

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Perkembangan teknologi dan informasi masa kini yang sedang melaju dengan pesat, banyak media massa yang selalu memberikan informasi penting dalam kehidupan manusia. Informasi yang diberikan juga secara menyebar dan diterima oleh khlayak secara merata dan hampir setiap sudut di dunia. Menurut Elizabeth-Noelle Neumann menyatakan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2010: 83-84).

Media massa adalah institusi yang menyebarkan informasi berupa pesan berita, peristiwa, atau produk budaya yang memengaruhi dan merefleksikan suatu masyarakat (Bungin, 2011: 261). Ada berbagai macam bentuk media massa yaitu, pertama adalah media elektronik seperti televisi, radio, dan film, kedua adalah media cetak seperti surat kabar, tabloid, majalah dan lain – lain, ketiga adalah media online seperti media sosial, blog, portal berita, dan website.

Menurut Setio Budi (dalam Junaedi, 2014: 12-13) media massa adalah sama dengan makhluk hidup, media massa harus bisa bertahan (*survive*). Inilah yang dikenal sebagai ekologi media. Proses kompetisi antar industri media terjadi dimulai di dalam lingkungan hidup suatu populasi media. Pada saat yang sama, masing-masing populasi media massa ini harus mampu mempertahankan hidupnya di tengah-tengah persaingan media yang lain.

Perkembangan industri media (khususnya televise) di Indonesia dimulai sejak 1962 pertama kali menyiarkan tayangan pada saat siaran langsung upacara hari kemerdekaan Indonesia. Saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran percobaan (Morissan, 2008: 9). Selanjutnya akhir tahun 1980-an. Tetapi dominasi TVRI atas langit penyiaran berhenti akhir dekade 1980-an, ketika Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) diberi izin mengudara secara terbatas di Jakarta (Junaedi, 2014:8). Tahun 1981 televisi TVRI tayangan-tayangan yang muncul mulai menurun kualitasnya, maka penghasilan stasiun TVRI untuk dana memproduksi tayangan mulai berkurang.

Setelah itu televisi swasta mulai banyak memasuki dunia penyiaran indonesia. Pada tanggal 24 Agustus 1989, pertama kali muncul stasiun televisi swasta yaitu, RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia). Pada pertengahan dekade 1990-an, pemerintah semakin melonggarkan stasiun televisi swasta dalam menyiarkan berita, walaupun masih tetap mengontrol langit penyiaran (Junaedi,2014:9-10). Setelah kemunculan televisi swasta, stasiun televisi swasta sudah mulai ada perkembangan. Tidak hanya RCTI yang menjadi tontonan masyarakat di Indonesia, kemudian muncul satu persatu tahun demi tahun berdatangan stasiun televisi swasta baru seperti, SCTV (Surya Citra Televisi), TPI yang sekarang sudah berganti menjadi MNCTV, ANTV, INDOSIAR. Ketika memasuki tahun 2000 dengan serentak muncul lagi lima stasiun televisi swasta baru seperti, MetroTv, TV7 atau Trans 7, TransTv, Lativi atau TvOne, dan GlobalTv yang berada di bawah naungan MNC media. Seiring berjalan televisi swasta mulai bertambah beberapa stasiun televisi

swasta yaitu, KompasTv yang dimiliki oleh Kompas Gramedia selanjutnya ada NET dari kelompok Indika Group.

Media televisi di Indonesia mempunyai hak dan kewajiban untuk tayangan-tayangan yang sehat, oleh karena itu, televisi memiliki lembaga-lembaga penyiarnya dibawah naungan lembaga penyiaran yaitu, KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Sebagai pedoman, asas, dan tujuan agar tayangan-tayangan yang ada dalam stasiun penyiaran Indonesia tidak melakukan pelanggaran yang meleset dari peraturan yang udah ditetapkan. Stasiun penyiaran di bagi menjadi 4 yaitu: 1) Stasiun penyiaran publik; 2) Stasiun penyiaran swasta; 3) Stasiun penyiaran komunitas; 4) Stasiun penyiaran berlangganan. Dari ke-4 stasiun penyiaran ini memiliki peran yang penting seperti stasiun penyiaran swasta dan stasiun penyiaran berlangganan lebih mencari keuntungan dibanding dengan stasiun penyiaran publik dan stasiun penyiaran komunitas yang tidak mencari keuntungan sepeserpun.

Stasiun televisi di Indonesia tidak hanya berada dipusat atau di Jakarta, ada juga stasiun televisi yang letaknya berada di daerah-daerah tertentu misalnya di kota-kota besar lainnya seperti Surabaya, Bandung, Semarang, Medan, Makassar, Yogyakarta dan lain-lainya. Di Yogyakarta tentunya banyak sekali stasiun televisi swasta nasional yang membuka jaringan untuk menyampaikan pesan dan informasi dari pusat maupun lokal. Stasiun televisi swasta nasional yang menjalankan siarannya di Yogyakarta secara meyeluruh siaran berupa relay dan *live* (siaran langsung) dari stasiun induk yang berada di pusat Jakarta. Stasiun induk merupakan stasiun yang bertindak sebagai

koordinator yang siarannya direlay oleh stasiun anggota pada waktu-waktu tertentu (Morissan, 2008:127).

Stasiun televisi swasta nasional yang berada di Yogyakarta menyiarkan secara relay yaitu; Metrotv, MNC, Transtv, Tvone, Rcti, Indosiar, dan lain-lain sebagainya. Stasiun televisi swasta nasional yang hampir sebagian besar tidak menayangkan siaran relay adalah NET. Stasiun televisi swasta nasional seperti NET membuka stasiun jaringan di Yogyakarta dan berbagai daerah lainnya.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju, dalam proses manajemen produksi suatu berita pada televisi lambat laun mulai meninggalkan dari era analog ke era digital sekarang. Era analog sistem siaran yang berupa mengkodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase dan frekuensi sinyal. Dalam sistem analog, satu kanal hanya bisa diisi satu frekuensi sedangkan dalam sistem digital bisa diisi dengan lebih dari enam frekuensi sekaligus (<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/74>., diakses pada 27 Juni 2019 pukul, 16:00 WIB).

Di era digital sistem siaran yang menggunakan modulasi digital serta sistem kompresi video untuk menyiarkan sinyal gambar, suara, dan data ke pesawat televisi. Sinyal video maupun audio sudah dalam format digital, yaitu berbentuk sederetan bit seperti sinyal data dari komputer (Djamal, dan Fachrudin,2011:312). Era analog dan era digital banyak perbedaan dalam segi gambar, pada era analog gambar kurang jelas dan berformat 4 : 3 sedangkan era digital kualitas gambar dan warna yang beresolusi tinggi/tajam memiliki format 16 : 9 dan sudah memiliki kualitas *high definition* (HD).

Dalam era digital pada televisi memiliki banyak perbedaan dengan era analog. Ketika era analog manajemen produksi berita televisi, khalayak hanya dapat menonton siaran televisi satu kali saat acara itu berlangsung, di era analog manajemen produksi berita televisi penonton yang ketinggalan tayangan berita tidak dapat mengulang kembali acara tersebut atau menonton di multimedia lain. Adapun juga tayangan siaran ulang berita yang sudah disiarkan pada televisi tidak dapat ditonton kembali karena manajemen produksi berita di era analog tidak bisa menyimpan data tayangan dalam komputer melainkan disimpan dalam kaset pita, dan tidak bisa diunggah dalam multimedia lain seperti halnya yang dilakukan pada era digital. Pada era digital manajemen produksi berita tidak hanya ditampilkan dalam siaran televisi tetapi manajemen produksi berita di era digital banyak perangkat yang bisa dimanfaatkan untuk mengganti televisi. Siaran televisi digital dapat diterima melalui telpon genggam, televisi di mobil, dan komputer (Djamal, dan Fachrudin, 2011:311).

Selain itu juga manajemen produksi berita di televisi era digital dapat dilihat dari berbagai macam media seperti youtube, website, dan streaming. Ketika berita yang sudah tayang ditelvisi, NET Biro Yogyakarta menggunakan multimedia platform untuk menarik para penonton dan penggemar siaran berita NET Yogya. Berita NET Yogya yang telah tayang ditelvisi kemudian diunggah melalui multimedia platform seperti YouTube dan media sosial lainnya seperti Instagram. Berita yang diunggah melalui multimedia platform YouTube dan media sosial Instagram dan lainnya, untuk menarik para penonton atau penggemar berita NET Yogya yang tidak sempat menonton berita atau ketinggalan berita pada pagi hari. Berita yang diunggah

ke *Channel Youtube* NET Biro Yogyakarta tentunya banyak penonton atau *viewer* yang melihat berita NET Yogya ketika ketinggalan untuk menonton televisi pada pagi hari maupun yang sudah menonton televisi pada pagi hari.

Pada *playlist* “Dirgantara CUP 2017” dalam *Channel Youtube* NET Biro Yogyakarta episode yang paling banyak *viewer* atau penonton di tahun 2017 pada episode yang berjudul “Persikama Ditahan Imbang Persibo Bojonegoro” ini berjumlah 33.844 *viewer*. NET Biro Yogyakarta mempunyai kelebihan dalam hal ini karena NET Biro Yogyakarta tidak hanya mengemas berita pada televisi tetapi NET Biro Yogyakarta memanfaatkan dunia digital seperti Youtube. Adapun yang diunggah ke Youtube tidak hanya berita yang jenisnya *soft news*, ada juga berita yang berjenis *hard news* tetapi dikemas juga dengan cara seperti layaknya berita *soft news* yang tidak gampang basi pada berita yang disampaikan.



Gambar 1.1 Tayangan di Youtube NET Biro Yogyakarta episode Persikama Ditahan Imbang Persibo Bojonegoro 1 Maret 2017

Selain itu, pada program berita NET Yogya juga pernah mendapatkan sebuah penghargaan dari KPID dalam Anugerah Penyiaran DIY 2017 kategori Program Siaran Anak Terbaik dalam episode “Rona Pelestari Budaya

Dongeng”. Bukan hanya itu NET Biro Yogyakarta juga diberikan penghargaan oleh Bawaslu DIY terkait pemberitaan televisi tentang pengawasan seputar pilkada di DIY tahun 2015. NET Biro Yogyakarta juga dinilai memberitakan secara objektif, dan dinilai memberikan edukasi positif kepada pemilih pilkada DIY. Walaupun NET Biro Yogyakarta masih terbilang umur yang sangat belia, tetapi NET Biro Yogyakarta sudah memperlihatkan kepada masyarakat bahwa NET Biro Yogyakarta layak menjadi televisi kebanggaan khalayak masyarakat.

Dalam penulisan skripsi ini penulis meninjau beberapa hasil penelitian terdahulu maupun skripsi yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan kampus lain-lainya. Penulis menemukan beberapa skripsi yang membahas tentang manajemen produksi dengan obyek penelitian yang berbeda-beda diantaranya:

1	Judul Penelitian	Manajemen Produksi Program Acara Dokumenter Di Televisi: Studi Kasus Produksi Program Acara Dokumenter Pendidikan Lentera Indonesia di NET TV
	Tahun Penelitian	2015
	Nama Peneliti	Angelina Anjar Sawitri
	Instansi Peneliti	Mahasiswa Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Gajah Mada Yogyakarta
	Bahasan	Penelitian ini menjelaskan bagaimana manajemen produksi sebuah dokumenter yang diproduksi oleh stasiun televisi NET Sementara itu obyek yang digunakan merupakan dokumenter yang mengangkat isu pendidikan di Indonesia.

	Persamaan	Dalam hal ini mempunyai persamaan yakni membahas keduanya bagaimana proses dan manajemen produksi yang dilakukan dalam satu stasiun televisi NET.
	Perbedaan	Membahas bagaimana proses dan manajemen produksi sebuah dokumenter pendidikan, sementara penulis membahas bagaimana proses dan manajemen produksi suatu program acara berita yang berjudul NET Yogya di NET TV.
2	Judul Penelitian	Manajemen Produksi Program Acara Angkringan di TVRI Yogyakarta
	Tahun Penelitian	2017
	Nama Peneliti	Maharani Dwi Kusuma Wardani
	Instansi Peneliti	Mahasiswa Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
	Bahasan	Membahas mengenai proses produksi acara <i>Talkshow</i> Angkringan yang bergenre komedi yang di produksi oleh TVRI yogyakarta
	Persamaan	Dalam hal ini mempunyai persamaan yakni dalam suatu proses dan manajemen produksi sebuah program yang tayang dalam televisi.
	Perbedaan	Memiliki perbedaan yang mutlak dimana penulis membahas proses dan manajemen produksi program yang berlatar belakang berita sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang proses dan manajemen produksi sebuah <i>Talkshow</i> yang bergenre komedi.

3	Judul Penelitian	Manajemen Produksi Pemberitaan Kanal 22 di TVRI Yogyakarta
	Tahun Penelitian	2014
	Nama Peneliti	Awendsa Urfatunnisa Tasyaul Muizzah
	Instansi Peneliti	Mahasiswa Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
	Bahasan	Membahas mengenai bagaimana metode manajemen produksi yang secara menyeluruh dalam pemberitaan tayangan kanal 22 yang diproduksi oleh TVRI Yogyakarta.
	Persamaan	Persamaan yang dimiliki oleh peneliti ini sama-sama meneliti suatu program berita yang membahas mengenai manajemen produksi suatu acara berita.
	Perbedaan	Perbedaan yang dimiliki kanal 22 TVRI yakni berita yang dimiliki oleh televisi republik Indonesia, sedangkan berita NET Yogya suatu program berita dalam era digital yang dimiliki oleh televisi swasta NET.
4	Judul Penelitian	Analisis Produksi Program Berita Indonesia <i>Morning Show</i> di <i>News and Entertainment Television</i>
	Tahun Penelitian	2016
	Nama Peneliti	Kemal Aqwam Maulana

	Instansi Peneliti	Mahasiswa Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
	Bahasan	Penelitian ini membahas menganalisis suatu produksi program acara berita Indonesia <i>Morning Show</i> yang di produksi oleh stasiun televisi NET TV
	Persamaan	Persamaan yang dimiliki oleh peneliti ini sama-sama meneliti suatu program berita yang ditayangkan dalam stasiun televisi NET.
	Perbedaan	Memiliki perbedaan yang nyata pada peneliti ini membahas analisis produksi program berita, sedangkan penulis membahas manajemen produksi program acara berita NET Yogya di era digital.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Penelitian berjudul Manajemen Produksi Program Acara Dokumenter Di Televisi: Studi Kasus Produksi Program Acara Dokumenter Pendidikan Lentera Indonesia di NET TV mengangkat tema tentang isu pendidikan. Penelitian ini berfokus pada sebuah program acara dokumenter pendidikan yang merupakan hasil kerja sama antara stasiun televisi dengan organisasi - organisasi sosial yang peduli tentang pendidikan untuk masyarakat.

Penelitian ini juga mendeskripsikan keseluruhan aktivitas manajemen produksi yang terdiri atas proses produksi berupa *development, pre-production, production, dan post-production*. Berbeda format dengan penelitian penulis, yakni format *News* (berita) sedangkan format yang diteliti oleh Angelina Anjar Sawitri adalah dokumenter. Program “Lentera Indonesia” pun hanya berdurasi 25-30 menit. Berbeda dengan program “NET Yogya”

yang berdurasi 60 menit. Selain itu *crew* teknis yang terjun dalam proses pengambilan gambar dalam program “Lentera Indonesia” hanya melibatkan *production assistant, video journalist, dan reporter* saja. Sedangkan dengan program “NET Yogya” yang terlibat dalam pembuatan berita maupun sampai tayang di televisi terdiri dari *producer, video journalist, reporter, editor, dan TS (technical support)*.

Pada penelitian selanjutnya yang berjudul Manajemen Produksi Program Acara Angkringan di TVRI Yogyakarta. Penelitian ini berupa program acara *talkshow* bergenre komedi yang mengangkat sebuah obrolan dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa jawa (Yogyakarta), seperti obrolan yang ada di lingkungan masyarakat sekitar, untuk menjadi lawakan didalam program acara angkringan itu. Dalam penelitian ini manajemen produksi yang terdiri dari proses produksi tersebut seperti; pra-produksi, produksi, pasca produksi.

Program acara “AngkringanTVRI” hanya berdurasi 30 menit dan format tayangan program acara yang diteliti oleh Maharani Dwi Kusuma Wardani berupa *talkshow* yang dibalut bersama guyonan. Sedangkan format program acara televisi yang diteliti oleh penulis ialah *News* (berita). Adapun juga proses produksi pada program acara “AngkringanTVRI” di hari jum’at setiap minggu pertama dan kedua. Proses rekaman dalam 1 hari akan diambil untuk 2 episode dan di bagi menjadi dua waktu antara pagi dan siang untuk paket proses rekaman. Berbeda dalam program berita “NET Yogya” proses menuju siaran hanya satu kali siaran *live* di waktu pagi hari setiap hari senin – jum’at pukul 05:00 – 06:00 WIB. Selain itu juga menyiarkan berupa tayangan *recorded* yang disiarkan pukul 10:00 – 11.00 WIB.

Selanjutnya *crew* yang bertugas untuk memproses produksi program acara “Angkringan TVRI” berbeda dengan *crew* yang terlibat dalam produksi berita yang diteliti oleh penulis. Jika dalam program acara “Angkringan TVRI”, melibatkan *crew* yang banyak seperti; produser, *camera person*, pengarah acara, penulis cerita, pengarah teknik, penata *audio*, penata artistik dan lainnya. Sedangkan dengan program “NET Yogya” *crew* hanya beberapa saja tidak sebanyak *crew* yang bertugas pada program “Angkringan TVRI”. *Crew* yang bertugas terdiri dari *producer*, *video journalist*, *reporter*, *editor*, dan *TS (technical support)*.

Penelitian terdahulu lainnya yang berjudul Manajemen Produksi Pemberitaan Kanal 22 di TVRI Yogyakarta mengangkat tema berita tentang seputaran informasi lokal yang ada disetempat. Dalam Penelitian ini program acara berita “Kanal 22”, hampir sama memiliki kriteria berita yang ada di “NET Yogya”. Program acara berita “Kanal 22” merupakan program berita yang menampilkan berbagai macam informasi baik itu sosial, politik, pendidikan, agama, dan lain sebagainya.

Pada program acara berita “Kanal 22” berdurasi 60 menit ditayangkan setiap hari pukul 17:00-18:00 WIB pada sore hari. Sama halnya pada program acara berita “NET Yogya” yang juga berdurasi 60 menit namun perbedaan menyiarkan live dari Senin-Jum’at pada pukul 05:00-06:00 WIB pada pagi hari dan menyiarkan juga berupa tayangan *recorded* yang disiarkan pada pukul 10:00 – 11.00 WIB. Hampir mempunyai hal serupa dengan program acara berita “Kanal 22”, namun perbedaan dari program acara berita ”NET Yogya” dengan program acara berita “Kanal 22” ialah “NET Yogya” tidak hanya

menyiarkan berita lokal tetapi sering kali menyiarkan materi paketan berita dari “NET News” pusat (Jakarta).

Selanjutnya, *crew* teknis yang bertugas untuk produksi program acara berita “Kanal 22” terdiri dari produser eksekutif, produser, redaktur, *editor*, kameramen, *reporter*, pengarah acara dan lain sebagainya. Sedangkan dengan program acara berita “NET Yogya” yang terlibat dalam pembuatan berita maupun sampai tayang di televisi hanya terdiri dari produser, *video journalist*, *reporter*, *editor*, dan *TS (technical support)*. Penelitian ini juga mendeskripsikan keseluruhan aktivitas manajemen produksi atau proses produksi suatu program acara berita yang terdiri atas pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

Penelitian terakhir yang berjudul Analisis Produksi Program Berita Indonesia *Morning Show* di *News and Entertainment Television*. Penelitian ini juga berupa program acara berita, tetapi ada sedikit perbedaan dalam format dan konsep acaranya. Konsep dan program acara berita pada “Indonesia *Morning Show* di *News and Entertainment Television*” menampilkan berbagai informasi terkini seperti: *Hard News*, *Soft News*, *Entertainment News*, dan *Talkshow* yang dikemas secara berbeda dari paket berita pagi lainnya. Terdapat sebuah perbedaan dalam program berita “Indonesia *Morning Show*” dalam penayangan beritanya tidak menentukan secara matang akan membahas apa, melainkan memilih pilihan *stock* berita yang ada pada kordinator liputan.

Selain itu, “Indonesia *Morning Show*” menampilkan juga paket berita ulangan, akan tetapi perbedaannya disini ambil sisi yang berbeda dari *angle* dan sudut pandang narasumber. Dan yang membedakan lainnya adalah naskah menggunakan bahasa santai yang disesuaikan dengan keadaan audiens di pagi

hari dengan tidak memakai bahasa jurnalis yakni 5W+1H tetapi menggunakan narasi S-P-O-K. Sedangkan program berita “NET Yogya” konsep dan program siaran acara berita beragam-ragam jenisnya, dari berita *Hard News*, *Soft News*, dan *Feature News*. Serta materi siaran berita NET Yogya yang tidak hanya menayangkan berita berasal dari liputan para reporter, *Video Journalist*, dan Kontributor (Reporter dan *Video Journalist*) NET Biro Yogyakarta, tetapi ada juga materi *Retrieve* yang berasal dari pusat dan dari biro-biro NET lainnya. Program Berita Indonesia *Morning Show* di *News and Entertainment Television* berdurasi tayang setiap hari mulai pukul 06:05 – 07:25 WIB pagi hari setelah tayangan berita NET 5. Sedangkan, pada program acara berita “NET Yogya” berdurasi 60 menit, tayang dengan siaran *live* setiap senin - jum’at mulai pukul 05:00 - 06:00 WIB di pagi hari dan menyiarkan juga berupa tayangan *recorded* yang disiarkan pada pukul 10:00 – 11.00 WIB.

Penelitian ini juga mendeskripsikan keseluruhan aktivitas manajemen produksi yang terdiri atas proses produksi berupa Pra-produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Adapun *crew* yang bertugas dalam program berita “Indonesia *Morning Show*” terdiri dari produser eksekutif, produser senior, produser *junior*, *production assistance*, koordinator liputan, *reporter*, kameramen, *editor*, pengarah program, *floor director*, audio, dan *presenter*. Berbeda dengan program acara berita “NET Yogya” *crew* yang terlibat dalam pembuatan berita maupun sampai tayang di televisi hanya terdiri dari produser, *video journalist*, *reporter*, *editor*, dan *TS (technical support)* saja.

Berdasarkan latar belakang diatas, mengingat pentingnya mengetahui langkah-langkah dalam suatu memproduksi acara berita televisi di era digital didalam program berita NET Yogya di NET Biro Yogyakarta. Maka penulis

melakukan penelitian dengan judul. “**Manajemen Produksi Dalam Program Siaran NET YOGYA Di Stasiun Televisi NET Biro Yogyakarta Di Era Digital**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana manajemen produksi dalam program siaran NET YOGYA di stasiun televisi NET Biro Yogyakarta di Era Digital?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen produksi yang dijalankan oleh NET Biro Yogyakarta dalam program acara siaran NET Yogya Secara lebih spesifik, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses serta manajemen produksi program televisi dalam siaran program berita NET Yogya di era digital dalam NET Biro Yogyakarta.
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam proses produksi program siaran NET Yogya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi wawasan serta pengetahuan dalam proses siaran dan manajemen produksi siaran berita NET Yogya di NET Biro Yogyakarta. Penelitian ini dapat digunakan untuk kontribusi kepada mahasiswa serta untuk referensi bagi Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis Penelitian

Bagi individu yang tertarik pada broadcasting, penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi mengenai manajemen produksi program siaran berita NET Yogya. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai manajemen produksi khususnya dalam acara siaran berita.

E. Kajian Teori

1. Manajemen Produksi Berita Televisi

Manajemen produksi bagi sebuah program berita sangatlah penting mengingat secara harfiah, manajemen produksi terdiri dari dua kata yaitu manajemen dan produksi. Di mana manajemen memiliki makna, manajemen posisi dan manajemen proses. Manajemen produksi adalah segala usaha/aktifitas/proses guna mencapai tujuan efektif dan efisien. Tindakan manajemen akan berhubungan dengan pembuatan keputusan atas rancangan/desain dan pengawasan produksi termasuk didalamnya semua aktifitas/proses untuk mewujudkan suatu produk sesuai dengan tujuan yang telah disepakati (Mabruri, 2013:21).

Manajemen media merupakan sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial ataupun sosial. Baik komersial ataupun sosial, media dipelajari secara lengkap mulai dari karakteristik, posisi, perannya dalam lingkungan dan sistem ekonomi, sosial, dan politik tempat media itu berada. Juga dipelajari bagaimana pengelolaan media tersebut meliputi aspek filosofi, metodologis, dan praktis baik sebagai institusi komersial maupun sosial (Rahmitasari, 2017:5)

Hal ini bisa diartikan dengan sederhana bahwa manajemen adalah bagaimana melakukan tindakan untuk mencapai tujuan dengan memanfaatkan orang lain. Hal ini berarti dalam manajemen melibatkan serangkaian proses yang tidak hanya dilakukan oleh satu orang, namun dikerjakan oleh beberapa orang sebagai kesatuan tim yang masing-masing memiliki posisi, fungsi dan tugas yang berbeda (Junaedi,2014:33-34). Orang sering beranggapan bahwa manajemen adalah segala hal yang terkait dengan orang-orang yang berada pada puncak organisasi atau pimpinan perusahaan. Setiap orang dengan kegiatan untuk mengarahkan tindakan dan upaya orang lain dalam setiap mencapai suatu tujuan adalah manajer (Morissan, 2008:137).

Beragam pengertian tentang manajemen mengindikasikan bahwa manajemen bisa dilihat dalam aspek berikut ini. Pertama, Manajemen berkaitan dengan proses. Hal ini berarti bahwa manajemen bukan tindakan yang bersifat tunggal, namun serangkaian tindakan yang tertata dalam alur proses tertentu yang telah direncanakan sebelumnya. Kedua, Manajemen melibatkan aspek sumber daya manusia dan materi. Ini mengindikasikan bahwa dalam manajemen melibatkan orang lain, bukan merupakan tindakan yang dilakukan oleh satu orang saja, namun tindakan yang dilakukan oleh beberapa orang. Ketiga, manajemen diarahkan untuk mencapai tujuan bersama dari organisasi. Ini berarti bahwa dalam manajemen, selalu ada perencanaan yang dilakukan sebelum pelaksanaan dilakukan. Ketika pelaksanaan sudah dilakukan, kontrol pengawasan atas pelaksanaan dilakukan dengan maksud agar untuk mencapai tujuan bersama dapat tercapai. Terakhir, manajemen berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen. Fungsi manajemen ini menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan (Junaedi, 2014:35-36).

Sebagaimana yang disebutkan dalam pengertian manajemen, aspek penting dalam manajemen adalah fungsi manajemen. Dalam beragam organisasi, termasuk dalam organisasi media, fungsi manajemen selalu melekat dalam proses kehidupan organisasi. Pengertian-pengertian tentang manajemen secara jelas menyebut beberapa fungsi dari manajemen dengan istilah yang berbeda-beda dari setiap ahli, walaupun pada hakikatnya adalah sama (Junaedi, 2014:36). Secara garis besar, fungsi manajemen dapat dirangkum dalam empat fungsi yaitu:

- a. Fungsi perencanaan (*planning*)
- b. Fungsi pengorganisasian (*organizing*)
- c. Fungsi pelaksanaan (*actuating*) yang mencakup adanya pengaruh (*influencing*) dan pengarahan (*directing*).
- d. Fungsi pengawasan (*controlling*).

Keempat fungsi manajemen ini selalu ada dalam praktek manajemen. Peniadaan terhadap salah satu atau lebih dari keempat fungsi manajemen tersebut menjadikan manajemen tidak akan berjalan dengan fungsinya. Pembahasan berikut ini akan satu persatu membahas tentang keempat fungsi tersebut (Junaedi, 2014:37) Fungsi-fungsi manajemen atau POAC sebagai berikut:

- a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik

dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat (Morissan, 2008:138).

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departemenisasi dan pembagian kerja. Departemenisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama (Morissan, 2008:150).

c. Pelaksanaan (*actuating*) dan Pengarahan (*directing*)

Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau memengaruhi (*influencing*) tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Peter Pringle (1991) mengemukakan: *The influencing or directing functions centers on the stimulation of employees to carry out their responsibilities with enthusiasm and effectiveness.* (Fungsi memengaruhi atau mengarahkan terpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusiasme dan efektif). Kegiatan mengarahkan dan memengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan. Fungsi peangarahan

diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali bawahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya (Morissan, 2008:162).

d. Pengawasan (*controlling*)

Fungsi pengawasan (*controlling*) antara lain evaluasi (*evaluating*), penilaian (*appraising*) dan perbaikan (*correcting*). Sebutan pengawasan lebih banyak digunakan karena lebih mengandung konotasi yang mencakup penetapan standar, pengukuran kegiatan dan pengambilan tindakan korektif. Menurut Mockler, pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan (Morissan, 2008:167).

2. Program Siaran

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang – Undang Penyiaran Indonesia untuk acara tidak menggunakan kata program tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Akan tetapi, kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Dengan demikian pengertian program adalah segala hal yang

ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi (Morissan, 2008:209-210).

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio maupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Atau, dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing – masing program siaran ini menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita. *Slot* waktu masing – masing program ini dirancang sesuai dengan tema program itu, sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya (Djamal, & facruddin, 2011:149). Program siaran televisi dibagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Program Berita

Siaran berita yang mempunyai format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari – hari. Format ini memerlukan nilai – nilai faktual dan aktual yang disajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu yang membutuhkan sifat liputan yang independen (Naratama, 2013:71).

b. Program Non-Berita

Berbeda dengan program berita, program non-berita biasanya di sajikan dalam bentuk program hiburan. Program non-berita adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses

pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari – hari. Produksi program dibuat dengan hiburan yang dipenuhi dengan aksi, gaya, dan musik (Naratama, 2013:71).

3. Produksi Berita Televisi

Berita adalah informasi yang penting dan menarik bagi khalayak audien, tetapi tidak semua informasi adalah berita. Kita sering kali menerima informasi setiap hari, misalnya saja: tetangga saya akan hajatan minggu depan, saudara saya masuk rumah sakit, para pekerja memperbaiki jalan yang rusak parah di lingkungan saya dan seterusnya. Namun, apakah semua informasi tersebut adalah berita yang dapat di siarkan oleh media massa. Berita adalah informasi namun tidak semua informasi adalah berita (Morissan,2008:7-8).

Menurut Badjuri (2010:85) berita adalah laporan suatu peristiwa yang sudah terjadi, gagasan atau pendapat seseorang atau sekelompok orang (politisi, ekonom, budayawan, ilmuwan, agamawan dan sebagi berikutnya.) atau penemuan baru dalam sebagai bidang yang dipandang penting dan diliput wartawan/reporter untuk dimuat dalam media massa cetak atau ditayangkan dalam media TV atau disiarkan melalui radio. Berita yang ditayangkan dapat menjadi isu dan menjadi opini hingga dapat mempengaruhi masyarakat luas untuk menentukan sikap atau kebijakan serta tindakan tertentu. Beragam definisi tentang berita yang berbeda – beda yang dikemukakan oleh pakar komunikasi:

- Freda Morris (1996) dalam bukunya *Broadcast Journalism Techniques*, memberikan definisi bahwa “*News is immediate, the important, the things that have impact on our lives.*” Artinya, berita adalah sesuatu yang baru, penting yang dapat memberikan dampak

dalam kehidupan manusia yang terdiri dari unsur baru, penting, dan bermanfaat bagimanusia (Fachruddin, 2012:49).

- Menurut Soewardi Idris kualitas dasar yang di golongankan dalam berita adalah harus benar dan tepat (*accuracy*), berita harus menarik (*interesting*), harus baru (*actual*), dan harus mengandung suatu penjelasan (*explanation*) (Fachruddin, 2012:49).
- Mitchel V. Chantley menjelaskan “Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua – keduanya bagi masyarakat luas” (Fachruddin, 2012:49).
- JB Wahyudi memberikan definisi berita, yaitu laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa periodik (Fachruddin, 2012:49).

Produksi program acara televisi adalah semua aktifitas atau sebuah proses dalam pembuatan produksi program acara televisi yang sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien yang di lakukan melalui usaha *team work* (kerabat kerja) sebagai mendayagunakan bakat – bakat manusia dan sumber daya manusia dalam sebuah stasiun televisi (Mabruri, 2013:24).

Produksi atau redaksi berita stasiun televisi pada umumnya telah memiliki sebuah desain produksi program berita sesuai dengan target audiensi dan target market yang telah dirancang oleh tim kreatif. Produksi dilakukan program berita dilakukan dengan cepat, bahkan pada kondisi situasi tertentu

tahapan satu dengan lainnya dilakukan secara bersama – sama, sehingga menunggu tahapan satu selesai sebelum bisa memulai tahapan selanjutnya.

Produksi berita televisi memanfaatkan atau memburu materi audio visual apa adanya tanpa manipulasi (karya jurnalistik), sehingga gambar yang ditayangkan “*as it happen*” atau saat sebuah peristiwa sedang berlangsung (Fachruddin, 2012:17-18). Menurut Fred Wibowo (2007:39) dalam tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang sering disebut SOP (*standar operation procedure*), seperti berikut:

a. Praproduksi

Tahap ini sangat penting sebab jika tahap ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah jelas. Tahap praproduksi meliputi tiga bagian, sebagai berikut ini (Wibowo, 2007:39).

1) Tahap perencanaan (*planning*)

Mencari atau mendata informasi yang masuk dari beberapa sumber media cetak atau audio visual dari dalam maupun luar negeri. Mencari informasi berasal dari fakta peristiwa, pendapat realita yang di sekitarnya atau dari narasumber yang dapat di percaya (Fachruddin, 2012:65).

2) Rapat redaksi (*production meeting*)

Rapat redaksi adalah bagian terpenting dari rangkaian sebuah produksi *news* dimana produser *news* akan menentukan jurnalis atau para pencari berita (*video journalist*) dalam mengajukan ide atau konsep berita sesuai dengan prinsip 5W+1H serta membahas kesiapan seluruh *crew* dalam menjalankan tugas membuat berita

(Mabruri, 2013:24). Rapat redaksi berita biasanya diadakan pagi dan sore, setiap hari atau beberapa jam sebelum program berita *on air*, untuk membicarakan atau membahas informasi yang masuk sebagai bahan berita liputan, antara lain:

- a) Mendata dan membahas seluruh informasi berita yang masuk ke ruang produksi.
- b) Membicarakan nilai berita/*news value* yang akan diliput.
- c) Menentukan jenis – jenis berita yang akan diliput
(Fachruddin, 2012:65).

3) Penugasan kru peliputan (*program planning*)

- a) Menentukan atau memerintahkan petugas reporter maupun *camera person* berita yang akan melaksanakan liputan di lapangan yang dituangkan pada daftar *shooting planning*.
- b) Memerintahkan kepada kepala redaktur untuk memantau perkembangan peristiwa atau kejadian selama pelaksanaan tugas.
- c) Mengadakan evaluasi berita – berita yang telah disiarkan, dan yang akan disiarkan sehingga dapat mengetahui/menentukan berita mana yang harus diikuti perkembangan isi berita selanjutnya (Fachruddin, 2012:65).

b. Produksi

- 1) Persiapan produksi, sebelum melaksanakan tugas kru diharuskan melakukan persiapan:
 - a) Reporter beserta kru lainnya mengadakan koordinasi, dan membahas materi yang akan diliput.

- b) Menyiapkan peralatan *shooting* (kamera, *microphone*, *tape cassette*, *tripod*, lampu, dan sebagainya).
- c) Menyiapkan transportasi (apakah menggunakan pesawat terbang, kendaraan umum atau kendaraan dinas, paspor, tanda pengenal, dan akomodasi lainnya).
- d) *Checking* peralatan khususnya kamera dan *microphone*, kondisi alat tersebut apakah layak pakai (Fachruddin, 2012:66).

2) Pelaksana Produksi:

- a) Melaksanakan *shooting* sesuai dengan persiapan produksi sebelumnya.
- b) Kembali dari lokasi melaksanakan *shooting* di lapangan, reporter dan *camera person* melakukan *preview/checkin* hasil *shooting* (Fachruddin, 2012:65).

c. Pascaproduksi

Setelah melaksanakan *shooting* di lapangan, kru selanjutnya mempersiapkan pekerjaan:

- 1) *Camera person* dan reporter menyerahkan kaset atau *memory card* hasil shooting kepada *news editor* dengan data *shooting (shooting list)*.
- 2) Proses *editing*.
- 3) Membuat grafik untuk pendukung materi berita.
- 4) Reporter membuat naskah berita yang disesuaikan dengan gambar atau suara yang *dishooting* (disinkronisasi).
- 5) Proses *dubbing*.
- 6) Naskah diserahkan kepada pimpinan redaksi (*editor in chief*).

7) Naskah yang sudah di cek oleh pimpinan redaksi selanjutnya diserahkan kepada editor atau penata gambar yang sering disebut juga sebagai editor berita. Dalam proses *editing*, reporter dan juru kamera sebaiknya mendampingi editor untuk memberitahukan gambar dan *statement* yang akan ditampilkan (Fachruddin, 2012:66).

Mabruri (2013,43) mengatakan bahwa terdapat sistem kerja jurnalistik televisi dengan bagian tugasnya (*job desk*) masing – masing yang berada dalam departemen produksi tersebut yaitu:

a. *Executive producer*

Executive producer adalah seseorang yang mempunyai wawasan dan mengerti tentang program televisi secara keseluruhan dan memiliki kemampuan menuangkan ide atau pemikirannya dalam pembuatan program televisi, selain itu mampu mengelola dan melakukan koordinasi, kontribusi dan distribusi produksi secara keseluruhan, sistematis, dan efisien. *Executive producer* bertanggung jawab terhadap penyusunan dan pengembangan ide untuk program siaran (Fachruddin, 2012:62).

b. *Producer*

Producer adalah yang bertanggung jawab terhadap perencanaan suatu program siaran dan harus mempunyai kemampuan berpikir dan menuangkan ide dalam suatu tulisan atau proposal untuk suatu program acara secara baik dan sistematis, serta mempunyai kemampuan untuk memimpin dan bekerja sama dengan seluruh

kerabat kerja dan unsur – unsur produksi terkait (Fachruddin, 2012:62).

c. *News writer* (penulis berita)

News writer (penulis berita) adalah seorang yang menulis, menyunting berita menyusunnya ke dalam naskah berita, serta menyampaikan suatu pemikiran/ide terhadap suatu peristiwa yang kreatif. Keahliannya harus mampu menggunakan bahasa yang efektif, kalimat yang singkat, dan menarik (Fachruddin, 2012:62).

d. *Script writer* (penulis naskah)

Script writer (penulis naskah) merupakan yang bertugas membuat naskah untuk bahan siaran, memiliki kemampuan merubah ide ke dalam bentuk naskah yang merupakan hasil imajinasi dari sebuah proses terhadap dorongan motivasi yang menjadi suatu bentuk tulisan yang menarik dan memiliki pesan baik bagi pemirsa (Fachruddin, 2012:63).

e. *Unit production manager*

Unit production manager adalah seseorang yang bertugas menyediakan kebutuhan logistik yang diperlukan untuk setiap elemen produksi dan mengawasi setiap penggunaan dana produksi, mengkoordinasikan semua aktivitas produksi dan penyiaran, menyusun dan bertanggung jawabkan administrasi keuangan (Fachruddin, 2012:63).

f. *Audio/video engineering*

Audio/video engineering adalah seseorang yang mengoperasikan peralatan *Audio/video* di stasiun televisi, bertanggung jawab

terhadap porsi suara termasuk bunyi – bunyian, musik, dan spesial efek (Fachruddin, 2012:63).

g. *Camera person* (juru kamera)

Camera person (juru kamera) adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk pengoperasian kamera, yang bertugas mengambil gambar sesuai kebutuhan konsep atau *script* yang ada. *Script* atau konsep yang dibuat berdasarkan hasil rapat redaksi bersama produser (Mabruri, 2013:63).

h. Reporter

Reporter adalah seseorang jurnalis/wartawan aktif yang bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengolah bahan berita berdasarkan prinsip 5W+1H dari berbagai sumber informasi, untuk ditulis serta melaporkannya melalui stasiun televisi tempatnya bertugas (Fachruddin, 2012:64).

i. Editor

Editor adalah seseorang yang bertugas menyunting gambar berdasarkan informasi dari naskah *news* yang ada. Keberadaan editor *news* adalah menyempurnakan hasil pengambilan gambar yang direkam oleh seorang *camera person* sehingga menghasilkan informasi berita yang terarah sesuai dengan prinsip 5W+1H (prinsip jurnalistik) (Mabruri, 2013:63-64).

j. *News presenter*

News presenter adalah seorang penyiar berita akan tetapi stasiun televisi yang bersangkutan memberikan spesialisasi ulasan berita tentang topik dan bahasan khusus yang sedang aktual. Bekerja

berdasarkan keahliannya untuk mengulas sesuatu peristiwa (Fachruddin, 2012:64).

k. Penata artistik

Penata artistik disini bukanlah seorang *Art Director* seperti pada sebuah produksi film layar lebar yang bekerja ekstra sulit dan detail. Penata artistik ini bertugas menata kebutuhan artistik seorang reporter yang akan melakukan *stand up* agar terlihat indah (menawan/enak dilihat), ia juga harus membuat rancangan kebutuhan *wardrobe*, *hairdo*, dan *make up* bagi reporter (Mabruri, 2013:65).

l. *Comprompter/teleprompter*

Comprompter/teleprompter adalah sebuah sistem yang merupakan alat bantu penyiar dalam membacakan *lead* berita, sehingga penyiar berita tanpa harus melihat naskah (menunduk) atau menghafalnya. Karena seluruh naskah yang diketik dalam *software* di komputer dapat ditampilkan pada layar baca di sekitar lensa kamera di studio. *Teleprompter* biasanya digunakan juga oleh strudara/PD atau produser untuk memberikan isyarat pada penyiar (Fachruddin, 2012:65).

m. *Video Journalist* (video jurnalis)

Video Journalist (video jurnalis) adalah Reporter yang merangkap tugas menjadi VJ yang dituntut untuk mampu melakukan dua pekerjaan tersebut dengan baik, dalam hal mencari berita secara mendalam dan berbobot serta dapat mencari gambar yang sesuai

dengan kaidah ketentuan standar pengambilan gambar untuk pemberitaan.

4. Teori *New Media*

Teori media baru/ *new media* merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang menyatakan bahwa media baru/ *new media* merupakan teori tentang pembahasan yang mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, ada dua pandangan yang terdapat dalam teori ini. Kedua pandangan tersebut adalah pendekatan interaksi sosial (*social interaction*) dan pendekatan integrasi sosial (*social integration*). Pertama, pendekatan interaksi sosial yang membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Bentuk media penyiaran yang lebih lama dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi.

Media baru sering disebut juga era digital. Era digital adalah suatu era di mana segala sesuatunya disandarkan pada semua yang bersifat digit, deret angka. Era ini berawal dari ditemukannya sifat angka yang mampu berperan sebagai simbol pembuatan alat-alat canggih, pasca modernisasi besar-besaran terjadi di berbagai belahan dunia, terutama di Barat. Mereka juga menggunakan simbol angka Nol (0) dan Satu (1) untuk menyebutkan kerja Off dan On, pada perangkat yang diciptakan. Ini merupakan prinsip kerja mematikan yang satu, menghidupkan yang lain secara bergantian (<https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/view/547> diakses pada tanggal 4 Juli 2019 pukul 06:55 WIB).

Pierre Levy memandang *World Wide Web* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (Littlejohn, dan Foss, 2008:413).

Media baru tidak hanya bisa membantu orang untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas, tetapi media baru juga harus mampu seperti sebagian besar dari bentuk – bentuk media massa yang sudah ada (Fidler, 2003:205). Media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya. Media baru juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan, dan kebimbangan (Littlejohn, dan Foss,2008:414).

Media yang lebih baru menciptakan sesuatu yang terlihat seperti interaksi, tetapi tidak mirip dengan interaksi tatap muka yang sebenarnya. Media yang lebih baru menciptakan interaksi dengan simulasi komputer. Ada tingkat interaksi yang tinggi, tetapi dengan komputer, tidak dengan individu tertentu (Littlejohn, dan Foss,2008:415).

Menurut Mc. Quail Dennis (dalam Tamburaka, 2013:74) memberikan lima konsep pembeda antara media baru dengan media lama, antara lain:

- a. Derajat interaktivitas, di mana interaksi dalam *new media* lebih fleksibel dan lebih tinggi dibanding media konvensional.
- b. Derajat *social presence* (keberadaan sosial) di mana media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Media baru

memungkinkan audience untuk bisa berhubungan secara personal dengan media melalui kontak langsung.

- c. Derajat otonomi, di mana penggunaan media memiliki kemampuan untuk mengontrol isi dan penggunaan medianya sendiri dan menjadi sumber independen. Penggunaan media bisa memiliki media sendiri dan diolah sendiri.
- d. Derajat *playfullness*, kemampuan media menyediakan hiburan bagi para *user*.
- e. Derajat privasi yang berhubungan dengan tepi isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menampilkan apa pun di media baru (internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal.

5. Internet

Internet muncul sejak tahun 1960-an. Awalnya, internet berupa jaringan komputer yang bernama ARPA. Jaringan ARPA dibuat oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat untuk salah satu kepentingan militer. Jaringan ini terus berkembang luas hingga menghubungkan komputer – komputer yang ada di ribuan perguruan tinggi dan perusahaan di Amerika Serikat. Kemudian, pada tahun 1980-an, jaringan komputer yang terhubung semakin banyak. Kumpulan jaringan komputer inilah yang sekarang disebut sebagai internet. Tahun 1990-an hingga saat ini, internet terus berkembang sangat pesat meliputi ribuan jaringan dan jutaan pengguna di seluruh dunia (Utami,2007:1).

Internet (kependekan dari ‘interconnected-networking’) adalah rangkaian komputer yang terhubung satu sama lain. Hubungan melalui suatu

system antar perangkat komputer untuk lalu lintas data itulah yang dinamakan network. Secara pengertian yang sangat luas, internet sering disebut komputer yang terhubung melalui jaringan dan saling berkomunikasi dengan waktu dan wilayah tak terbatas (Darma, Jarot, & Ananda,2010:1).

Internet merupakan teori yang dikemukakan oleh Mc Luhan, menyatakan bahwa internet dewasa ini terbukti benar kehadirannya hampir mendominasi seluruh kegiatan manusia, bahkan internet bukan hanya tempat mencari informasi tetapi kini menjadi sumber pendapatan baik individu atau lembaga (Tamburaka,2013:75). Internet atau *new media* tidak hanya dilihat sebagai bentuk layanan yang mengedepankan layanan pribadi seperti surat elektronik ataupun hanya berupa daring pencarian informasi tetapi media baru ini telah menunjukkan perubahan bentuk komunikasi antara *audiens* dan komunikator

(<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekkom/article/view/500>, diakses pada tanggal 4 Juli 2019 pukul 14:05 WIB).

Dengan segala kelebihanannya, internet telah melahirkan komunikasi baru yang berbeda dengan masa-masa sebelumnya. Komunikasi interpersonal tak lagi harus saling bertatapan muka. Kita dapat berinteraksi dengan siapapun dan di manapun dengan mengirimkan dan menerima informasi apapun (Sokowati, 2009:43). Menurut Barus (2010:10) Internet juga telah memberi ruang yang sangat luas kepada pribadi dan komunitas sosial untuk berkomunikasi dan saling bertukar informasi melalui blog atau jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan lain – lain. Disebut sebagai media jejaring sosial, facebook, dan twitter kian menerobos ruang komunikasi yang bersifat massal.

Netizens, Michael dan Ronda Hauben dalam Hauben dan Hauben 1997 mengemukakan bahwa salah satu dampak terbesar dari perkembangan media *online* yaitu berpindahnya kekuasaan dari perusahaan – perusahaan media kepada masyarakat. Distribusi informasi berita yang dikuasai elit media kepada massa tidak lagi menjadi model komunikasi yang digunakan, oleh karena saat ini setiap orang mampu untuk menyiarkan apa yang diamati dan opininya sendiri ke seantero dunia.

Media baru menyatukan semua yang dimiliki media lama, jika surat kabar hanya dapat dibaca dalam media kertas, radio hanya dapat didengar, televisi hanya menyatukan audio dan visual. Melalui internet semua itu dapat disatukan baik tulisan, suara dan gambar hidup. Pengguna internet kini dapat membaca tulisan melalui *blog*, *website*, dapat mendengar radio melalui radio internet, dapat menonton siaran berita melalui *live streaming* atau mengunduh atau *download* video (Tamburaka,2013:76-77).

6. Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial (*Social Networking*) diawali oleh *classmates.com* pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antarmantan teman sekolah dan *SixDegrees.com* pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung. Berbeda dengan jejaring sosial yang lahir sekitar pada tahun 1999 adalah beberbasiskan kepercayaan yang dikembangkan oleh *Epinions.com*, dan jejaring sosial yang beberbasiskan pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional di antara 1999 dan 2001 (Fakhrurroja, dan Munandar,2009:5).

Bentuk dari keberadaan *New Media* adalah fenomena munculnya *Social Network* (jejaring sosial). Disebut jejaring sosial oleh karena ternyata aktivitas

sosial ternyata tidak hanya di dalam dunia nyata (*real*) tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomentar, berbagai foto dan video layaknya ketika kita berada dalam lingkungan sosial (Tamburaka,2013:78).

Social Network (jejaring sosial) sering disebut sebuah proses untuk menjalin hubungan di dunia maya (internet). Selain itu juga, jejaring sosial sering digunakan untuk mencari berita sebagai salah satu informasi yang tepat. Seperti para jurnalis untuk mendapatkan informasi atau berita yang dekat dengan masyarakat juga mencari referensi-referensi atau data yang terkait dengan berita yang ia tulis. Jejaring sosial juga membantu jurnalis untuk berkomunikasi baik dengan narasumber atau teman sesama jurnalis dalam menjalankan tugasnya di kegiatan jurnalistiknya (<https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana/article/download/962/792>, di akses pada 9 Oktober 2018 pukul 17:00 WIB).

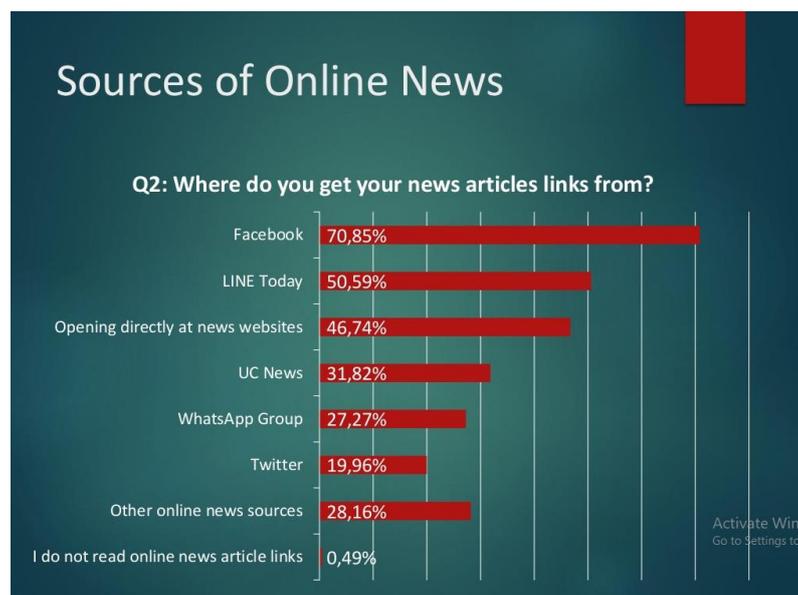
Ada banyak jejaring sosial, hanya beberapa saja jejaring sosial yang cukup familiar antara lain: (Tamburaka,2013:79).

a. Facebook

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan mahasiswanya Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Awal mulanya keanggotaan hanya terbatas pada mahasiswa Havard, namun kemudian keanggotaan diperluas hingga ke perguruan lain seperti Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. (Tamburaka,2013:79-80).

Sejak diluncurkan facebook kini telah memiliki pengguna aktif. Dengan jumlah pengguna aktif mencapai 69 juta pada tahun lalu, facebook adalah layanan Internet paling populer di Indonesia. Banyak pengguna Facebook yang memilih untuk membaca berita online yang berasal dari lini masa *social* media itu. Menurut The New York Times, dalam laporan berita bahwa beberapa negara yang memiliki pengguna Facebook terbanyak seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Indonesia (Tamburaka,2013:80).

Lebih tepatnya di Indonesia paling banyak pengguna yang mengakses berita online melalui Facebook, berdasarkan survei yang dilakukan oleh DailySocial.id menyebutkan bahwa masyarakat di Indonesia lebih banyak mengakses berita online melalui Facebook. Mulai dari 70,85 persen responden yang menyatakan bahwa akses berita online lewat postingan Facebook. Menariknya, dari pernyataan gambar dibawah ternyata hanya 46,74 persen saja yang membaca berita langsung dari situs berita.



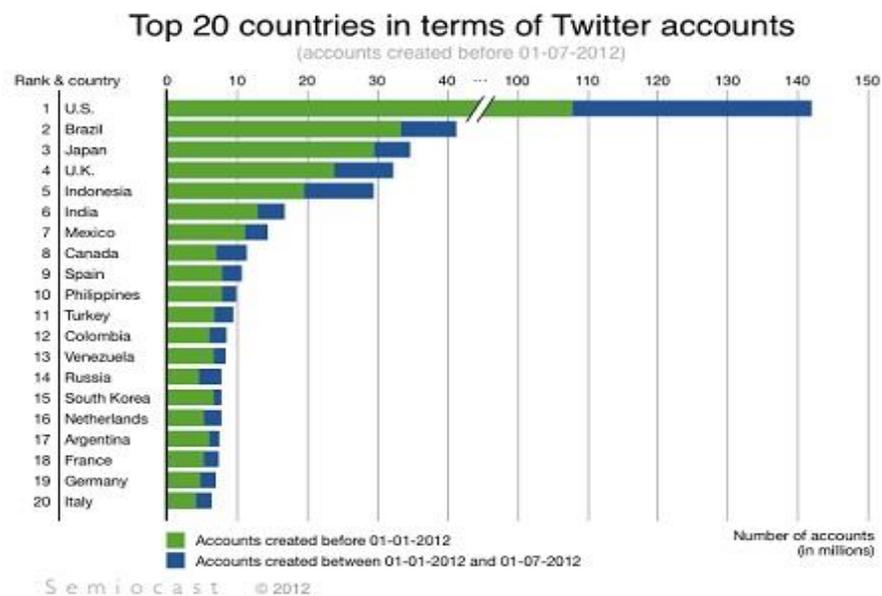
Gambar :1.2 Survei Data Facebook Sources Of Online News

b. Twitter

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan Twitter Inc., semacam jejaring sosial berupa mikrolog sehingga memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan menerima pesan yang disebut kicauan (*tweets*) (Tamburaka,2013:82). Di kicauan (*tweets*) tersebut biasanya berisikan kabar berita dari pengguna twitter. Twitter sering juga disebut jejaring sosial dan micro-blogging, yang memfasilitasi diri sendiri sebagai pengguna. Hal ini mempermudah pengguna twitter memperoleh informasi secara cepat dan *update* (perbaruan) karena berita dapat di *update* setiap saat melalui media sosial tersebut (Elcom, 2010:1). Pengguna media dapat menggunakan twitter sebagai sarana untuk menciptakan konten media dan mengakses berita online dengan memanfaatkan fitur – fitur yang ada di dalamnya. Seperti menulis pesan berdasarkan topik tentu dengan menggunakan pagar (#) (*hashtag*), biasanya tanda pagar (*hashtag*) terdapat berita yang sedang *trending topics* (topik yang sedang tren). Sedangkan untuk menyebutkan atau membalas pesan dari pengguna lain bisa menggunakan tanda @, sehingga yang dapat digunakan untuk berbagi informasi dan mencari berita (Tamburaka, 2013:81-82).

Di Indonesia, twitter sangat populer. Terlebih lagi, kemudahan yang disediakan oleh telepon seluler yang ada serta aplikasi yang mendukung. Banyak yang mengatakan bahwa twitter adalah cara yang baik untuk tetap berhubungan dengan teman – teman dan menemukan berita serta informasi lewat (*tweets*) yang diikuti pengguna (Tamburaka, 2013:83). Hal ini membuat banyak pengguna twitter yang

mengakses berita pada media sosial twitter. Pengguna media sosial twitter ada sebanyak 19,5 juta pengguna di Indonesia, Indonesia sendiri menjadi negara kelima terbesar pengguna twitter di bawah Inggris dan negara besar lainnya (https://kominfo.go.id/content/detail/2366/indonesia-peringkat-lima-pengguna-twitter/0/sorotan_media, di akses pada 12 Maret 2019 pukul 10:55 WIB).



Gambar : 1.4 20 peringkat negara dalam hal pengguna twitter

Data ini menunjukkan bahwa ada potensi jumlah informasi yang beredar di dunia maya akan semakin banyak dan beredar cepat dalam waktu singkat. Kondisi ini berdampak pula pada pemberitaan. Tak sedikit informasi yang berkembang di Twitter menjadi acuan bagi jurnalis untuk membuat berita. Topik terhangat yang muncul di Twitter (trend topic) tak surut lepas dari perhatian publik

(http://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/766 , diakses pada 11 April 2019 pukul 13.22 WIB).

c. *Youtube*

Youtube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. *YouTube* adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Video – video di *YouTube* yang sering kita jumpai seperti, vlog, klip musik, informasi dan berita (Tamburaka,2013:83).

Ada banyak kategori yang ada dalam media *YouTube*, untuk mempermudah para penonton untuk mencari konten-konten yang disukai *YouTube* mengelompokkan dalam berbagai kategori mulai dari *Comedy, Entertainment, Movie, Sport, Music, Game, dan News*. *YouTube* menjadi pusat tempat menemukan berita berkualitas, informasi, dan menghibur dari seluruh dunia, dengan menyajikan berita yang berdasarkan topik dan peristiwa yang terjadi saat ini dalam format yang inovatif dan menarik. (<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/cases-truthloader>, diakses pada 12 Februari 2018 pukul 16:44 WIB).

Berita adalah salah satu kategori yang paling banyak ditonton untuk siaran di *YouTube*. Dapat kita lihat dalam peristiwa berita tertentu yang sedang hangat yang menjadi sebuah berita baru kemudian di unggah ke dalam *YouTube*. Siaran berita itu meningkatkan jumlah penonton dan jumlah pelanggan yang secara signifikan. Begitulah, *YouTube* memungkinkan siapa saja dengan koneksi internet untuk

mengunggah video dan penonton dari seluruh penjuru dunia dapat menikmatinya hanya dalam beberapa menit (Tamburaka,2013:83). *YouTube* juga merupakan platform global yang penting untuk mengakases berita dan informasi, serta menyadari bahwa informasi yang aktual seperti berita terkadang sangat penting untuk menginformasikan kepada dunia.

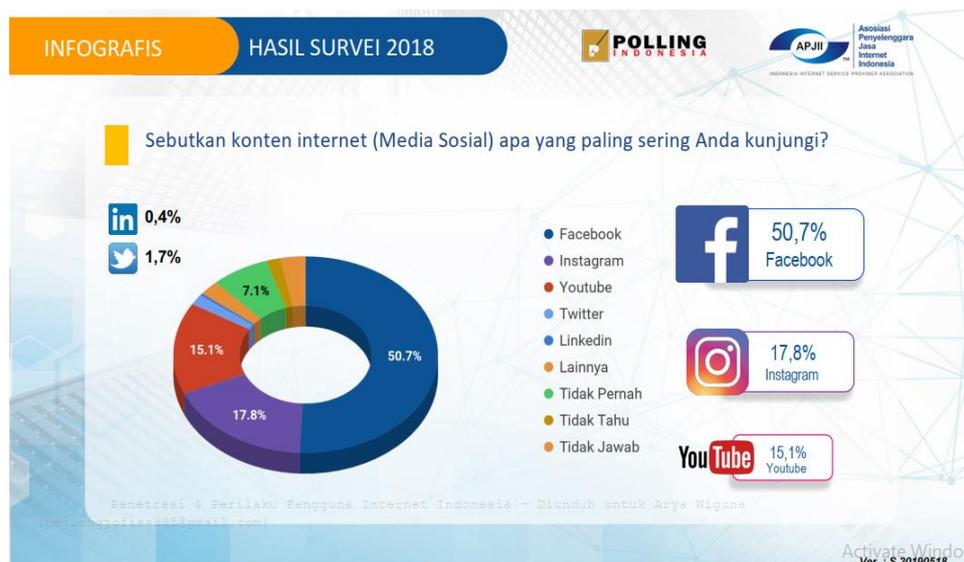
d. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang sering digunakan oleh khalayak ramai di era digital saat ini. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto ataupun video tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesama pengguna Instagram itu sendiri serta membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Nama Instagram sendiri berasal dari *insta* dan *gram*, “*Insta*” yang berasal dari kata *instant* dan “*gram*” yang berasal dari *telegram*, dapat, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto dan video dengan cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain (<http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1101>, diakses pada 21 Oktober 2019 pukul 15:25 WIB).

Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Ketika Instagram dirilis pada tahun 2010, aplikasi ini menjadi aplikasi khusus fotografi dan videografi yang menjadi nomor satu hanya dalam beberapa jam. Pada Desember 2010 saja, Instagram memiliki lebih dari satu juta pengguna

(Pamungkas,2019:46). Seiring dengan berjalannya waktu Instagram terus berkembang dalam hal penggunaanya, kini pengguna Instagram telah memiliki banyak pengguna aktif. Menurut data dari Omnicore, *digital marketing agency* di Amerika Serikat, pada September 2018 pengguna aktif Instagram tembus 1 miliar pada setiap bulan, 500 juta pengguna aktif setiap hari dan lebih dari 100 unggahan foto dan video setiap harinya. Total unggahan foto dan video dari september 2018 adalah 50 miliar dan angka ini terus bertambah sampai sekarang (<http://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>, di akses pada 18 Januari 2020 pukul 10:00 WIB).

Instagram dikenal sebagai media sosial yang sangat disukai oleh khalayak ramai terutama di Indonesia. Pada tahun 2018 Instagram menjadi media sosial nomor ke 2 yang sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia, berikut data hasil survei yang dibuat oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.



Gambar: 1.7 Survei Data Media Sosial Yang Sering Dikunjungi

e. *Journalism Online*

Journalism online merupakan bentuk dari keberadaan *New media* (media baru). *Journalism online* juga menjadikan penyebaran informasi yang dapat dilakukan oleh siapa saja yang mengaksesnya dengan sangat mudah. *Journalism online* awalnya hanya situs – situs berita yang sekedar menulis koran lewat jalur media online. Kemudian berkembang dan berubah, ikut memproduksi berita. Sejak pertengahan 1990-an, berita dapat di baca setiap saat, dan di *download* di rumah. Tidak hanya teks, gambar maupun *audio visual* ,pun bisa tinggal di *downloadnya* secara mudah. (Santana,2017:231).

Pada akhir tahun 1990, hampir semua media berita memiliki *web*. Menurut Deuze (2001) Ada tiga kelompok situs yang memiliki terkait dengan isinya yaitu:

- 1) Model situs berita *online* yang hanya penting dalam mengonlinekan, oleh adanya tambahan fasilitas fitur interaktif multimedia. Isi *online*-nya tidak jauh beda dengan berita cetak. *Whashington Post Online* (www.washingtonpost.com), *CNN Interactive* (www.CNN.com), dan *BBC News Online* (www.BBC.co.uk) inilah contoh diantara saat itu (Santana, 2017:231).
- 2) Situs berita berisi pemberitaan yang penting, orisinal dalam isi dan desain beritanya. Isinya mendukung berbagai informasi dari berbagai macam media. Model situs berita ini mengisukan topik – topik yang khusus. Melayani kepentingan komunitas dan kelompok –kelompok sosial, serta mencurahkan tukar pikiran dan diskusi interaktif dengan pembacanya (Santana, 2017:231-232).

- 3) Model situs ketiga berisi diskusi dan komentar – komentar pendek tentang berita dan media. Media – media yang memiliki kekuasaan besar masuk dalam kelompok ini. Mereka menjadi saluran untuk diskusi masyarakat mengenai masalah permasalahan yang muncul (Santana, 2017:231-232).

Jurnalisme *online* merupakan tipe baru jurnalistik karena sejumlah fitur dan karakteristik berbeda dari jurnalisme tradisional. Fitur – fitur uniknya yang mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan – kemungkinan tak terbatas dalam memproses dan mendiseminasikan berita. Tipe baru jurnalisme *online* mengelola tiga fitur komunikasi yang unik yaitu multimedia, interaktif dan hipertekstual (Santana,2017:233-235).

Menurut Deuze (2001), Komponen teknologisnya adalah faktor penentu bagi definisinya. Ia menyatakan bahwa perbedaan *online journalist* dari rekan – rekan tradisionalnya terletak pada keputusan jenis baru yang dihadapi oleh para wartawan *cyber* (Santana,2017:233).

Dalam media *online*, teknologi menjadi faktor penentu. Beda wartawan *online* dengan wartawan lain ada kecepatan, dan perubahan berita *cyber*, yang hampir tiap menit akselerasinya, dan ruang bacaan sebatas layar monitor. Pemberitaan ditanggapi langsung khalayak, dan terhubung dengan berbagai berita, arsip, dan sumber lain, melalui format *hyperlinks* (Santana, 2017:233-234).

f. *Citizen Journalism*

Citizen journalism adalah sebagai warga biasa yang tidak terlatih sebagai wartawan profesional, namun dengan menggunakan peralatan teknologi informasi yang dimilikinya bisa menjadi saksi mata atau sebuah peristiwa yang ada di sekitarnya, meliput, mencatat, mengumpulkan, menulis, dan menyiarkannya di media *online* karena memiliki semangat berbagi dengan pembaca lainnya (Nugraha, 2012:18).

Menurut Leislle D. Simon (dalam Tamburaka, 2013:244) mengemukakan bahwa *citizen journalism* yang merupakan corong jurnalisme *online*, yang bisa diakses melalui internet oleh siapa saja, di mana saja dan kapan saja bisa menjadi model ekspresi yang sangat kuat dan alat baru untuk mengimbangi pemerintah dan industri atau pihak – pihak besar lainnya yang berperan dalam mempengaruhi media.

Steve Outing, dalam satu artikel berjudul *Citizen Journalism, Personal Media* yang dimuat di Poynter.org, 13 Juni 2005, ia kurang senang dengan istilah “*citizen journalism*” meskipun ia pernah menulis artikel mengenai 11 lapisan *citizen journalism*. Ia lebih menyukai istilah *personal media* yang diperkenalkan praktisi *online*, JD Lasica. Istilah *personal media* dinilai Outing lebih tepat untuk menggambarkan kegiatan warga menjadi pewarta, ngeblog, *podcasting*, dan istilah lainnya yang merujuk pada kegiatan *citizen journalism*. Outing menilai, istilah “setiap orang bisa menjadi wartawan” terlalu dini (Nugraha, 2012:19).

Dan Gillmor (dalam Santana, 2017:10-11) mengemukakan bahwa reportase beguril bagai udara. Dalam kitaran waktu, kian pendek dan cepat. *Emails, mailing lists, chat groups, personal web- journals*: meringkas interaksi. Berbagai sumber pemberitaan “nonstandar” itu jadi sarjana publik. *Citizen journalism* (jurnalisme warga) memiliki tiga elemen jurnalistik, yakni:

1) *Journalist* (para wartawan)

Journalist ialah para pembaca, pendengar, penonton. Ketiganya ikut serta dan menjadi bagian di dalam proses pemberitaan. Ketiganya tidak lagi sebatas menjadi khalayak, yang tidak mengetahui apa yang dikerjakan wartawan. Mereka kini memiliki “kebebasan”. Tidak lagi “ketakutan”. Mereka kini bisa menyentuh, memahami, bagaimana fakta kehidupan jurnalistik berlangsung. Dasar – dasar jurnalistik dipahami. Paham bagaimana laporan berita harus akurat, objektif, seimbang dan sebagainya (Santana, 2017:12).

2) *Newsmakers* (para pembuat berita)

Newsmakers ialah orang – orang yang kerap diberitakan. Orang – orang ini biasanya memiliki sesuatu, yang menarik diketahui orang banyak. Kekayaan dan kekuasaan, contohnya. Para politisi dan pebisnis mengetahui hal ini. Mereka mengetahui betul bagaimana membuat pemberitaan melalui berbagai pesan. Mereka tahu persis bagaimana kerja kewartawanan. Dari kewartawanan amatir, sampai

profesional, mereka juga tahu ukuran dan beda kegiatannya. Misalnya, untuk memanfaatkan media sosial ke dalam jaringan kampanye yang menguntungkan. Publik, di pinggiran jaringan komunikasi dan sosial, dimanfaatkan para *news-maker's*. Publik dipancing, untuk mengomentari: dukungan, atau cercaan, yang menguntungkan pihak tertentu (Santana,2017:12).

3) *The Former Audience*

The Former Audience ialah para pengonsumsi berita. Mereka ialah orang – orang yang tahu dan terampil mendapatkan informasi. Mereka, dengan mudah dan cepat, tahu jika ada perkembangan baru. Selain itu, mereka juga ikut serta di dalam proses jurnalisme. Mereka bantu mencipta “pembicaraan” yang masif bagi jalannya pemberitaan. Mereka, dalam banyak kasus, bahkan mencapai tingkatan profesionalitas tertentu. Para kaum “bloggers”, contohnya. Ada *webloggers* yang berpengaruh sekali dalam mengisukan berita. Beberapa wartawan amatir (*grassroots journalist*), awalnya, muncul dari “khalayak”. Baru, kemudian menjadi profesional. Mereka memberi masyarakat “suara” dan “pilihan”. Di hangatnya tiap pemberitaan, khalayak diberi “suara” yang berbeda. Khalayak dipersilahkan “memilih” kabar, dari media mainstream atau yang alternatif. Jurnalisme warga, dengan demikian, memotong rantai monopoli berita dari *big media*,

media “raksasa”. Internet, antara lain, mensaranai tumbuhnya jurnalisme warga. Tiap warga bisa, “dan biasa”, menginformasi kepada khalayak *worldwide*, secara *real time*. Warga bisa membuat berita dari tangannya sendiri (Santana,2017:12-11).

7. Konvergensi Media

Pengertian *Convergence* atau Konvergensi secara harfiah adalah dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik; pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat (Romli,2016:131). Konvergensi media terjadi dengan melihat bagaimana individu berinteraksi dengan orang lain pada tingkat sosial dan menggunakan berbagai platform media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk-bentuk baru media dan konten yang menghubungkan manusia secara sosial, dan tidak hanya kepada konsumen lain, tetapi untuk para produsen perusahaan media (<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/observasi/article/view/90>, diakses pada tanggal 4 juli 2019 pukul 07:32 WIB).

Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa untuk menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, e-paper, e-books, radio streaming, media sosial, yang digabungkan media lainnya (<https://www.e-jurnal.com/2017/02/surat-kabar-konvergensi-media-studi.html>, diakses pada tanggal 26 September 2018 pukul 16:00 WIB). Perkembangan industri media saat ini, mulai perlahan – lahan harus bisa mengikuti zaman, untuk berupaya tetap bisa bertahan dalam industri

media. Saat ini para pemilik industri media tidak hanya mempunyai atau mengelola satu jenis media saja.

Menurut Nasrullah (2014:1) Teknologi memungkinkan industri media untuk memproduksi media yang lebih beragam, kondisi ini bisa dilihat dari konvergensi media yang tidak hanya berada dalam bentuk cetak semata, tetapi juga khalayak bisa menemukan media yang sama dalam bentuk elektronik. Pemilik industri media seperti: televisi, radio, dan surat kabar sudah mulai mengembangkan berbagai jenis media. Seperti halnya para pemilik televisi memiliki radio, surat kabar, serta pemilik surat kabar juga memiliki toko buku, radio, media *online*, dan lain-lain (Haryanto,2014:212). Untuk lebih mengoptimalkan aneka platform media serta untuk menjual *content* yang sama.

Era media baru juga ditandai dengan apa yang disebut konvergensi media. Secara struktural konvergensi media berarti integrasi dari tiga aspek, yakni telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu medium (Jan van Dijk,2006:7 dalam Nasrullah,2014:15). Konvergensi media bisa terjadi melalui beberapa level yaitu :

- a. Level struktural seperti kombinasi transmisi data maupun perangkat antara telepon dan komputer.
- b. Level transportasi seperti web TV yang menggunakan kabel atau satelit.
- c. Level manajemen seperti perusahaan telepon yang juga memanfaatkan jaringan telepon untuk TV berlangganan.
- d. Level pelayanan (*service*) seperti penyatuan layanan informasi dan komunikasi di internet.

- e. Level tipe data seperti menyatukan data, teks, suara maupun gambar (Nasrullah,2014:15).

Konvergensi media juga memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya, yaitu:

- a. Konvergensi media memperkaya informasi secara meluas tentang seluruh dunia karena ada akses internet.
- b. Memberikan banyak pilihan kepada masyarakat pengguna untuk dapat memilih informasi yang diinginkan sesuai selera, contohnya saja adalah televisi interaktif dan televisi multi-saluran dimana pengguna memilih sendiri program siaran yang disukai.
- c. Konvergensi menjadi lebih personal.
- d. Lebih mudah, praktis, dan efisien. Tidak perlu punya dua media kalau ternyata bisa punya satu media, tetapi multi-fungsi.
- e. Timbulnya demokratisasi informasi dimana semua orang bisa mengakses informasi secara bebas dan luas dengan berbagai cara dan bentuk.
- f. Dalam implikasi ekonomi, konvergensi berpengaruh terhadap perusahaan dan industri teknologi komunikasi karena mengubah perilaku bisnis. Keuntungan yang didapat dari hasil konvergensi media sangat menguntungkan dan memajukan perusahaan. Selain itu, mudahnya akses informasi membuat industri dan perusahaan semakin mudah dan cepat mengantisipasi.
- g. Tantangan kebutuhan baru konsumen serta persaingan yang ketat.
- h. Interaktif. Masyarakat bisa langsung memberikan umpan balik terhadap informasi-informasi yang disampaikan. Media

konvergensi memunculkan karakter baru yang makin interaktif, penggunaanya mampu berkomunikasi secara langsung.

- i. Masyarakat mendapat informasi lebih cepat. Contohnya, para pembaca berita *online* hanya dengan mengklik informasi yang diinginkan di komputer konsekuensi langsung atas pesan (Severin dan Tankard dalam Romli 2016:146).

Sisi negatifnya, yaitu:

- a. Perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi kecanduan teknologi (*cybermedia* dan *cybersociety*). Adanya ketergantungan dengan segala sesuatu menjadi serba praktis dan otomatis. Menurut penulis teknologi yang praktis memang bagus karena mempercepat dan memudahkan, namun hal ini juga bisa menjadi buruk jika kita tidak bijak karena dengan adanya praktis kita cenderung menjadi orang yang “malas” karena segala yang otomatis akan mempercepat hilangnya pekerjaan manusia yang digantikan oleh teknologi yang canggih
- b. Munculnya masyarakat digital/ masyarakat maya. Kemajuan teknologi konvergensi yang maju telah mempersempit jarak dan mempersingkat waktu. Jarak dan waktu sudah bukan masalah lagi, misalnya media lainnya tanpa perlu bertemu langsung. Hal ini menimbulkan masyarakat maya dimana komunikasi langsung secara *face to face* sudah tidak diminati lagi. Anda di Eropa dengan saya di Asia bisa saling berkomunikasi saat itu juga melalui internet. Pendapat ini diperkuat dalam buku berjudul *Handbook of new media: social shaping and social consequences of ICTs*, dikatakan

bahwa media konvergen menyebabkan derajat massivitas massa berkurang, karena komunikasinya makin personal dan interaktif (Lievrouw dan Livingstone dalam Romli 2016:146)

c. Media cetak/media tradisional/media konvensional mulai kalah dengan media modern atau media baru/*online* (Romli,2016:146)

8. Stasiun Televisi Jaringan

Televisi jaringan (*network*) adalah sumber utama program bagi stasiun televisi daerah atau stasiun televisi lokal yang bekerja sama dengan stasiun jaringan. Stasiun lokal yang bekerja sama dengan stasiun jaringan untuk menyiarkan program stasiun jaringan di wilayah siaran stasiun lokal disebut dengan stasiun afiliasi (Morissan, 2011:301).

Pada awalnya sistem stasiun jaringan pertama kali dioperasikan di Amerika Serikat dalam sebuah stasiun radio lokal yang bergabung secara bersamaan menyiarkan program. Stasiun radio pada awalnya hanya memiliki wilayah siaran terbatas pada wilayah atau lokalnya masing – masing tetapi hanya melayani komunitas atau masyarakat masing – masing dapat melakukan siaran secara bersama kemudian membentuk wilayah siaran lebih luas. Jaringan ini yang akhirnya diikuti oleh stasiun televisi yang muncul kemudian (Morissan, 2011:114).

Head dan Sterling (1982), (dalam Morissan, 2011:116-117) menyatakan bahwa stasiun jaringan sebagai:” *two or more stations interconnected by some means of relay (wire, cable, terrestrial microwaves, satellite) so as to enable simultaneous broadcasting of the same program.* Artinya: dua atau lebih stasiun yang saling berhubungan melalui relai (kawat, kabel, gelombang mikro terrestrial, satelit) yang memungkinkan terjadinya

penyiaran program secara serentak. Sedangkan Hiebert, Ungurait, Bohn yang dikutip Primasanti, menekankan konsep yang berjaringan lebih pada aspek organisasional, dengan mengatakan bahwa siaran berjaringan merupakan pengorganisasian program, marketing, teknis, dan administrasi dari berbagai beberapa stasiun oleh sebuah stasiun jaringan. (http://repository.petra.ac.id/15365/1/Studi_Eksplorasi_Sistem_Siaran_Televisi_Berjaringan_Indonesia.pdf, diakses pada 10 Februari 2018 pukul 14:30 WIB)

Sistem stasiun jaringan adalah sistem penyiaran nasional sebagai salah satu pelaksanaan pusat penyiaran, di mana terdapat kerja sama antara stasiun televisi swasta yang menjadi induk jaringan sebagai koordinator penyiaran dengan beberapa stasiun televisi lainnya yang berfungsi sebagai anggota jaringan. Adapun pemilik area cakupan di daerah – daerah adalah anggota jaringan yang merupakan stasiun televisi lokal (Djamal, & facruddin, 2011:271).

Ashadi Siregar (dalam Djamal, & facruddin, 2011:262) menyatakan bahwa siaran berjaringan secara umum sebagai sistem pemasokan siaran secara sentral kepada sejumlah stasiun penyiaran. Sistem penyiaran jaringan terdapat stasiun induk dengan sejumlah stasiun lokal yang menjadi tambahan dalam penyiaran. Hubungan stasiun induk dan stasiun lokal berupa pemilikan penuh atau persahaman dan bersifat terkait dalam kepemilikan program.

Menurut Morissan dalam (2011:114) sistem penyiaran yang perlu dipahami terdapat ada dua pihak dalam sistem penyiaran berjaringan yaitu:

- a. Stasiun jaringan sering disebut juga dengan stasiun induk, yakni stasiun penyiaran yang menyajikan program siaran. Stasiun induk awalnya tidak

memiliki wilayah siaran akan tetapi stasiun induk tidak bisa menyiarkan programnya tanpa bekerja sama dengan stasiun lokal yang memiliki wilayah siaran.

- b. Stasiun lokal, yakni terdiri dari stasiun lokal independen dan stasiun lokal yang bekerja sama (berafiliasi) dengan salah satu stasiun induk untuk menyiarkan program siaran stasiun induk dalam wilayah siaran lokal, di mana stasiun afiliasi itu berada. Stasiun afiliasi mempunyai wilayah siaran yang sifatnya terbatas siarannya hanya di daerah tertentu saja. Kerja sama ini menghasilkan siaran berjaringan karena terdapat sejumlah stasiun lokal yang berafiliasi untuk menyiarkan siaran stasiun induk.

Setiap lembaga penyiaran swasta wajib memilih menjadi lembaga penyiaran dengan sistem stasiun lokal atau dengan sistem stasiun jaringan. Lembaga penyiaran swasta yang memilih menjadi anggota sistem stasiun jaringan hanya boleh menjalin kerja sama dengan satu stasiun induk jaringan. Sedangkan stasiun induk jaringan hanya boleh bekerja sama dengan satu anggota jaringan pada are cakupan yang sama. Apabila terbentuk kerja sama jaringan televisi maka peran televisi lokal sebagai anggota jaringan menjadi penting (Djamal, & facruddin, 2011:272-273).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian yang menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975:5 dalam Moleong, 2002:3) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati.

Deskriptif menurut Moleong (2002:6) yaitu data yang dikumpulkan berupa kata – kata, gambar, dan bukan angka – angka dari penelitian ini dapat dijelaskan penelitian deskriptif untuk mendapatkan data berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengungkap fakta, fenomena, keadaan, variable, dan keadaan yang sudah terjadi. Penelitian ini meliputi pengumpulan data, yang bertujuan untuk memecahkan masalah berdasarkan data-data yang ada, yakni dengan menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Data yang dikumpulkan berupa wawancara, observasi, dokumentasi atau gambar – gambar.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor NET Biro Yogyakarta yang beralamat di Jl. Lowanu No. 1 Kav. D, Yogyakarta. Untuk proses pengumpulan data baik secara wawancara dan observasi.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Objek penelitian adalah objek yang dijadikan penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi Subjek penelitian adalah stasiun NET Biro Yogyakarta dan objek dalam penelitian ini adalah program Berita NET Yogya.

4. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi dalam proses penelitian yang akan dilakukan (Moleong, 2002:90). Tujuan dari informan itu sendiri untuk mempermudah suatu proses interaksi yang dilakukan. Informan diharapkan dapat membantu peneliti untuk mendapatkan data dan informasi yang sesuai dengan data dan informasi yang ada. Informan penelitian ini adalah dari anggota karyawan NET Biro Yogyakarta sendiri. Informan yang peneliti pilih adalah yang terlibat dalam memproses produksi program berita NET Yogya.

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan beberapa kriteria yang dijadikan sebagai informan adalah:

- a. Seseorang yang mempunyai peran dalam menentukan produksi berita NET Yogya, yaitu Produser NET Biro Yogyakarta.
- b. Seseorang yang turun langsung ke lapangan dalam mengambil gambar dan memproses membuat berita, yaitu *Video Journalist* dan Reporter NET Biro Yogyakarta.
- c. Seseorang yang turun langsung dalam proses *editing* berita NET Yogya, yaitu Editor NET Biro Yogyakarta.
- d. Seseorang yang memiliki pengalaman dalam bidang penyiaran di stasiun televisi NET Biro Yogyakarta, yaitu *Unit Production Manager*.
- e. Seseorang yang mempunyai peran dalam teknis membantu untuk produksi berita NET Yogya, yaitu *Technical Support* NET Biro Yogyakarta.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian, maka peneliti disini menggunakan beberapa metode data untuk mempermudah dalam melakukan penelitian. Adapun teknik yang digunakan untuk pengumpulan data, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab melalui tatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan maksud dan tujuan tertentu. Maksud dan tujuan mengadakan wawancara menurut Lincoln dan Guba (1985:266 dalam Moleong, 2002:135), antara lain, mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain sebagainya. Kegiatan percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang akan mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) akan memberikan jawaban atas pertanyaan wawancara.

Informan yang dipilih dalam penelitian ini diantaranya Gagah Adamas selaku Produser NET Biro Yogyakarta, Fofon Jasman selaku editor NET Biro Yogyakarta, Alysha Medyana dan Fiqih Muhammad selaku Reporter dan *Video Journalist* NET Biro Yogyakarta, Arif Gunawan selaku *Production Unit Manager* NET Biro Yogyakarta, dan Ulinuha Faizulutfi selaku *Technical Support* NET Biro Yogyakarta.

b. Observasi

Merupakan kegiatan pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Pengamatan langsung yang dimaksud menggambarkan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan juga pengawasan terhadap manajemen produksi berita pada NET Biro Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun dalam bentuk gambar dan lain sebagainya yang dapat digunakan untuk memperluas data yang ada (Moleong, 2002:161). Terdapat dua dokumen yang dapat dijadikan bahan dalam studi dokumentasi: 1) dokumen pribadi, adalah berupa catatan pribadi seseorang dalam kehidupannya secara tertulis, tentang tindakan, kepercayaan dan pengalamannya. 2) dokumen resmi. dibagi menjadi dua kategori. Dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal bisa berupa catatan seperti pengumuman dan memo dan dokumen eksternal dapat berupa bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, seperti majalah, koran, bulletin, surat pernyataan, dan lain sebagainya.

Dokumen tersebut dapat berupa rekaman dan arsip-arsip yang berhubungan dengan penelitian ini. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa foto pada saat proses produksi program berita NET Yogya berlangsung.

6. Teknik Analisis Data

Analisa data menurut Patton (1980:268 dalam Moleong, 2002:103), adalah proses mengatur urutan data, dan mengelompokkannya ke dalam pola, kategori, dan uraian dasar. Teknik analisis data model interaktif menurut Miles and Huberman (dalam Herdiansyah, 2010:164-165) terdiri atas empat tahapan yang akan dilakukan yaitu:

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah salah satu proses yang akan dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian bisa melalui wawancara dan dokumen.

b. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis peneliti dalam melakukan penelitian hasil akhir yang dibuat. Membuang kata yang tidak perlu digunakan dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa.

c. Display data

Display data adalah pengolahan data dari hasil penelitian sehingga dapat menentukan hasil dari suatu fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah hasil akhir dari suatu penelitian yang sudah diteliti.

7. Uji Validitas Data

Metode ini menggunakan metode “Triangulasi”. Menurut Moleong (2002:178), Triangulasi adalah sebuah teknik pemeriksaan keabsahan sebuah data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data tersebut untuk

keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data tersebut. Denzin (1978) dalam Moleong, 2002:178) ia membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber, metode, penyidik, dan teori*. Peneliti menggunakan triangulasi dengan sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berada dalam metode kualitatif (Patton dalam Moleong, 2002:178) Hal itu dapat dicapai dengan jalan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, (3) membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, peneliti akan membaginya kedalam 4 bab, guna mendapatkan gambaran permasalahan yang dibahas di penelitian ini. 4 bab sistematika penulisan tersebut yaitu :

BAB I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian teori, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Gambaran Umum Stasiun NET TV yang membahas sejarah stasiun NET TV, visi dan misi logo, area jangkauan televisi

penyiaran NET TV, struktur organisasi NET TV, penghargaan yang pernah diraih oleh NET TV, gambaran umum tentang program NET TV Biro Yogyakarta.

BAB III : Penyajian dan analisa data-data. Berisi analisis manajemen produksi NET Biro Yogyakarta dalam mengemas program berita NET Yogya.

BAB IV : Berisi sebuah kesimpulan, saran, yang merupakan bab terakhir dalam penelitian ini dan menyimpulkan semua pembahasan dan akan memberikan saran-saran yang bisa dijadikan dalam penelitian di masa yang akan datang.