi. Presentase masing-masing jenis berita yakni kurang lebih 60 persen untuk *hardnews*, 20% untuk *softnews*, 10% untuk *advertorial*, dan 10% untuk laporan khas redaksi.¹⁷

Untuk Lensa 44 Siang dan Lensa 44 Malam, beritanya dilengkapi dengan *teaser* program dan informasi prakiraan cuaca yang berlaku untuk keesokan harinya yakni bagi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. Lensa 44 Siang memiliki durasi 30 menit dengan jumlah 3 segmen, sedangkan untuk Lensa 44 Petang dan Lensa 44 Malam memiliki durasi 60 menit dengan jumlah 4

¹⁶ (Wawancara dengan Moch. Masykur Afandi Manajer *news aditya*)

¹⁷ (Wawancara dengan Moch. Masykur Afandi Manajer *news aditya*)

segmen. Target audien dari Lensa 44 ini sendiri mencakup semua umur dan Status Ekonomi Sosial (SES) B dan C, Lensa 44 bertujuan untuk mengetengahkan informasi berita dan peristiwa sosial dan budaya, ekonomi, politik, dan hiburan. Selain itu untuk mencerdaskan masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah dengan menjunjung *two cover side*, tidak memihak dan netral.¹⁸



Gambar 4.IV Logo Program Lensa 44

Sumber: ADiTV

Nama Lensa 44 terdiri dari dua kata yakni “Lensa” yang mempunyai makna sesuatu yang menangkap segala sesuatu dengan apa adanya dan fokus yang dapat diatur sesuai dengan kode etik jurnalistik dan “44” yang merupakan *channel* UHF dari ADiTV itu sendiri.¹⁹

¹⁸ *Ibid*,...

¹⁹ Leaflet ADiTV Yogyakarta

Tabel 2.IV

Struktur Manajemen Divisi *News* dan Jurnalistik ADiTV

Manajer <i>news</i>	Moch. Masykur Afandi
Produser " <i>bulletin current affair</i> "	Anggita Rachmawati
	<i>Video Journalist</i> : 1. Joko Pramono B. Nuzul Nugraheneni C. Aryanda Ahmad D. Rendy
<i>Megazine, documentary and edutainment</i>	Editor : 1. Tri Agustino 2. Ida Bagus Gede Indra Mahendra Adi
	Reporter : Dissy Aulia Editor : 1. Restu Anggoro 2. Panji Wardana Pangestu

B. Proses Penyajian Berita dalam Program Lensa 44 ADiTV Yogyakarta

Dalam penyajian suatu berita di setiap media pastinya memiliki perbedaan seperti halnya strategi yang harus diperhatikan dan diatur sedemikian rupa. Untuk mencapai tujuan tersebut tentunya memerlukan strategi sehingga dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai. Salah satu media massa berhasil mendapatkan penghargaan dari KPID Yogyakarta pada tahun 2018 yaitu PT Arah Dunia Televisi yang merupakan stasiun televisi lokal di DIY, hal itu dapat dilihat dari strategi yang digunakan oleh crew Lensa 44 ADiTV Yogyakarta yaitu sebagai berikut :

1. Kekuatan (*strenght*)

Strategi yang digunakan pertama kali adalah kekuatan. Sekarang ini kebutuhan informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat dari berbagai kalangan, contohnya masyarakat Yogyakarta. Untuk mendapatkan informasi tersebut perlu adanya kekuatan sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang dimengerti dan dapat dipercaya kebenarannya.

“Kalau nulis berita itu harus yang jelas, yang lugas, yang enggak berbelit-belit gitu mudah dimengerti. Terus kalau gaya tulisan itu kan berbeda-beda setiap orang cuman kan cara pengemasannya harus komunikatif informatif kayak gitu kan, terus kalau nulis berita itu juga harus disesuaikan dengan apa yang kita wawancarai kayak gitu, jangan menggunkan opini kita sendiri kayak gitu itu nulis berita yang bener lo, soalnya sekarang kan kadang e ngasih opini sendiri gitu lo tapi itu tu nggak boleh kayak gitu harus sesuai dengan apa yang kita wawancara dan apa yang kita wawancara juga nggak boleh di plintir, misalnya di potong kayak gitu kalau untuk menulis berita yang bener”.²⁰

²⁰ (Wawancara dengan Nuzul Nugraheni *video journalist* adity, 22 Maret 2019 pukul 18:30)

Agar kualitas berita yang disajikan kepada masyarakat dapat diterima dengan jelas tentang berita yang disajikan maka *video jurnalis* dalam menuliskan berita yang sudah diperoleh harus sesuai menentukan sebuah isu yang akan menjadi kekuatan dari berita yang akan dibuat. Dalam menentuka isu berita *video jurnlist* harus memahami dan harus mengetahui alur dari peristiwa tersebut, dan membuat berita sesuai dengan sudut pandang yang berbeda. Seperti yang dijelaskan oleh Nuzul Nugraheni :

“...menentukan isu ya kita harus mendalami isu itu sendiri, misalnya kalau sekarang ini kan isunya hangatnya politik ya. Jadi kita harus memahami dulu harus tau alurnya dulu, segala macam baru setelah itu kita bisa menentukan angel-angelnya isunya yang mau kita angkat itu seperti apa kayak gitu a harus bisa ngambil dari sudut pandang yang berbeda...”²¹

Sering kali kekuatan dalam pembuatan berita juga harus menentukan sebuah isu yang dirasa menarik untuk dibahas terlebih bagi masyarakat yang menontonnya karena sekarang ini masyarakat lebih suka dengan hal-hal yang *viral*. Seperti yang disampaikan oleh Nuzul Nugraheni :

“...isu itu adalah suatu pembahasan yang menarik jadi kita bisa menggali informasinya itu menjadi informasi yang menarik untuk dibahas. Misal kalau bikin isu itu ya menarik untuk dibahas, kayak misalnya yang lagi viral lagi apa nah kamu bikin isu kayak gitu gitu...”²²

Pada dasarnya gaya ataupun bentuk dalam menampilkan suatu berita sangatlah berbeda antara media yang satu dengan media yang lain, contohnya dalam dalam menayangkan berita tidak kaku dan pada saat *editing video* backsound yang digunakan harus sesuai dengan jenis berita

²¹ *Ibid...*

²² Wawancara dengan Nuzul Nugraheni *video jurnalist* aditv, 22 Maret 2019 pukul 18:30)

yaitu berita *hard news*, *soft news*, maupun seremonia bahkan untuk berita *softnews* terkadang akan ditambah dengan berbagai macam efek. Seperti yang dituturkan oleh Anggita Rachmawati :

“Sesuai branding ADiTV yaitu "Muslim Muda Modern", tayangan berita yang disajikan Lensa 44 juga tidak terlalu "kaku" seperti berita pada umumnya. Dalam paket/video berita yang ditayangkan kami menggunakan backsound yang disesuaikan dengan jenis beritanya (hardnews, softnews, dan seremonial) pada editing. Bahkan, untk softnews juga ditambahkan efek framing atau split screen, efek transisi yang lebih berwarna/bervariasi, kadang juga digunakan efek dramatis. Mengikuti kebutuhan berita”.²³

Selain penjelasan diatas, dalam menampilkan program berita secara keseluruhan di ADiTV masih menggunakan *virtual set* dengan *green sceen studio* untuk menampilkan *take host*. *Virtual set* yang digunakan antara Lensa 44 siang dan Lensa 44 malam berbeda karena pada *virtual set* untuk malam hari dapat menggunakan contoh gambar.

Dalam teknik penayangan berita (urutan penayangan berita) di ADiTV dalam penyusunannya dilihat dari nilai dan manfaat bagi masyarakat sebagai audien. Seperti yang dijelaskan oleh Anggita Rachmawati :

“Untuk menyaring berita atau tepatnya menyusun berita yang akan ditayangkan, tentu dilihat dari nilai berita yang terkandung dalam berita tsb (kamu bisa cari teori soal nilai berita). Contoh : hardnews (bencana alam, kriminal, isu hangat, kebakaran, laka lantas, pantauan harga cabai, atau berita lain anyg memiliki dampak luas di masyarakat atau berita yang memiliki keterikatan waktu) akan lebih didahulukan dibanding softnews (wisata, kuliner, kerajinan, atau berita lunak yg tidak terikat waktu) dan berita seremonial (wisuda, peresmian, agenda kedinasan, atau berita lain yang terikat waktu namun tidak sedarurat hardnews)”.²⁴

²³ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 aditv, 7 Maret 2019 pukul 15:25)

²⁴ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 aditv, 7 Maret 2019 pukul 15:25)

Salah satu contoh dari penyaringan penyaringan berita Lensa 44 Malam Edisi Rabu, 27 Februari 2019 yang diberikan oleh Anggita Rachmawati. Segmen satu berita pertama, diisi oleh berita WASPADA TANAH LONGSOR DI MUSIM PENGHUJAN dari Kabupaten Bantul karena menjadi imbauan bagi masyarakat luas dan berdampak besar karena terkait bencana. Berita kedua dan ketiga, diisi berita terkait kasus kriminal. Berita kasus peredaran uang palsu didahulukan dibanding kasus narkoba, karena sebagai edukasi kepada masyarakat agar lebih waspada dan hati-hati ketika menerima uang. Berita keempat, sudah mulai diisi dengan softnews. Berita panen jagung didahulukan karena terkait peningkatan hasil yg akan berdampak pada masyarakat utamanya petani. Berita tersebut disandingkan dengan softnews tentang kerajinan dari bonggol jagung di berita kelima. Berita keenam merupakan berita terkait Pemilu 2019 yang dikemas dalam segmen Lensa Pemilu. Berita ketujuh sampai kesembilan merupakan berita seremonial. Berita kedelapan adalah contoh berita seremonial advertorial (berita berbayar dari klien). Berita kesepuluh dan kesebelas diisi softnews yang tidak terikat waktu dan memungkinkan untuk ditayangkan ulang kapanpun. Softnews juga menjadi penyeimbang hardnews (biar ga sepaneng gitu maksudnya).

Dari hasil wawancara diatas penulis melihat bahwa kekuatan yang dimiliki oleh ADiTV dalam menyaring berita yang dapat ditayangkan maupun berita yang tidak dapat ditayangkan harus sesuai dengan kaidah islam serta P3 SPS karena ADiTV merupakan televisi muslim dibawah naungan organisasi masyarakat terbesar indonesia yaitu Muhammadiyah. Sehingga dalam penayangan beritanya seorang *host* atau *anchour* pada

saat membawakan berita di sangat diperhatikan, seperti dalam menggunakan pakaian harus menggunakan pakaian muslim untuk laki-laki dan pakaian muslimah untuk perempuan. Selain itu pada saat pembukaan dan penutupan dalam menayangkan berita harus menggunakan salam. Seperti yang dipaparkan oleh Anggita Rachmawati :

“Pembawaan host pun lebih santai tidak terlalu kaku dan kebanyakan host kami masih muda. Pakaian yang digunakan tentu muslim/muslimah dan menggunakan salam (assalamualaikum/waalaikumsalam). Kembali lagi sesuai dengan branding aditv "Muslim Muda Modern".²⁵

Artinya kekuatan yang dimiliki ADiTV dalam menyajikan berita kepada masyarakat yaitu alasannya berita yang disajikan jelas serta menggunakan bahasanya mudah dimengerti. Dalam memilih isu berita seorang *video journalist* harus mendalami isu tersebut serta memilih hal-hal yang *viral* dikalangan masyarakat, sehingga berita yang disajikan sudah sesuai dengan kegiatan *jurnalistik* dan unsur dalam berita yaitu 5W+1H. Hal tersebut yang menjadi sumber kekuatan dari ADiTV dalam menyajikan suatu berita yang banyak diminati oleh masyarakat tersebut sudah sesuai dengan berita yang sudah disajikan kepada masyarakat. Selain hal itu ADiTV juga sudah mengikuti aturan yang sudah ada pada P3 SPS dan memberikan sajian berita yang memiliki nilai baik sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Seperti yang dituturkan oleh Nugraheni :

“Kalau dari sudut pandang journalist itu cara memilih berita yang baik sesuai P3 SPS itu berita yang tidak mengandung unsur sara, menyudutkan salah satu pihak, tidak e mengandung pornografi, kekerasan gitu. Jadi cara memilih yang baik itu ya kita harus bisa

²⁵ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 aditv, 7 Maret 2019 pukul 15:25)

memilih a berita itu bisa diterima di masyarakat tanpa menyinggung salah satu pihak ataupun yang lain, jadi dalam memilih berita itu harus netral...²⁶”.

2. Kelemahan (*weaknes*)

Selain kekuatan, strategi yang ke dua adalah kelemahan yaitu segala sesuatu yang sifatnya dapat menjadi sumber penghalang bagi setiap kinerja yang telah dijalankan. Seperti yang disampaikan oleh Anggita Rachmawati, bahwa :

“Faktor yang mempengaruhi penyajian berita, kembali ke nilai berita. Jika berita yang ada memuat nilai berita yang baik, netral, tidak memihak, memuat dari dua sisi, terlebih berita hangat dan mempengaruhi hajat hidup banyak orang akan kami tayangkan. Seperti berita kenaikan harga sembako, kenaikan harga bbm, kenaikan tarif dasar listrik, potensi bencana alam, dampak bencana alam, kekeringan, gagal panen akan kami tayangkan. Berita kriminal terkait penyalahgunaan narkoba terutama peredaran, dan berita soal penipuan juga kami dahulukan.”²⁷

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hal tersebut semata-mata akan memberikan sentuhan emosional kepada orang yang menyaksikan berita tersebut. Kelemahan dalam menyajikan berita yang terakhir yaitu adanya batasan tertentu pada berita yang disajikan karena berita tersebut tidak boleh lebih dari 5 menit sehingga berita yang disajikan tidak terlalu membosankan, selain itu terdapat pada gambar *video* yang akan disajikan kepada masyarakat. Seperti yang dipaparkan oleh Panji Wardana Pangestu :

“...Batasan itu juga mengenai hasil dari sebuah berita, jika beritanya itu lebih dari 6 menit mungkin ada beberapa bagian yg harus di batasi karena format berita khususnya di tv lokal maksimal berita 5 menit agar berita yang di sajikan tidak terlalu membosankan, kalau batasan untuk teknik editing saya kira tidak ada batasan yah soalnya tergantung selera editor nya aja mau di

²⁶ (Wawancara dengan Nuzul Nugraheni *video journalist* aditv, 22 Maret 2019 pukul 18:30)

²⁷ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 aditv, 7 April 2019 pukul

sepertikan apa beritanya, kalau masalah contrenya batasanya lebih kepada gambar jika gambar tidak berkenan ya jangan di tampilan.”²⁸

3. Peluang (*oppertunity*)

Strategi yang selanjutnya adalah peluang yang merupakan suatu potensi atau situasi yang dapat menguntungkan dan dapat menambah kemajuan serta kelangsungan dari instansi. Dengan adanya peluang, ADiTV membuat konten khusus yang terkait dengan konten keislaman karena berita tentang islam termasuk kedalam kriteria dari ADiTV. Seperti yang dipaparkan oleh Anggita Rachmawati :

*Kami juga menyajikan berita dengan unsur islami lebih banyak. Seperti pengajian, tabligh akbar, dan wisuda tahfidz quran masuk dalam kriteria berita kami. Terlebih agenda yang berkaitan dengan perayaan besar umat muslim, menjadi utama bagi kami. Kami bahkan membuat segmen khusus, seperti yang sudah disebutkan di soal sebelumnya. Seperti saat Ramadhan, idul adha, musim haji, dan idul fitri”.*²⁹

Artinya peluang yang dimiliki pada program berita di ADiTV yaitu terkait dengan berita keislaman, akan tetapi dalam penayangannya berita tidak menayangkan berita yang mengandung unsur sara ataupun berita yang dapat memicu perpecahan. Hal tersebut terlihat karena dalam menayangkan berita yang terkait pada perayaan hari besar umat agama lain (tidak islam), dengan maksud tidak rasis dan bukan berarti di ADiTV tidak memperbolehkan untuk menayangkan berita tersebut melainkan harus dengan *angle* yang berbeda. Seperti yang dipaparkan oleh Anggita Rachmawati :

“Kami tidak menayangkan berita yg mengandung unsur SARA, dan berita yg memicu perpecahan. Kembali lagi aditv adalah televisi

²⁸ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 aditv, 7 April 2019 pukul 15:35)

²⁹ *Ibid*,...

muslim, kami tidak memiliki banyak porsi utk menayangkan pemberitaan terkait perayaan hari besar umat agama lain. Tanpa bermaksud rasis, dan bukan berarti tidak diperbolehkan. Hanya saja agenda dan angle yg disajikan berbeda. Seperti saat perayaan Natal, kami hanya menayangkan berita terkait persiapan pengamanan jelang hari natal di gereja besar (biasanya gereja Kotabaru). Lalu saat imlek, berita yang kami tayangkan adalah dengan angle bagaimana perayaan imlek itu menjadi atraksi wisata yang mampu menarik dan meningkatkan wisatawan, begitu juga dengan rangkaian agenda menuju nyepi untuk umat hindu, selain soal wisata, angle yang kami ambil juga soal pelestarian budaya dan yang tidak kalah penting adalah toleransi di tengah ragam perbedaan...”³⁰

Selain itu dalam menyajikan konten yang terkait pada berita keislaman tentunya akan berpengaruh terhadap kinerja dari *video jurnalis* untuk tidak mengambil gambar dan naskah berita terkait tentang peribadatan. Tak hanya itu, dalam menayangkan berita terkait dengan spiritualitas agama juga tidak menyudutkan umat islam. Seperti yang dipaparkan oleh Anggita Rachmawati :

“...Kami juga menganjurkan kepada jurnalis utk tidak mengambil gambar atau membuat berita ketika peribadatan berlangsung apalagi membuat naskah tentang tata cara peribadatan. Gambar seperti dhupa, canang, banten, atau alat ibadah lain juga tidak kami tampilkan. Selain itu, kami juga tidak menayangkan berita yang akan menyudutkan umat islam. Seperti saat heboh pembakaran bendera tauhid, kami tidak menuangkan berita tersebut...”

Selain penjelasan diatas peluang yang dimiliki yaitu terkait dengan berita lokal karena ADiTV berada di tanah jawa, akan tetapi berita tersebut jika mengandung unsur *klenik* atau kepercayaan dalam proses *editing* akan dipotong dan diganti sehingga naskah dan *video* yang ditayangkan bersifat pada pelestarian budaya serta tradisi yang dimiliki

³⁰ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 aditya, 7 Maret 2019 pukul 15:25)

oleh masyarakat Jawa. Seperti yang dipaparkan oleh Anggita Rachmawati

:

“...Karena adity ada di tanah Jawa, ada banyak berita tradisi budaya yg masuk ke redaksi. Kami akan menayangkan tersebut mengingat utk memenuhi konten lokal, namun jika ada yg mengandung unsur klenik atau kepercayaan terhadap hal lain selain Allah baik itu di naskah atau digambar akan kami potong atau diganti. Seperti tradisi grebeg atau rayahan gunung, untuk beberapa kalangan masyarakat ada yang mempercayai jika membawa keberuntungan atau berkah nah jika di naskah memuat kalimat tersebut, akan kami potong atau ganti. Jadi lebih ke pelestarian budaya dan tradisi, contohnya gotong royong masyarakat...”³¹

Selain konten terkait keagamaan, juga terdapat konten tentang kejahatan juga sangat diperhatikan pada saat proses *editing video* sehingga sesuai dengan P3 SPS, seperti wajah korban kasus kekerasan ankan di sensor atau di blur dan kasus kejahatan lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh Anggita Rachmawati :

“...Kalau berita lain seperti pembunuhan, pemerkosaan atau kriminal tetap kami tayangkan dengan mengikuti P3SPS. Orang merokok kami blur, wajah korban yg anak di bawah umur kami blur, gambar penemuan jasad kami blur, darah kami hitam putih, adegan kekerasan kami potong atau blur. Kurang lebih kayak gitu.”³²

Pernyataan yang disampaikan diatas sudah sesuai dengan kenyataan bahwa adity memperhatikan tampilan dari *video* yang disajikan kepada masyarakat. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Panji Wardana Pangestu :

³¹ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 adity, 7 Maret 2019 pukul 15:25)

³² (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 adity, 7 April 2019 pukul 15:25)

“Di dalam dunia brodcasting memiliki etika jurnalistik ketika kita mendapatkan gambar yang tidak layak untuk kita tayangkan ya jangan di masukan ke dalam list editing, di aditv ini ada beberapa batasan misalnya gambar bugil karena aditv adalah tv yang mempunyai pencerahan bagi semua maka gamabar seperti sara, orang roko, gambar darah, omongan yang tidak ada etika akan di sensor...”³³

Peluang yang selanjutnya dalam menyajikan berita, format yang digunakan *video jurnalist* lebih memilih untuk mengikuti perkembangan zaman, contohnya sekarang ini masyarakat lebih suka dengan hal-hal yang *viral* dan bersifat ringan dengan tujuan berita yang sudah dibuat bernilai inovatif dan dapat menggugah minat masyarakat untuk melihat berita tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Nuzul Nugraheni :

“Format penyajian beritu itu masyarakat sekarang itu lebih suka hal-hal yang lagi viral, lagi hangat soalnya masyarakat sekarang itu lebih suka e apa ya hal-hal yang sifatnya yang ringan ringan sih. Jadi untuk format yang disajikan kepada masyarakat itu ya seenggaknya bernilai informatif sih menurutku, formatnya a gimana ya biar orang itu kalau ngelihat berita kita apa sih”³⁴

Terakhir, kelebihan yang dimiliki oleh program berita Lensa 44 terdapat pada tampilan *video* yang ditayangkan, yaitu terdapat pada *telop* atau tulisan nama pada *video* berita. *Telop* atau tayangan yang berupa tulisan di layar televisi tersebut pada dasarnya tidak memiliki ketentuan khusus untuk menampilkannya, akan tetapi *telop* berita tersebut akan ditambah jika berita tersebut bersifat berbayar atau kerjasama. Seperti yang dijelaskan oleh Panji Wardana Pangestu :

³³ (Wawancara dengan Panji Wardana pangestu editor aditv, 28 April 2019 pukul 19:00)

³⁴ (Wawancara dengan Nuzul Nugraheni *video jurnalist* aditv, 22 Maret 2019 18:30)

“Kalau ketentuan khusus mengenai telop mungkin berita yang berbayar ya ketika berbayar akan ada tambahan telop yang mamanya advertorial, selebihnya itu tidak ada telop tambahan.”³⁵

4. Ancaman (*threat*)

Strategi yang terakhir yaitu ancaman. Sekarang ini media massa televisi telah tergeser popularitasnya dengan media baru yaitu media online dan media sosial salah satunya *plat form youtube*. Bahkan saat ini banyak stasiun televisi yang memiliki chanel youtube karena dirasa penonton televisi sekarang ini sebagian besar telah berpindah di youtube. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin maju dan fasilitas internet semakin memadai mulai berkembang *on demand audience* yaitu penonton televisi yang hanya ingin menonton program televisi sesuai dengan kenyamanan baik dari segi waktu, tempat, dan program yang disukai serta kesempatan yang diinginkan.³⁶ Akan tetapi hal itu tidak dirasa oleh ADiTV karena mereka mengikuti perkembangan teknologi. Seperti yang dipaparkan oleh Anggita Rachmawati³⁷ :

“In sya Allah ga ada karena kita juga ngikutin perkembangan teknologi...”

Dengan adanyakemajuan teknologi akan ini akan menjadi salah satu ancaman bagi kehidupan media konvensional atau media massa khususnya televisi. Untuk mengatasi ancaman tersebut aditiv untuk menghindari ancaman tersebut salah satunya dengan cara membuat chanel *youtub* yaitu

³⁵ (Wawancara dengan Panji Wardana pangestu editor aditiv, 28 April 2019 pukul 19:00)

³⁶ Atmoko, Wahyu Agus Dwi. (2017). *Revolusi Penonton Televisi Indonesia*. Diakses pada 14 Mei pukul <http://ilkom.fis.uny.ac.id/artikel/revolusi-penonton-televisi-indonesia.html>

³⁷ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser lensa 44 aditiv, 7 April 2019 pukul 15:25)

dengan nama *news aditya*. Selain itu *youtube news aditya* juga memiliki media lain yaitu instagram dengan nama *news aditya*. Hal ini digunakan sebagai siasat untuk mengatasi ancaman dari perkembangan media sosial yang semakin pesat karena menurut Akhmad Kusaeni yaitu wakil pimpinan redaksi lembaga kantor berita nasional antara LKBN ANTARA yang merupakan kantor berita indonesia yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia mengungkapkan bahwa 51% orang yang berusia 18 sampai dengan 24 tahun percaya bahwa sosial media lebih cepat dalam menyajikan berita.³⁸

Selain penjelasan dari strategi dalam menyajikan berita, Anggita Rahmawati yaitu produser Lensa 44 ADiTV memberikan penjelasan terhadap tahapan dalam menyajikan berita. Di aditya sendiri dalam menyajikan berita dengan melalui tiga tahap, yaitu :³⁹

1. *Pra Produksi : Jadi Pimpinan Redaksi (Mas Fandy) memiliki wewenang untuk mengatur penugasan liputan (lebih ke agenda atau permintaan berita apa), itu disampaikan ke Koordinator Liputan (produser) dan nantinya akan memilih jurnalis yang akan ditugaskan. Biasanya disampaikan juga lewat rapat redaksi sedivisi news.*
2. *Produksi : Setelah mendapat penugasan, Video Journalis (Nuzul, Ryan, Pak Jek) berangkat ke lokasi untk liputan. Di lokasi mereka ambil gambar, wawancara dengan narasumber dan jika diperlukan VJ juga on-cam seperti reporter.*
3. *Pasca Produksi : Setelah liputan VJ membuat naskah, memilih timecode wawancara narasumber yang akan digunakan, dan memilih gambar sesuai kebutuhan naskah. Naskah dikirim ke redaksi.*

Setelah tahapan tersebut terlaksana, produser akan mengkroscek naskah yang sudah dibuat oleh *video* jurnalis jika sudah di kroscek dan

³⁸ Gareta, Sella P. (2012). *Media Sosial Media Ancama Media Konvensional*. Diakses pada, 14 Mei 2019 <https://teknokompas.com>

³⁹ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser lensa 44 aditya, 7 April 2019 pukul 15:25)

tidak terdapat kesalahan tahapan yang terakhir adalah *editing* karena proses editing merupakan salah satu elemen penting yang tidak dapat dipisahkan dalam dunia broadcast.⁴⁰ Jika proses *editing* selesai maka produser juga akan mengkroscek hasil dari *video* tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Anggita Rachmawati :

“...naskah diedit dan dicek apakah sudah sesuai penulisannya, apakah sudah cukup mudah dimengerti bahasanya oleh produser untuk disampaikan ke pemirsa. Stelah selesai diedit, naskah juga didubbing oleh produser untuk kemudian diedit disatukan dengan gambar oleh editor (Agus, Indra). Sembari nunggu proses editing, produser biasanya membuat list berita (urutan) yang akan ditayangkan dan membuat lead news anchor yang nanti akan dibacakan saat on air di studio. Setelah editing selesai, video berita dipreview oleh produser dan dilakukan revisi jika ada kesalahan, kalau semua sudah fix, list dan video berita dikirim di library utk nanti siap ditayangkan saat program lensa 44 on air. Selama on air terutama live lensa 44 siang, produser mengawasi di mcr news dan harus membuat keputusan jika ada hal urgent terjadi (mati listrik atau kesalahan teknis).”⁴¹

C. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Penyajian Berita Dalam Program Lensa 44 ADiTV Yogyakarta

1. Faktor Penghambat

Tentunya setiap media massa khususnya dalam hal pemberitaan memiliki hambatan tersendiri dalam dalam menyajikan beritanya tak terkecuali stasiun televisi lokal di Yogyakarta yaitu ADiTV. Salah satu faktor penghambat yang dihadapi yaitu pada saat *video jurnalis* khususnya televisi pada saat melaksanakan peliputan di lapangan tantangan yang

⁴⁰ Prestroika, Rahadiyan. (2015). *Editor dan Editorial*. Diakses pada 29 April 2019 <https://www.kompasiana.com/rahadiyan/551088bba333116837ba865a/editor-dan-editorial>

⁴¹ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser lensa 44 aditv, 7 April 2019 pukul 15:25)

dihadapi sangat berat sehingga harus melihat seperti apa kondisi di lapangan. Seperti yang dijelaskan oleh Nuzul Nugraheni :

“Untuk televisi sendiri tantangannya lebih berat jadi kita harus benar-bener melihat kondisi dilapangan, harus terjun langsung dilapangan, nggak boleh sembarangan mengeluarkan stemen opini tanpa kita melihat langsung di lapangan. Kadang ngelihat dilapanganpun harus jeli, harus teliti. Misalnya dilapangan bencana, aku harus interaktif sama masyarakatnya disitu, harus tanya kejadiannya kayak gimana, dan lain sebagainya...”⁴²

Selain melihat kondisi lapangan, *video jurnalis* sulit untuk mendapatkan narasumber yang benar-benar mengetahui tentang seluk-beluk dari peristiwa atau kejadian yang sudah terjadi sehingga sulit untuk menulis berita. Takahnya itu *video* jurnlis juga kesulitan dalam mencari narasumber ketika membahas tentang isu politik. Seperti yang disampaikan oleh Nuzul nugraheni :

*“...yang menghambat misalnya kita membahas isu politik kadang itu kita mewawancra satu pakar kayak gitu, kadang itu sulitnya itu kadang di narasumbernya kadang nggak mau komen, apalagi kadang masyarakat ditanya ada yang mau kadang ada yang nggak mau. Jadi kita harus jeli, harus pinter untuk nyari narasumber kayak gitu, untuk mencari narasumber kan kita harus mencari segala macem, misalnya kita udah dapet narasumbernya nggak mau, tiba-tiba narasumbernya pergi, di cancel kayak gitu kan. Jadi cara pendekatan kita harus benar-bener baik...”*⁴³

Faktor pngahambat dalam menyajikan berita yang selanjutnya yaitu terkait pada nilai berita, karena di ADiTV hanya berita yang hanya pada satu belah pihak seperti pada saat musim pemilu 2019. Untuk menjunjung netralitas ADiTV berusaha untuk menyajikan berita dari duabelah pihak dan denga porsi yang sama atau tidak berat sebelah. Seperti yang dikemukakan oleh Anggita Rachmawati :

⁴² (Wawancara dengan Nuzul Nugraheni *video journalist* adity, 22 Maret 2019 pukul 18:30)

⁴³ (Wawancara dengan Nuzul Nugraheni *video journalist* adity, 22 Maret 2019 pukul 18:30)

*“kembali ke P3SPS dan nilai berita, terutama netralitas suatu berita. Seperti contoh sekarang baru musim pemilu dan baru berlangsung kampanye terbuka. Untuk tetap menjunjung netralitas media, kami akan berusaha menyajikan berita dari dua paslon dengan porsi yg sama. Jika ada jokowi, harus ada prabowo. Ada ma'ruf harus ada sandiaga. Nah jika salah satu tidak ada, akan kami tunda tayang sampai ada berita penyeimbang.”*⁴⁴

Akan tetapi pernyataan yang disampaikan tidak sesuai dengan yang ditayangkan kepada masyarakat, karena selama pemilu 2019 berita yang ditayangkan hanya pada satu belah pihak. Selain kendala ataupun hambatan yang dihadapi oleh *video journalist* dan produser, seorang *editor* juga memiliki hambatan tersendiri dalam proses *editing video*. Kendala yang dihadapi *editor* yaitu pada waktu atau *deadline* yang sudah ditentukan, selain itu ketika *editor* menemukan *vo* yang tidak sesuai dengan naskah berita. Seperti yang di paparkan oleh Panji Wardana Pangestu :

*“...Ketika sudaah mau live barita tiba-tiba masuk, mau tidak mau editor harus edit secepat mungkin, kendalanya ya mungkin kayak gitu, waktu sih si editor kadang suka panik apalagi kalau jam setengah satu belum selesai itu editor udah susah banget udah fokusnya udah beda nah makanya itu perlunya ada qc perlunya ada bagian gambar yang tidak sesuai gitu. Pada intinya yang sering di hadapi editor khususnya editor berita ialah di kejar kejar waktu *deadline*, kita tidak bisa santai-santai karena berita harus selalu updet. Jika pada saat melalukan *editingnya* lama bisa menjadi hambatan karena tidak sesuai dengan ketentuan waktu yang di sediakan, dan ketika editor menemukan gambar yang tidak sesuai dengan *voice over* itu menjadi hambatan karena *vo* dengan gambar tidak sesuai dengan naskah dan yang di salahkan nanti editornya jika menemukan kendala seperti itu.”*⁴⁵

⁴⁴ (Wawancara dengan Anggita Rachmawati produser Lensa 44 aditv, 7 April 2019 pukul 15:25)

⁴⁵ (Wawancara dengan Panji Wardana Pangestu editor aditv, 28 April 2019 pukul 19:00)

Kendala yang dihadapi oleh *editor* selain terdapat pada *deadline* juga terdapat pada proses editing berita *soft news* karena dalam proses editingnya memakan waktu yang lama yaitu maksimal *editing* bisa sampai dengan setengah jam, karena dalam proses *editing* harus bermain pada pemberian efek sehingga menarik selain itu juga harus kreatif. Seperti yang dijelaskan oleh Panji Wardana Pangestu :

“...Untuk editing video yang ditayangkan pada siang, kadang beritanya itu dapet yang soft news nah produser pengennya soft news-an itu dianeh-aneh. Maksudnya di aneh-aneh itu di pokoknya sekreatif mungkin lah pokoknya main di efek di itu. Pokoknya kalau dapet itu bisa memakan waktu satu sampai dengan satu setengah jam maksimal. Ngedit satu berita cuman yang jalan-jalan kayak gitu tu satujam setengah kayak gitu...”

Selain hambatan-hambatan tersebut seorang *editor* jika waktu *deadline* tiba lupa untuk menyimpan *video* yang sudah diedit juga terdapat pada saat listrik mati dan komputer yang digunakan tiba-tiba mati sendiri atau *not responding*, sehingga *editor* harus *standby* untuk menyimpan hasil *video* yang sudah diedit. Seperti yang dijelaskan oleh Panji Wardana Pangestu :

“...Kemudian hambatan di editor ya not responding ketika kita mgedit tiba-tiba blank lagi dan itu belum di save itu menjadi hambatan bagi editor. Kendalanya selain itu si editor jangan lupa ngesave terus, kita juga harus standby terus ngesave karena apa ketika kita udah ngedit jauh-jauh dapetlah itu komputer tiba-tiba mati, kan sering banget tu listriknya mati iya kalau gensetnya langsung nyala kalau ngga kan ngeditnya kita udah mau selesai kan malah mati kayak gitu. Kadang ada juga beberapa komputer itu juga gak stabil.”⁴⁶

2. Faktor Pendukung

⁴⁶ (Wawancara dengan Panji Wardana Pangestu editor aditiv, 28 April 2019 pukul 19:00)

Selain faktor penghambat tentunya juga diiringi dengan faktor pendukung. Faktor yang menjadi pendukung dalam strategi penyajian berita terdapat pada fasilitas yang sudah diberikan kepada karyawan khususnya pada *crew news* ADiTV, seperti alat yang digunakan untuk menyiapkan atau menyajikan berita bahkan di ADiTV juga sudah memiliki studio untuk melakukan proses pemberitaan. Selain fasilitas yang diberikan Nuzul Nugraheni juga menuturkan bahwa salah satu faktor pendukung dalam proses menyajikan berita yaitu pada saat mendapatkan narasumber :

*“...Kalau pendukungnya kalau mau diwawancara narasumbernya welcome dan paham mau menjelaskan apa ke wartawan”.*⁴⁷

Selain Nuzul, Panji Wardana Pangestu juga menuturkan bahwa pada saat tayangan Lensa 44 malam berita yang ditayangkan lebih banyak berita *soft news*, sehingga waktu untuk *editing* yang dimiliki lebih panjang dan dalam penyampaian berita kepada masyarakat juga *tapping*.

*“...Untuk editing video yang ditayangkan pada malam hari mungkin tidak ada karena waktunya agak lama udah tapping...”*⁴⁸

⁴⁷ (Wawancara dengan Nuzul Nugraheni *video journalist* adity, 22 Maret 2019 pukul 18:30)

⁴⁸ (Wawancara dengan Panji Wardana Pangestu editor adity, 28 April 2019 pukul 19:00)