



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting**

**ACHMAD IRVAN (4410401-089)
STRATEGI MANAJEMEN LIPUTAN BERITA HALLO BANTEN DI CTV BANTEN
(PERIODE SEPTEMBER 2010)**

ABSTRAKSI

Semakin maraknya industri pertelevisian di Indonesia membuat pihak stasiun televisi saling bersaing untuk menghasilkan program-program yang diminati oleh masyarakat. Program tersebut bisa berupa berita, berita berat (*Hard News*) atau berita ringan (*Soft News*). Hallo Banten adalah program berita *Hard news* yang menyajikan informasi mengenai informasi seputar Banten dan sekitarnya dan yang akan ditayangkan di televisi banten, dalam hal ini adalah Cahaya Televisi Banten (CTVB) dan sekaligus sebagai media informasi serta hiburan bagi masyarakat yang menontonnya. Tujuan Study memaparkan Strategi Manajemen Liputan Berita Hallo Banten Ctv Banten pada periode september 2010 karena di periode ini Hallo Banten Banyak melakukan strategi atau perencanaan dalam beritanya.

Dalam proses peliputan sebuah berita, seorang produser harus melakukan meeting untuk menentukan berita apa yang layak untuk ditayangkan dan diliput dilapangan, seorang kordinator liputan kemudian yang mengarahkan kepada seorang reporter untuk mencari berita dilapangan, seorang reporter memerlukan persiapan dan perencanaan yang matang guna mencapai hasil yang maksimal.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif artinya metode pada studi ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, dan tidak memuat prediksi. Objek pengamatannya adalah "Strategi Manajemen Liputan Hallo Banten CTV Banten (periode september 2010).

Hasil pembahasan menunjukan bahwa kekuatan dari Hallo Banten adalah selalu melakukan perencanaan setiap bulan, penayangan berita yang memiliki nilai jual tinggi, target audiens yang jelas (semua kalangan), strategi yang dilakukan dilapangan dalam mengambil gambar dengan angle yang bagus serta mencari narasumber yang akurat dan tepat. Kelemahan dari program Hallo Banten adalah sumber daya manusia yang terbatas karena dalam peliputan hanya menggunakan seorang (Vj) dan memakai alat yang sederhana yaitu handycam, target rating hanya mencapai 1% (1,0) dari 2% target Hallo Banten biaya produksi dalam peliputan dilapangan sangat minim berkisar seratus lima puluh ribu rupiah.

Penulis mengusulkan kepada Program Berita Hallo Banten untuk menambah sumber daya manusia, kesiapan alat yang lebih memadai, memperhitungkan biaya produksi, serta perencanaan strategi yang lebih matang sehingga apa yang ditargetkan oleh Program Hallo Banten dapat tercapai dan mendapatkan hasil yang maksimal.