

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media Massa merupakan sebuah media komunikasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai makhluk sosial terutama di zaman modern ini. Komunikasi massa menurut (Rahmat:189)diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditunjukkan sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim. Melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan-pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Informasi merupakan suatu kebutuhan yang tidak bisa dipungkiri hadirnya berbagai bentuk sajian berita yang dikemas dengan cara berbeda dan juga tujuan yang berbeda-beda pula membuat informasi yang diberikan oleh berbagai media massa menjadi menu informasi sehari-hari masyarakat.

Salah satunya media televisi, media yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari. Sangat sulit bagi kita sekarang ini menemukan sebuah rumah yang tidak memiliki televisi. Televisi bahkan hadir di berbagai kegiatan masyarakat.

Siaran televisi adalah pemencaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyektor yang berbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program hiburan seperti film, musik, kuis, talk show, dan sebagainya (Morisson, 2004:2).

Hal ini mendorong berbagai televisi untuk menarik perhatian minat tonton masyarakat melalui program-program yang disajikan. Berbagai channel televisi hadir begitupun program-program baru dengan berbagai keunggulan tema yang diusung. Setiap program memiliki segmentasi yang berbeda untuk target penontonnya. Setiap program lahir dengan berbagai macam perencanaan strategi yang matang. Persaingan program yang sangat ketat mendorong setiap program untuk menghadirkan inovasi-inovasi yang dapat menarik minat penonton mengingat banyak referensi program yang dapat dipilih masyarakat.

Dalam penelitian dengan judul Pengemasan Tayangan Berita Program Doeloe Sekarang Trans 7 ini peneliti akan membahas visi dan misi program Doeloe Sekarang. Selain itu membahas bagaimana strategi mulai dari planning, organizing, actuating dan controlling program ini berjalan hingga menjadi suatu program yang siap disajikan kepada masyarakat. Sedikitnya (Shimp, 2003:5) menjelaskan ada tiga strategi yang idealnya harus dijalankan pada sebuah media, yaitu strategi pemasaran, strategi periklanan, dan strategi media.

Dalam tulisan ini juga akan membahas bagaimana proses kerja tim program Doeloe Sekarang sehingga program ini layak tayang dengan melalui teori AgendaSetting. Strategi sendiri menurut (Atmosudirdjo,1962:179) merupakan kegiatan-kegiatan yang berarah ke bawah, berupa kerja-kerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Topik ini diambil karena mengingat program yang diangkat merupakan program yang baru terbelah setahun saja hadir di channel televisi nasional Trans

7 sehingga menarik minat saya untuk membahas bagaimana pengemasan tayangan program yang baru hadir menggunakan strategi produksi mereka. Peter F. Drucker dalam (Forum Komunikasi Manajer, 1992:3) secara jelas mengungkapkan bahwa strategi menyangkut fungsi sosial yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Selain itu konten yang disajikan program tersebut merupakan item yang bersifat timeless yang membutuhkan tantangan dalam pengemasannya.

Dalam sebuah pengemasan berita pastinya terdapat struktur sederhana dalam redaksi dalam pengemasan berita yang akan ditayangkan. Dalam topik yang diambil ini meneliti mengenai bagaimana setiap peran dalam sebuah struktur program melaksanakan tugasnya hingga menjadi program sesuai visi dan misi program.

Fungsi strategi sendiri sangat penting dalam sebuah program televisi terutama program yang tayang setiap hari. Strategi sangat penting untuk memastikan program tayang setiap harinya dan mendapat target yang diinginkan. Fungsi strategi sendiri terdiri perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan motivasi dan pengendalian yang mana akan dikorelasikan dengan fungsi Agenda Setting yang diterapkan oleh Produser dalam program “Doeloe Sekarang”

Tahap perencanaan sendiri sangat penting yaitu untuk memutuskan topik apa yang akan diambil dan rencana yang akan dilaksanakan selanjutnya. Selain itu pengorganisasian untuk membuat penggunaan maksimal dari sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk melaksanakan rencana dengan baik.

Sedangkan untuk tahap selanjutnya yaitu kepemimpinan komunikasi yaitu kemampuan yang harus dimiliki produser untuk membuat yang lain mengambil peran dengan efektif untuk mencapai suatu rencana. Lalu yang terakhir yaitu pengendalian atau monitoring yaitu untuk memantau kemajuan rencana atau perubahan tergantung apa yang terjadi.

Topik ini sendiri diambil karena terdapat penerapan manajemen redaksional yang dijalankan oleh suatu program maupun media mengikuti dengan program maupun sumber daya di dalamnya. Serta untuk mengetahui bagaimana jalannya strategi sebuah program yang tayang setiap dengan konten yang selalu fresh dan inovatif.

Tujuan penelitian ini juga peneliti untuk mengetahui bagaimana setiap sumber daya di dalam program *Doeloe Sekarang* melaksanakan perannya dalam struktur redaksinya. Selain itu mengetahui bagaimana peran dan tanggung jawab setiap posisi dalam struktur redaksi program ini.

Dalam dunia pertelevisian setiap program memiliki visi dan misi yang berbeda, segmentasi penonton yang berbeda dan pastinya sajian berita yang berbeda. Terdapat berita yang bersifat *straight news*, *feature magazine* maupun *documentary*. Setiap jenis berita yang berbeda menghasilkan cara pencarian berita yang juga berbeda. Hal ini membuat ada strategi redaksi yang berbeda pula. Sehingga peneliti akan mendalami bagaimana strategi redaksional dari program *Doeloe Sekarang* Trans 7 untuk mengetahui apa visi dan misi yang dijalankan

melalui strategi redaksionalnya, kebijakannya, serta cara menggunakan sumber daya yang ada untuk menghasilkan berita yang layak tayang.

Dalam pengemasan tayangan sebuah program baik program tersebut merupakan program *on-air* atau *off-air*, memiliki dimensi-dimensi utama yang harus diperhatikan agar menjadi program tersebut siap dan layak ditayangkan. Dalam program “Doeloe Sekarang” yang bersifat news sendiri, konten atau isi yang disajikan kepada penonton merupakan hal yang paling penting yang menentukan respon masyarakat terhadap programnya. Poin-poin apa saja yang harus diperhatikan dalam sebuah program inilah yang menjadi dasar peneliti meneliti program *Doeloe Sekarang* sehingga dapat menghasilkan program yang tayang setiap weekday ini.

Dalam sebuah program terdapat beberapa hal yang harus dilaksanakan dalam untuk setiap episodenya sebelum layak tayang. Dalam suatu program strategi merupakan hal yang sangat penting, fungsi strategi menurut Burch an Starter dalam (Barbara, 1974:50) fungsi strategi terbagi kepada tiga tugas pokok yakni 1) *planning* 2) *controlling* 3) *desicion making*. Tahap-tahap yang dilakukan oleh sumber daya inilah yang apabila dikorelasikan dengan tahap-tahap produksi menjadi tiga bagian yaitu pra produksi, produksi dan juga pasca produksi. Serta membahas bagaimana setiap individu dalam tahapan produksi program *Doeloe Sekarang* menjalankan tugasnya secara efektif dan apa hambatan yang dilalui mereka terutama dari reporter karena peneliti akan meneliti bagaimana cara kerja mulai dari produser hingga *Production Assistant* menjalankan tugasnya.

Juga terdapat persaingan yang ketat dalam dunia pertelevisian untuk menarik minat penonton. Selain itu persaingan media massa yang tidak hanya dari media cetak atau radio tetapi juga online terutama youtube yang merupakan pesaing utama televisi sehingga banyak masyarakat meninggalkan program yang disajikan televisi untuk mendapatkan konten yang diinginkan.

Hal ini sebagai fenomena bagaimana strategi redaksional sangat dibutuhkan oleh sebuah program televisi untuk tetap menjaga keutuhan sebuah program melalui hal-hal yang inovatif dan bersaing dengan media lainnya. Program yang berisi berita bersifat feature magazine menuntut program Doeloe Sekarang untuk selalu inovatif dan menyajikan sesuatu yang fresh untuk disampaikan dengan tetap menjadi kode etik pers dan juga hukum penyiaran. Hal ini merupakan sebuah tantangan bagaimana tetap menyajikan konten berita yang diinginkan masyarakat dibawah banyaknya hal yang harus dihindari.

Mengingat hal itu maka strategi redaksional sangatlah penting untuk sebuah program agar mencapai hal tersebut. Dengan strategi redaksi yang baik dan jitu maka akan menghasilkan berita dan program yang menarik minat masyarakat untuk menyaksikan berita yang ditayangkan.

Menurut Produser Eksekutif Program Doeloe Sekarang Esty Nuryaningsih, meskipun terbilang program baru, Doeloe Sekarang dapat dikatakan sukses dan berhasil menarik minat penonton dilihat dari rating Doeloe Sekarang yang mencapai hingga 10%. Salah satunya yaitu episode dengan tema dangdut dan musisinya yang pernah mencapai rating hingga 13%.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana produser “Doeloe Sekarang” Trans 7 dalam menerapkan fungsi agenda setting pada pengemasankontennya?
2. Bagaimana kru tayangan “Doeloe Sekarang” Trans 7 dalam menentukan tema, visual, dan pengemasan konten tayangan beritafeature?
3. Apa saja tahapproduksidankendalayang dihadapi kru tayangan “Doeloe Sekarang” Trans 7 dalam membuatkontenberita yang akanditayangkan?



C. Kegunaan Penelitian

Manfaat Akademis

1. Dapat memberikan masukan bagi kalangan akademis mengenai strategi redaksi program Doeloe Sekarang khususnya di bidang Ilmu Jurnalistik serta untuk memperkaya khazanah Ilmu Pengetahuan Komunikasi terkait dengan strategi redaksi program Doeloe Sekarang dalam pengemasan program.
2. Secara akademis penelitian ini dapat diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang pers dan jurnalistik.
3. Hasil penelitian ini diharapkan menyempurnakan apa yang tidak dipelajari pada perkuliahan dapat diaplikasikan dalam akademis

Manfaat Praktis

1. Hasil penelitiandiharapkan dapat memberikan sumbang saran mengenai strategi redaksi program Doeloe Sekarang dalam proses pembuatan berita yang bersifat feature magazine pada beberapa episode yang disajikan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyempurnakan apa yang kurang dalam sebuah program agar disempurnakan oleh praktisi media.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan sebuah program agar semakin berkualitas.

D. Landasan Teori

1. Teori Agenda Setting

Teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah teori agenda setting. Teori Agenda Setting adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran serta isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.

Agenda masyarakat dapat diteliti dari segi apa yang dipikirkan orang (interpersonal), apa yang dibicarakan orang itu dengan orang lain (interpersonal), dan apa yang mereka anggap sedang menjadi pembicaraan orang ramai (community salience) (Rakhmat, 1984:69).

Menurut pendapat Chaffed dan Berger dalam (Nurudin, 2003:186) ada beberapa catatan yang harus perlu dikemukakan untuk penjelasan teori ini

- a. Teori ini mempunyai kekuatan penjelasan untuk menerangkan mengapa orang sama-sama menganggap penting suatu isu.
- b. Teori ini mempunyai kekuatan memprediksi bahwa jika orang-orang mengekspos pada suatu media yang sama, mereka akan merasa isu yang sama tersebut penting.
- c. Teori itu dapat dibuktikan salah jika orang-orang tidak mengekspos media yang sama maka mereka tidak akan punya kesamaan bahwa is media itu penting.

Selanjutnya, Nurudin (2003:186) menjelaskan tentang dimensi agenda setting terdiri dari agenda publik dan agenda kebijakan. Dalam dimensi agenda setting terdapat beberapa poin diantaranya:

- Visibilitas (*visibility*), yaitu jumlah dan tingkat penonjolan berita yang dapat dilihat dari letak berita.
- Tingkat penonjolan bagi khalayak (*audience salience*), yakni relevansi berita dengan kebutuhan khalayak.
- Valensi (*valence*), yakni menyenangkan atau tidaknya cara pemberitaan bagi suatu berita.

Sedangkan untuk poin-poin agenda publik diantaranya:

- Keakraban (*familiarity*), yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
- Penonjolan pribadi (*personal salience*), yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
- Kesenangan (*favorability*), yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.

Kemudian untuk poin-poin dalam agenda kebijakan diantaranya ialah:

- Dukungan (*support*), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
- Kemungkinan kegiatan (*likelihood of action*), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.

- Kebebasan bertindak (*freedom of action*), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

2. Tinjauan Pustaka

a. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan berbagai penelusuran penelitian sejenis baik melalui perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan penelusuran melalui online dan perpustakaan nasional, maka ditemukan penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis yang berkaitan dengan penelitian peneliti. Diantaranya;



Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

1.	Aghi Ayu Sanusi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara	2010	Analisis Tayangan Laptop Si Unyil di Trans 7.
2.	Saddam Hussein S mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	2015	Pengaruh Program Acara Si Bolang Di Trans 7 Terhadap Pengetahuan Siswa SDN Pejuang V Kota Bekasi
3.	Tio Tsanihakam Septian jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	2016	<i>Flash Of News</i> Acara ‘TAU GAK SIH’ di Trans 7.
4.	Indah Permata Sari melalui ejournal Ilmu Komunikasi	2015	Pengaruh Tayangan “Orang Pinggiran” Di Trans 7 Terhadap Sikap Empati Masyarakat Di Kelurahan Air Putih Kecamatan Samarinda Ulu Kota.

5.	Hadiyuwono	2008	Strategi Redaksi Global TV dalam Menentukan Paket Berita Selebrita
6.	Nurhasanah	2011	Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produski Siaran Berita Reportase Minggu di Trans TV)
7.	Isyana Tungga Dewi	2014	Strategi <i>Programming</i> MNC TV dalam Mempertahankan Program Dakwah

E. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian deskriptif atau naturalistik ini menggunakan tehnik pengumpulan data wawancara serta observasi. Dalam penelitian ini akan membahas bagaimana strategi redaksional program Doeloe Sekarang Trans 7 dalam pengemasan konten programnya sehingga layak tayang.

Penelitian deskriptif memerlukan kualifikasi yang memadai. Pertama, peneliti harus memiliki sifat yang reseptif. Kedua, ia harus memiliki kekuatan integratif (Rakhmat, 1999:26). Dalam penelitian ini, Peneliti bertindak sebagai pengamat (Rakhmat, 1999:25).

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penelitian studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Studi kasus menggunakan beberapa metode antara lain wawancara, pengamatan, penelaah dokumen-dokumen, survey dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus karena dianggap sesuai dengan fokus penelitian pada sesuatu yang nyata yaitu strategi redasional program Doeloe Sekarang Trans 7 dalam pengemasan konten program yang apabila dikaitkan dengan metode studi kasus meneliti mengenai kasus tunggal yaitu strategi redaksional Doeloe Seakarang Trans7

F. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Gedung Transmedia Kav 12-14A, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan pada bulan Desember 2016

G. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah program Doeloe Sekarang Trans 7 dengan objek penelitian adalah manajemen redaksi program Doloe Sekarang Trans 7

H. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data penelitian ini yang pertama adalah wawancara. Model wawancara yang dapat dilakukan meliputi wawancara tak berencana yang berfokus dan wawancara sambil lalu (Idrus, 2009:104). Data yang diperoleh dari hasil wawancara berbagai pihak yang terlibat dalam strategi redaksi program Doeloe Sekarang, mulai dari Produser Eksekutif, Esty Nuryaningsih hingga Production Assistant.

Selain itu pengumpulan data juga diperoleh dari beberapa data perusahaan media yang bersangkutan, buku, dan jurnal yang terkait dengan penelitian ini.

I. Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif atau naturalistik setting desain penelitian kualitatif bersifat alamiah tidak memanipulasi situs penelitian ,ataupun melakukan intervensi terhadap aktivitas subjek penelitian dengan memberikan treatment tertentu.

Penelitian deskriptif ini akan meakukan penggambaran secara mendalam tentang situasi atau proses yang diteliti. Karena sifatnya ini, menurut (Idrus,2009:24)penelitian kualitatif deskriptif tidak berusaha untuk menguji hipotesis.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk: 1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, 2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, 3) membuat perbandingan dan evaluasi, 4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat,1999:25)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Kirk dan Miller dalam (Moleong,2004:4)penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yangsecara fundamental berhubungan pada pengamatan manusia dan kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.

J. Tehnik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan temuan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Data yang terkumpul banyak sekali dan terdiri dari catatan lapangan dan tanggapan peneliti, gambar, foto, dokumen berupa laporan, biografi, artikel dan sebagainya (Moleong,2004:280).

Dalam hal ini diharapkan agar kunci narasumber dapat bekerja sama untuk bersedia untuk melakukan wawancara untuk kepentingan penelitian dan mengizinkan peneliti untuk menganalisis yang dimiliki oleh objek penelitian. Hasil penelitian dari wawancara dan observasi akan dianalisis dengan cara mendeskripsikan yang kemudian menemukan masalah pokok penelitian ini.

K. Penentuan Narasumber

Narasumber atau key informan merupakan orang yang paling mumpuni memberikan informasi mengenai penelitian yang dilakukan yaitu orang-orang yang berperan besar dalam program Doeloe Sekarang.

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 1990:90).

Dengan demikian narasumber haruslah orang-orang yang bertanggung jawab atau berperan dalam strategi redaksional program Doeloe Sekarang Trans 7. Dalam hal ini, maka yang dianggap tepat untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah;

1. Esty Nuryaningsih, Selaku Produser Eksekutif News Departemen 2 Magazine and Documentary, yang mana objek penelitian program Doeloe sekarang di bawah pimpinannya.

2. Nurul Qoyimah, selaku Produser program Doeloe Sekarang beliau bertugas mengatur segala hal dan pengemasan program Doeloe Seakarang.
3. Tunggul Bayu Aji, selaku Produser program Doeloe Sekarang beliau bertugas mengatur segala hal dan pengemasan program Doeloe Seakarang.
4. Kru Deloe Sekarang yang terdiri dari Wartawan, Kamramen, Production Assistant, dan Editor Doeloe Sekarang.

