



**PROFESIONALITAS PRODUSER MEDIA
ELEKTRONIK DALAM PEMBERITAAN**

**(STUDI KASUS KOMPETISI DAN KAITANNYA PADA PERILAKU
PRODUSER DALAM PROGRAM APA KABAR INDONESIA PAGI DI
STASIUN TELEVISI TV ONE)**

TESIS

Oleh

NAMA : Bhayu Raharja Sugarda

NIM : 5520812-0048

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2011**

PERNYATAAN

Judul : Profesionalitas Produser Media Elektronik dalam Pemberitaan (Studi Kasus Kompetisi dan Kaitannya Pada Perilaku Produser dalam Program Apa Kabar Indonesia Pagi di Stasiun Televisi TV One)

Nama : Bhayu Raharja Sugarda

NIM : 55208120048

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media dan Politik

Tanggal : 7 Januari 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Thesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 7 Februari 2012

Bhayu Raharja Sugarda

KATA PENGANTAR

Tak ada upaya yang membuahkan hasil tanpa ridho dari Allah SWT. Sungguh semua ini membuahkan hasil atas izin Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang.

Selama tahun 2011, inisiatif pelaku usaha untuk masuk ke industri pemberitaan baik online, radio maupun televisi terus meluas. Sejumlah inisiatif dalam industri pemberitaan televisi yang telah dan sedang berlangsung antara lain adalah Berita Satu Media Holding dan Kompas TV. Mengikuti pergeseran modal adalah pergeseran sumber daya manusianya dari semua lini, mulai dari Reporter sampai dengan Produser. Sumber daya manusia yang terserap lahan bisnis pemberitaan televisi baru tentu berkaitan dengan kompetensi. Namun, menjelang Pemilu 2014 profesionalisme jurnalis televisi khususnya Produser akan teruji. Karena tarik ulur kepentingan pemilik media dan kepentingan publik akan saling berhadapan menjelang dan saat Pemilu berlangsung.

Beranjak dari keprihatinan inilah saya melakukan penelitian ini. Tak ada niat lain dari saya melakukan penelitian ini selain untuk memberi peringatan kepada sesama jurnalis untuk waspada akan kelemahan seorang jurnalis yang terjebak dalam sistem kepegawaiannya industri pemberitaan televisi. Selain tentunya mengingatkan kembali bahwa meski secara struktural jurnalis harus tunduk pada

garis komando perusahaan, atasan sesungguhnya seorang jurnalis adalah publik.

Penelitian ini tak mungkin bisa dilakukan tanpa bantuan dari berbagai pihak khususnya TV One. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Wapemred TV One, Sulaeman Sakib, yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian pada program Apa Kabar Indonesia Pagi – TV One. Tanpa dukungan serta bantuan dari beliau, penelitian ini tak mungkin bisa diselesaikan. Selain itu, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Manajer Talkshow, Indiarto, serta Dewi Astuti dari Creative Research & Development atas kerjasamanya. Tak lupa saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kru Apa Kabar Indonesia Pagi yang sangat terbuka atas kehadiran saya saat melakukan observasi lapangan.

Terakhir, terima kasih saya haturkan kepada kedua pembimbing saya, Bapak Dr. Firdaus Syam dan Bapak Afdal Makuraga, MSi. Semoga jerih payah saya ini bermanfaat untuk masyarakat banyak.

Salam,

Jakarta, 7 Februari 2012

Bhayu Raharja Sugarda

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
Pernyataan.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Grafik.....	xvii
Daftar Istilah	xviii
BAB I	PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan & Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	17
1.4 Signifikansi Penelitian	18
1.5 Signifikansi Akademis	19
1.6 Signifikansi Praktis	20
BAB II	KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN
2.1 Kajian Pustaka	21

2.1.1	Penelitian Terdahulu.....	21
2.1.2	Tinjauan Teoritis	32
2.1.2.1	Tanggung Jawab Sosial & Kepentingan Publik Sebagai Tolak Ukur Profesionalisme	33
2.1.2.2	Faktor yang Memengaruhi Pesan dalam Konten Media.....	43
2.1.2.3	Proses Seleksi dalam Pembuatan Konten Media	49
2.1.2.4	Faktor yang Memengaruhi Proses Gatekeeping	53
2.1.2.5	Pertarungan antara Bisnis dan Jurnalistik.....	73
2.3	Kerangka Pemikiran.....	77

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Paradigma Penelitian	78
3.2.	Metode Penelitian.....	80
3.3.	Subjek Penelitian	81
3.4	Lokasi Penelitian	83
3.5	Definisi Konsep	84
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	85
3.6.1	Data Primer	86
3.6.1.1	Observasi Lapangan	86
3.6.1.2	Wawancara Mendalam	88
3.6.2	Data Sekunder	89
3.7	Analisa Data Kualitatif.....	90

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	92
4.1.1.	Deskripsi Program	95
4.1.2.	Proses Produksi Program Apa Kabar Indonesia Pagi.....	97
4.1.3	Subyek Penelitian	101
4.2	Hasil Penelitian	102
4.2.1	Tahapan Individual	102
4.2.1.1	Latar Belakang Sumber Utama.....	103
4.2.1.2	Proses Seleksi Sebagai Penjaga Pagar.....	105
4.2.2.	Tahapan Rutinitas Media.....	114
4.2.3.	Tahapan Organisasi Ekstra Media.....	121
4.3	Pembahasan.....	123
4.3.1	Kompetisi Sebagai Bagian dari Budaya Perusahaan.....	123
4.3.2	Kualitas Produk dengan Tolak Ukur Rating.....	125
4.3.3	Profesionalisme Jurnalis dan Pemenuhan Kode Etik.....	126
4.3.4	Kasus Markus Palsu.....	129
4.3.5	Kelemahan Penelitian.....	133

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	136
5.2	Saran.....	143

DAFTAR PUSTAKA.....	150
----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN	154
------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Matrix Kajian Pustaka.....	30
Tabel 2: Matrix Kajian Pustaka	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Jenis berita V.O. dimulai dengan penyiar membacakan berita dan diikuti insert video.....	23
Gambar 2: V.O. grafik merupakan V.O. dengan insert video yang digantikan dengan insert graphic.....	23
Gambar 3: Kutipan wawancara dengan nara sumber disebut sebagai Sound Bite.....	24

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1: Contoh <i>Rundown</i> Program Pemberitaan.....	26
Grafik 2: Teori Gatekeeping Kurt Lewin.....	51
Grafik 3: Pengaruh Organisasional pada Konten Media dalam Model Hirarki.....	55
Grafik 4: Proses Gatekeeping Intra-Individual	57
Grafik 5: Kerangka Pemikiran.....	77

DAFTAR ISTILAH

Wires

Wires adalah sebutan untuk kantor berita luar negeri yang menyediakan konten berita dari penjuru dunia dalam bentuk audio visual. Pengiriman konten mereka biasanya dilakukan menggunakan teknologi satelit.

APTN/ Reuters

APTN atau Associated Press Television News dan *Reuters* adalah dua kantor berita audio visual yang menjadi langganan semua stasiun televisi nasional setidaknya hingga saat ini.

Koresponden

Koresponden adalah istilah yang umum digunakan untuk merujuk pada perwakilan redaksi stasiun televisi tertentu di Indonesia pada suatu daerah. Asal katanya adalah '*correspondent*'.

CG

CG artinya adalah Character Generated. Intinya adalah gambar atau karakter yang muncul di layar melalui operasi komputer. Contohnya antara lain seperti teks lokasi di atas layar, judul berita di bawah layar televisi dan nama nara sumber di bagian bawah layar.

LOGO

Logo merupakan lambang yang identik dengan institusi media di layar televisi. Biasanya LOGO muncul di bagian atas kanan layar televisi.

PROGRAM BULLETIN

Program buletin adalah program berita harian.

PROGRAM NON BULLETIN/ MAGAZINE

Program Non Bulletin adalah program berita yang tayang mingguan. Karena produknya cenderung komprehensif maka disebut juga 'magazine'. Komprehensif di sini maksudnya bisa lebih jauh mengeksplorasi topik karena durasi yang lebih panjang.

INSERT VIDEO

INSERT VIDEO artinya adalah saat dimana video dimasukkan ke bagian tertentu dari tayangan. INSERT VIDEO biasa digunakan sebagai cara untuk membuat sebuah wawancara audio visual menjadi lebih enak untuk dinikmati.

SOUNDBYTE

Soundbyte merupakan istilah untuk menyebut kutipan wawancara audio visual. Kenapa disebut 'soundbyte'? Karena wawancara yang bagus adalah wawancara yang menggigit untuk televisi alias ekspresif.

PACKAGE

Laporan berita audio visual yang terdiri dari video-soundbyte-grafik-PTC/stand up disebut berita dalam format PACKAGE/Paket. Isi berita disampaikan melalui narasi.

PTC/stand up

PTC artinya Piece To Camera. Piece To Camera merupakan bagian dari paket dimana reporter berbicara langsung ke kamera. Biasanya cara ini dilakukan bila ada nara sumber yang tidak bisa dihubungi, sebagai pembuka story atau sebagai

penekanan di akhir story.

LEAD

‘Lead’ merujuk pada pembuka paket yang dibacakan penyiar/presenter. Fungsinya sebagai ‘attention grabber’ atau cara untuk menarik perhatian penonton agar menyaksikan paket yang akan muncul. Di sini presenter menyampaikan rangkuman paket sehingga penonton tahu apa yang bisa diharapkan dari tayangan itu.

V.O.

V.O. adalah Voice Over. VO merujuk pada berita singkat yang dibacakan oleh penyiar atau presenter berita. Disebut Voice Over karena presenter tidak hanya membaca ‘lead’ tapi juga membaca badan berita dengan menampilkan Insert Video.

S.O.T.

S.O.T. adalah Sound On Tape. Seperti halnya V.O., S.O.T. merupakan jenis berita singkat. Tapi S.O.T. mengandalkan Soundbyte. Presenter akan membacakan ‘lead’, sebelum Soundbyte muncul di layar.

IN-DEPTH REPORT

Laporan mendalam tentang isu tertentu. Laporan jenis ini sering disamakan dengan laporan dokumenter, meski jauh berbeda. Pendekatan kemanusiaan yang dilakukan untuk membuat laporan jenis ini membuatnya memiliki kesamaan dengan dokumenter. Namun, berbeda dengan dokumenter – layaknya sebuah laporan jurnalistik, azas keberimbangan harus dipenuhi dalam laporan in-depth. Sementara dokumenter tidak harus memenuhi azas itu.

SEGMENT

Durasi program televisi biasanya merupakan kelipatan 30 menit. Program itu sendiri dibagi menjadi 3 bagian. Setiap bagian itu disebut SEGMENT. Di sela ketiga bagian itu, tayangan iklan akan muncul sebanyak 2 kali.

BREAK

BREAK merujuk pada waktu sela antar SEGMENT. Tayangan iklan muncul saat BREAK.

RUNDOWN

RUNDOWN adalah urutan-urutan konten yang ditayangkan dalam sebuah program. Urutan itu meliputi segala unsur yang masuk ke dalam program.

BUMPER

BUMPER adalah video judul program diiringi musik khas program. BUMPER merupakan salah satu elemen program. Durasi BUMPER biasanya 15 detik.

SHORT BUMPER

SHORT BUMPER digunakan di akhir SEGMENT sebelum masuk BREAK.

Durasi SHORT BUMP adalah 7 detik.

CLOSING BUMPER

CLOSING BUMPER merupakan video identitas program di akhir acara. Durasi bisa mencapai 30 sampai dengan 45 detik.