

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan teknologi saat ini, telah terjadi perubahan perilaku publik dalam mengakses informasi. Kemunculan internet membuat publik tidak lagi mengakses informasi langsung dari media massa, seperti surat kabar, majalah, televisi dan radio. Tetapi, cukup dengan menggunakan telepon pintar (*smarthphone*), sudah bisa mendapat informasi yang diinginkan. Hal ini dikarenakan adanya kemudahan yang didapat pengguna internet dari segi akses, kecepatan, dan pilihan informasi yang beragam.

Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau 73,7 persen dari total populasi sebesar 274,9 juta jiwa pada Januari 2021. Dari data tersebut sebanyak 195,3 juta jiwa mengakses internet melalui smartphone, dan menghabiskan waktu 5 jam 4 menit untuk mengakses internet. Indonesia berada di peringkat kelima pengguna internet terbesar di dunia (kompas.com).

Kemunculan internet telah menimbulkan disrupsi digital, yaitu adanya fenomena pergeseran aktivitas publik dalam mengakses informasi yang biasanya di dunia nyata, kini aktivitas tersebut dilakukan di dunia maya. Pergeseran kebiasaan ini bisa dilihat dari semakin banyaknya publik yang mengakses media baru seperti media sosial dan platform digital lainnya untuk memperoleh informasi. Bahkan fenomena yang terjadi saat ini, industri media televisi memperoleh materi tayangan

berita (*insert*) dari internet dan media sosial. Tidak hanya itu, dalam menentukan topik atau ide sebuah program acara juga terinspirasi dari percakapan yang terjadi di media sosial. Hal ini tentunya berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan arus informasi dan model komunikasi, baik dari segi produksi, distribusi, maupun konsumsi. Tidak bisa dimungkiri era internet sudah menguasai platform utama media konvensional. Jika tidak beradaptasi, maka akan mengancam eksistensi media konvensional termasuk televisi.

Kemunculan internet sebagai pisau bermata dua, ada sisi positif dan negatif. Di satu sisi dapat mempermudah pekerjaan industri media dan mendorong keterampilan agar bekerja lebih efektif dan efisien. Namun, di sisi lain kemunculan internet juga dapat mematikan industri media itu sendiri jika tidak adaptif. Mau tidak mau, di era disrupsi digital mengharuskan industri media televisi untuk menciptakan terobosan, inovasi dan kreativitas agar tetap menjaga eksistensinya.

Menyikapi semakin kuatnya disrupsi digital, saat ini beberapa industri televisi sudah menerapkan strategi melalui konvergensi media yaitu, pemanfaatan teknologi dengan mengintegrasikan dan memperluas penyebaran konten media ke dalam *multiplatform*, yang artinya media tidak hanya bisa diakses dengan satu cara, tetapi bisa diakses dengan berbagai cara.

Menurut Terry Flew dalam *An Introduction to News Media* (Prihartono, 2016: 108) menyatakan bahwa, “Konvergensi media merupakan hasil dari irisan tiga unsur *new media* yaitu jaringan komunikasi, teknologi informasi dan konten media. Konvergensi media mengusung pada konsep penyatuan berbagai layanan informasi dalam satu piranti informasi membuat satu gebrakan digitalisasi yang tidak bisa

dibendung lagi arus informasinya. Konvergensi media menyebabkan perubahan yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, data dan sebagainya.”

Sebagai contoh televisi yang melakukan konvergensi media adalah Metro TV dan Kompas TV. Kedua televisi berita ini telah memanfaatkan teknologi dengan melakukan konvergensi media agar konten berita yang dihasilkan bisa terintegrasi dan diakses oleh khalayak luas. Metro TV saat ini tidak hanya bisa diakses langsung dari televisi saja, namun bisa juga melalui situs resmi *metrotvnews.com*, *streaming* di kanal YouTube Metro TV dan aplikasi Metro TV yang bisa diunduh *play store* dan *app store*. Serta konten berita pilihan akan diunggah melalui semua akun media sosial Metro TV.

Bagi pemirsanya yang ketinggalan masih bisa menyaksikan video liputannya di semua platform tersebut. Hal serupa juga dilakukan oleh Kompas TV melalui *streaming* di situs resminya *kompastvnews.com* dan kanal YouTube Kompas TV. Selain itu konten berita Kompas TV juga bisa diakses melalui aplikasi Kompas TV, sehingga sangat mempermudah khalayak luas dalam mengakses berita melalui berbagai cara.

Apa yang dilakukan oleh kedua televisi berita di atas menunjukkan pentingnya sebuah media televisi untuk bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi, terlebih kedua televisi berita di atas juga menjalankan fungsinya sebagai media massa, yaitu sebagai sumber informasi arus utama yang tepercaya, sehingga dapat menjadi referensi. Apalagi ditengah munculnya era *post truth* dimana sebuah

informasi akan dianggap lebih benar asalkan sesuai dengan perasaan emosi personal yang bersangkutan, daripada fakta yang sebenarnya terjadi.

Saat ini hampir semua orang memiliki televisi di rumahnya. Televisi memiliki kekuatan diantaranya kemasifan, keseketikaan, pesona citra dan jangkauannya yang luas. Dibandingkan media lain televisi begitu mudah dikonsumsi/ditonton, untuk semua kalangan dengan konten yang beragam. Karena dengan hanya menekan tombol dan memilih saluran, ia langsung bisa hadir ke dalam rumah dan dinikmati keluarga Indonesia (Ibrahim dalam Halim 2019: 3).

Perkembangan teknologi pertelevisian saat ini sudah sedemikian pesat sehingga dampak siarannya menyebabkan seolah-olah tidak ada lagi batas antara satu negara dengan negara lainnya terlebih setelah digunakannya satelit untuk memancarkan sinyal televisi. Televisi bisa menyiarkan sebuah peristiwa dan bisa disaksikan saat itu juga secara langsung di televisi. Inilah yang disebut sebagai globalisasi di bidang informasi (Muda, 2002: 4).

Tidak bisa dimungkiri bahwa program berita televisi menjadi referensi bagi publik untuk mengetahui peristiwa dan isu hangat yang menjadi perhatian. Perkembangan televisi telah menjadi fenomena besar, perannya amat besar dalam membentuk pola dan pendapat umum, termaksud pendapat untuk menyenangi produk-produk tertentu, demikian pula perannya amat besar dalam pembentukan perilaku dan pola pikir (Subroto, 1994: 2).

Memproduksi sebuah program berita televisi tidaklah mudah. Dibutuhkan sumber daya manusia dan kerja sama tim yang solid. Dalam memproduksi program berita televisi semuanya harus direncanakan, diorganisir, dilaksanakan, diawasi,

dan dievaluasi dengan baik. Tidak bisa hanya mengandalkan satu orang yang dianggap hebat. Roda organisasi harus dibangun dengan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas.

Idealnya tahapan produksi program berita televisi harus dijalani secara berurutan. Artinya, tahapan pertama harus diselesaikan sebelum bisa melanjutkan tahapan berikutnya. Namun, berbeda dengan proses produksi non berita atau nonfiksi lainnya produksi program berita televisi dilakukan dengan cepat, bahkan pada kondisi tertentu tahapan satu dengan lainnya dilakukan secara bersama-sama. Setidaknya ada tiga tahapan dalam produksi program berita televisi yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi (Fachruddin, 2012: 18).

Di Indonesia sendiri perkembangan industri media televisi semakin pesat. Diawali dengan berdirinya stasiun milik negara republik Indonesia yaitu TVRI pada 24 Agustus 1962 oleh pemerintahan Presiden Soekarno untuk menyambut Asian Games di Jakarta. Program berita milik TVRI pada waktu itu adalah Dunia Dalam Berita. Kemudian barulah bermunculan televisi swasta seperti RCTI dengan program berita Seputar Indonesia pada tahun 1989 dan SCTV dengan Liputan 6 pada tahun 1996.

Saat ini hampir semua stasiun televisi swasta di Indonesia memiliki program berita. Beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia dinobatkan sebagai televisi berita, yaitu Kompas TV, TV One, Inews TV, CNN Indonesia, Berita Satu dan Metro TV. Hal ini membuat persaingan di industri media televisi terutama televisi berita semakin ketat, demi menarik khalayak penonton dan memberikan kebutuhan informasi bagi publik. Apalagi di era konvergensi media saat ini, dibutuhkan

inovasi, kreativitas, strategi dan persiapan yang matang agar suatu program berita dapat dikemas secara menarik agar dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan.

Sebagai televisi berita pertama di Indonesia, Metro TV hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi publik. Metro TV adalah televisi berita pertama yang siaran selama 24 jam demi memberikan kebutuhan informasi bagi publik yang sesuai dengan kaidah jurnalistik. MetroTV adalah stasiun televisi pertama di Indonesia yang menyiarkan berita dalam bahasa mandarin melalui program *Metro Xin Wen*, dan juga satu-satunya stasiun TV di Indonesia yang tidak menayangkan sinetron.

Selain itu, Metro TV juga menayangkan siaran internasional berbahasa Inggris pertama di Indonesia melalui program *Indonesia Now* yang dapat disaksikan dari seluruh dunia. Metro TV turut memberitakan beberapa peristiwa besar seperti tsunami Aceh 2004, tragedi Mina, perdamaian Gerakan Aceh Merdeka (GAM), Metro TV juga menjadi stasiun televisi berita pertama yang menayangkan proses hitung cepat (*quick count*) pada pemilu presiden 2004 sampai pemilu sekarang. Hal ini juga yang menjadi referensi bagi televisi berita lainnya untuk menayangkan hasil *quick count* pemilu di Indonesia (sumber: *company profile* Metro TV).

Saat ini Metro TV memiliki delapan program berita unggulan salah satunya adalah Primetime News. Primetime News merupakan program berita yang tayang setiap hari pada waktu utama (*prime time*) pada pukul 18.05 sampai dengan 19.00 WIB. Program ini terdiri dari lima segmen yang memberikan sajian informasi

terkini, aktual dan terpercaya. Program ini diawali dengan segmen *prime flash* yaitu rangkuman singkat sepuluh peristiwa penting yang terjadi pada hari ini. Memiliki slogan “Memberi Makna dalam Sebuah Berita,” Primetime News juga menghadirkan dialog konfirmasi secara mendalam bersama narasumber yang kompeten sesuai dengan tema dan isu yang diangkat.

Program ini dikerjakan oleh divisi redaksi yang terdiri dari *dua* orang produser eksekutif, lima orang produser, tiga orang *guest booker* dan tiga orang *production assistant* yang bekerja sama dengan divisi produksi untuk menyiarkan berita yang sudah disiapkan. Selain dapat disaksikan melalui siaran langsung di televisi, Primetime News juga dapat diakses melalui situs resmi Metro TV yaitu metrotvnews.com, *streaming* di kanal YouTube Metro TV dan aplikasi Metro TV News serta penayangan kembali (*re run*) pada dini hari.

Sebagai program berita unggulan tentunya dibutuhkan perencanaan, inovasi, kreativitas dan strategi yang tepat selama proses produksi. Apalagi ditengah persaingan yang ketat sesama televisi berita lainnya di era konvergensi media. Sehingga dibutuhkan manajerial yang tepat agar bisa mengatur strategi dan alur kerja sumber daya manusia secara efisien yang adaptif dari cara tradisional ke *multiplatform*, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana proses manajemen produksi yang dilakukan oleh sebuah program berita televisi di era konvergensi media sebagai bentuk transformasi media terhadap teknologi.

Untuk mengetahui bagaimana proses penerapan manajemen produksi program berita Primetime News di era konvergensi media, peneliti menggunakan teori yang telah dikemukakan Terry (dalam Siswanto 2006: 18) mengenai fungsi-fungsi

manajemen yaitu *POAC*. *POAC* merupakan sebuah akronim yang cukup dikenal dalam kajian manajemen, meliputi *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (penggerakan/pelaksanaan), dan *Controlling* (pengawasan).

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Deskriptif Manajemen Produksi Program Berita Primetime News Metro TV di Era Konvergensi Media”** untuk mengungkap bagaimana manajemen produksi yang diterapkan oleh Metro TV di era konvergensi media pada program Primetime News.

Dalam penelitian ini juga meninjau beberapa tulisan, buku, jurnal dan skripsi. Penulis menemukan beberapa skripsi tentang manajemen produksi program televisi berita dengan objek yang berbeda-beda. Skripsi ini menjadi rujukan penelitian terdahulu yaitu:

Tabel 1.1. Perbandingan dengan penelitian terdahulu

Judul Penelitian	Analisis Manajemen Produksi Progam Sumut Dalam Berita di TVRI Sumut
Nama Peneliti	Dana Rahmat Gustiawan, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sumatra Utara.
Tahun	2018 dalam <i>respositori.usu.ac.id</i>
Pembahasan	Skripsi ini membahas tentang proses manajemen produksi program berita yang ada di televisi milik pemerintah.

	<p>Kesimpulan dari penelitian ini adalah proses produksi berjalan efektif dan menerapkan empat fungsi manajemen. Tetapi terdapat kendala berupa peralatan yang sudah tua sehingga sedikit menghambat proses produksi.</p>
Persamaan	Membahas manajemen produksi program berita dari praproduksi hingga pascaproduksi.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas manajemen produksi program berita di stasiun televisi milik pemerintah. Sedangkan penulis meneliti pada program berita unggulan televisi berita swasta pertama di Indonesia. - Membahas lebih spesifik manajemen produksi program berita televisi di era konvergensi media.
Judul Penelitian	Analisis Deskriptif Manajemen Produksi Siaran Berita Berbahasa Betawi “Bandar Jakarta” di Stasiun Jak TV
Nama Peneliti	Liga Pujianti, Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Tahun	2010 dalam <i>repository.uinjkt.ac.id</i>
Pembahasan	<p>Skripsi ini membahas tentang proses manajemen produksi program berita berbahasa betawi yang ada di televisi lokal. Kesimpulan dari penelitian ini adalah proses produksi berjalan efektif, menerapkan empat fungsi manajemen dan</p>

	memenuhi kriteria dasar dalam sebuah manajemen produksi. Kendala yang dihadapi masih seputar peralatan dan sistem <i>scheduling</i> kerja yang belum jelas, sehingga mengganggu proses produksi.
Persamaan	Membahas tentang analisis manajemen produksi program berita dari praproduksi hingga pascaproduksi.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas manajemen produksi program berita di stasiun televisi lokal. Sedangkan penulis meneliti pada program berita unggulan televisi berita swasta pertama di Indonesia. - Membahas lebih spesifik manajemen produksi program berita televisi di era konvergensi media.
Judul Penelitian	Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produksi Siaran Program Berita Reportase Minggu di Trans TV)
Nama Peneliti	Nurhasanah, Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Tahun	2011 dalam <i>repository.uinjkt.ac.id</i>
Pembahasan	Skripsi ini membahas tentang proses produksi program berita reportase minggu di Trans TV. Kesimpulan dari penelitian ini adalah proses produksi program berita ini berjalan normal. Peralatan yang dimiliki sudah sesuai

	dengan <i>standar broadcasting</i> sehingga mempermudah produksi. Sedangkan kendala yang dihadapi adalah seputar komunikasi dan koordinasi yang kadang masih belum berjalan baik.
Persamaan	Membahas tentang analisis proses produksi program berita dari praproduksi hingga pascaproduksi.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas proses produksi program berita di stasiun televisi swasta non berita. Sedangkan penulis meneliti pada program berita unggulan televisi berita swasta pertama di Indonesia. - Membahas lebih spesifik manajemen produksi program berita televisi di era konvergensi media.
	-

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka dapat ditarik rumusan masalah yang bisa digunakan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu:

Bagaimana manajemen produksi program berita Primetime News Metro TV di era konvergensi media?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji manajemen produksi program berita Primetime News Metro TV di era konvergensi media.
2. Untuk mengetahui bagaimana adaptasi yang dilakukan oleh Primetime News Metro TV di era konvergensi media.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan keilmuan di bidang *broadcasting* dan jurnalistik bagi civitas akademika Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi tentang industri media televisi khususnya televisi berita, serta memberikan masukan dan saran bagi divisi redaksi Primetime News dan Metro TV.

E. Kajian Teori

1. Media Baru

Media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan komunikasi dan informasi. Pada media baru terdapat beragam fitur yang merupakan konsekuensi dari ciri konvergensi, seperti media *online*, media sosial *chat room*, E-mail, *Mailing list/news group*, *world wide web (www)* dan lain-lain (Vera, 2016: 88-90)

Dalam bukunya *Komunikasi Massa* (2016: 93), Vera mengutip pendapat McQuail (2005), yang menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang mendasar dari sebuah perkembangan media baru, sebagai berikut:

- 1) Digitalisasi, yaitu pesan yang dikonstruksi dalam bentuk teks, kemudian diubah menjadi serangkaian kode-kode digital dan dapat diproduksi, dikirimkan kepada penerima maupun disimpan.
- 2) Konvergensi, yaitu penyatuan semua bentuk dan fungsi media yang selama ini berdiri sendiri-sendiri baik dalam proses organisasinya, distribusi, penerima, regulasi, maupun fungsi sebagai sumber informasi dan hiburan.

Roger dalam Anis Hamidati (2001: 7) menguraikan tiga sifat utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* merupakan kemampuan sistem komunikasi baru untuk berbicara balik (*talk back*) kepada penggunanya. Hampir seperti seorang individu yang berpartisipasi dalam sebuah percakapan. Dalam

ungkapan lain, media baru memiliki sifat interaktif yang tingkatannya mendekati sifat interaktif pada komunikasi antarpribadi secara tatap muka.

2. Televisi

Dibandingkan dengan media massa yang lain, televisi memiliki daya tarik yang tinggi. Melalui tayangan audio visual pemirsa televisi bisa merasakan suasana dari sebuah peristiwa yang disiarkan. Televisi merupakan salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat *audio visual, direct*, dapat membentuk sikap dan bisa mempengaruhi pemirsa. Televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*, yang mempunyai arti masing-masing yaitu jauh (*tele*) dari bahasa Yunani dan tampak (*vision*) dari bahasa Latin. Jadi televisi berarti tampak atau dapat melihat jarak jauh beragam tayangan mulai dari hiburan sampai ilmu pengetahuan ada dalam televisi, adanya beragam channel televisi membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menyaksikan tayangan berkualitas (Ardianto dalam Louhenapessy 2016: 4).

Menurut Adi Badjuri (dalam Fajrin 2015: 390) mengatakan bahwa, “Televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audio visual), dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengarkan atau mencerna narasi dari gambar tersebut. Televisi merupakan sistem telekomunikasi untuk penyiaran dan penerimaan gambar bergerak dan suara.”

a. Program Televisi

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya (Morrison, 2015:209).

Menurut Morrison dalam bukunya Manajemen Media Penyiaran (2015: 218) menyatakan bahwa, dari berbagai jenis program dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya, yaitu:

1) Program Informasi

Program informasi di televisi sesuai dengan namanya, memberikan banyak informasi untuk memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Program informasi tak melulu tentang program berita, tetapi termasuk juga *talk show* (perbincangan). Karena informasi bisa berasal dari mana saja. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).

a) *Hard news*

Hard news adalah segala informasi penting atau yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya.

b) *Soft news*

Soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus ditayangkan.

2) Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termaksud dalam katagori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik, dan pertunjukan.

a) Drama

Program drama adalah pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang yang diperankan pemain yang melibatkan konflik dan emosi. Contoh program televisi yang termaksud dalam program drama adalah sinema elektronik (*sinetron*) dan film.

b) Permainan

Permainan atau *game show* merupakan suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Permainan merupakan salah satu produksi acara televisi yang paling mudah dibuat. Biasanya hanya membutuhkan biaya produksi yang relatif

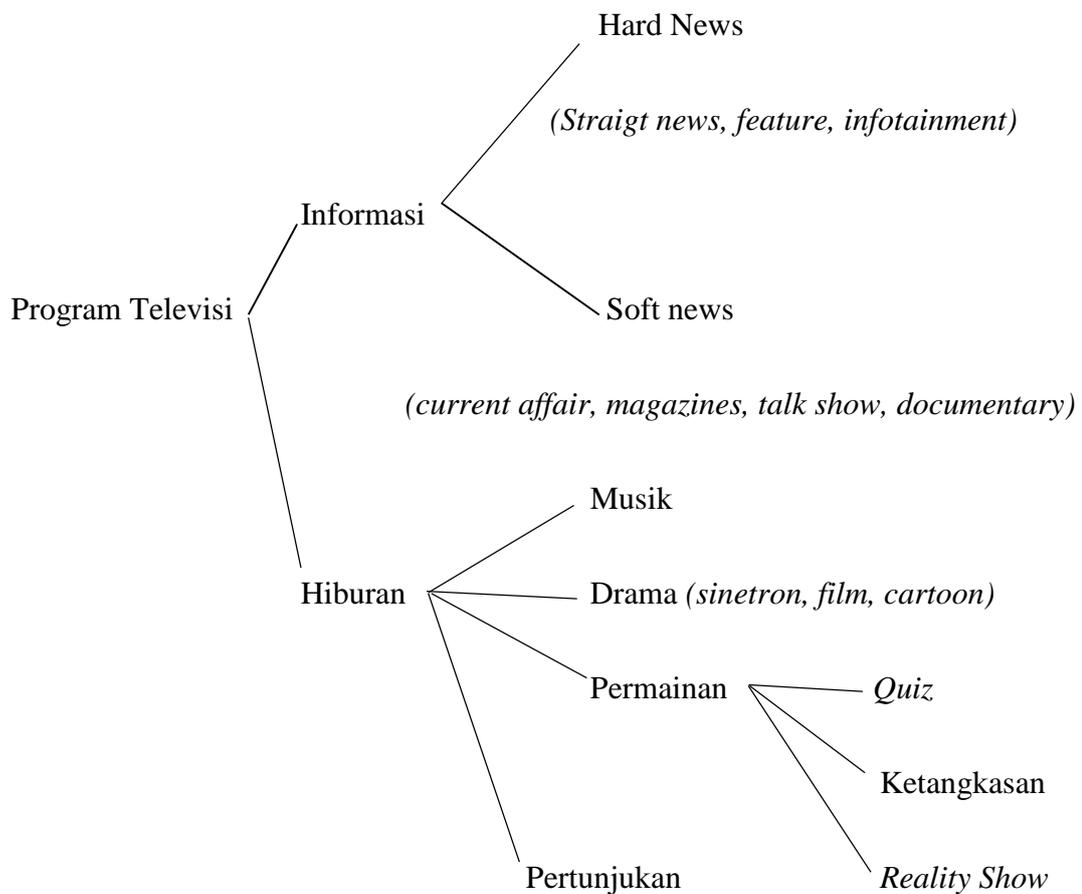
rendah namun dapat menjadi acara televisi yang sangat digemari. Contoh program permainan program televisi adalah *quiz show*, ketangkasan dan *reality show*.

c) Musik

Program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu video klip atau konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik audien. Tidak hanya dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilannya agar menjadi lebih menarik.

d) Pertunjukan

Pertunjukan adalah program yang menampilkan kemampuan (*performance*) seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio, di dalam ruangan ataupun di luar ruangan. Dapat dikatakan program pertunjukan adalah jenis program yang paling banyak diproduksi sendiri oleh stasiun televisi. Contoh program pertunjukan adalah sulap, lawak, wayang, ceramah agamanya dan sebagainya.



Bagan 1.1. Jenis program televisi menurut Morrison

b. Televisi Sebagai Media Massa

Perkembangan televisi telah menjadi fenomena besar. Tidak bisa dimungkiri bahwa program berita televisi menjadi rujukan referensi bagi publik untuk mengetahui informasi dari suatu peristiwa yang terjadi. Perannya amat besar dalam membentuk pendapat umum (*public opinion*), termaksud dalam pembentukan perilaku dan pola pikir. Sebagai media massa, televisi dalam menyampaikan pesan informasinya hanya berjalan satu arah saja (*one way communication*), artinya si penerima pesan tidak bisa tidak dapat berhubungan langsung dengan pengirim

pesan, demikian pula komunikatornya tidak bersifat individu melainkan bersifat kolektif (melembaga), sedangkan audeinnya mempunyai karakteristik tersendiri (Subroto, 1994: 15).

Menurut Darwanto (2007: 42) dalam bukunya *Televisi Sebagai Media Pendidikan* mengatakan bahwa ada beberapa ciri-ciri televisi yaitu:

- 1) Keserempakan, yang dimaksud keserempakan ialah dalam waktu yang relatif sama, khalayak dimana pun berada dapat menerima informasi dari media yang bersangkutan. Itulah salah satu keunggulan televisi yaitu mampu memberikan informasi melalui suara dan gambar secara cepat dan berkembang.
- 2) Mampu meliput daerah yang tidak terbatas, artinya televisi dapat menembus keterbatasan daerah dengan menggunakan teknologi untuk menyiarkan informasi kepada khalayak secara langsung. Contohnya melalui *live report* dari lokasi kejadian.
- 3) Bisa dimengerti yang buta huruf, artinya televisi melalui suara dan gambar dapat memberikan informasi kepada khalayak dengan menggunakan daya fantasinya. Karena televisi dapat mengubah bahasa verbal menjadi bahasa gambar.
- 4) Bisa diterima mereka yang cacat tubuh, artinya televisi masih dapat diterima oleh khalayak yang memiliki cacat tubuh, karena televisi menampilkan suara dan gambar sehingga masih bisa dinikmati.

c. Program Berita Televisi

Menurut Wahyudi (dalam Fachruddin 2012: 47), “Berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa secara periodik.”

Sedangkan menurut Charnley (dalam Kusumaningrat 2016: 39), “Berita adalah informasi hangat tentang sesuatu yang telah terjadi, atau tentang sesuatu yang belum diketahui sebelumnya. Dengan kata lain berita adalah laporan aktual tentang fakta-fakta yang penting dan menarik bagi orang lain.”

Jika disimpulkan maka berita merupakan laporan peristiwa yang dipublikasikan melalui media massa agar diketahui khalayak luas. Salah satu fungsi media massa yaitu memberikan informasi (*to inform*), televisi hadir dengan program beritanya. Saat ini hampir semua televisi swasta di Indonesia memiliki program berita. Hal ini membuat persaingan semakin ketat. Sehingga dibutuhkan strategi dan inovasi agar dapat menarik khalayak luas.

d. Tahapan Produksi Berita Televisi

Dalam memproduksi program televisi tidaklah mudah, dibutuhkan kerja sama tim yang solid dan sumber daya manusia yang mumpuni. Karena memproduksi program televisi akan melewati beberapa proses yang panjang dan melibatkan banyak orang. Hal ini dilakukan agar dapat menyajikan tayangan yang bagus, menarik dan bermanfaat bagi pemirsa televisi.

Berikut adalah tahap produksi berita televisi yang biasa disebut sebagai *Standar Operasional Prosedur (SOP)* yaitu:

1) Praproduksi

Hal yang paling penting dalam sebuah produksi berita televisi, yaitu merupakan tahapan persiapan sebelum sebuah produksi dimulai. Pada tahap praproduksi dalam program berita televisi akan membahas topik/isu liputan, fokus informasi yang akan diperoleh, angle pemberitaan, rapat proyeksi, penugasan reporter, gambar yang harus direkam, dan narasumber yang harus diwawancarai. Semakin baik persiapan praproduksi berita televisi, maka akan mempermudah koordinasi di tahap selanjutnya.

2) Produksi

Setelah semua persiapan sudah matang barulah ke tahap produksi. Pada tahap ini reporter dan kameraman akan meliput ke lapangan sesuai dengan proyeksi yang ditugaskan. Hasil liputan tersebut akan diseleksi dan ditentukan format penyajiannya agar layak tayang dan menarik untuk disaksikan

3) Pascaproduksi

Merupakan tahap penyempurnaan dari produksi berita televisi. Semua materi berita yang sudah produksi akan dikerjakan di tahap ini. Menjelang *on air* materi berita akan diedit, di-*dubbing*, dan *preview*. Untuk memastikan berita yang dihasilkan tidak ada kesalahan untuk disiarkan.

4) *On Air*

Semua materi berita yang sudah diproduksi akan disiarkan secara langsung melalui *control room*. Sesuai dengan rundown dan kesepakatan yang ditetapkan ketika rapat proyeksi. Namun tetap bisa berubah tergantung perkembangan di lapangan (Fachruddin 2012: 18-19).

e. Struktur Program Berita Televisi

Struktur organisasi pemberitaan TV menjadi dua bagian besar yaitu *News Gathering* dan *News Production*. *News Gathering* secara umum bertugas mencari dan mengumpulkan bahan berita. Tim ini harus senantiasa memantau perkembangan berita di lapangan dan saling berkoordinasi serta tidak boleh kecolongan informasi. Tim ini terdiri dari:

1) Reporter

Seseorang jurnalis/wartawan aktif yang bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah bahan berita dari berbagai informasi, untuk ditulis serta melaporkan melalui stasiun televisi tempatnya bertugas. Reporter bertanggung jawab penuh terhadap hasil liputan di lapangan.

2) Kameraman

Awak redaksi yang bertugas mengambil gambar sesuai berita yang tengah dicari dan dikumpulkan oleh reporter. Ia harus mengambil gambar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan reporter agar dapat memperkuat hasil liputan.

3) Koordinator liputan

Awak redaksi yang bertugas mengkoordinir reporter dan kameraman dalam peliputan berita di kota pusat stasiun TV. Ia mengatur peliputan berita berdasarkan hasil rapat redaksi. Koordinator liputan akan membuat proyeksi liputan harian untuk reporter dan kameraman.

4) Koordinator daerah

Awak redaksi yang bertugas mengkoordinir reporter dan kameraman dalam peliputan berita yang terjadi di daerah. Ia mengatur peliputan berita dari berbagai daerah berdasarkan hasil rapat redaksi.

5) Koresponden & Kontributor,

Merupakan reporter *freelance* yang bertugas baik di pusat maupun di daerah, biasanya tidak terikat oleh kontrak dan hanya berdasarkan berita yang dihasilkan (Harahap 2018: 11-16).

News Production secara umum bertugas memproduksi hasil liputan dari lapangan dan mengkoordinasikan setiap kegiatan produksi di *newsroom*. Tim ini terdiri dari:

1) Produser eksekutif

Seseorang yang memiliki wawasan dan mengerti tentang program televisi secara keseluruhan dan memiliki kemampuan dan menuangkan ide atau pemikirannya dalam pembuatan program televisi, selain itu mampu mengelola dan melakukan koordinasi, kontribusi dan distribusi produksi secara keseluruhan,

sistematis dan efisien. Produser eksekutif bertanggung jawab terhadap penyusunan dan pengembangan ide untuk program siaran. Semua dinamika yang terjadi dalam proses produksi berita televisi harus mendapatkan persetujuan dari eksekutif produser (Fackhruddin, 2012:60).

2) Produser

Seseorang 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. Dalam produksi program berita, produser merupakan eksekutor yang memproses hasil liputan di lapangan menjadi format berita yang ada (Fackhruddin, 2012:60).

3) Asisten Produksi

Awak redaksi yang membantu proses dari praproduksi hingga pascaproduksi. Ia memiliki tanggung jawab seputar materi tayangan (*insert*) yang dibutuhkan dan mengkoordinir setiap sambungan dari luar studio.

4) Video Editor

Awak redaksi yang memilah, memotong dan merangkai gambar menjadi film berita hingga bermakna dan siap ditayangkan (Harahap 2018: 18).

3. Manajemen Produksi

Menurut Pringle dkk (dalam Morrisan 2015: 136), “Manajemen adalah proses memperoleh dan mengkombinasikan sumber daya manusia, keuangan, informasi dan fisik untuk mencapai tujuan utama organisasi, yaitu menghasilkan suatu barang atau jasa yang diinginkan sebagian segmen masyarakat.”

Sedangkan menurut Carlisle (dalam Morrisan 2015: 136) mengemukakan bahwa, “Manajemen yang lebih menekankan pada pelaksanaan fungsi manajer yaitu, mengarahkan, mengkoordinasikan, dan memengaruhi operasional suatu organisasi agar mencapai hasil yang diinginkan serta mendorong kinerjanya secara total.”

Jika disimpulkan maka manajemen merupakan proses membuat perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengendalikan berbagai usaha suatu kelompok untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan. Dalam prosesnya dibutuhkan peran sosok pemimpin yang dapat mengarahkan sumber daya manusia yang ada untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan.

Menurut Fajar Junaedi (2014: 37) dalam bukunya Manajemen Media Massa menjelaskan bahwa manajemen memiliki empat fungsi. Keempat fungsi manajemen ini selalu ada dalam praktek manajemen. Manajemen tidak akan berjalan dengan fungsinya apabila salah satu atau lebih tidak dijalankan.

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan fungsi utama dalam organisasi. Disinilah pondasi dasar diletakkan dalam kegiatan manajemen. Ketika stasiun televisi didirikan, pasti

pemiliknya telah merencanakan tujuan dari stasiun televisi tersebut. Tanpa perencanaan yang baik, stasiun televisi tidak mampu bersaing, karena bisnis media berlangsung sangat kompetitif. Perencanaan dalam manajemen media apa yang harus dilakukan di masa mendatang, bagaimana hal tersebut harus dilakukan, siapa yang seharusnya melakukan hal tersebut dan kapan hal tersebut harus dilakukan. Untuk mencapai tujuan, sebuah organisasi media perlu untuk menetapkan visi dan misi, serta menentukan target audien yang disasar. Dalam proses produksi berita televisi perencanaan merupakan tahap yang paling krusial, karena akan mengkoordinasikan alur kerja tim yang. Biasanya proses ini ada di rapat proyeksi.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Fungsi pengorganisasian dalam manajemen menempati posisi yang penting dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian dalam kegiatan manajemen bisa diartikan sebagai kegiatan-kegiatan penyusunan struktur organisasi dan sumber daya yang ada di organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Masing-masing media memiliki pembagian divisi yang berbeda-beda disesuaikan dengan tujuan media, kebutuhan media, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang ada.

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Fungsi ketiga dalam manajemen adalah pelaksanaan. Pelaksanaan ini meliputi bagaimana manajer memberikan pengarahan dan pengaruhnya pada individu-individu dalam organisasi untuk melakukan kewajiban mereka masing-masing dengan paparan pekerjaannya. Tentu saja pelaksanaan ini diorientasikan untuk

mencapai tujuan sebagaimana yang telah digariskan dalam fungsi perencanaan. Pelaksanaan dalam fungsi manajemen tidak bisa dilakukan hanya dengan memberikan pengarahan saja. Pengarahan umumnya berkaitan dengan aspek teknis pekerjaan sesuai dengan paparan tugas, padahal dalam pelaksanaan tugas perlu adanya dorongan motivasi pada individu-individu untuk melakukan pekerjaannya secara antusias dan bersemangat.

d. Pengawasan (*controlling*)

Fungsi ketiga dalam manajemen adalah fungsi pengawasan. Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi. Untuk itulah perlu adanya standar dan indikator penilaian untuk menilai apakah berbagai pekerjaan dalam fungsi-fungsi manajemen berjalan dengan baik. Pengawasan dilakukan bukan hanya diakhir proses manajemen, namun pada hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan.

Persaingan media penyiaran pada dasarnya persaingan merebut perhatian audien dan untuk dapat merebut perhatian audien, maka pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa audien mereka dan kebutuhan mereka. Dalam era persaingan dewasa ini setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas dalam merebut audien. Strategi merebut audien adalah sama saja dengan strategi pemasaran dalam arti yang luas. Audien adalah pasar, dan program adalah yang disajikan adalah produk yang ditawarkan (Morrisan, 2015: 173).

Menurut Kottler (dalam Morrisian 2015: 174) strategi merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan terdiri atas tiga tahap, yaitu segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. Segmentasi audien pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur audien. Sedangkan *targeting* atau target audien adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau audien sasaran. Setelah audien sasaran dipilih, maka proses selanjutnya adalah melakukan *positioning* yaitu suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen. Berikut adalah tahapan strategi dalam merebut pasar audien, yaitu:

- 1) Segmentasi khalayak

Pada media penyiaran, pemahaman tentang segmentasi khayalak juga penting. Jika media penyiaran tidak mampu membaca segmentasi yang hendak dibidik, maka bisa dipastikan media tersebut tidak mampu bersaing dengan media penyiaran yang lain. Keberhasilan melakukan segmentasi, dan selanjutnya menyiarkan program acara yang sesuai dengan kebutuhan khalayak pada segmentasi yang dipilih menjadi kesuksesan (Junaedi, 2014:143). Untuk memudahkan segmentasi khalayak, maka segmentasi bisa dilakukan dengan beberapa dasar, yaitu:

- a) Segmentasi demografis

Segmentasi ini didasarkan pada data-data kependudukan, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, suku bangsa, pendapatan, pendidikan, agama, ras dan sejenisnya.

b) Segmentasi geografis

Segmentasi geografis memperlihatkan bagaimana orang dari suatu daerah akan berbeda dengan orang di daerah lain di dunia, bahkan di satu negara yang sama, dalam hal kebutuhan keinginan dan konsumsi yang mereka lakukan.

c) Segmentasi behavioral

Segmentasi ini banyak dilakukan dalam kegiatan periklanan, yang sebenarnya juga bisa diterapkan dalam media massa. Segmentasi yang didasarkan pada beragam variabel yang berkakitan dengan perilaku khalayak, yang umumnya adalah status, tingkat sosial, *purchase occasion* dan *benefits sought*. Katagori ini merefleksikan kepada kita tentang konsumen saat ini, kapan dan mengapa mereka membeli serta berapa banyak mereka mengkonsumsi.

d) Segmentasi geodemografis

Segmentasi ini meyakini bahwa mereka yang memiliki tempat tinggal di lokasi geografis yang sama cenderung memiliki karakter-karakter demografis yang serupa, namun tempat tinggal mereka harus sesempit mungkin seperti kawasan perkotaan dan pemukiman elit.

2) *Targetting* khalayak media

Tahap *targetting* dilakukan setelah institusi atau perusahaan media melakukan pengidentifikasian beragam segmen sebagaimana yang tersebut sebelumnya. Setelah identifikasi dilakukan, perusahaan melakukan kajian atas segmen tersebut,

dan kemudian dipilih segmen yang menjadi sasaran. Segmen yang menjadi sasaran inilah yang disebut sebagai *targeting* (Junaedi, 2014:154).

3) *Positioning* media

Dalam perspektif marketing, media bisa dipahami sebagai merek (*brand*), dengan demikian *positioning* merujuk pada citra yang terbentuk di benak khalayak dari merek media tertentu. Dengan demikian *positioning* merujuk pada citra yang terbentuk di benak khalayak yang dibentuk media tertentu. Dalam *positioning* selalu terjadi proses dimana khalayak melihat merek media tertentu yang membedakannya dengan produk pesaing. Citra yang melekat pada merek dalam *positioning* disebut sebagai *brand image* (Junaedi, 2014:162).

a. Manajemen Produksi Program Berita Televisi

Produksi program berita televisi biasanya diawali dengan rapat proyeksi yaitu rapat yang menentukan semua kebutuhan tayangan program berita. Secara spesifik rapat proyeksi membahas isu dan gagasan besar yang akan diangkat, *rundown* program, sudut pandang pemberitaan, narasumber dialog, penugasaan reporter dan koordinasi biro daerah.

Setelah rapat selesai, koordinator liputan dan koordinator daerah menugaskan reporter dan juru kamera liputan sesuai dengan hasil rapat. Dalam produksi program berita televisi tidak bisa hanya mengadakan hanya reporter dan juru kamera saja dalam peliputan berita. Dibutuhkan kerja sama tim yang lain untuk mengumpulkan informasi tambahan. Sehingga dapat menambahkan informasi pendukung dari sebuah peristiwa. Biasanya program berita televisi melakukan riset dari media

massa yang lain, percakapan di media sosial, mengambil *insert* dari internet dan juga dari video amatir.

Keberhasilan sebuah program berita televisi ditentukan oleh tim yang berada di lapangan (*news gathering*) dan tim yang berada di *newsroom* (*news production*). Tim yang di lapangan harus mampu bersaing dengan media lain. Kemampuan analisis reporter dan juru kamera di lapangan sangat dibutuhkan dalam liputan, sehingga dapat membuat liputan yang menarik dan mendapatkan narasumber yang kredibel. Hal serupa juga dilakukan oleh tim yang berada di *newsroom*. Eksekutif produser dan produser harus dapat mengkoordinasikan tim dengan baik dan jeli dalam menentukan *rundown*, sehingga dapat menentukan preferensi berita yang menarik untuk ditayangkan (Fachruddin, 2012:65).

4. Konvergensi Media

Davenport *et al* (dalam Agustina 2018: 17) menyebutkan bahwa, “Konvergensi dari media-media tradisional yang sudah ada dengan teknologi baru menyebabkan pola komunikasi baru yang dapat mempengaruhi budaya dan masyarakat. Konvergensi merupakan integrasi media massa, komputer, dan jaringan telekomunikasi. Tren konvergensi media tentu sangat berkaitan dengan digitalisasi dan konvergensi jaringan”.

Transformasi media televisi ke arah konvergensi dapat mengadopsi jenis konvergensi yang dikemukakan oleh Grant (dalam Prihartono 2016: 109). Konvergensi jurnalistik mensyaratkan perubahan cara berpikir media tentang berita dan peliputannya. Bagaimana media memproduksi berita dan bagaimana media

menyampaikan berita kepada khalayak. Namun, praktik konvergensi saat ini masih sebatas pada cara menyampaikan berita melalui platform yang berbeda yaitu media cetak, penyiaran, dan online.

Dalam konvergensi jurnalistik dikenal adanya tiga model menurut Grant, yaitu konvergensi *newsroom*, konvergensi *newsgathering*, dan konvergensi *content*.

a. Konvergensi *Newsroom*

Dalam konvergensi ini jurnalis berbeda platform, misalnya dari surat kabar, online dan televisi menyatukan dirinya dalam satu ruang produksi berita. Mereka mengerjakan tugas sesuai dengan platform medianya.

b. Konvergensi *Newsgathering*

Dalam menjalankan model ini, seorang jurnalis dituntut untuk mampu mencapai tingkat *multitasking*. Dengan melalui pelatihan atau training khusus, seorang jurnalis dituntut untuk dapat melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh media dengan platform lain dalam satu grup. Misalnya, seorang wartawan cetak harus mampu membuat berita untuk cetak, online, dan sekaligus untuk televisi. Selain itu juga dituntut untuk mengambil foto atau video.

c. Konvergensi *Content*

Berita akhirnya disuguhkan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, blog, *podcast* atau *slide show*. Pilihan terus berkembang. Saat ini, konvergensi isi masih sangat muda dan baru dimulai. Namun, kita dapat mengintip masa depan melalui situs yang inovatif. Bayangkan beberapa

tahun ke depan medium hybrid baru mengkombinasikan antara audio dan video tv, sifat responsif dan sumber dari website, kemudian dibawa dan kualitas cetak dari koran. Editor dan reporter akan menjadi konten produser yang dilatih untuk memilih cerita mana yang paling efektif, teknik yang paling menghibur dari menu biasa hingga pilihan multimedia.

F. Metode Penelitian

Menurut Mulyana (2001:145-146) menjelaskan bahwa, “Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan ungkapan lain metodologi adalah suatu pendekatan umum mengkaji topik penelitian. Metodologi diukur berdasarkan kemanfaatannya, dan tidak bisa dinilai apakah suatu metode benar atau salah. Metode penelitian merupakan teknik-teknik spesifik dalam penelitian.”

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu berusaha untuk memaparkan dan mengkontruksi situasi atau peristiwa. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Ahmadi, 2016: 15) menerangkan bahwa, “Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri. Penelitian kualitatif sangat cocok dengan fenomena-fenomena yang tidak bisa diangkakan, tapi bisa dideskripsikan dalam bentuk bahasa (ucapan).”

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi dan gambaran yang sistematis berdasarkan data dan fakta yang diperoleh selama penelitian (Noor, 2011: 34-35).

Dengan menggunakan metode ini peneliti akan memahami dunia subjek penelitian (informan) secara mendalam dan mendeskripsikan bagaimana manajemen produksi program berita Primetime News Metro TV di era konvergensi media. Setelah itu peneliti akan menganalisis data yang diperoleh berdasarkan tujuan penelitian.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang ingin diteliti dan menjadi fokus utama dalam penelitian. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian adalah program berita Primetime News Metro TV

3. Subjek Penelitian (Informan)

Informan menjadi aktor kunci dalam melakukan penelitian kualitatif. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Diharapkan informan dapat memberikan pandangan tentang nilai-nilai dan proses yang menjadi latar penelitian. Harapannya bisa memperkaya perspektif peneliti terkait objek yang sedang diamati (Moleong, 2018: 132).

Dalam menentukan subjek penelitian (informan) peneliti menggunakan metode *purposive sampling* yaitu informan dipilih yang sesuai dengan kriteria tertentu yang sudah ditentukan. Adapun kriteria tersebut ialah:

- a) Terlibat langsung dalam proses produksi program berita Primetime News dari praproduksi hingga pascaproduksi.
- b) Sudah terlibat sekurang-kurangnya 30 episode, dengan asumsi informan sudah mengetahui detail dan dinamika yang terjadi dalam proses produksi program berita Primetime News di Metro TV.

Berdasarkan kriteria di atas yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Eksekutif Produser, Produser dan *Production Assistant*. Karena tiga jabatan ini adalah yang mengetahui detail proses produksi Primetime News secara keseluruhan.

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Metro TV yang beralamat di Jl. Pilar Mas Raya Kav, BI. AD, RT 007/RW 03, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini juga menjadi kantor pusat Media Grup.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data agar bisa diolah untuk bisa menjawab tujuan penelitian. Dalam sebuah penelitian dibutuhkan data yang valid, agar kesimpulan yang dihasilkan juga valid (Sugiyono, 2005: 62).

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dan observasi.

a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan teknik yang biasa digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang beragam dari informan dalam berbagai situasi dan konteks. Peneliti akan melakukan wawancara tatap muka langsung dengan pertanyaan yang sudah disediakan. Wawancara juga memungkinkan menggali data yang 'kaya' dan multi dimensi mengenai suatu hal dari informan (Myers dalam Sarosa 2017: 47).

Peneliti akan melakukan wawancara mendalam bersama informan untuk memperoleh data dan fakta yang diinginkan seputar manajemen produksi program berita Primetime News Metro TV di era konvergensi media.

b. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan dari objek penelitian. Observasi perlu dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata terkait suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Ghony, 2016:165).

Dengan kata lain, peneliti akan berusaha untuk mengamati secara detail setiap kegiatan yang dilakukan dalam memproduksi program berita Primetime News Metro TV di era konvergensi media.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data atau informasi yang dapat dilakukan oleh peneliti dengan membaca atau mempelajari data-data yang bersifat dokumentatif yang dapat diperoleh dari perusahaan guna melengkapi data dari wawancara dan observasi.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh oleh seorang peneliti dari hasil wawancara, observasi maupun cara lainnya sehingga dapat mudah dipahami dan hasil penelitiannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2005: 88).

Menurut Bogdan & Biklen (dalam Ahmadi 2016: 230) mengatakan bahwa, “Analisis data merupakan suatu proses penyelidikan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan material-material lain yang peneliti kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti sendiri tentang data dan mempresentasikan apa yang telah ditemukan kepada orang lain.”

Adapun teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan langkah-langkah analisis data yang dikemukakan oleh Miles & Huberman yaitu:

a) Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai pemilihan dan penyederhanaan data yang diperoleh peneliti di lapangan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2005: 92). Data yang peneliti peroleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan akan dipilih dan disederhanakan ke dalam bentuk tulisan *script* sesuai dengan formatnya masing-masing. Sehingga memudahkan untuk dipahami.

b) Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, matriks teks naratif, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah dengan teks yang bersifat naratif (Huberman dalam Sugiyono 2005: 95). Pada penelitian ini, data yang sudah penulis diperoleh akan disajikan melalui teks yang bersifat naratif.

c) Menarik Kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelab sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif hipotesis atau teori (Sugiyono, 2005:99). Dengan demikian peneliti akan berusaha untuk menyimpulkan tentang temuan-temuan baru yang ada dalam proses manajemen produksi yang dilakukan oleh Metro TV pada program Primetime News.

7. Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moloeng, 2018: 330).

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dan yang menjadi narasumbernya adalah produser eksekutif Primetime News Metro TV.

Menurut Patton (dalam Moloeng 2018: 331) menjelaskan triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif dengan jalan sebagai berikut:

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan orang secara pribadi
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan.
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.