

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era informasi seperti sekarang ini kemunculan berita merupakan hal yang dibutuhkan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri dapat dengan mudah ditemui. Di abad komunikasi massa, berita diperoleh melalui media massa seperti surat kabar, televisi dan radio. Namun perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat telah menghasilkan beragam sarana teknologi informasi dan komunikasi yang mempermudah masyarakat dalam mengakses berita.

Berita adalah segala bentuk informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi dan disajikan lewat media cetak, siaran, internet atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang lebih. Ragam berita menyediakan berbagai informasi bagi masyarakat yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan mengenai kehidupan sehari-hari. Berita dapat dibuat menjadi menarik dan menyenangkan untuk dibaca. Namun tujuan utama dari sebuah berita adalah alat untuk menambah pengetahuan dari pembacanya.

Dalam buku *Here's the News* yang dihimpun oleh Paul De Maeseneer, berita didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting dan bermakna (signifikan), yang berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka. Definisi berita tersebut mengandung unsur-unsur yang baru dan penting, bermakna dan berpengaruh, menyangkut hidup orang banyak, relevan dan menarik.

Definisi lain dari berita, menurut Doug Newson dan James A. Wollert dalam *Media Writing: News for the Mass Media* (1985:11) menjelaskan bahwa berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat (dalam Sumadiria, 2005:64). Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan.

Batasan-batasan yang diberikan oleh tokoh-tokoh lain mengenai berita, yang dikutip Assegaff, 1983 (dalam Mondry, 2008:132-133) antara lain sebagai berikut:

- a. M. Lyle Spencer, dalam buku *News Writing*, menyebutkan bahwa berita merupakan kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.
- b. Williard C. Bleyer, dalam buku *Newspaper Writing and Editing* mengemukakan bahwa berita adalah sesuatu yang termasa dan dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena ia dapat menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena ia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.
- c. William S. Maulsby dalam buku *Getting in News* menyebutkan bahwa berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.
- d. Eric C. Hepwood menulis bahwa berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.

Setelah merujuk kepada beberapa definisi di atas, meskipun tetap dijumpai persamaan definisi yang mengikat pada berita yaitu menarik perhatian, luar biasa dan termasa (baru). Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* di internet (Sumadiria, 2005:65).

Berita bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka macam. Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu berita berat (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Berita berat, sesuai dengan namanya, menunjuk pada peristiwa yang mengguncangkan dan menyita perhatian seperti kebakaran, gempa bumi, kerusuhan. Sedangkan berita ringan, menunjukkan pada peristiwa yang lebih bertumpu pada unsur-unsur ketertarikan manusiawi, seperti pesta pernikahan bintang film atau seminar sehari tentang perilaku seks bebas di kalangan remaja.

Berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, yaitu di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tak diduga. Berita diduga adalah peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya, seperti lokakarya, pemilihan umum, peringatan hari-hari bersejarah. Proses penanganan berita yang sifatnya diduga disebut *making news*, yang artinya pewarta berita berupaya untuk menciptakan dan merekayasa berita. Proses penciptaan atau rekayasa berita itu dilakukan melalui tahapan perencanaan di ruang rapat redaksi, diusulkan dalam rapat proyeksi, dikonsultasikan dengan pemimpin redaksi, dilanjutkan dengan observasi, serta ditegaskan dalam interaksi dan konfirmasi di lapangan. Semuanya melalui prosedur manajemen peliputan yang baku, jelas, terstruktur

dan terukur. Orang yang meliputnya disebut sebagai *reporter* (pelapor). Berita tak terduga adalah peristiwa yang sifatnya tiba-tiba tidak direncanakan, tidak diketahui sebelumnya, seperti kereta api terguling, gedung perkantoran terbakar, bus tabrakan, kapal tenggelam, pesawat dibajak, anak-anak sekolah disandera atau terjadi ledakan bom di pusat keramaian. Proses penanganan berita yang sifatnya tidak diketahui dan tidak direncanakan sebelumnya, atau yang sifatnya tiba-tiba itu disebut *hunting news*. Orangnya disebut sebagai *hunter* (pemburu).

Pengetahuan dan pemahaman tentang klasifikasi berita sangat penting bagi setiap *reporter*, *editor*, bahkan para perencana dan konsultan media (*media planner*) sebagai salah satu pijakan dasar dalam proses perencanaan (*planning*), peliputan (*getting*), penulisan (*writing*) dan pelaporan atau pemuatan, serta penyiaran atau penayangan berita (*reporting and publishing*). Pada akhirnya, tahapan-tahapan pekerjaan jurnalistik itu sangat diperlukan dalam kerangka pembentukan, penetapan dan pengembangan manajemen media massa secara profesional dan visioner.

Berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan tradisional, melainkan juga pada radio, televisi, film dan internet atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita pada awalnya, memang hanya milik surat kabar. Tetapi sekarang, berita juga telah menjadi “darah-daging” radio, televisi dan internet. Tak ada media tanpa berita, sebagaimana halnya tak ada berita tanpa media. Berita telah tampil sebagai kebutuhan dasar (*basic need*) masyarakat modern di seluruh dunia.

Stasiun televisi biasanya memiliki acara berita atau menayangkan berita sepanjang waktu karena kebutuhan akan berita ada dalam masyarakat, baik yang

melek huruf maupun yang buta huruf. TVRI (Televisi Republik Indonesia) sebagai stasiun televisi publik memiliki tugas untuk memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia sesuai dengan Pasal 4 PP. No.13 Th.2005.

Sebagai Lembaga Penyiaran Publik, TVRI ke depan harus selalu kreatif untuk perubahan. TVRI bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari, membuat pemirsa nyaman, programnya berpenampilan khas yang berkualitas melalui *brand* dan jasa yang memberikan nilai kemanfaatan bagi masyarakat. TVRI harus bisa menginspirasi masyarakat untuk membentuk karakter bangsa yang positif. Hal ini diperlukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut; terciptanya program yang menarik, terjalinnya kerjasama yang saling menguntungkan, meningkatnya kualitas SDM khususnya pada penggunaan teknologi informasi, TVRI menjadi pusat sarana pembelajaran sekolah dan luar sekolah, meningkatnya sistem dan prosedur pada TVRI, meningkatnya kemampuan Stasiun Penyiaran Daerah, terciptanya pemancar yang berkualitas dan berteknologi tinggi, serta meningkatnya jangkauan siaran. Jangkauan siaran TVRI stasiun DIY meliputi seluruh propinsi DIY dan sebagian wilayah propinsi Jawa Tengah, yakni Kabupaten Magelang, kota Magelang, Temanggung, Wonosobo, sebagian Klaten, sebagian Purworejo, sebagian Karanganyar.

TVRI Yogyakarta sebagai bagian dari TVRI dan Lembaga Penyiaran Publik mempunyai tugas untuk melayani kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Melalui siaran pendidikan, informasi, hiburan dan kebudayaannya, TVRI

berusaha memberikan ruang publik bagi masyarakat sesuai perannya sebagai pilar keempat demokrasi. Namun kenyataannya tidak mudah untuk mewujudkan penyiaran publik yang memiliki fungsi dan peran yang ideal. Masih banyak permasalahan, baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh TVRI Yogyakarta (<http://www.tvrijogja.com/>).

TVRI Yogyakarta sebagai media publik tidak lepas dari persaingan dengan stasiun televisi lain terutama dengan stasiun televisi swasta. Masyarakat Yogyakarta cenderung memilih stasiun televisi swasta yang dianggap lebih modern dan mawadahi kebutuhan mereka. Masyarakat melihat program-program yang disajikan oleh stasiun televisi swasta lebih *up to date*, dengan penyiar yang lebih muda dan terkesan dinamis. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut TVRI Yogyakarta perlu melakukan langkah-langkah strategis. Langkah-langkah strategis tersebut diperlukan untuk mengoptimalkan potensi TVRI Yogyakarta sebagai stasiun televisi publik yang masih dianggap baru dalam dunia penyiaran Indonesia serta untuk mencapai visi TVRI Yogyakarta, yaitu terwujudnya TVRI Stasiun D.I Yogyakarta sebagai media Televisi Publik yang independen, profesional, terpercaya dan pilihan masyarakat DIY, dalam keberagaman usaha dan program yang ditujukan untuk melayani kepentingan masyarakat dalam upaya memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan masyarakat dan melestarikan nilai budaya yang berkembang di DIY dalam rangka memperkuat kesatuan nasional melalui jejaring TVRI Nasional.

Acara yang diproduksi TVRI Stasiun DIY disebut pola acara harian. Pola acara harian disusun berdasarkan pola acara tahunan dari TVRI Pusat Jakarta. Setelah diterima oleh TVRI Stasiun DIY pola acara tersebut disebut pola acara

tahunan. Hal ini berarti pola acara tahunan TVRI Stasiun D.I.Y merupakan hasil kombinasi antara pola acara pusat dengan daerah. Karena sistematis ini wajib, maka siaran *relay* dari pusat pasti selalu ada. Disamping itu apabila terjadi kekosongan produksi siaran, stasiun TVRI daerah bisa langsung *me-relay* dari TVRI Nasional.

Acara-acara stasiun televisi ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat propinsi DIY dan sebagian masyarakat Jawa Tengah yang tercakup dalam jangkauan siaran TVRI Stasiun DIY. Oleh karenanya desain program TVRI Yogyakarta tidak mengenal istilah *Prime Time*, sebab dari realita di lapangan, kapan pun suatu acara ditayangkan, asalkan bagus dan berkualitas, ia akan tetap mendapat tempat di hati pemirsa. Pada akhirnya, kenyataan ini mematahkan anggapan bahwa pukul 19.00 hingga 21.00 malam adalah waktu *prime time* penayangan acara unggulan suatu acara televisi.

Vogt (2001) mengungkapkan bahwa perlu ada keseimbangan antara penyiaran publik dan penyiaran komersial yang berbeda namun saling melengkapi. Televisi publik dapat menjadi penyeimbang dalam memberdayakan partisipasi publik dalam membangun dunia penyiaran yang lebih sehat. McQuail (1996) juga mengungkapkan hal yang senada, bahwa urgensi penyiaran publik adalah untuk menjunjung tinggi nilai-nilai yang banyak ditinggalkan oleh media komersial seperti independensi, solidaritas, keanekaragaman (opini dan akses), obyektifitas dan kualitas informasi. TVRI Yogyakarta sebagai pelopor stasiun televisi publik di Yogyakarta harus menjadi penyeimbang bagi media komersial lainnya, dengan lebih memperhatikan dan memenuhi kebutuhan khalayak kota pelajar ini. Peneliti berpendapat mengenai pentingnya penelitian mengenai televisi

publik di tingkat lokal dan berharap bahwa penelitian tentang TVRI ini dapat membuka pikiran tentang apa saja yang perlu dipersiapkan untuk menjadi stasiun televisi publik yang ideal, serta mampu menyegarkan TVRI Yogyakarta menjadi stasiun televisi publik yang lebih profesional dan modern.

TVRI Yogyakarta setidaknya memiliki tiga keterbatasan dalam mewujudkan pelaksanaannya sebagai lembaga penyiaran publik. Pertama, permasalahan keuangan, baik itu pemasukan maupun pengelolaan dana. Menurut RM Kristiyadi, selaku kepala seksi program TVRI Yogyakarta, sumber dana TVRI yang berasal dari APBN masih belum dikelola secara optimal. Kedua, peralatan dan sistem teknologi yang sudah *out of date*, terkait dengan masalah pendanaan yang menghambat pembelian alat-alat dengan teknologi. Hal ini menjadikan alasan terkait dengan pengambilan gambar yang monoton. Ketiga, pola kerja klasik bagi pegawai negeri yang masih dipertahankan, bahkan sumber daya manusia yang kebanyakan berusia lanjut dan telah bekerja selama lebih dari sepuluh tahun tanpa regenerasi. Permasalahan yang dihadapi TVRI Yogyakarta tersebut sampai sekarang masih belum dapat diselesaikan.

Salah satu program andalan TVRI Yogyakarta program *news* (berita) "Yogyawarta". Program ini ditayangkan tiap hari pada pukul 08.30 – 09.00 WIB. Sebagai program berita andalan, acara ini diharapkan dapat merebut atensi masyarakat, khususnya masyarakat Yogyakarta. Program Yogyawarta ini merupakan program yang bisa dikatakan memiliki segmentasi khusus, dikarenakan untuk program ini bisa dinikmati oleh kalangan tertentu saja. Program ini dibawakan dengan menggunakan bahasa daerah Yogyakarta yakni bahasa Krama Inggil. Alasan digunakan bahasa krama madya adalah dikarenakan

program ini ingin memberikan ciri khas serta bahasa ini dinilai memiliki nilai kesopanan dan etika.

Selain menggunakan bahasa daerah dan disampaikan dalam bahasa lokal, yaitu Bahasa Jawa. Para pembaca berita (*news anchor*) dari program Yogyakarta ini juga menggunakan busana khas Jawa, yakni berkain dan untuk pembawa acara perempuannya menggunakan kebaya. Yogyakarta ingin memberikan kesan atau *branding* untuk program beritanya yang dianggap dapat mewakili budaya Jawa. Tidak banyak ditemui untuk program Berita ataupun program lainnya yang melakukan *branding* yang sama dengan apa yang dilakukan oleh Yogyakarta.

Berita yang disajikan oleh Yogyakarta ini merupakan berita lokal atau yang berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta hingga daerah lainnya. Proses penyusunan berita dan gambar yang akan disajikan disiapkan baik dari tim yang ada di lapangan maupun studio dalam bentuk sesi dialog dan monolog yang kemudian ditayangkan menjadi sebuah program berita.

Peneliti merangkum langkah strategis yang dilakukan TVRI Yogyakarta yang diimplementasikan dalam proses *visioning*, *positioning*, dan perencanaan organisasi. Penelitian mengenai peran TVRI sebagai stasiun televisi publik menarik perhatian peneliti. Peneliti merasa bahwa penelitian mengenai stasiun televisi (lembaga penyiaran) lebih banyak menyoroti stasiun televisi swasta atau komunitas.

Untuk menghasilkan siaran berkualitas yang memenuhi visi misi TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik, manajemen produksi siaran perlu dilakukan dengan cermat. Program siaran berita “Yogyakarta” dipilih karena program tersebut merupakan program berita unggulan dari TVRI Yogyakarta, dengan

materi berita khusus diambil dari Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul penelitian “MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA BERITA YOGYAKARTA DI TVRI YOGYAKARTA TAHUN 2020” untuk memberi pemahaman lebih lanjut terkait dengan manajemen produksi yang ada di program yogyawarta di TVRI Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Berangkat dari permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana manajemen produksi *news* dalam Program "Yogyawarta" TVRI Yogyakarta pada tahun 2020?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen produksi yang digunakan Program "Yogyawarta" TVRI Yogyakarta dalam melaksanakan fungsinya sebagai Lembaga Penyiaran Publik pada tahun 2020.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan ada di penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

- a. Manfaat penelitian ini diharapkan peneliti dapat memahami mengenai cara manajemen produksi dalam suatu program acara berita televisi
- b. Memperkaya konsep mengenai manajemen produksi siaran berita televisi.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis, penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan saran untuk humas yang bekerja di bidang Media Pertelevisian agar dapat menciptakan, meningkatkan dan mempertahankan atensi masyarakat atas TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik.
- b. Manfaat bagi masyarakat sendiri yaitu diharapkan lebih mendapatkan edukasi dalam program yang ditonton dan lebih berkualitas.