

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL DALAM PENAYANGAN  
PROGRAM ANAK DI TRANS7**

*“Editorial Policy in Child Program Displaying at TRANS7”*

**Skripsi ini Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Strata-1  
(S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Oki Setiaji Dewanto**

**NIM. 20050530111**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

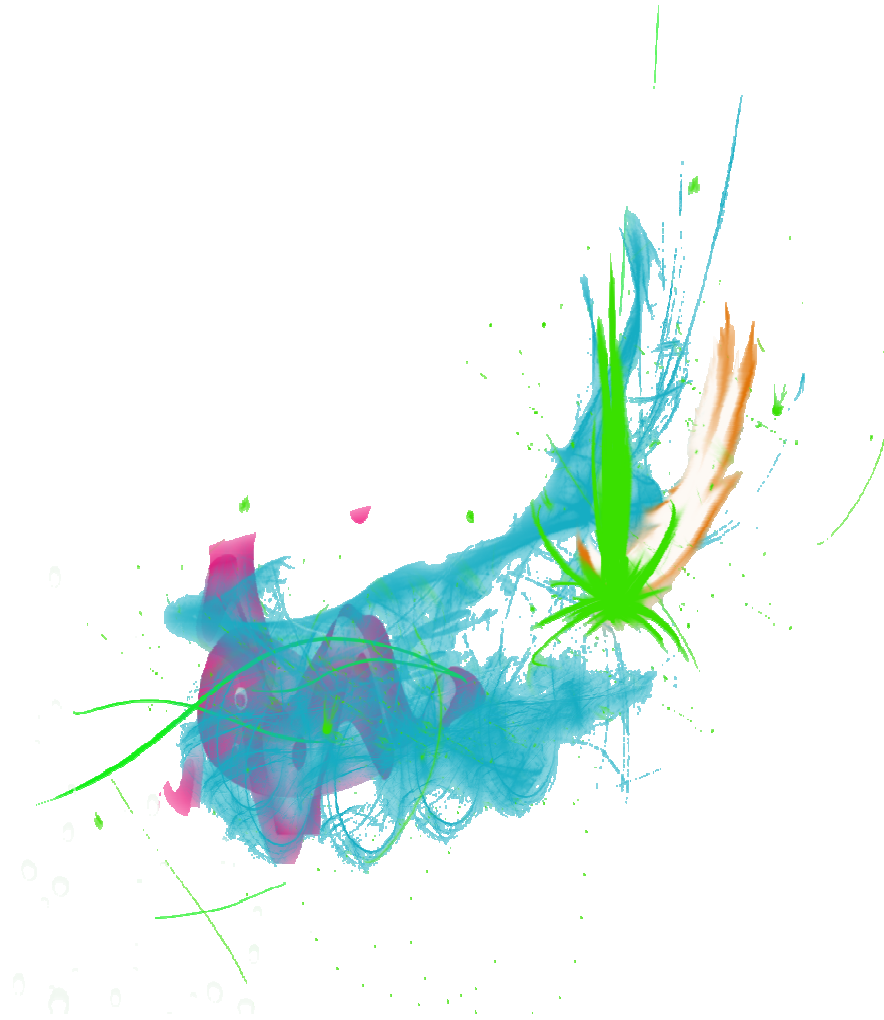
**2010**

## HALAMAN MOTTO

# “Hargailah Waktu” (John C. Maxwell):

Untuk mengetahui nilai satu tahun...tanyakanlah  
kepada **murid yang gagal dalam ujian akhir**  
Untuk mengetahui nilai satu bulan...tanyakanlah  
kepada **ibu yang bayinya lahir prematur**  
Untuk mengetahui nilai satu minggu...tanyakanlah  
kepada **editor** sebuah majalah mingguan  
Untuk mengetahui nilai satu hari...tanyakanlah  
kepada **buruh harian yang mempunyai enam orang anak**  
Untuk mengetahui nilai satu menit...tanyakanlah  
kepada **kekasih yang sedang menantikan waktu  
berjumpa**  
Untuk mengetahui nilai satu detik...tanyakanlah  
kepada **seorang yang selamat dari kecelakaan**  
Untuk mengetahui nilai satu milidetik...tanyakanlah  
kepada **peraih medali perak olimpiade**

HALAMAN PERSEMBAHAN



**”Skripsi ini  
dipersembahkan untuk  
Panutanku yang telah  
banyak**

**Memberikan inspirasi  
kehidupan  
Ayahanda Giyanto dan  
Ibunda Wartiyem**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
E. Kerangka Teori .....	14
E.1. Jurnalistik .....	14
E.1.1. Jurnalistik Televisi .....	14
E.1.2. Jurnalisme Presisi .....	19
E.2. Berita Televisi .....	22
E.2.1. Berita Terkini ( <i>News Of The Day</i> ) .....	25
E.2.1. Berita Berkala ( <i>News Magazine</i> ) .....	27
E.3. <i>Positioning</i> .....	29
E.4. Kebijakan Redaksional Media .....	31
E.4.1. Pengertian Kebijakan ( <i>Policy</i> ) .....	31
E.4.2. Kebijakan Redaksional .....	32
E.5. Gambaran Kerja Redaksional Televisi .....	39
E.6. Program Anak .....	45
E.7. Format Program Berita <i>Feature</i> .....	47

F. Metode Penelitian .....	50
F.1. Jenis Penelitian .....	50
F.2. Objek Penelitian .....	51
F.3. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	52
F.4. Teknik Pengumpulan Data .....	52
F.5. Teknik Analisis Data .....	53
F.6. Sistematika Penulisan .....	54
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM PT. DUTA VISUAL NUSANTARA TIVI TUJUH DAN PROGRAM ANAK TRANS7 .....</b>	
	<b>56</b>
A. Sejarah Berdiri dan Perkembangannya PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	56
B. Arti Logo dan Slogan PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	58
C. Visi dan Misi PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	59
D. SDM PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	59
E. Program Acara Yang Disiarkan PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	61
F. Manajemen PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	66
G. Target Audiens .....	73
H. Teknologi .....	73
I. Penghargaan Yang Diraih PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh ...	74
J. Gedung PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	77
K. Lokasi Transmisi PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh .....	79
L. Sejarah Program Anak TRANS7 .....	80
M. Gambaran Program Anak TRANS7 .....	81
N. Kerabat Kerja Produksi Program Anak TRANS7 .....	83
<b>BAB III</b>	
<b>ANALISIS DATA .....</b>	
	<b>85</b>
A. Analisis <i>Content</i> .....	85
B. Segmen Program Anak TRANS7 dan Format Berita <i>Feature</i> .....	104
C. Kebijakan Redaksional TRANS7 Mengenai Penayangan Program Anak .....	122

BAB IV	
PENUTUP .....	142
A. Kesimpulan .....	142
B. Saran .....	146
DAFTAR PUSTAKA .....	149
LAMPIRAN .....	152

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1:</b> Jumlah Jam Tayang Tiga Stasiun Televisi Bulan Februari 2010....	6
<b>Tabel 2:</b> Jumlah Jam Tayang Program Anak pada Tiga Stasiun Televisi untuk Bulan Februari 2010 .....	6
<b>Tabel 3:</b> Tayang Program Anak pada Tiga Stasiun Televisi untuk Bulan Februari 2010 .....	8
<b>Tabel 4 :</b> Perbandingan jam tayang program acara di TRANS7.....	9
<b>Tabel 5 :</b> Perbandingan sifat media cetak dan televisi .....	18
<b>Tabel 6:</b> Jam Tayang TRANS7 Selama Satu Minggu .....	62
<b>Tabel 7:</b> Durasi Tayang Empat Program Anak di TRANS7 .....	112
<b>Tabel 8:</b> Perkembangan Judul Program Anak dari TV7 ke TRANS7.....	123



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1:</b> Ruang Pemberitaan Televisi .....	40
<b>Gambar 2:</b> Logo TRANS7 .....	58
<b>Gambar 3:</b> Jajaran Manajemen TRANS7 .....	66
<b>Gambar 4:</b> Peta Stasiun Transmisi di Indonesia .....	79
<b>Gambar 5:</b> Cuplikan Gambar BOLANG .....	95
<b>Gambar 6:</b> Cuplikan Gambar Laptop Si Unyil .....	96
<b>Gambar 7:</b> Produksi Program anak TRANS7 .....	118
<b>Gambar 8:</b> <i>Background</i> Laptop Si Unyil .....	126

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 1:</b> Ruang Lingkup Jurnalistik .....	15
<b>Bagan 2:</b> Struktur Organisasi Redaksi Televisi .....	41
<b>Bagan 3:</b> Tugas Profesi Keredaksian .....	42
<b>Bagan 4:</b> Mekanisme Kerja di Pusat Pemberitaan Televisi .....	44
<b>Bagan 5:</b> Alur Produksi Program Anak TRANS7 .....	121
<b>Bagan 6:</b> Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Media .....	127

## ABSTRAKSI

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING  
OKI SETIAJI DEWANTO**

**JUDUL:**

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL DALAM PENAYANGAN PROGRAM ANAK DI TRANS7**

**TAHUN SKRIPSI: 2010.iv + 151 HAL + 31 HAL LAMPIRAN + 8 HAL TABEL + 6 HAL BAGAN + 8 HAL GAMBAR**

**DAFTAR KEPUSTAKAAN: 24 BUKU + 1 KORAN + 11 INTERNET + 1 SKRIPSI**

Program anak dapat menjadi alat komunikasi yang ampuh, dimana program anak telah menjadi model dalam dunia pendidikan kedepan, karena sifatnya yang *audio visual* dapat memainkan peranannya sebagai media pendidikan dan media pengembangan bakat yang sangat efektif bagi anak-anak. Kehadiran program anak di dalam sebuah ruang pemberitaan bukan tanpa sebab, tetapi sebaliknya yaitu kehadiran program anak di dalam ruang pemberitaan memiliki efek yang begitu besar dalam memenuhi hasrat akan informasi dari setiap manusia, tidak terkecuali anak-anak. Tentunya, bentuk informasi yang ditujukan untuk orang dewasa berbeda dengan bentuk informasi yang ditujukan bagi anak-anak. Program anak mewakili sebuah pesan yang bersifat edukasi, menghibur (*edutainment*), dan penuh nilai moralitas bukan menitikberatkan pada pesan-pesan yang bersifat sensasi belaka. Bagaimana kebijakan redaksional dalam penayangan program anak di media tersebut dalam hal *content* (edukasi, moralitas, dan hiburan), format, dan segmentasinya adalah rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini. Peneliti mengambil objeknya pada sebuah stasiun televisi swasta di Indonesia, yaitu TRANS7 dengan judul “Kebijakan Redaksional dalam Penayangan Program Anak di TRANS7”. Adapun peneliti menggunakan analisa deskriptif dalam rangkaian pembahasan penelitian ini, yaitu menjawab bagaimana dan juga mengapa mengenai pemilihan *content* anak, segmen anak serta format *feature* dan juga bagaimana kebijakannya. Objek penelitiannya adalah program anak yang tayang di TRANS7.

Media massa adalah “senjata” yang dapat digunakan untuk tujuan-tujuan baik dan dapat pula digunakan untuk tujuan-tujuan yang buruk. Ada berbagai kepentingan yang menyelimutinya dan mediapun harus bertatap pada pilihan etis. Kreatifitas dalam menciptakan sebuah program adalah jalan utama untuk memenangkan persaingan dan memperoleh pasar baru. Faktor pemilik media, *sponsor*, dan pendapatan media dianggap sebagai penentu bagaimana corak program yang dihasilkan. Bagaimanapun media pers harus mampu untuk “mandiri” dalam memenuhi kepentingan yang menyertainya. Konglomerasi media harus dijawab dengan pilihan yang kreatif dan tidak melenceng pada tujuan awal media itu berdiri. Maka dari sini terbentuklah wartawan-wartawan yang profesional.

Kata kunci : Kebijakan, Program Anak, TRANS7

**ABSTRACT**

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**FACULTY SOCIAL AND POLITIC  
DEPARTEMENT OF COMMUNICATION  
ADVERTISING CONCENTRATION  
OKI SETIAJI DEWANTO**

**TITLE:**

**EDITORIAL POLICY IN CHILD PROGRAM DISPLAYING AT TRANS7**

**YEAR OF THE PAPER: 2010.iv + 151 PAGES + 31 APPENDIXS + 8 PAGE OF  
TABLE + 6 PAGE OF DIAGRAM + 8 PAGE OF PICTURE**

**LIST OF BIBLIOGRAPHY: 24 BOOK + 1 NEWS PAPER + 11 INTERNET + 1  
MINITHESES**

Child program can become the effective communication, where child program have come to the model in the world of education to the fore, because in character which is visual audio can play role its as education media and media development of the talent is very effective for children. Attendance of child program in a news room is not without cause, but on the contrary that is attendance of child program in news room have the effect is big so in fulfilling the ambition of information from every human, don't aside from children. It is of course, form the addressed information for adult differ from the information form addressed for children. Child program represent a the message having the character of education and entertainment (edutainment), and full of value morality, is not only pointed at the messages which having the character of the mere sensation. How is policy redaksional in child program displaying in the media in the case of content (education, morality, and entertainment), format, and his segmentation is the problem formula lifted at this research. Researcher take his object at a private sector television station in Indonesia, that is TRANS7 with title "Editorial Policy in Child Program Displaying at TRANS7". As for researcher use the descriptive analysis in network solution of this research, that is answers how as well as why regarding the election child content, child segment and also format feature as well as how is his policy. This research object is the child program that displaying in TRANS7.

Mass media is "weapon" is able to be used for good purposes and can is also used for ugly purposes. There is various the importance blanket it and a media have to stare at ethical choice. Creativity in creating a program is main road to win emulation and obtain to get the new market. Factor of is owner of media, sponsor, and earnings of media considered to be the determinant how do the program pattern yielded. However mass media media have to able to "self-supporting" in fulfilling the importance that accompany. Conglomerate media have to be replied with creative choice and don't out of the target as a early purpose that media stand up. Hence from here formed the professional journalists.

Keyword : Policy, Child Program, TRANS7