

**MANAJEMEN MEDIA MASSA DALAM PEMENUHAN
PROGRAM LOKAL INEWS TV DI PROVINSI
SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

OLEH: NASYWA SABITAH

218530005



**PRORAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
MEDAN AREA
MEDAN 2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 31/3/26

Access From (repositori.uma.ac.id)31/3/26

**MANAJEMEN MEDIA MASSA DALAM PEMENUHAN PROGRAM
LOKAL DI INEWS TV PROVINSI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi

di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area



OLEH: NASYWA SABITAH

218530005

**PRORAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi: Manajemen Media Massa Dalam Pemenuhan Program

Lokal INews TV di Provinsi Sumatera Utara

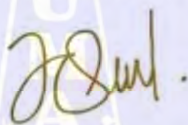
Nama : Nasywa Sabitah

NPM : 218530005

Fakultas : Ilmu Politik & Ilmu Sosial

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing



(Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom)

Pembimbing



(Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP)
Kepala Program Studi



(Dr. Walid Mustafa Sembiring S.Sos, MAP)
DEKAN

Tanggal Lulus : 25 Juli 2025

Scanned with CamScanner

iv

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Nasywa Sabitah dengan NPM (218530005) Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, menyatakan bahwa skripsi/tugas akhir/laporan yang saya susun dengan judul "Manajemen Media Massa dalam Pemenuhan Program Lokal Inews TV Sumatera Utara adalah hasil karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme atau penjiplakan dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan dalam sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi/tugas akhir/laporan ini merupakan hasil plagiarisme atau penjiplakan, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan akademik yang berlaku di Universitas Medan Area. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dalam keadaan sadar tanpa ada paksaan dari pihak mana pun.

Medan, 26 Maret 2025



Nasywa Sabitah
218530005

v

CS Scanned with CamScanner

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/ SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, Saya yang Bertanda Tangan di

Bawah Ini:

Nama : Nasywa Sabitah
NPM : 218530005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jenis Karya
Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Menyatakan bahwa saya menyetujui untuk memberikan hak kepada Universitas Medan Area untuk menyimpan, mengunggah, dan mendistribusikan tugas akhir/skripsi/tesis saya dengan judul "**Manajemen Media Massa dalam Pemenuhan Program Lokal Inews TV Sumatera Utara**" untuk kepentingan akademis dan penelitian. Saya memahami bahwa publikasi ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan penyebaran ilmu pengetahuan, serta mendukung kegiatan akademik di lingkungan universitas dan masyarakat luas. Saya juga menyatakan bahwa tugas akhir/skripsi/tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung plagiarisme, dan telah memenuhi ketentuan akademik yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran hak cipta atau ketidaksesuaian dengan ketentuan akademik, saya bersedia menerima sanksi yang berlaku sesuai peraturan universitas.

iv

 Scanned with CamScanner

)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

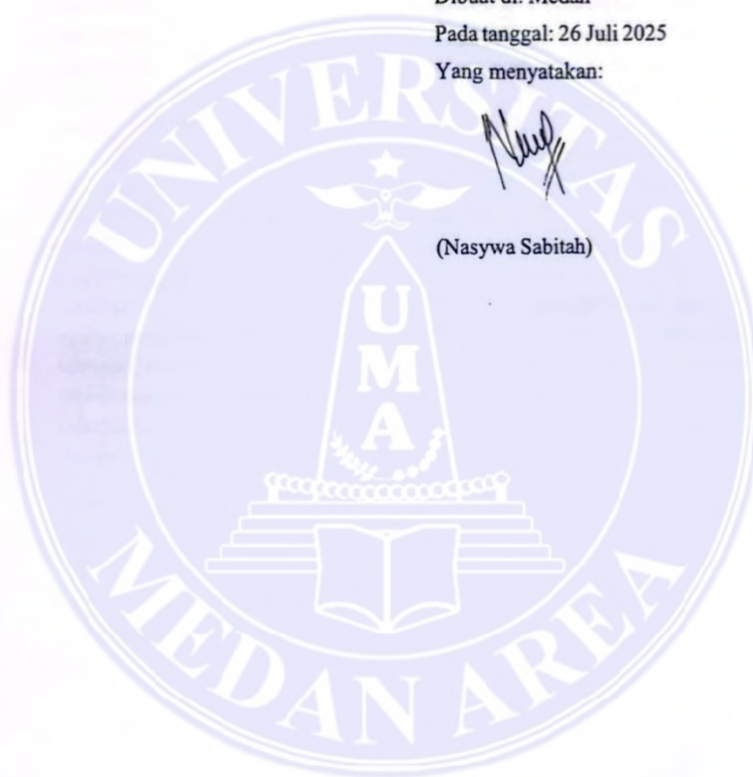
Dibuat di: Medan

Pada tanggal: 26 Juli 2025

Yang menyatakan:



(Nasywa Sabitah)



CS Scanned with CamScanner

v

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 31/3/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositori.uma.ac.id)31/3/26

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana manajemen media massa diterapkan oleh iNews TV Sumatera Utara dalam memenuhi kewajiban program lokal sesuai regulasi penyiaran nasional. Fokus utama penelitian ini adalah proses manajerial yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam produksi serta penyiaran program lokal. Teori yang digunakan mengacu pada konsep manajemen media massa oleh Mabruy (2013) serta teori komunikasi massa dan fungsi media lokal. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pihak manajemen iNews TV Sumut, tim produksi program lokal, serta perwakilan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen program lokal di iNews TV Sumut dipengaruhi oleh kebijakan pusat (MNC Group), keterbatasan sumber daya, serta kebutuhan audiens lokal. Tantangan utama adalah menyeimbangkan antara regulasi KPID mengenai minimal 30% konten lokal dan tuntutan komersial seperti rating dan iklan. Kesimpulannya, keberhasilan manajemen media lokal sangat bergantung pada sinergi antara kebijakan pusat dan kebutuhan daerah, serta kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan preferensi audiens.

Kata kunci: manajemen media massa, program lokal, iNews TV Sumatera Utara, media televisi, program lokal.

ABSTRACT

This study aims to analyze how mass media management is implemented by iNews TV North Sumatra in fulfilling local programming obligations in accordance with national broadcasting regulations. The main focus of the research is on managerial processes, including planning, organizing, directing, and controlling in the context of producing and broadcasting local programs. The theoretical framework is based on media management concepts by George R. Terry and Morissan, as well as theories of mass communication and the functions of local media. The study uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Informants included iNews TV North Sumatra management, local program production teams, and representatives from the Regional Indonesian Broadcasting Commission (KPID) of North Sumatra. The findings indicate that the management of local programs at iNews TV North Sumatra is influenced by central policies (MNC Group), limited resources, and local audience needs. A major challenge is balancing regulatory compliance—specifically the requirement for at least 30% local content—with commercial demands such as ratings and advertising revenue. In conclusion, the success of local media management depends on the synergy between central policy and regional needs, as well as the ability to adapt to technological developments and shifting audience preferences.

Keywords: *mass media management, local programs, iNews TV Sumut, television media, local program.*

RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama Nasywa sabitah lahir di Provinsi Sumatera utara, Medan pada tanggal 05 Oktober 2003, tumbuh dan berkembang dengan penuh semangat dalam mengejar ilmu dan pengalaman. Perjalanan pendidikan saya dimulai di TK Al Ghazali tempat saya pertama kali belajar mengenal dunia melalui bermain dan interaksi sosial. Kemudian, saya melanjutkan ke Sekolah Dasar di SD 060837 Guru Pattimpus, di mana saya juga ikut dalam ekstrakurikuler Pramuka dan Paskibra.

Pada jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMPN 16 Medan saya mulai aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler Yaitu Paskibra. Ketika memasuki Sekolah Menengah Atas di SMAS Kartika 1-2 Medan saya memilih jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial untuk lebih memperdalam wawasan akademik saya dan aktif dalam Organisasi Seni tari. Sebelum saya menempuh pendidikan di Universitas medan area, saya mencoba beberapa Universitas di Medan Sumatera Utara terdapat dua Universitas yaitu di Universitas Sumatera Utara dan Universitas Negeri Medan.

Namun saya tidak lulus dan mencoba ambil kesempatan lain yaitu mengikuti SBMPTN dengan pilihan pertama Universitas Sumatera Utara dan pilihan kedua Universitas Negeri Medan, Tetapi tidak lulus karena tingginya tingkat persaingan Namun saya tidak patah semangat saya mencoba mencari Universitas swasta terbaik di Medan Sumatera Utara yang dimana merupakan salah satu PTS terbaik di Sumatera Utara dan saya tertarik mengambil jurusan ilmu komunikasi di karenakan saya memiliki kompetensi di bidang *public speaking* dan ingin terjun ke bidang jurnalis untuk fokus pada penyiaran.

Profesional saya dimulai saat magang di Lembaga Pusat Penyiaran TVRI Sumatera Utara di mana saya mendapatkan kesempatan untuk langsung terlibat dalam proses produksi berita dan liputan jurnalistik serta mengisi *voice over* untuk berita yang akan di siarkan berita “Sumut Hari Ini“ Pengalaman ini semakin mengasah kemampuan saya sebagai penyiar/*News anchor*, melakukan wawancara, serta mengedit konten multimedia. Sepanjang perjalanan saya, saya juga mengembangkan kemampuan *public speaking* saya salah satunya saat ini saya menjadi *master of ceremony* di berbagai acara.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, sebab atas limpahan rahmat, hidayah, serta nikmat kesehatan dan kesempatan yang diberikannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Tak lupa, salawat serta salam senantiasa turunkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa cahaya kebenaran bagi seluruh umat manusia.

Skripsi ini berjudul **“MANAJEMEN MEDIA MASSA DALAM PEMENUHAN PROGRAM LOKAL INEWS TV SUMATERA UTARA INEWS TV SUMATERA UTARA”** Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Saya menyadari, bahwa perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Banyak tantangan dan rintangan yang harus dihadapi, tetapi terkait dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Cinta pertama dan panutan saya Ayah saya Nur Dwi Handoko dan pintu surga saya Ibu Mahdewi Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu. Dengan segala rasa syukur dan terima kasih juga penulis ingin menyampaikan penghargaan yang

sebesar-besarnya atas segala dukungan kepada Nabila Pratiwi, S.KM., kasih sayang, dan motivasi yang telah Kakak penulis berikan selama ini. Beliau selalu ada di setiap langkah penulis, memberikan semangat saat penulis merasa lelah dan meragukan diri sendiri. Dan saya berterima kasih juga kepada:

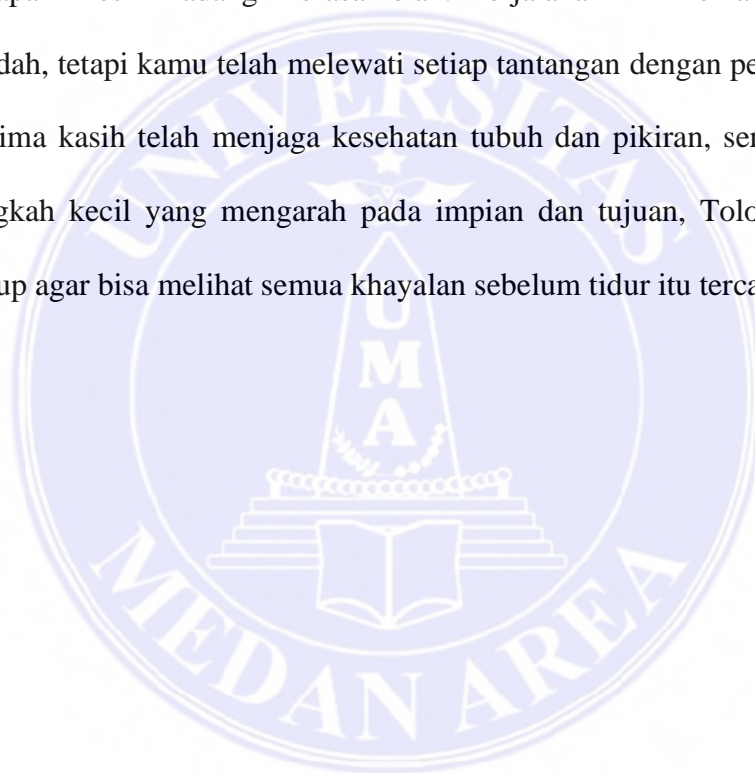
1. **Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim**, Universitas Medan Area, yang telah memberikan fasilitas pendidikan yang mendukung perjalanan akademik penulis
2. **Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc.**, selaku Rektor Universitas Medan Area, yang telah memimpin institusi ini dengan baik sehingga penulis dapat memperoleh ilmu yang berharga.
3. **Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos, M.I.P.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, atas segala arahnya selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas ini.
4. **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP.**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan dukungan akademik dan arahan selama proses perkuliahan penulis.
5. **Bapak Khairullah, S.I.Kom., M.I.Kom.**, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada bapak selaku dosen pembimbing penulis yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, motivasi, serta sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini. Bimbingan yang bapak berikan sangat berarti dan menjadi motivasi bagi penulis untuk terus berkembang dan menyelesaikan tugas ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bimbingan bapak penulis tidak akan bisa mencapai titik ini. Sekali lagi, penulis

ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, ilmu, dan waktu yang telah bapak berikan.

6. **iNews TV Provinsi Sumatera Utara dan KPID Provinsi Sumatera Utara**, sebagai objek penelitian yang telah memberikan kesempatan dan wawasan baru bagi penulis dalam mengembangkan kajian ilmiah ini.
7. **Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area**, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta inspirasi selama masa perkuliahan penulis.
8. **Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2021**, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis, memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan yang tak terlupakan.
9. **Cantika Tri Ningrum**, Penulis ucapkan terima kasih kepada teman bangku perkuliahan penulis atas segala dukungan, bantuan, dan kerja sama yang luar biasa selama kita menjalani proses kuliah bersama. Terimakasih telah menjadi teman yang tidak hanya saling berbagi ilmu, tetapi juga menjadi pendengar yang baik.
10. **Orang-orang terdekat saya**: Siti Annisa Fadhilah A.Md, Selvia Alicia Arli Barutu, Rizky Wibowo, Jihan Shofi Farhan, Ali Akbar Hutagalung, Cikal Akbar Harahap, Ideal Aldi yang selalu ada dalam setiap proses ini memberikan dukungan, tawa, dan semangat yang luar biasa. Terima kasih atas kebersamaan, motivasi, dan bantuan yang kalian berikan selama ini.
11. **Gita Cahya Purnama**, Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sahabat penulis yang sudah menemani penulis dari bangku SMA hingga saat ini, terima kasih sudah ikut berpartisipasi dalam penyusunan skripsi

ini sebagai penyemangat penulis serta menolong penulis. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, tempat penulis bisa menjadi diri sendiri tanpa takut dihakimi.

12. **Nasywa Sabitah**, Terima kasih karena telah berjuang, tidak menyerah, dan terus maju meskipun banyak rintangan yang datang. Terima kasih karena selalu berusaha untuk bangkit setiap kali jatuh, dan untuk tidak pernah kehilangan harapan meski kadang merasa lelah. Perjalanan ini memang tidak selalu mudah, tetapi kamu telah melewati setiap tantangan dengan penuh keteguhan. Terima kasih telah menjaga kesehatan tubuh dan pikiran, serta untuk setiap langkah kecil yang mengarah pada impian dan tujuan, Tolong untuk tetap hidup agar bisa melihat semua khayalan sebelum tidur itu tercapai.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/ SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..	iv
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
2.1 Komunikasi Massa	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa	10
2.1.2 Proses Komunikasi Massa	13
2.1.3 Karakteristik Komunikasi Massa.....	16
2.1.4. Fungsi Komunikasi Massa.....	18
2.1.5. Elemen Komunikasi Massa	19
2.2 Manajemen Media Massa.....	30
2.2.1 Pengertian Manajemen Media Massa.....	30
2.2.2 Fungsi-fungsi Manajemen	34
2.2.3 Media Massa.....	38
2.3 Produksi Tayangan Televisi	45
2.3.1 Televisi.....	46
2.3.2 Proses Produksi Tayangan Televisi.....	47
2.3.3 P3SPS Sebagai Code of Ethics Lembaga Penyiaran.....	48
2.4 Program Penyiaran Lokal Menurut UU Penyiaran.....	50

2.4.1 Pengertian Penyiaran	50
2.4.2 Sejarah Penyiaran	50
2.4.3. Peraturan UU Penyiaran	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	68
3.1. Metode Penelitian	68
3.2. Waktu dan Tempat	70
3.2.1 Waktu Penelitian	70
3.2.2 Objek Penelitian	71
3.2.3 Subjek dan Informan Penelitian	71
3.3. Teknik Pengumpulan Data	72
3.4. Teknik Analisis Data	74
3.5. Keabsahan Data	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Hasil Penelitian.....	78
4.1.1 Gambaran Umum iNews TV Sumatera Utara	78
4.1.2 Letak Geografis	79
4.1.3 Visi dan Misi iNews TV Sumatera Utara.....	79
4.1.3.1 Visi	79
4.1.3.2 Misi.....	79
4.1.4 Program Lokal iNews TV Sumatera Utara	80
4.1.5 Struktur Organisasi iNews TV Sumatera Utara	81
4.1.6 Kerja Sama dan Mitra	83
4.1.7 Jangkauan Siaran.....	85
4.1.8 Profil Partisipan.....	85
4.1.8 Jadwal Wawancara Informan.....	86
4.2 Hasil Wawancara.....	86
4.2.1 Manajemen Media dan Strategi Program Lokal.....	86
4.2.2 Implementasi Regulasi Program Lokal	88
4.2.3 Kolaborasi dan Sinergi.....	90
4.2.4 Regulasi dan Kebijakan Program Lokal.....	91
4.2.5 Pengawasan dan Evaluasi	93
4.2.6 Tantangan dan Solusi.....	95
4.3. Pembahasan	96
4.3.1 Media iNews TV Strategi Manajemen Sumatera Utara dalam	

Memenuhi Program Lokal	96
4.3.2 Perspektif Regulasi terhadap Pemenuhan Program Lokal	98
4.3.3 Tantangan dan Strategi Adaptasi	100
4.3.4 Analisis Konten dan Dampak Program Lokal.....	101
4.3.5 Mekanisme Verifikasi Data.....	103
4.3.6 Tantangan Era Digital	103
4.3.7 Pendekatan Regulasi	104
4.3.8 Implikasi Teoritis dan Praktis	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Simpulan	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	112



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	70
Tabel 4. 1 Informan.....	85
Tabel 4. 2 Jadwal Wawancara Informan.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 iNews Tv..... 78



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media massa di era digital saat ini menuntut lembaga penyiaran untuk tidak hanya menyajikan informasi secara nasional, tetapi juga mampu menghadirkan program-program lokal yang relevan dan mencerminkan kebutuhan masyarakat daerah. Dalam konteks Provinsi Sumatera Utara, kebutuhan akan informasi lokal yang berkualitas menjadi sangat penting, mengingat keberagaman budaya, etnis, dan dinamika sosial yang ada di wilayah tersebut.

iNews TV Sumatera Utara, sebagai bagian dari jaringan televisi nasional iNews, memiliki tanggung jawab untuk menyajikan program lokal yang tidak hanya menghibur, tetapi juga edukatif dan mencerminkan realitas sosial masyarakat. Dalam praktiknya, hal ini membutuhkan strategi manajerial yang matang, mulai dari proses perencanaan program, pengorganisasian tim produksi, pengarahan kreatif, hingga pengawasan mutu tayangan.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah “Bagaimana Manajemen Media Massa dalam melakukan Pemenuhan Program Lokal di iNews TV Sumatera Utara?”

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, skripsi ini membahas tentang bagaimana iNews TV Sumatera Utara menerapkan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan) dalam proses produksi dan penayangan program lokal.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan metode pendekatan kualitatif, ditemukan bahwa pemenuhan program lokal oleh iNews TV Sumatera Utara sangat dipengaruhi oleh kebijakan pusat, kebutuhan lokal, serta tantangan dalam menjaga keseimbangan antara konten lokal dan aspek komersial.

iNews TV Sumatera Utara telah menjalankan fungsi manajemen media massa dengan cukup baik, meskipun masih menghadapi kendala dalam hal efisiensi sumber daya dan konsistensi konten.

Sebagai kesimpulan awal, dapat dinyatakan bahwa manajemen media massa berperan vital dalam menjaga keberlangsungan dan kualitas program lokal, terutama dalam menjawab tantangan zaman dan tuntutan masyarakat lokal. Peran ini menjadi semakin strategis di tengah era disrupsi media, di mana keberhasilan sebuah lembaga penyiaran sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam mengelola program yang relevan dan membumi.

iNews TV Sumatera Utara merupakan salah satu stasiun televisi lokal yang merupakan bagian dari jaringan iNews TV, sebuah saluran berita yang dikelola oleh MNC Media di Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi dan tingginya konsumsi media oleh masyarakat, iNews TV Sumut hadir sebagai bagian dari upaya untuk menghadirkan konten berita yang lebih dekat dan relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat di wilayah Sumatera Utara.

iNews TV sendiri, yang dikenal dengan pendekatan berbasis berita, telah lama menjadi bagian dari stasiun televisi nasional dengan menyediakan berbagai program berita yang mencakup topik dari skala nasional hingga lokal. Dengan kehadiran iNews TV Sumut, stasiun ini berfokus pada pemberitaan yang lebih mengarah pada isu-isu dan peristiwa lokal yang terjadi

di Sumatera Utara, mencakup berbagai topik mulai dari politik, ekonomi, sosial, budaya, hingga perkembangan masyarakat di daerah tersebut.

Sumatera Utara, sebagai salah satu provinsi dengan keberagaman etnis, budaya, dan sosial yang kaya, membutuhkan sumber berita yang mampu memberikan informasi yang mendalam dan tepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. iNews TV Sumut hadir untuk menjawab tantangan tersebut, dengan memberikan informasi yang tidak hanya menyajikan berita dari pusat kota, tetapi juga mencakup area-area yang lebih luas di seluruh provinsi Sumatera Utara.

Seiring berjalannya waktu, iNews TV Sumut semakin berkembang dalam hal kualitas produksi dan distribusi berita. Melalui berbagai program unggulan, iNews TV Sumut berusaha untuk menghadirkan berita yang akurat, cepat, dan terpercaya kepada audiens. Salah satu keunggulan yang ditawarkan oleh iNews TV Sumut adalah penggunaan teknologi terkini dalam penyampaian informasi, baik melalui siaran televisi maupun melalui platform digital, yang memungkinkan audiens di Sumatera Utara untuk mengakses berita kapan saja dan di mana saja

Namun, meskipun telah memiliki tempat yang signifikan di hati pemirsa lokal, tantangan bagi iNews TV Sumut tetap ada, terutama dalam mempertahankan audiens yang terus berkembang dan dalam memenuhi harapan masyarakat yang semakin kritis terhadap keberagaman dan kedalaman pemberitaan.

Oleh karena itu, penting untuk terus menganalisis dan memahami bagaimana peran serta pengaruh pemberitaan dari iNews TV Sumut terhadap audiens, serta bagaimana kualitas dan strategi penyampaian berita dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas media tersebut dalam menyampaikan informasi lokal yang

bermakna.

Kehadiran iNews TV Sumut juga merupakan bentuk dari dinamika media massa pada era digital yang semakin berkembang, dimana audiens tidak hanya mengandalkan siaran televisi tradisional, tetapi juga melalui platform online. Hal ini menandakan bahwa iNews TV Sumut perlu mengadaptasi berbagai platform untuk tetap relevan dan mampu bersaing dengan media lainnya dalam menyediakan informasi yang tepat dan cepat kepada masyarakat Sumatera Utara.

Secara keseluruhan, iNews TV Sumut memiliki peran strategis dalam memfasilitasi penyebaran informasi lokal, membangun hubungan dengan masyarakat, dan memberikan kontribusi dalam pembangunan sosial serta memperkaya wawasan public` di Sumatera Utara.

Pentingnya jurnalisme lokal adalah untuk memberikan informasi yang tidak hanya relevan, tetapi juga akurat dan konstruktif, yang dapat membantu masyarakat memahami permasalahan yang ada di sekitar mereka. Hal ini berfungsi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi dan memberikan pengetahuan yang tepat mengenai isu-isu lokal yang berhubungan langsung dengan kehidupan sehari-hari. Namun, tantangan dalam mengelola isu lokal sering kali datang dari keterbatasan sumber daya, tekanan bisnis media, dan dinamika internal redaksi yang dapat mempengaruhi proses pemberitaan. Sebagai media penyiaran lokal yang berada di Provinsi Sumatera Utara, iNews Sumut memiliki peran vital dalam menyampaikan informasi yang relevan dengan kondisi sosial, politik, ekonomi, dan budaya masyarakat lokal. Dalam hal ini, iNews Sumut dapat menjadi sumber informasi yang lebih dekat dan mudah diakses oleh masyarakat, terutama dalam menyampaikan isu-isu yang hanya berkembang di wilayah Sumatera Utara.

Berita yang disajikan oleh iNews Sumut sering kali menyentuh persoalan lokal, seperti masalah sosial, kebijakan daerah, bencana alam, dan perkembangan ekonomi yang memengaruhi masyarakat setempat.

iNews Sumatera Utara, sebagai cabang regional dari iNews TV, memiliki tanggung jawab besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Sumatera melalui program-program lokal yang mencerminkan budaya, kondisi sosial, dan potensi daerah di wilayah tersebut.

iNews TV Sumut, sebagai bagian dari jaringan nasional MNC Group, memiliki tanggung jawab untuk memproduksi dan menyiarkan konten lokal yang mencerminkan kebutuhan informasi masyarakat Sumatera Utara. Namun, proses produksi dan manajemen konten lokal menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi pembiayaan, sumber daya manusia, maupun kebijakan internal perusahaan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penyiaran, lembaga penyiaran publik memiliki kewajiban untuk menyiarkan program lokal dengan proporsi minimal 30% dari keseluruhan jam siaran. Kewajiban ini menekankan pentingnya representasi konten lokal dalam sistem penyiaran nasional (Komisi Penyiaran Indonesia, 2023).

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis dan memahami implementasi manajemen media massa dalam konteks pemenuhan program lokal di iNews TV Sumatera Utara sebagai lembaga penyiaran swasta daerah. Analisis ini dilakukan dengan mengacu pada kerangka regulasi yang tertuang dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002.

Secara lebih spesifik, penelitian ini berupaya mengkaji proses manajemen media massa yang diterapkan iNews TV Sumut dalam mengembangkan program-program lokal yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat Sumatera Utara. Aspek perencanaan ini mencakup analisis kebutuhan audiens, pengembangan konten, dan strategi penyiaran yang efektif dalam konteks lokal. Hal ini sejalan dengan temuan Nugroho dan Syahputra (2024) yang menekankan pentingnya perencanaan strategis dalam transformasi digital media penyiaran publik.

Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami mekanisme pengorganisasian sumber daya, baik manusia maupun teknis, dalam produksi program lokal di iNews TV Sumut. Aspek ini menjadi krusial mengingat tantangan yang dihadapi lembaga penyiaran swasta dalam mengelola sumber daya terbatas untuk menghasilkan program siaran yang berkualitas, sebagaimana diungkapkan dalam studi Siregar (2024) tentang digitalisasi penyiaran.

Dalam konteks manajemen operasional, penelitian ini mengkaji implementasi fungsi pengarah dan kepemimpinan dalam proses produksi program lokal. Morissan (2023) menegaskan bahwa efektivitas pengarah memiliki dampak signifikan terhadap kualitas output program televisi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang aspek ini menjadi vital dalam konteks iNews TV Sumatera Utara.

Evaluasi sistem pengawasan dan pengendalian mutu program lokal juga menjadi fokus penelitian ini, mengingat pentingnya menjaga standar kualitas penyiaran publik. Wahyuni (2024) dalam kajiannya tentang dinamika penyiaran publik menekankan, bahwa sistem pengawasan yang efektif merupakan kunci dalam mempertahankan kredibilitas lembaga penyiaran publik.

Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi adaptasi iNews TV Sumut dalam menghadapi transformasi digital dan perubahan pola konsumsi media masyarakat. Ahmad (2023) menggaris bawahi pentingnya adaptasi teknologi dalam mempertahankan relevansi media penyiaran publik di era digital.

Melalui pencapaian tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara teoretis maupun praktis, dalam pengembangan manajemen media penyiaran publik di tingkat daerah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi pemenuhan program lokal yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan masyarakat Provinsi Sumatera Utara, sekaligus menjadi model bagi pengembangan lembaga penyiaran publik daerah lainnya di Indonesia.

Dalam jangka panjang, pencapaian tujuan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada penguatan peran iNews TV Sumatera Utara sebagai lembaga penyiaran swasta yang mampu memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat lokal, sekaligus mempertahankan relevansinya di tengah dinamika industri media yang terus berubah.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana proses manajemen media massa dalam melakukan pemenuhan program lokal dan juga melibatkan wawancara mendalam dengan pihak manajemen iNews TV Sumut, observasi proses produksi, analisis konten program lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Manajemen Media Massa dalam melakukan

Pemenuhan Program Lokal di iNews TV Sumatera Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Manajemen Media Massa Melakukan Pemenuhan Program Lokal di iNews TV Sumatera Utara

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mengenai "Manajemen Media Massa dalam Pemenuhan Program Lokal Inews TV Sumatera Utara" dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu manfaat akademis, praktis, dan sosial.

Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai masing-masing manfaat tersebut:

1. Manfaat Praktis

Strategi Manajemen Media: Hasil penelitian dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi manajemen iNews TV Sumatera Utara dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan program lokal. Ini termasuk pengembangan konten yang relevan dan menarik bagi audiens lokal.

2. Manfaat Sosial

Penguatan Identitas Lokal: Penelitian ini dapat membantu dalam penguatan identitas lokal melalui penyajian konten yang mencerminkan budaya dan nilai-nilai masyarakat Sumatera Utara. Hal ini penting untuk menjaga keberagaman budaya di tengah arus globalisasi.

3. Manfaat Teoritis

Pengembangan Teori Manajemen Media: Penelitian ini dapat memberikan

wawasan baru dalam pengembangan teori manajemen media, khususnya dalam konteks media lokal. Hasil penelitian dapat digunakan untuk menguji dan memperluas teori-teori yang ada mengenai manajemen media massa.



BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Komunikasi Massa

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Bungin (2006:71) komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan bermacam tujuan komunikasi dan menyampaikan sebuah informasi kepada publik. Pada media massa komunikator merupakan pihak yang mengandalkan alat teknologi komunikasi modern sehingga dapat menyebarkan suatu informasi, maka informasi mampu dengan cepat ditangkap oleh publik. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal.

Komunikasi massa memiliki unsur penting yaitu; komunikator, media massa, informasi massa, gatekeeper, khalayak, dan umpan balik. Komunikasi massa memiliki sifat komunikasi satu arah karena hanya ditujukan untuk menyebarluaskan sebuah informasi saja.

Komunikasi massa memiliki beragam definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dikemukakan oleh Bittner (Jalaluddin, 2012: 185-186), yakni: *“Mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people”*

Dari definisi diatas dapat diartikan, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Bittner menekankan pengertian komunikasi yang dikemukakannya pada media massa

sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Jadi, pesan apapun yang dikomunikasikan melalui media massa termasuk kedalam komunikasi massa.

Gerbner mendefinisikan komunikasi dengan memperinci karakteristik komunikasi massa (Jalaluddin, 2012: 186), menulis:

“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”

(Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

Dari definisi Gerbner terlihat bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar atau diberikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan melainkan melalui lembaga, dan membutuhkan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Definisi komunikasi massa dijelaskan secara kompleks oleh Severin dan Tankard Jr dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses In The Mass Media*, yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy (Elvinaro, Lukiati, Siti, 2015: 5), yaitu

“Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi

teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita.

Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik.” Ahli komunikasi lainnya, Joseph A. DeVito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua bentuk, yakni : “Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, Kepada khalayak luar yang luar biasa banyaknya. hal ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.

Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar yang audio dan/atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya seperti: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah dan film.” (Elvinaro, Lukiati, Siti, 2015: 6) Jalaluddin Rakhmat (2012:187) merangkum definisi-definisi diatas, komunikasi diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan

anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak, dan sesaat.

Berdasarkan pada definisi-definisi komunikasi massa oleh para ahli diatas, bahwa penulis mengambil pemahaman, bahwa komunikasi massa merupakan pesan-pesan yang disebarkan melalui suatu medium dimana pesan tersebut akan diterima oleh suatu khalayak secara bersamaan atau serentak, tidak hanya satu orang melainkan banyak orang. Pesan yang disebarluaskan tersebut bersifat satu arah, luas, dan secara terus menerus menciptakan suatu makna yang diharapkan dapat menambah pengetahuan ataupun mempengaruhi khalayak yang menerima pesan tersebut.

Komunikasi massa bersifat umum, dalam artian pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan melalui suatu media merupakan pesan yang umum dan terbuka untuk semua orang. Selain itu, komunikasi massa juga bersifat heterogen, dalam artian khalayak yang menerima pesan terdiri dari berbagai jenis kalangan yang berbeda. Komunikasi massa juga bersifat satu arah, maksudnya pesan-pesan

komunikasi yang disebarkan melalui suatu media terdiri dari komunikator dan komunikan yang tidak dapat berinteraksi secara langsung, komunikator aktif dalam memberikan atau menyebarkan pesan, sedangkan komunikan aktif dalam menerima pesan.

2.1.2 Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki beragam definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dikemukakan oleh Bittner dalam (Jalaluddin, 2012: 185-186), yakni:

“Mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people”

Dari definisi diatas dapat diartikan, bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Bittner, John R. (1980) menekankan pengertian komunikasi yang dikemukakannya pada media massa sebagai alat untuk menyampaikan pesan. Jadi, pesan apapun yang dikomunikasikan melalui media massa termasuk kedalam komunikasi massa.

Gerbner mendefinisikan komunikasi dengan memperinci karakteristik komunikasi massa (Jalaluddin, 2012: 186), menulis:

“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies” (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri).

Dari definisi Gerbner terlihat bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarakan atau diberikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan melainkan melalui lembaga, dan membutuhkan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Definisi komunikasi massa dijelaskan secara kompleks oleh Severin dan Tankard Jr dalam bukunya berjudul *Communication Theories: Origins, Methods,*

and Uses In The Mass Media yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy dalam (Elvinaro, Lukiati, Siti, 2015: 5), yaitu komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan- tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita.

Menurut Bungin (2006:74), komunikasi massa mempunyai proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka karena komunikasi massa memiliki sifat yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasinya sangat kompleks dan sulit.

Menurut McQuail (1994:33), proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

- a) Melakukan pengiriman dan penerimaan informasi dan skala besar.

Proses komunikasi massa melakukan pengiriman informasi ke masyarakat dalam skala besar, sekali, siaran, pemberitaan yang disebarkan pada jumlah yang luas, dan diterima oleh massa yang banyak pula.

- b) Proses komunikasi massa dibuat melalui satu arah, yakni dari komunikator ke komunikan. Jika terjadi interaksi diantara kedua pihak, maka proses komunikasi balasan yang disampaikan oleh komunikan ke komunikator menjadi sangat terbatas, sehingga tetap saja komunikator yang mendominasi.

- c) Komunikator dan komunikan memiliki proses komunikasi massa yang caranya berbeda, dan menyebabkan komunikasi diantara mereka berlangsung datar dan bersifat tidak berkelanjutan. Jika terjadi kondisi emosional diakibatkan oleh pemberitaan yang sangat provokatif, maka sifatnya sementara, sebentar dan tidak permanen.
- d) Proses komunikasi massa berlangsung secara tidak pribadi dan tanpa nama. Proses tersebut menjamin, bahwa komunikasi massa akan susah untuk diidentifikasi siapa yang menggerakkan dan menjadi pemacu sebuah gerakan massa di jalan.

Dari uraian teori tentang proses komunikasi massa ini, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa memiliki sifat yang berbeda karena komunikasinya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi skala besar pada khalayak dengan melibatkan banyak orang karena bersifat tidak pribadi dan tanpa atas nama seseorang.

2.1.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Dari definisi yang telah diuraikan oleh para ahli komunikasi di atas, maka diperoleh karakteristik komunikasi massa sebagai berikut;

- a) Komunikator terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa tidak hanya satu orang tetapi melibatkan beberapa orang, dan juga komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

- b) Pesan bersifat umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi masaa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan

komunikasi berupa fakta, peristiwa atau opini.

c) Komunikasikan anonim dan heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak bertatap muka secara langsung. Selain itu, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda baik dari segi usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

d) Media massa menimbulkan keserempakan

Jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai dalam komunikasi massa relatif banyak dan tidak terbatas. Khalayak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

e) Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi. Dalam konteks komunikasi massa hal yang terpenting adalah, komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikasinya bisa memahami isi pesan tanpa harus mengenal siapa komunikannya.

f) Komunikasi massa bersifat satu arah

Karena pesan yang disampaikan melalui media massa maka komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung, komunikator aktif menyampaikan pesan dan komunikan aktif menerima pesan namun diantara

keduanya tidak dapat melakukan dialog.

g) Stimulasi alat indra terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra tergantung pada jenis media yang digunakan, misalnya surat kabar atau majalah, khalayak hanya menggunakan indra penglihatan. Sedangkan radio, khalayak menggunakan indra pendengaran dan televisi menggunakan alat indra penglihatan dan pendengaran.

h) Umpan balik tertunda (delayed) dan tidak langsung (indirect)

Dalam proses komunikasi massa, komunikator tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak dapat diterima lewat telepon, e-mail atau surat yang menggambarkan feedback komunikasi massa bersifat in- direct. Waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, menulis surat pembaca, mengirim email menunjukkan bahwa feedback komunikasi massa bersifat tertunda (delayed).

2.1.4. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Wright, Charles R. (1959) mengembangkan perspektif fungsional dalam komunikasi massa didasarkan pada pendekatan struktural fungsional. komunikasi massa memiliki empat fungsi utama:

a. Pengawasan (Surveillance)

Media menyediakan arus pemberitaan yang terus menerus terkait pesan- pesan yang memungkinkan audiens sadar akan perkembangan di lingkungannya yang mungkin mempengaruhi mereka. Surveillance dapat terdiri dari fungsi memperingatkan, menyiagakan anggota audiens terhadap bahaya – semisal badai, polusi air, polusi udara, atau ancaman teroris). Komunikasi yang bermedia

massa juga menyediakan fungsi penganugerahan status: individu, organisasi dan masalah yang diberitakan oleh media komunikasi massa cenderung dianggap penting oleh para audien.

b. Korelasi (Correlation)

Media massa menunjukkan keterkaitan dan menafsirkan informasi berbagai peristiwa yang terjadi hari itu. Fungsi korelasi ini membantu para audien menentukan relevansi pesan pengawasan yang berguna untuk mereka.

c. Sosialisasi (Socialization)

Komunikasi bermedia massa mensosialisasi individu-individu agar bisa berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa menyediakan pengalaman bersama, memupuk harapan bersama tentang perilaku-perilaku yang sesuai dan yang tidak cocok dengan masyarakat. Komunikasi bermedia massa juga memainkan peran yang sentral dalam mentransmisikan warisan budaya dari generasi ke generasi.

d. Hiburan (Entertainment)

Komunikasi bermedia massa merupakan sumber hiburan massal yang meresap di tengah audien, dan memberikan pengalihan perhatian atau melepaskan audien dari tanggung jawab sosial.

2.1.5. Elemen Komunikasi Massa

Hafied Cangara dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi" menjelaskan bahwa komunikasi massa terdiri dari beberapa elemen penting yang saling berkaitan dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak luas. Komunikasi massa dimulai dari sumber atau komunikator yang bersifat melembaga, seperti media cetak, elektronik, atau digital, yang dikelola oleh tim profesional.

Komunikator ini bertugas mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi untuk disampaikan kepada khalayak. Pesan dalam komunikasi massa memiliki karakteristik bersifat umum, serentak, dan dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat dengan latar belakang yang beragam. Media sebagai saluran penyampaian pesan menjadi elemen vital dalam komunikasi massa. Cangara menjelaskan bahwa media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet berperan sebagai perantara yang menghubungkan komunikator dengan khalayak. Keberadaan teknologi media ini memungkinkan pesan dapat menjangkau khalayak yang berjumlah besar, heterogen, dan tersebar di berbagai lokasi geografis dalam waktu yang relatif sama.

Khalayak atau penerima pesan dalam komunikasi massa memiliki karakteristik yang berbeda dengan komunikasi interpersonal. Khalayak komunikasi massa bersifat anonim, heterogen, dan tidak saling mengenal satu sama lain. Mereka menerima pesan secara serempak meskipun berada di lokasi yang berbeda. Efek yang ditimbulkan dari proses komunikasi massa dapat bervariasi, mulai dari perubahan pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), hingga perilaku (konatif) dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Umpan balik dalam komunikasi massa cenderung bersifat tertunda (delayed feedback) dan tidak langsung seperti pada komunikasi tatap muka. Cangara juga menekankan adanya elemen gangguan (noise) yang dapat menghambat efektivitas penyampaian pesan, baik gangguan bersifat teknis, semantik, maupun psikologis. Semua elemen tersebut bekerja dalam sistem yang saling memengaruhi dan menentukan keberhasilan proses komunikasi massa dalam masyarakat.

1. Komunikator

Komunikator berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *communicate* dan *or* (orang, alat) yang artinya orang yang menyampaikan lambang-lambang bermakna atau pesan yang mengandung ide/gagasan, opini/pendapat, informasi, perasaan, kepercayaan, harapan, dan sebagainya kepada orang lain (Sobur, 2014, p.429). Komunikator dalam komunikasi massa adalah sekumpulan individu dalam sebuah lembaga media massa yang bekerja sama untuk mencapai tujuan menghasilkan produk media sesuai dengan visi dan value yang dipegang oleh lembaga itu. Contoh individu yang dimaksud reporter, editor, produser dan sebagainya. Beberapa karakteristik dari Komunikasi Massa. Hubert, Ungurait, dan Bohn (HUB) mengemukakan lima karakteristik tersebut (Nurudin), yaitu:

a) Daya Saing (*Competitiveness*)

Media massa harus mempunyai daya saing. Hal ini dilakukan karena tingkat kompetensi media massa semakin ketat dari hari ke hari. Daya saing muncul dengan orientasi utama agar media massa “tidak bangkrut”. Oleh karena itu membangun daya saing adalah bagian dari tugas dari komunikator untuk merumuskannya agar loyalitas audience terus terjaga.

b) Ukuran dan Kompleksitas (*Size & Complexity*)

Ukuran dan kompleksitas merupakan sifat khusus yang melekat erat pada komunikator komunikasi massa. Ukuran berhubungan dengan jumlah orang yang dipekerjakan. Semakin besarnya sebuah lembaga media, tentu memerlukan jumlah tenaga kerja yang banyak. Hal ini termasuk semakin banyaknya jumlah tenaga kerja, tentu memerlukan penanganan yang lebih kompleks atau semakin rumit hingga membutuhkan penanganan profesional

c) Industrialisasi (*Industrialization*)

Industrialisasi adalah salah satu konsekuensi dari media massa. Dengan semakin banyaknya tenaga kerja dan struktur yang kompleks, media massa perlu dikelola seperti halnya industri pada umumnya. Dengan adanya peraturan karyawan, kebijakan pimpinan, dan lain lain.

2. Spesialisasi (Specialization)

Spesialisasi juga merupakan salah satu konsekuensi dari banyaknya jumlah tenaga kerja di media massa. Dengan banyaknya jumlah tenaga kerja tersebut, tentu ada pembagian tugas sesuai dengan keahlian dan wewenang internal. Di media massa terdapat orang yang berperan sebagai penjaga rubrik, editor, manajer, wartawan, editor bahasa, dan lain – lain.

a. Perwakilan (Representation)

Dengan semakin besarnya sebuah lembaga media massa, tentu membutuhkan perwakilan lain yang bisa menopang kehidupan media tersebut. Salah satu contoh adalah dengan dibentuknya biro-biro atau koresponden di luar kota. Sehingga semakin besar media massa, fungsi perwakilan menjadi penting kehadirannya. Apriadi Tamburaka mengungkapkan bahwa media massa berupa institusi atau lembaga yang memiliki ciri sebagai berikut:

1. Sebagai saluran produksi dan distribusi konten simbolis
2. Sebagai institusi publik yang bekerja sesuai aturan yang ada
3. Keikutsertaan baik sebagai pengirim atau penerima sukarela
4. Menggunakan standar professional dan birokrasi
5. Media sebagai perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan.

3. Isi

Menurut Ray Eldon Hiebert dan kawan – kawan (1985) is media dibagi menjadi dalam beberapa kategori, yaitu :

a) Berita dan Informasi

Berita dan informasi merupakan hal pokok yang harus dimiliki oleh media massa. Setiap hari media mass memberikan informasi mengenai berbagai peristiwa di seluruh dunia kepada audiens-nya. Contoh: Berita kenaikan harga bahan pangan pokok.

b) Analisis dan Interpretasi

Media tidak hanya memberikan berita dan informasi, namun juga analisis dan interpretasi dari berita tersebut. Hal tersebut dilakukan agar berita yang ditampilkan dapat lebih mudah dipahami audiens. Dalam memberikan analisis dan interpretasi, media dituntut untuk melakukan pelaporan secara mendetail, tidak ceroboh, dan tidak berat sebelah. Hal ini dilakukan mencegah media untuk melakukan tindakan tidak terpuji.

c) Pendidikan dan Sosialisasi

Melalui pemberitaan dan analisis dan interpretasi media, media secara tidak langsung memberikan pendidikan kepada audience. Misalnya, pembaca yang semula tidak mengetahui perkembangan teknologi luar angkasa menjadi tahu setelah melihat berita. Pendidikan tersebut sama halnya dengan melakukan sosialisasi ilmu pengetahuan dari satu generasi ke generasi selanjutnya.

d) Hubungan Masyarakat dan Persuasi

Media juga memiliki kemampuan untuk menghubungkan masyarakat. Ketika seseorang menulis surat pembaca yang dapat dibaca oleh semua orang, media menjalankan fungsi menghubungkan antara orang tersebut dengan orang atau

organisasi yang dituju.

e) Iklan dan Bentuk Penjualan Lain

Keberlangsungan hidup sebuah media, salah satunya ditentukan oleh yang namanya iklan. Iklan bisa mempengaruhi audiens untuk membeli atau mengikuti pesan media.

f) Hiburan

Hiburan merupakan kebutuhan masyarakat kalangan manapun. Oleh karena itu media tidak bisa menghindar untuk membuat produk media yang bersifat menghibur audiens.

4. Audience

Menurut Hiebert dan kawan – kawan, audience dalam komunikasi massa memiliki lima karakteristik berikut (as cited in Nurudin, 2013):

Audience cenderung berisi individu – individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka. Individu tersebut memilih produk media berdasarkan seleksi kesadaran mereka

- a) Audience cenderung besar. Memiliki jumlah yang banyak dan tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa.
- b) Audience cenderung heterogen, berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial.
- c) Audience cenderung anonim, yaitu tidak mengenal satu dengan yang lain.
- d) Audience secara fisik dipisahkan dari komunikator, terpisah secara ruang dan waktu.

5. Umpan balik

Dalam komunikasi massa, umpan balik yang terjadi adalah umpan balik tidak langsung (delayed feedback), yang artinya antara media massa dan audiens tidak terjadi kontak langsung yang memungkinkan mereka mengadakan reaksi langsung satu sama lain. Contoh umpan balik secara tidak langsung dari audiens kepada media seperti surat pembaca kepada media terhadap pemberitaan di media, box office sebuah film bioskop yang mengakibatkan film dan pemain film tersebut menjadi populer, rating televisi dari jumlah penonton yang mempengaruhi jumlah iklan di televisi tersebut, dan masih banyak lainnya.

a) Gangguan

Terdapat 2 macam gangguan yang biasanya terjadi dalam proses penyampaian pesan dalam komunikasi massa, yaitu :

1. Gangguan Saluran

Gangguan dalam saluran komunikasi massa selalu ada, baik itu dalam hal teknis maupun dalam faktor luar. Gangguan dari teknis seperti adanya kesalahan cetak, gambar tidak jelas, gangguan gelombang radio, ataupun langganan majalah yang tidak datang. Sedangkan gangguan dari faktor luar seperti telepon berdering saat menonton TV, ada anak bayi menangis saat membaca koran, banyaknya pilihan acara televisi pada jam tertentu ataupun media Koran yang bisa dibaca juga merupakan gangguan dari luar yang membuat kita bingung dalam memilih media yang kita mau. Untuk mengatasi hal tersebut, media dapat dengan melakukan pengulangan penyampaian pesan. Audiens dapat mengikuti informasi yang diulang tersebut namun pengulangan tersebut sering kali membuat pesan yang disampaikan tidak menjadi efektif, sesuai dengan *teori law of diminishing return* (hukum hasil yang semakin berkurang). Cara lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas dari

saluran media massa, baik secara infrastruktur maupun secara tenaga kerja. Seperti memperluas daerah jangkauan, merekrut tenaga ahli untuk merawat infrastruktur dengan baik, memperbaiki gaya bicara penyiar.

2. Gangguan Semantik

Semantik bisa diartikan sebagai ilmu bahasa yang mempelajari tentang tata kalimat. Oleh karena itu gangguan semantik berarti gangguan yang berhubungan dengan bahasa. Gangguan semantik lebih rumit, kompleks, dan sering muncul. Bisa dikatakan bahwa gangguan semantik adalah gangguan dalam proses komunikasi yang diakibatkan oleh pengirim atau penerima pesan. Untuk mengatasi hal tersebut, media massa dapat membuat pesan yang sederhana dan mudah dipahami oleh semua audiens. Oleh karena itu dalam menulis berita atau menyampaikan berita di media gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa yang sederhana, umum, mengarah pada minat dan nilai yang dipegang audiens.

3. Gatekeeper

John R. Bittner (1996) mengistilahkan gatekeeper sebagai individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa). Istilah gatekeeper pertama kali diperkenalkan oleh Kurt Lewin dalam bukunya *Human Relations* (1947). Istilah tersebut berasal dari ranah sosiologi yang digunakan dalam lapangan penelitian komunikasi massa. Contoh gatekeeper adalah reporter, editor berita, editor film, atau orang lain dalam media massa yang menentukan arus informasi yang disebar. John R. Bittner (1996) menuliskan beberapa fungsi dari gatekeeper.

Adapun fungsi tersebut terdiri atas:

a. Menyiarkan informasi

- b. Membatasi informasi dengan mengedit sebelum disebar
- c. Untuk memperluas kuantitas informasi dengan menambahkan fakta dan pandangan lain
- d. Untuk menginterpretasikan informasi Secara sederhana Hiebert, Ungurait, dan Bohn (1985) menjelaskan gatekeeper sebagai berikut:
- e. Beda antara gatekeeper dengan komunikator dalam media massa. Apabila seseorang menciptakan atau membuat sesuatu maka dia disebut komunikator, sedangkan apabila jika seseorang mengevaluasi ciptaan tersebut maka ia menjadi gatekeeper. Jadi individu bisa menjadi komunikator dan juga gatekeeper secara bersamaan dalam media massa.
- f. Gatekeeper tidak bersifat pasif – negatif melainkan sebuah kekuatan kreatif. Sebagai contoh, sebuah editor dapat menambah pesan dengan mengkombinasikan informasi dari berbagai sumber, layouter dapat mengatur setting atau menambah gambar agar terlihat bagus. Secara umum, peran gatekeeper sering kali dihubungkan dengan berita, terutama pada surat kabar. Biasanya peran gatekeeper dijalankan oleh editor. Mereka yang menentukan apa yang dibutuhkan oleh khalayak dan sering kali menjadi mata audience. Dengan kata lain, tugas dari editor sebagai gatekeeper adalah untuk menyeleksi berita agar pembaca menjadi tertarik dan enak dibaca oleh pembaca. Apabila informasi diberita tersebut kurang, editor dapat memerintahkan wartawan untuk menambahkan informasi yang dibutuhkan. Selain editor, wartawan juga memiliki kemampuan sebagai gatekeeper secara tidak langsung. Hal ini dapat dilakukan oleh wartawan dengan menonjolkan sebuah fakta dari berita yang didapat. Sebagai contoh, ketika meliput berita perang, wartawan tersebut dapat

memilih untuk menonjolkan berita pada aspek korban perang atau kepada keberhasilan perang tersebut.

Melalui penonjolan hal tersebut, wartawan secara tidak langsung telah melakukan proses gatekeeping sebelum diserahkan kepada editor. Selain itu seorang wartawan bisa membatasi fakta – fakta yang diperoleh di lapangan untuk menentukan informasi mana yang layak disiarkan dan tidak, bahkan wartawan juga bisa menambahkan fakta lain. Kebijakan editorial juga merupakan salah satu bentuk pelaksanaan dari fungsi gatekeeper di media. Setiap media tentu memiliki perbedaan nilai yang menjadi dasar dalam melakukan pemberitaan. Sebagai contoh, Harian Kompas adalah harian untuk kalangan menengah keatas dengan tingkat pendidikan tinggi tentu berbeda dengan Pos Kota yang merupakan koran hiburan menengah kebawah yang banyak membahas berita hiburan, kriminalitas, peristiwa seks, dan berita – berita sensasional.

Salah satu hal yang perlu diwaspadai dalam fungsi gatekeeping adalah penapisan informasi. Penapisan informasi tersebut bisa berakibat munculnya distorsi informasi. Ada dua jenis distorsi informasi, yaitu Systematic Distortion yang merupakan pembiasan informasi yang disengaja dan random distortion yang terjadi karena kecerobohan atau ketidaktahuan. Salah satu bentuk distorsi yang disengaja adalah dengan memutarbalikan fakta (distortion of the facts). Distorsi ini disengaja dibuat agar audiens mengikuti konstruksi informasi yang diciptakan media massa. Salah satu contohnya adalah penggunaan media sebagai propaganda perang pada zaman perang dunia. Selain itu, ketidaktahuan bisa dikatakan sebagai distorsi karena komunikator sengaja memberitakan

informasi yang ia sendiri tidak tahu kepastiannya. Hal ini dikarenakan media tidak melakukan cover both sides sehingga informasi yang diterima tidak lengkap dan menghakimi satu pihak. Hal ini dikenal dengan istilah trial by press (pers mengadili seseorang sebelum pengadilan memutuskan orang tersebut bersalah atau tidak).

6. Pengatur

Pengatur dalam media massa adalah mereka yang secara tidak langsung ikut mempengaruhi proses aliran pesan dalam media massa. Pengatur tidak berasal dari dalam media massa melainkan berada di luar media massa, namun kelompok tersebut bisamenentukan kebijakan redaksional. Pengatur berasal dari luar media seperti pemerintah, pengadilan, konsumen, organisasi professional, dan kelompok penekan, narasumber dan pengiklan. Beberapa contoh nyata dari pengatur adalah Bank BCA yang membayar slot tayang televisi dan membuat acara “Gebyar BCA”.

7. Filter

Filter adalah kerangka pikir melalui mana audience menerima pesan. Filter diibaratkan seperti bingkai kaca tempat dimana audience menanggapi atau memandang dunia. Sebagai contoh korban bencana alam akan lebih merasa simpati terhadap korban berita bencana alam daripada yang bukan korban.

Menurut Hiebert, Ungurait, dan Bohn (Nurudin, 2013) filter dapat dibagi menjadi tiga, yaitu 1) filter psikologis, 2) filter fisik, 3) filter budaya (warisan budaya, pendidikan, pengalaman kerja, sejarah politik). Filter – filter tersebut akan mempengaruhi kualitas atau kuantitas dari pesan yang disampaikan oleh media dan

juga respons terhadap pesan tersebut.

2.2 Manajemen Media Massa

2.2.1 Pengertian Manajemen Media Massa

Manajemen media massa merupakan aspek fundamental dalam pengelolaan organisasi media yang terus mengalami evolusi seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Menurut Albarran (2023), manajemen media massa mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam organisasi media untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Era digital telah mentransformasikan cara organisasi media beroperasi, sehingga mengharuskan pendekatan manajemen yang lebih adaptif dan inovatif.

Pringle dan Starr (2021) memberikan perspektif komprehensif tentang manajemen media elektronik modern. Mereka menekankan pentingnya konvergensi media sebagai faktor kunci dalam pengelolaan organisasi media kontemporer. Konvergensi tidak hanya terjadi pada level teknologi, tetapi juga mencakup aspek organisasional dan kontennya. Manajer media dituntut untuk mampu mengintegrasikan berbagai platform media sambil mempertahankan efisiensi operasional dan kualitas konten.

Dalam konteks ekonomi media, Picard (2020) mengemukakan konsep dual *product market*, dimana media harus melayani dua pasar secara simultan yakni audiens dan pengiklan. Model bisnis tradisional media massa menghadapi tantangan serius dengan munculnya platform digital yang mengubah pola konsumsi media dan distribusi belanja iklan. Oleh karena itu organisasi media perlu

mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif dan diversifikasi sumber pendapatan untuk menjamin keberlanjutan operasional.

Lucy Küng (2022) memperdalam pemahaman tentang manajemen strategis media pada era digital. Ia menekankan pentingnya inovasi berkelanjutan dan kemampuan adaptasi organisasi terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Manajemen media massa harus mampu menciptakan keseimbangan antara mempertahankan nilai-nilai jurnalistik tradisional dengan kebutuhan untuk berinovasi dalam penyampaian konten dan engagement audiens.

1. Manajemen Media

Secara umum, manajemen ialah wujud kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Tentunya, untuk menempati tujuan dalam sebuah organisasi tidak dapat dilakukan sepenuhnya oleh seorang diri. Setiap individu yang berada dalam suatu organisasi, berkewajiban untuk turut serta dalam proses pencapaian tujuan perusahaan. Selain digunakan untuk mencapai tujuan, manajemen juga diperlukan guna menggapai efisiensi dan efektivitas serta mempertahankan keseimbangan antara tujuan yang saling bertentangan.

a. Pengertian Manajemen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), manajemen memiliki arti

2.1 penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran; [2] pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi. Manajemen merupakan suatu proses atau struktur kerja, yang menyangkut pemanduan atau pengarahan sekelompok orang untuk mencapai tujuan operasional atau tujuan yang jelas. Manajemen ialah suatu aktivitas yang pelaksanaannya disebut “*managing*” atau pengelolaan, sementara orang yang

melaksanakannya (pelaksananya) disebut dengan manajer atau pengelola.

Dalam bahasa Latin, manajemen berasal dari kata “manus” yang memiliki arti memimpin, menangani, mengatur atau membimbing (Ruslan, 1998). Ada pula yang menyatakan dalam bahasa Perancis Kuno yang artinya seni melaksanakan dan mengatur (Prasetyo, 2020). Secara bahasa atau etimologis, kata manajemen yang dalam bahasa Inggris ‘management’ yang memiliki arti ketatalaksanaan, tata pimpinan, dan pengelolaan.

Dapat diartikan manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menyelaraskan usaha-usaha mereka dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan. Secara istilah atau terminologi, menurut James A.F. Atoner, R. Edward Freeman, Daniel R. Gilbert, JR, manajemen ialah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengaturan kepada anggota organisasi dan menggunakan seluruh sumber-sumber daya yang ada secara tepat guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rida Andriani, 2019).

George R. Terry menjelaskan pengertian manajemen yaitu, proses khusus yang terdiri dari perbuatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilaksanakan guna menentukan dan mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya yang ada (Mogot-Prahoru, 2021)

Dapat diartikan manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menyelaraskan usaha-usaha mereka dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan. Secara istilah atau terminologi, menurut James A.F. Atoner, R. Edward Freeman, Daniel R. Gilbert, JR, manajemen ialah

suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengaturan kepada anggota organisasi dan menggunakan seluruh sumber-sumber daya yang ada secara tepat guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rida Andriani, 2019) George R.

Terry menjelaskan pengertian manajemen yaitu, proses khusus yang terdiri dari perbuatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilaksanakan guna menentukan dan mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya yang ada (Mogot-Prahor, 2021).

Sementara menurut Stoner, manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat dicapai (Handoko, 2019). Menurut Mary Parker Follet, manajemen merupakan suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Menurut pengertian tersebut dapat diartikan bahwa seorang manajer memiliki tugas dan bertanggung jawab mengatur dan mengarahkan anggotanya untuk mencapai tujuan organisasi. Sesuatu yang terjadi di dalam lingkungan organisasi adalah hal yang perlu untuk diperhatikan dalam manajemen. Manajemen bertanggung jawab untuk melakukan hal-hal tertentu, seperti meningkatkan produktifitas karyawan. Oleh sebab itu, hal yang perlu diperhatikan ialah bagaimana struktur organisasi yang dapat membantu meningkatkan produktifitas atau bagaiman membuat sistem yang memungkinkan setiap anggota atau staf dapat bekerja dengan optimal. (Kiptiyah, 2018) Dalam sebuah instansi, seorang manajer umum memiliki tanggung jawab atas aspek operasional perusahaan kepada pemilik atau pemegang saham dalam menjalankan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sebagaimana mestinya sehingga tujuan organisasi yang

bersangkutan dapat dicapai (Rida Andriani, 2019).

b. Unsur-unsur Manajemen

Manajemen adalah suatu objek penting karena menyangkut penentuan dan pencapaian tujuan yang spesifik yang ditetapkan oleh organisasi. Geoge R Terry (1997) merujuk unsur manajemen dalam bukunya yang berjudul “Principles of management” dengan istilah “Enam M”. Unsur-unsur yang ada dalam manajemen harus disinergikan supaya bisa mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien (Somad dan Priansa, 2014).

2.2.2 Fungsi-fungsi Manajemen

Menurut Terry (1997) fungsi dasar manajemen mencakup beberapa aspek penting, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian (Somad dan Priansa, 2014). Masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Definisi perencanaan dapat diartikan sebagai penentuan apa yang harus dilakukan terlebih dahulu, kapan dilakukan dan siapa yang melakukannya. Pada perencanaan mengandung elemen-elemen penentuan, yang memiliki arti adanya pengambilan keputusan secara tersirat. Dengan kata lain, perencanaan juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang menggabungkan pengambilan keputusan dan pengorganisasian tindakan lanjutan (Somad dan Priansa, 2014). Penerapan fungsi perencanaan dapat membantu mengurangi risiko atau ketidakpastian suatu tindakan. Dengan berasumsi untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kemungkinan keberhasilan dengan mempertimbangkan situasi tertentu di masa mendatang dan menelaah konsekuensi dari setiap tindakan (M.Hanafi, 2021). Tahap-tahap yang dilakukan

dalam proses perencanaan yaitu sebagai berikut :

- a) Menetapkan peran visi dan misi
 - b) Menentukan wilayah sasaran,
 - c) Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas dari setiap pekerjaan yang dilakukan
 - d) Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai
2. Mempersiapkan rencana tindakan (Febriani, 2010). Pengorganisasian (Organizing)

Sebuah proses penyusunan struktur organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupnya merupakan bentuk dari pengorganisasian. Menurut Peter Pringgel, pengorganisasian merupakan proses pengelolaan sumber daya manusia dan materi dalam struktur formal bertanggung jawab atas berbagai unit, jabatan dan individu tertentu (Rida Andriani, 2019).

Dalam manajemen, fungsi pengorganisasian bertujuan upaya untuk mengintegrasikan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya sehingga pelaksanaan rencana dapat dilakukan secara efisien dan hemat biaya. Secara umum, media penyiaran komersil memiliki beberapa departemen yang ada di dalamnya. Seperti diantaranya sebagai berikut :

- a. Departemen pemasaran, memiliki konsentrasi untuk mengatasi kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran dan promosi program ataupun segala aktivitas kepada pihak-pihak atau partner kerja.
- b. Departemen program, bertanggung jawab dalam merancang, menentukan, menetapkan jadwal dan membuat program.
- c. Departemen Berita, bertugas untuk bertanggung jawab atas segala produksi program

berita, olahraga, dokumenter dan program-program yang berhubungan dengan kepentingan umum.

- d. Departemen Teknik, memiliki tanggung jawab penuh atas segala urusan yang berhubungan dengan alat siaran agar program atau berita dapat disiarkan.
- e. Departemen Bisnis, bertugas untuk melakukan berbagai pekerjaan yang berkaitan dengan bisnis (Febriani, 2010).

3. Pengarahan (Actuating)

Pengarahan adalah suatu proses atau tindakan untuk memberikan pengaruh terhadap kegiatan sekelompok orang yang terstruktur dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses pengarahan yang dilakukan di sebuah perusahaan media massa yaitu berbentuk pengarahan yang dilakukan seorang pemimpin (manajer) kepada bawahannya agar mereka bersedia dan termotivasi untuk melakukan tugas, serta mampu membuat mewujudkan suasana kerja yang mendukung sehingga timbul rasa saling pengertian, rasa percaya yang baik, menerapkan tertib kerja dan rasa saling memiliki (Febriani, 2010). Fungsi pengarahan dalam proses manajemen yaitu:

- a. Menuntun dan memberi dorongan atau motivasi kepada orang yang bekerja agar bisa melakukan pekerjaannya secara efektif dan efisien.
- b. Membagikan tugas atau pekerjaan beserta penjelasan secara teratur tentang tugas pekerjaannya.
- c. Menguraikan seluruh kebijakan yang sudah ditetapkan. Dalam sebuah organisasi media massa, penerapan fungsi pengarahan sangat penting untuk membangun hubungan yang baik antara manajer dan staf untuk melakukan tugas yang sejalan dengan visi dan misi organisasi.

4. Pengendalian (Controlling)

Tahapan ini untuk memastikan bahwa hasil kegiatan sesuai dengan rencana atau yang diharapkan merupakan tujuan utama dari fungsi pengendalian. Pengendalian adalah suatu upaya yang sistematis untuk menetapkan kriteria keberhasilan dengan tujuan perencanaan, membangun sistem umpan balik informasi yang praktis, mengambil tindakan korektif yang diperlukan untuk memeriksa apakah ada penyimpangan, dan mengukur tingkat penyimpangan jika diperlukan, serta memastikan bahwa sumber daya organisasi yang digunakan adalah cara yang paling efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Terdapat empat langkah yang diambil dalam fungsi pengendalian ini, yaitu:

- a) Menetapkan standar prestasi
- b) Menghitung dan mengukur prestasi yang telah dicapai hingga saat ini
- c) Menimbang prestasi yang telah dicapai dengan standar prestasi. Jika terdapat penyimpangan dari standar prestasi yang telah ditentukan, maka lakukan perbaikan. Setelah itu, kembali lagi ke fungsi perencanaan untuk masa waktu berikutnya (M. Hanafi, 2021).

Sistem pengendalian yang baik membutuhkan ketelitian dan kecepatan informasi untuk mendeteksi penyimpangan sesegera mungkin jika terjadi. Oleh sebab itu, sistem informasi manajemen yang efektif dan efisien diperlukan. Terdapat dua desain sistem pengendalian yang dapat digunakan yaitu dengan prestasi kunci (key performance area) dan titik pengendalian strategis. Bagian dari unit organisasi yang harus berfungsi dengan baik (efektif dan efisien) agar organisasi tersebut dapat berjalan dengan sukses secara keseluruhan adalah prestasi

kunci (key performance area).

Jika dengan hal ini dapat berhasil, maka secara menyeluruh organisasi dapat dipastikan berjalan lancar, dan sebaliknya. Sedangkan desain sistem titik pengendalian strategis, manajer dapat mengetahui bagaimana bisnis dapat berjalan tanpa harus melihat setiap lapisan yang ada. Jumlah informasi yang sangat besar dan waktu yang dihabiskan untuk mengumpulkannya dapat dihemat dengan cara ini (M. Hanafi, 2021).

2.2.3 Media Massa

Media dapat didefinisikan dalam KBBI sebagai alat, dan alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media didefinisikan oleh *Association for Education and Communication Technology* (AECT) sebagai segala bentuk yang digunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sementara, Education Association mendefinisikan sebagai benda yang dapat dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrument yang dipergunakan dengan baik (Tambaruka, 2013). Media massa merupakan alat atau saluran yang digunakan untuk komunikasi massa. Semua pesan akan disalurkan kepada publik atau masyarakat luas dapat diterima menggunakan media massa. Pada awalnya jenis media yang dipakai untuk komunikasi massa yaitu media cetak dan elektronik. Namun, dalam perkembangannya kemudian, media massa telah memasuki era telekomunikasi dengan penggunaan jaringan komputer dan satelit ruang angkasa. Akibatnya, media massa dewasa ini juga merambah dunia maya (internet) (Mogot-Prahor, 2021). Di dalam lingkup ilmu komunikasi, media

massa didefinisikan sebagai alat atau jalur dari komunikasi (yang digunakan massa), atau penghantar yang menghubungkan seseorang dengan orang lain, pada akhirnya memungkinkan adanya komunikasi (Putra, 2007).

Media massa tidak hanya berfungsi sebagai saluran atau penyedia informasi dan hiburan, tetapi juga bertindak sebagai “agent of change” yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Oleh karena itu, media massa juga berperan sebagai institusi pencerahan bagi masyarakat (Bungin, 2017). Peran media massa yang utama di dalam suatu masyarakat adalah sebagai saluran informasi. Berdasarkan informasi yang didapatkannya dari media, masyarakat bisa bereaksi terhadap apa yang terjadi atau mengantisipasi terhadap segala sesuatu yang mungkin saja bisa terjadi (Mogot-Prahor, 2021).

Menurut Cangara, media massa merupakan alat yang dipakai untuk menyalurkan pesan dari sumber ke khalayak melalui, sarana komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio, televisi, film dan lain sebagainya. Sedangkan Praktio mengatakan bahwa media adalah sarana yang digunakan untuk komunikasi ke khalayak, sehingga komunikasi massa tidak bisa dilepaskan dari media massa. Media massa dipakai guna memperlihatkan penerapan suatu alat teknis (media) yang disalurkan atau merupakan wadah komunikasi massa (Saragih, 2018).

Media massa ialah suatu alat atau sarana yang dipakai dalam proses komunikasi massa, yaitu komunikasi yang diarahkan kepada khalayak (channel of mass communication) (Habibi, 2010). Media massa merupakan sarana yang digunakan untuk membagikan informasi kepada masyarakat tentang hal-hal seperti pendidikan, hiburan, politik, sosial, budaya dalam berupa cetak,

elektronik, maupun media online. Media massa juga sangat efektif dan efisien dalam membagikan informasi kepada masyarakat, karena dengan adanya sarana tersebut informasi-informasi yang ada dapat dibagikan dengan cepat ke masyarakat luas (Effendi, 1989: 2410). Menurut Noam Chomsky, memaparkan bahwa media merupakan sistem pasar terdepan yang digerakkan oleh profit (keuntungan modal) dan dipimpin oleh pemerintah. Yang biasanya menghasilkan hal yang identik. Melakukan propaganda dalam informasi yang dimaksudkan untuk mencapai agenda finansial dan politik. Propaganda bukan menjadi satusatunya fungsi di dalam media, namun merupakan hal yang terbesar darinya. Selain itu, tidak ada tampilan yang terjadi di sistem media yang bertentangan dengan maksud pemilik media. Dengan kata lain, kualitas ditentukan oleh kepemilikan (Saragih, 2018).

McQuail menyebutkan ada empat model media massa dalam bukunya yang berjudul *McQuail's Mass Communication Theory*, yakni:

Model penerimaan, yaitu model media massa yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerima memahami dan menginterpretasikan media oleh penerima. Stuart Hall membangun teori kritis dimana makna dari pesan dibangun (dikodekan) melalui media konten simbolis secara terbuka dan juga secara tertutup namun, pesan yang dimaksud dari konten tersebut dapat ditolak atau mendapatkan penafsiran yang berbeda oleh penerima. Pada prinsipnya, jalur tahapan model penerimaan sangatlah sederhana. Komunikasi yang terjadi di institusi media, di mana kerangka maknanya lebih cenderung mengkonsolidasikan struktur kekuatan dominan. Seringkali, pesan dikaitkan dengan konten genre yang sudah mapan. Genre konten biasanya memiliki garis

besar dan nilai nominal yang membantu penerima memahaminya.

Model penyiaran, yaitu dimana komunikasi massa merupakan proses yang mengatur dirinya sendiri, dan dipimpin oleh kepentingan dan kebutuhan khalayak yang di informasikan melalui pilihan dan respon atas apa disediakan oleh media.

Model ritual atau ekspresif, model yang menggambarkan sebuah keterlibatan, hubungan sebab akibat dan aliran satu arah. Komunikasi yang ada dalam ini biasanya memiliki sifat ambigu, bergantung pada pemahaman, asosiasi dan simbol yang disediakan oleh budaya daripada yang dipilih oleh partisipan.

Model publisitas, adalah model dimana penonton atau khalayak menjadi orientasi utama. Khalayak media lebih cenderung hanya menjadi penonton dibandingkan menjadi partisipan atau penerima informasi.

Dalam memakai media massa, pengguna wajib untuk mengenali karakteristik dan perbedaan antara media massa cetak maupun elektronik. Sebelum membuka jaringan informasi yang ada di media massa, khalayak perlu menelaah media massa untuk mengaitkan dengan kebutuhan dan kepentingan pribadi dalam mengakses media massa (Tambaruka, 2013). Media massa memiliki karakteristik (Cangara, 2010:126-127) sebagai berikut:

- a) Bersifat melembaga, artinya bagian pengelolaan media mengikutsertakan banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan hingga penyedia informasi.
- b) Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang terjalin kurang memungkinkan adanya dialog antara pengirim dan penerima. Bahkan jika terjadi respon atau

tanggapan, biasanya membutuhkan waktu dan penundaan.

- c) Meluas dan serempak, artinya memiliki kemampuan untuk mengatasi hambatan waktu dan jarak, karena memiliki kecepatan. Bergerak secara simultan, dimana banyak orang menerima transmisi informasi pada saat yang bersamaan.
- d) Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa memandang usia, jenis kelamin, dan etnis. Menurut Steven H. Chaffee menyatakan ada lima dampak yang ditimbulkan dari media massa yaitu, efek ekonomis, efek sosial, efek pada penjadwalan kegiatan, efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu, efek pada perasaan yang dirasakan masyarakat pada media (Saragih, 2018).

Secara umum, dapat ditemukan di setiap negara memiliki fungsi media massa yaitu informasi, edukasi, koreksi, rekreasi, dan mediasi (Sumadiria, 2016). Dengan penjabaran sebagai berikut:

a. Menginformasikan (*to inform*)

Dalam hal ini, media massa berfungsi sebagai sumber informasi tentang peristiwa- peristiwa atau hal-hal penting yang perlu diketahui publik. Informasi yang disebarkan memiliki kriteria aktual, faktual, akurat, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis.

b. Mendidik (*to educate*)

Informasi yang terkandung dalam media massa dapat mentransfer pengetahuan untuk tujuan mempromosikan pengembangan intelektual atau sebagai bagian dari pendidikan. Media massa diharapkan dapat membentuk kepribadian dan meningkatkan keterampilan serta

kemampuan yang diperlukan pembacanya.

c. Memengaruhi (*to influence*)

Yang dimaksud dalam fungsi memengaruhi (*to influence*) yaitu media massa bisa memberikan pengaruh kepada pembacanya. Berupa pengaruh yang bersifat pengetahuan (*cognitive*), perasaan (*afektive*), maupun tingkah laku (*conative*).

d. Menghibur (*to entertain*)

Media massa sebagai wadah yang dapat menghadirkan hiburan atau kesenangan bagi pembaca atau khalayaknya. Peran yang diberikan media massa sebagai wadah hiburan tidak bersifat negatif dan harus menyehatkan bagi seluruh lapisan masyarakat.

e. Mediasi (*to mediate*)

Mediasi artinya koneksi (penghubung). Dalam fungsi mediasi, media massa pers memiliki kemampuan untuk menghubungkan satu tempat dengan tempat yang lain, peristiwa yang satu dengan lainnya, orang yang satu dengan peristiwa yang lain, atau orang yang satu dengan orang lainnya.

f. Media Baru (*New Media*)

New media adalah media online yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet. Menurut Creeber dan Martin, new media dapat diartikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi, terdapat bersama komputer digital (Feroza dan Misnawati, 2020). *Network society* merupakan salah satu bagian dari new media yang merupakan formasi sosial

yang berinfrastructure dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari berbagai segi baik individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial. Media baru memiliki karakteristik khusus, yaitu kemampuan untuk menciptakan ilusi seperti pada komunikasi tatap muka yang tampak nyata atau yang biasa disebut sebagai interaksi parasosial (Norhabiba dan Putri, 2018).

Menurut Terry Flew, unsur media baru merupakan kombinasi dari komputer, komunikasi, dan isi. Sedangkan menurut Denis McQuail (2010), unsur-unsur media baru terdiri dari: [1] Digitalisasi dan konvergensi semua aspek media,

2.2 Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang meningkat, [3] Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan, [4] Adaptasi publikasi dan peran khalayak, serta [5] munculnya aneka bentuk gateway media (Karman, 2013). Dalam teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre Levy terdapat dua pendekatan pandangan, yaitu interaksi sosial dan integrasi sosial. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka.

Menurut Pierre Levy, *Word Wide Web (WWW)* ialah sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, dan memungkinkan manusia dapat mengembangkan wawasan baru, serta terlibat pada dunia demokratis tentang pemberian kuasa dan mutual berdasarkan masyarakat lebih interaktif. Pandangan integrasi sosial, yaitu media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media

sebagai cara menciptakan masyarakat.

Media tidak hanya sebagai instrument informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi juga menyatukan dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi rasa saling memiliki (Feroza dan Misnawati, 2020). New media, saat ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kehadiran media baru, dapat membatu kita dalam proses komunikasi bisa terjadi atau berlangsung dimana pun, kapan pun, dan dengan menggunakan teknologi komunikasi apapun.

2.3 Produksi Tayangan Televisi

Menurut Mabury (2013) dalam bukunya "Produksi Siaran Televisi", produksi tayangan televisi merupakan serangkaian proses kompleks yang dimulai dari tahap pra produksi. Pada tahap ini, tim produksi melakukan penemuan ide dan riset mendalam, dilanjutkan dengan pembuatan proposal program dan penulisan naskah. Pembentukan tim produksi yang solid juga dilakukan pada tahap ini, diikuti dengan serangkaian rapat produksi untuk menyamakan visi dan misi program. Penyusunan jadwal produksi dan penentuan anggaran menjadi aspek krusial yang harus diperhatikan.

Setelah persiapan matang, proses berlanjut ke tahap produksi dimana eksekusi program dilakukan. Mabury menekankan pentingnya pengaturan tata panggung yang sesuai dengan konsep program, penataan cahaya yang tepat untuk menghasilkan visual yang optimal, serta penempatan kamera yang strategis untuk mendapatkan shot terbaik. Sebelum produksi dimulai, dilakukan pengecekan menyeluruh terhadap seluruh peralatan dan gladi bersih untuk memastikan kelancaran proses shooting. Pada saat pelaksanaan shooting, sutradara berperan

penting dalam mengarahkan talent dan mengkoordinasikan seluruh kru yang terlibat.

Tahap terakhir adalah pasca produksi yang melibatkan proses penyuntingan gambar dan suara untuk menghasilkan program yang utuh. Mabruy menekankan pentingnya proses mixing audio yang tepat untuk menghasilkan kualitas suara yang optimal, serta penambahan grafis untuk memperkuat visual program. Quality control menjadi tahap krusial untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan standar yang ditetapkan. Sebelum program ditayangkan, dilakukan preview hasil akhir dan evaluasi menyeluruh untuk memastikan kualitas program.

Dalam keseluruhan proses produksi, Mabruy menekankan pentingnya koordinasi yang baik antara berbagai pihak yang terlibat. Produser sebagai penanggung jawab program harus mampu mengkoordinasikan sutradara, tim kreatif, tim teknis, dan tim artistik untuk bekerja dalam satu kesatuan yang harmonis. Masing-masing tim memiliki peran dan tanggung jawab spesifik yang harus dijalankan dengan baik untuk menghasilkan program berkualitas. Tim kreatif bertanggung jawab atas pengembangan konten yang menarik, tim teknis menangani seluruh aspek teknis produksi, sementara tim artistik fokus pada penciptaan visual yang memukau.

2.3.1 Televisi

Televisi adalah salah satu media komunikasi massa yang dapat ditonton karena bisa menampilkan gambar dan suaran untuk menyebarkan informasi pada khalayak dengan jangkauannya yang sangat luas. Televisi memiliki sifat komunikasi satu arah yang mampu memberikan banyak informasi untuk

masyarakat yang menontonnya. Stasiun televisi memiliki program tayangan beragam yang dapat disaksikan seperti berita, film, musik dan lainnya.

Menurut Effendy (1993:192) pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek – aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat Indonesia, sudah banyak yang mengetahui dan merasakannya. Tetapi sejauh mana pengaruh yang positif dan sejauh mana pengaruh yang negatif, belum diketahui banyak. Di Indonesia, meskipun tidak sebanyak di negara – negara yang sudah maju, penelitian telah dilakukan, baik oleh departemen penerangan sebagai lembaga yang paling berkompeten, maupun oleh perguruan – perguruan tinggi.

Menurut Morissan (2008:3) walaupun televisi dengan radio dan film merupakan media massa elektronik yang sama, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, untuk itulah dalam menyampaikan pesan- pesannya juga mempunyai kekhususannya. Media cetak dapat dibaca kapan saja namun untuk televisi dan radio hanya dapat ditonton sekilas dan tidak dilihat kembali.

2.3.2 Proses Produksi Tayangan Televisi

Menurut Djamal & Fachruddin (2011:107) proses penyiaran melibatkan tiga aspek, yaitu komponen software, brainware, dan hardware. Tanpa adanya salah satu dari komponen ini, pelaksanaan proses penyiaran tidak dapat berlangsung. Software meliputi, dukungan manajemen, naskah produksi, Standart Operational Prosedur (SOP) masing – masing profesi yang ikut dilibatkan dalam proses siaran, semua jenis regulasi termasuk kode etik penyiaran dan kode etik jurnalis.

Brainware adalah semua kru penyelenggaraan siaran yang terlibat, seperti pengarah acara, pemerawan, penata suara, Brainware mengindikasikan satu ide pemikiran, kreativitas, serta gagasan produksi yang lain. Kemudian hardware meliputi semua peralatan produksi yang terlibat seperti kamera, mikrofon, peralatan tata cahaya, serta peralatan pemancaran.

Menurut Fachruddin (2012:2) ketika membuat program televisi seluruh profesi produser, jurnalis, sutradara, editor, dan quality control harus menaati prosedur atau persyaratan yang biasa dilakukan agar program televisi mendapatkan hasil berkualitas. Memproduksi program televisi akan melalui tahapan yang sangat sulit atau rumit, panjang, dan melibatkan banyak orang. Namun hasil siarannya membuat pemirsa jadi mudah mengerti bahkan terhibur. Tingkat kerumitan juga beragam berdasarkan beban kru produksi, peralatan, pengisi acara, dan lokasi pelaksanaan produksi dilaksanakan.

Jadi proses produksi program televisi mempunyai banyak aspek penting, di mulai dengan didukung oleh peralat siaran yang baik, lalu proses perencanaan yang matang, pendanaan yang diberikan untuk produksi mencukupi, kemampuan individu dalam melaksanakan tugas yang diberikan, dan kerja sama tim yang kompak sangat dapat mempengaruhi hasil produksi siaran.

2.3.3 P3SPS Sebagai *Code of Ethics* Lembaga Penyiaran

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) merupakan instrumen penting yang berfungsi sebagai kode etik bagi seluruh lembaga penyiaran di Indonesia. P3SPS terdiri dari dua bagian utama: Pedoman

Perilaku Penyiaran (P3) yang mengatur tentang dasar-dasar moral dan etika penyiaran, serta Standar Program Siaran (SPS) yang mengatur tentang standar isi siaran yang harus dipatuhi oleh semua lembaga penyiaran.

P3SPS ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai implementasi dari amanat Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Regulasi ini mencakup berbagai aspek dalam dunia penyiaran, mulai dari penghormatan terhadap nilai-nilai agama dan budaya, perlindungan anak dan remaja, sensor, klasifikasi program, hingga pengaturan tentang iklan, jurnalistik, dan hak privasi.

Dalam implementasinya, P3SPS berfungsi sebagai panduan bagi lembaga penyiaran dalam memproduksi dan menyiarkan program-programnya. Lembaga penyiaran wajib memastikan bahwa setiap konten yang disiarkan sesuai dengan ketentuan dalam P3SPS. KPI memiliki wewenang untuk memberikan sanksi administratif terhadap lembaga penyiaran yang terbukti melanggar ketentuan dalam P3SPS, mulai dari teguran tertulis hingga penghentian program siaran.

P3SPS juga mengatur tentang klasifikasi program berdasarkan kelompok usia pemirsa, pembatasan dan pelarangan adegan kekerasan, seksualitas, dan penggunaan bahasa kasar, serta kewajiban lembaga penyiaran untuk menyediakan program yang mengandung nilai-nilai edukasi dan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Dengan demikian, P3SPS berperan vital dalam menjaga kualitas dan konten penyiaran di Indonesia agar tetap sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang berlaku, serta melindungi kepentingan publik dari dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh siaran media massa.

2.4 Program Penyiaran Lokal Menurut UU Penyiaran

2.4.1 Pengertian Penyiaran

Penyiaran adalah kegiatan penyelenggaraan siaran radio maupun televisi, yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran jasa radio maupun televisi.¹⁰ Pada Pasal 1 Butir 2 dalam Ketentuan Umum Undang-Undang No 32 tahun 2002 tentang penyiaran, memberikan definisi khusus penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Definisi khusus yang dimaksudkan disini adalah berkaitan dengan fungsi regulasi yang diamanatkan oleh UU tersebut, sehingga definisinya dibatasi mulai dari kegiatan pemancarluasan siaran, yang tentunya telah menggunakan ruang publik (*public sphere*).

Dengan demikian, di ruang publik ini, penyiaran telah menggunakan spektrum frekuensi penyiaran telah melangsungkan proses komunikasi massa dan sebagainya, sementara proses produksi siaran tersebut seperti produk paket siaran belum masuk wilayah publik atau masih bersifat intern stasiun penyiaran bersangkutan dan karenanya tidak termasuk dalam pengaturan UU tersebut. Oleh karena itu, stasiun penyiaran bebas menentukan apakah paket itu diproduksi sendiri atau dari rumah produksi. Tetapi bila bahan program siaran itu kemudian disiarkan yang berarti masuk ke ruang publik, dia harus mengikuti aturan tentang content yang disusun oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia).

2.4.2 Sejarah Penyiaran

Sejarah media penyiaran dunia dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu sejarah media penyiaran sebagai penentu teknologi dan sejarah media penyiaran

sebagai suatu industri. Sejarah media penyiaran sebagai penemu teknologi berawal dari ditemukannya radio oleh para ahli teknik di Eropa dan Amerika. Dengan demikian, mempelajari sejarah media penyiaran dunia baik sebagai penemuan teknologi maupun industri nyaris hampir sama dengan mempelajari sejarah penyiaran di Amerika Serikat.

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya Hertz itu kemudian dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi (1874-1937) dari Italia yang sukses mengirim sinyal morse berupa titik dan garis-garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima.

Sinyal yang dikirimkan Marconi itu berhasil menyebrangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik. Peran radio dalam penyampaian pesan mulai diakui pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal laut yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini. Stasiun radio pertama kali muncul pada tahun 1920 oleh seorang ahli teknik bernama Frank Conrad di Pittsburgh AS, yang berawal dari hobi dan secara iseng-iseng membangun sebuah pemancar radio di garasi rumahnya. Stasiun Conrad itu kemudian diberi nama KDKA dan masih mengudara hingga saat ini serta menjadikannya sebagai stasiun radio tertua di Amerika dan mungkin dunia.

Keberhasilan Conrad membangun stasiun radio membuat stasiun radio lain bermunculan di berbagai wilayah di Amerika. Stasiun radio penyiaran

program informasi dan hiburan kepada masyarakat di wilayahnya. Pada umumnya stasiun radio tersebut memproduksi sendiri programnya. Awalnya stasiun radio tidak terlalu mempersoalkan biaya produksi programnya, namun lama-kelamaan mereka merasakan bahwa anggaran untuk memproduksi sebuah program menjadi beban yang berat sehingga timbul gagasan untuk membangun siaran radio dengan sistem jaringan. Ditinjau dari perpekstif ekonomis dan bisnis, sistem ini dinilai lebih menguntungkan karena melalui sistem jaringan sejumlah stasiun radio secara bersama-sama menanggung biaya produksi program dan menyiarkannya secara beresamasama. Peran radio jaringan mulai menurun seiring dengan munculnya televisi sebagai salah satu bentuk media massa. Jumlah stasiun lokal yang awalnya 97 persen menjadi 50 persen karena semakin banyaknya stasiun radio lokal yang meninggalkan stasiun jaringannya ketika peran televisi sudah semakin nyata sebagai media baru dengan cakupan siaran yang luas. Stasiun radio mulai memproduksi acaranya sendiri dan berkonsentrasi untuk mendapatkan iklan dari pemasangan iklan lokal, karena para pemasang iklan lebih memilih memasang iklannya ke televisi.

Melihat kondisi radio yang kalah saing dengan televisi membuat salah satu stasiun radio di Midwest AS bereksperimen dengan mengamati volume penjualan album rekaman pada sejumlah toko penjualan album dan kemudian memutar lagu-lagu yang paling banyak dibeli orang di stasiun radionya. Hasil eksperimen ini ternyata berhasil dan pendengar menyukai lagu-lagu yang disiarkan sehingga lahirlah format siaran radio pertama yaitu, Top 40.15 Keberhasilan ini kemudian melahirkan berbagai format siaran lainnya yang ternyata juga sukses membuat radio sukses mempertahankan eksistensinya dan

bersaing dengan televisi.

Adapun sejarah penyiaran di Indonesia dimulai dari tahun 1925, yakni pada masa pemerintahan Hindia-Belanda Prof. Komans dan Dr. Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Kejadian ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Tahun 1930 amatir radio Indonesia telah membentuk organisasi yang menamakan dirinya NIVERA (*Neverland Indische Veregining Radio Amatir*) yang merupakan organisasi amatir radio pertama di Indonesia. Berdirinya organisasi ini disahkan oleh pemerintah Hindia-Belanda.

Masa penjajahan Jepang, tidak banyak tercatat tidak banyak catatan kegiatan amatir radio yang dapat di himpun. Kegiatan radio dilarang pemerintah jajahan Jepang, namun banyak diantaranya yang melakukan kegiatannya dibawah tanah secara sembunyi-sembunyi dalam upaya mendukung perjuangan kemerdekaan Indonesia. Tahun 1945 tercatat seorang amatir radio bernama Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan perangkat pemancar radio sederhana buatan sendiri. Akhir tahun 1945 sudah ada sebuah organisasi yang menamakan dirinya PRAI (Persatoean Radio Amatir Indonesia). dan pada periode tahun 1945-1949 banyak para matri radio muda yang membuat sendiri perangkat radio tranceiver yang terpakai untuk

2.4.3. Peraturan UU Penyiaran

Berdasarkan Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, program lokal merupakan program yang diproduksi dan ditayangkan oleh lembaga penyiaran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah jangkauan

siarannya. Program lokal memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas dan budaya daerah, serta mendukung pembangunan daerah melalui penyebaran informasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Dalam implementasinya, lembaga penyiaran televisi wajib menyiarkan program lokal dalam sistem berjaringan yang mencakup minimal 10% dari seluruh waktu siaran per hari. Program lokal harus mencerminkan identitas daerah dan mengangkat nilai-nilai kearifan lokal melalui berbagai format program seperti berita, hiburan, pendidikan, dan kebudayaan. Ketentuan ini diatur lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 43 Tahun 2009 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Melalui Sistem Stasiun Jaringan.

Morissan (2021) menjelaskan bahwa program lokal juga berperan dalam mendukung demokratisasi penyiaran dengan memberikan ruang bagi partisipasi masyarakat lokal dalam produksi dan distribusi konten media. Hal ini sejalan dengan semangat desentralisasi dan otonomi daerah yang memberikan kewenangan lebih besar kepada daerah dalam mengelola potensi dan sumber dayanya, termasuk dalam bidang penyiaran.

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) provinsi Sumatera Utara sebagai regulator penyiaran di tingkat daerah juga memiliki kewenangan untuk mengawasi pelaksanaan ketentuan program lokal ini. KPID dapat memberikan sanksi administratif kepada lembaga penyiaran yang tidak memenuhi ketentuan program lokal sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Teori	Hasil	Persamaan	Perbedaan
01	Nur Fitriyani (2024)	Unsur 6 m dalam produksi di Media massa dan sistem Manajemen berbisnis pers di batik tv Pekalongan	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengumpulkan dan menguraikan data berupa informasi lisan atau tertulis dari	Teori yang digunakan yaitu Pengelolaan sumber daya yang efektif dan efisien. Konsep 6M, yang mencakup manusia, uang, material, mesin, metode, dan pasar, menjadi kerangka kerja	Hasil penelitian yang dilakukan di Batik Tv Pekalongan yaitu dalam menambahkan sumber daya manusia di perusahaannya, biasanya menggunakan dua unsur metode,	Sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Penelitian ini hanya berfokus pada manajemen media massa sedangkan Penelitian terdahulu juga berfokus pada pemenuhan program lokal

			partisipan yang diobservasi secara mendalam.	yang relevan untuk menganalisis dan mengoptimalkan proses produksi.	yang pertama dengan open recruitment dan yang kedua mengambil dari beberapa orang yang sudah mempunyai skill (talent scouting).		
02	Indah Permatasari (2020)	Strategi Programming TVRI Sumatera Utara dalam Mempertahankan	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif deskriptif	Teori yang digunakan yaitu Teori Ekonomi Media dan Teori Manajemen	Penelitian mengungkapkan bahwa TVRI Sumatera Utara menerapkan	Sama-sama mengkaji manajemen media televisi lokal di	Objek penelitian berbeda (TVRI vs iNews TV) Fokus

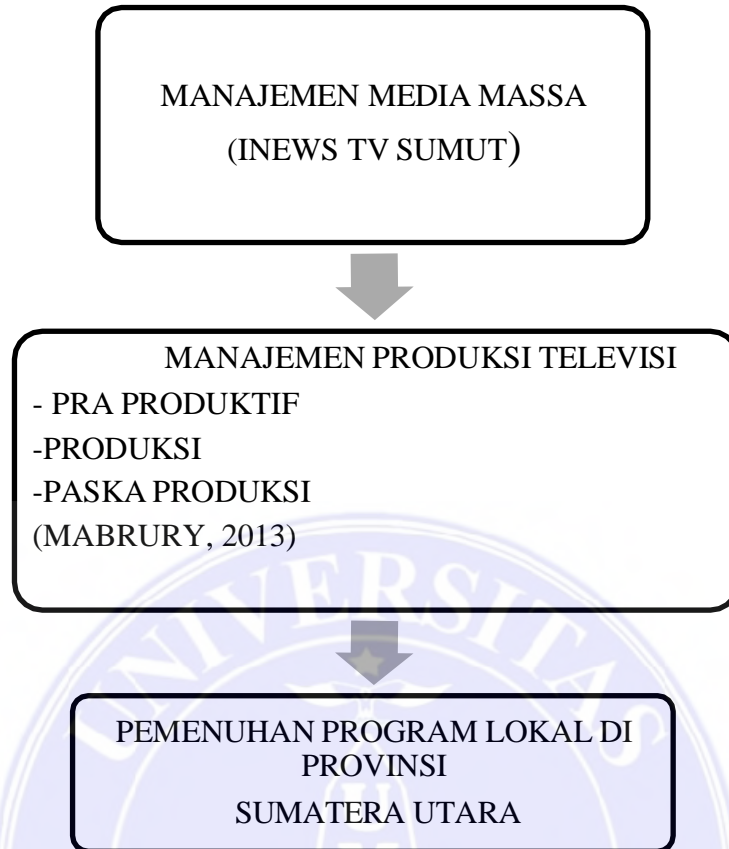
		Eksistensi di Era Digital	dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi.	Penyiaran.	strategi programming yang fokus pada konten lokal berbasis budaya dan kearifan lokal untuk mempertahankan eksistensinya. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan anggaran dan sumber daya teknologi untuk bersaing di era digital.	Sumatera Utara Fokus pada strategi pemenuhan konten lokal Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif	penelitian Permatasari pada strategi programming secara umum, sedangkan penelitian tentang iNews TV lebih spesifik pada pemenuhan program lokal Tidak membahas keterkaitan dengan regulasi siaran secara mendalam
--	--	---------------------------	--	------------	--	--	---

03	Siti Nurhaliza (2022)	Analisis Manajemen Redaksi Program Berita Lokal ‘Sumut Hari Ini’ di Kompas TV Medan	Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan etnografi media dan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumentasi.	Peneliti menggunakan Teori Newsroom Management dan Teori Agenda Setting.	Penelitian menemukan bahwa manajemen redaksi Kompas TV Medan menerapkan empat fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan) dengan adaptasi terhadap kondisi lokal. Program “Sumut Hari Ini” berhasil	Sama-sama mengkaji manajemen media pada televisi lokal di Sumatera Utara dan juga Menggunakan pendekatan fungsi-fungsi manajemen dalam analisis serta Fokus pada produksi konten lokal	Penelitian ini lebih fokus pada manajemen redaksi program berita dan Menggunakan pendekatan etnografi media yang lebih mendalam
----	-----------------------	---	--	--	--	--	---

					mempertahankan kualitas jurnalistik meski dengan keterbatasan sumber daya.		
04	Nurul Fadilah (2019)	Analisis Ekonomi Politik Media dalam Implementasi Program Siaran Lokal di SUN TV Network	Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan kritis dan teknik pengumpulan data melalui	Teori yang digunakan yaitu Teori Ekonomi Politik Media dan Teori Critical Political Economy.	Penelitian mengungkapkan adanya ketegangan antara kepentingan bisnis dan kewajiban memenuhi proporsi siaran	Sama-sama mengkaji implementasi program siaran lokal dan Membahas ketegangan antara aspek bisnis dan	Penelitian ini menggunakan pendekatan ekonomi politik media yang lebih kritis dan Lebih menekankan analisis kritis

			wawancara mendalam dan studi literatur		lokal. SUN TV Network lebih memprioritaskan program yang mendatangkan keuntungan ekonomi daripada memenuhi kewajiban proporsi siaran lokal secara optimal.	regulasi serta Menggunakan pendekatan kualitatif	terhadap dominasi kepentingan bisnis
05	Rudi Hartono (2020)	Strategi Program Direktur dalam Meningkatkan Rating Program Lokal di Kompas TV Makassar	Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan	Penelitian ini menggunakan Teori Manajemen Penyiaran dan Teori Uses and	Penelitian ini menunjukkan strategi program direktur meliputi riset audiens, pengembangan	Penelitian ini sama-sama membahas strategi manajemen dalam	Penelitian ini berfokus pada strategi peningkatan rating, sedangkan

			pendekatan kritis dan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi literatur	Gratification	konten berbasis kebutuhan lokal, diversifikasi program, dan inovasi format. Rating program lokal dapat ditingkatkan melalui keterlibatan tokoh masyarakat dan konten yang menyentuh identitas kultural masyarakat setempat	pengembangan program lokal di media televisi	penelitian terdahulu lebih komprehensif mencakup keseluruhan aspek manajemen dalam pemenuhan program lokal.
--	--	--	--	---------------	--	--	---



Sumber : Peneliti

Kerangka pemikiran mengenai manajemen media massa, khususnya di iNews TV Sumatera Utara, dapat dilihat dari tiga tahapan utama dalam manajemen produksi televisi, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, sebagaimana dijelaskan oleh Mabrury (2013). Pada tahap pra-produksi, iNews TV Sumatera Utara melakukan perencanaan yang matang untuk program-program lokal, termasuk pengembangan konsep, penulisan naskah, dan pemilihan sumber daya manusia yang kompeten.

Hal ini penting untuk memastikan bahwa program yang dihasilkan relevan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat Sumatera Utara. Selanjutnya, pada tahap produksi, tim produksi iNews TV Sumatera Utara melaksanakan pengambilan gambar dan perekaman suara dengan memperhatikan kualitas teknis

dan artistik, sehingga tayangan yang dihasilkan dapat menarik perhatian audiens. Proses ini juga melibatkan kolaborasi yang baik antar anggota tim untuk menciptakan konten yang informatif dan menghibur. Setelah itu, pada tahap pasca-produksi, dilakukan penyuntingan dan pengolahan tayangan untuk memastikan bahwa konten yang disiarkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Dalam konteks pemenuhan program lokal, iNews TV Sumatera Utara berkomitmen untuk menyajikan tayangan yang mencerminkan budaya, nilai, dan isu-isu yang relevan bagi masyarakat setempat, sehingga dapat berkontribusi dalam pelestarian budaya lokal dan pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, manajemen produksi yang efektif di iNews TV Sumatera Utara tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada tanggung jawab sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat di Provinsi Sumatera Utara.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji secara mendalam tentang manajemen media massa dalam pemenuhan program lokal di iNews TV Sumatera Utara. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena ini secara holistik dengan menggali perspektif dan pengalaman para informan yang terlibat langsung dalam proses manajemen dan produksi program lokal tersebut.

Kriyantono (2014: 56) dan Gunawan (2015: 82) mengatakan, penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu kasus dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif tetap ilmiah sebab dalam proses penelitiannya melalui serangkaian proses yang sistematis. Salah satunya penelitian kualitatif menggunakan teknik *non probability* sampling untuk mengumpulkan data. Artinya, pengambilan sampel tidak didasarkan pada rumusan statistika, tapi lebih pada subjektivitas peneliti berdasarkan masalah yang ditelitinya. Salah satu jenis *non probability* adalah *purposive sampling*. Bungin (2015: 107) menyatakan, prosedur *purposive sampling* merupakan salah satu strategi dalam menentukan informasi yang paling umum di dalam penelitian kualitatif, yaitu dengan menentukan sekelompok subjek dan informan penelitian sesuai dengan kriteria terpilih, yang relevan dengan masalah penelitian tertentu.

Artinya, pemilihan subjek dan informan penelitian lebih didasarkan pada kualitas

kepakaran mereka, dan bukan pada kuantitas jumlah mereka, karena penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena, dan bukan untuk menggeneralisasinya. Banyak sedikitnya informan sangat bergantung pada tahapan titik jenuh (*redundancy*), yaitu data penelitian sudah dianggap memadai untuk dilanjutkan ke tahap analisis. Baik itu data primer (hasil observasi dan transkrip wawancara) maupun data sekunder (studi dokumentasi). Supaya penelitian ini dapat menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan harapan dapat menjelaskan temuan-temuan di lapangan secara lebih mendalam dan fokus, tidak melebar ke mana-mana, sebagaimana dikatakan Rahardjo (2017: 9-10); Mulyana (2012); dan Creswell (2013: 20); serta Kriyantono (2012: 66) bahwa dari sisi cakupan wilayah, kajian studi kasus terbatas pada wilayah yang sempit (mikro). Kasus pun dibatasi pada jenis kasus tertentu dan di tempat tertentu dalam waktu tertentu, karena itu hasil penelitian studi kasus tidak dapat digeneralisasi. Penelitian studi kasus sangat mendalam, dan diharapkan dapat memperoleh sebuah konsep atau teori baru untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Menurut Yin (2011), studi kasus tidak cukup hanya dengan pertanyaan 'apa' (*what*), tetapi juga 'bagaimana' (*how*) dan 'mengapa' (*why*). Pertanyaan 'apa' dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan eksplanatif (*explanative knowledge*) berupa penjelasan isu, dan 'mengapa' (*why*) untuk memperoleh pengetahuan eksploratif (*explorative knowledge*) berupa penggalian isu. Yin (2011) menekankan penggunaan kedua pertanyaan itu, karena dipandang sangat tepat untuk memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang gejala yang dikaji. Bentuk pertanyaan akan menentukan strategi yang digunakan untuk memperoleh data.

Dalam penelitian ini, yang ingin peneliti gali lebih dalam adalah produksi program lokal pada program siaran iNews Sumut. Peneliti dalam studi kasus ini berupaya menginterpretasikan sebanyak mungkin data mengenai objek yang diteliti. Peneliti juga akan mempelajari semaksimal mungkin keterangan informan penelitian, yang dinilai mampu memberikan penjelasan terkait dengan program tersebut.

3.2. Waktu dan Tempat

3.2.1 Waktu Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian di stasiun tv lokal PT MNC Televisi Network iNews TV Sumatera Utara yang berlokasi di Jl. Wartawan No,1 Pulo Brayan II, Kec. Medan Timur Kota Medan Sumatera Utara, 20237

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan											
		Sept 2024	Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Jun 2025	Jul 2025	
1	Penyusunan Proposal												
2	Seminar Proposal												
3	Perbaikan Proposal												
4	Penelitian												
5	Penyusunan Skripsi												
6	Seminar Hasil												
7	Perbaikan Skripsi												
8	Sidang Meja Hijau												

Sumber: Peneliti

3.2.2 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah manajemen media massa dalam pemenuhan program lokal siaran “iNews Sumut” dalam di Provinsi Sumatera Utara.

3.2.3 Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam manajemen program lokal iNews TV Sumatera Utara. Dalam penelitian ini, jumlah informan yang digunakan sebanyak 2 orang, yaitu Pimpinan Direksi iNews TV Sumatera utara dan Komesioner KPID Provinsi Sumatera Utara Program Alasan pemilihan informan ini, karena:

- a) Pimpinan Direksi iNews TV Sumatera Utara memiliki peran strategis dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keseluruhan operasional stasiun televisi. Sebagai pemimpin, mereka bertanggung jawab untuk menetapkan visi, misi, dan arah kebijakan stasiun, termasuk dalam hal penyajian program-program lokal yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan wawancara atau pengamatan terhadap Pimpinan Direksi, peneliti dapat memperoleh wawasan mendalam mengenai tantangan dan strategi yang dihadapi dalam manajemen media massa, serta bagaimana kebijakan tersebut diimplementasikan dalam konteks lokal.
- b) Informan dalam penelitian ini akan terdiri dari komisioner KPID Provinsi Sumatera Utara yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam hal pengawasan dan regulasi penyiaran. Informan ini akan memberikan wawasan tentang aturan dan kebijakan yang mengatur penyiaran di wilayah Sumatera

Utara, serta bagaimana peran iNews TV Sumut dalam mengikuti dan mematuhi regulasi tersebut. Mereka dapat menjelaskan bagaimana iNews TV Sumut berperan dalam memenuhi standar penyiaran yang telah ditetapkan oleh KPID. ini juga akan memberikan informasi terkait kualitas pemberitaan yang disiarkan oleh iNews TV Sumut, terutama terkait dengan isu-isu lokal, dan bagaimana media tersebut menjaga objektivitas dan keakuratan informasi.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data membantu peneliti dalam mengumpulkan data penelitian secara sistematis dan lengkap. Penelitian kualitatif memiliki instrumen pengumpulan datanya sendiri. Merujuk pada pernyataan Strauss dan Corbin (dalam Cresswell, 2013), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh peneliti, yakni meliputi data primer dan sekunder (Silalahi, 2009: 280; dan Bungin, 2015).

Lofland (dalam Moleong, 2010: 157) mengemukakan, bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan mengamati dan mewawancarai informan, triangulasi atau pengamat. Sementara data sekunder adalah data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya.

Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat hasil temuan di lapangan, serta melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Berikut teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan, yaitu:

1) Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai tindakan mengamati. Meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra, dan metode observasi adalah metode dimana peneliti mengamati secara langsung objek yang diteliti (Kriyantono, 2014: 64). Definisi ini selaras dengan pernyataan Keirl dan Miller (dalam Moleong, 2010), bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia. Adapun objek observasi peneliti dalam penelitian ini adalah program 'iNews Sumut' yang ditayangkan di iNews TV Provinsi Sumatera Utara.

Bentuk observasi yang peneliti lakukan adalah observasi non partisipan (*non participant observation*). Menurut Kriyantono (2014: 112) observasi non partisipan merupakan metode observasi dimana periset hanya bertindak mengobservasi, tanpa ikut terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan oleh kelompok yang diriset. Artinya, peneliti tidak harus melebur atau menjadi bagian dari Tim Reporter untuk dapat melakukan pengamatan. Melainkan cukup dengan menonton program siaran tersebut. Metode pengumpulan data ini dilakukan untuk mendapatkan data primer penelitian.

2) Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Pada umumnya, penelitian kualitatif menggunakan metode wawancara. Hal ini peneliti maksudkan untuk mencari makna dibalik suatu fenomena. Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih secara face to face. Terdiri dari pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai (*interviewee*).

Atau menurut Moleong (2010: 187) dan Bungin (2015) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Metode interview adalah sebuah dialog atau tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih, yaitu pewawancara dan terwawancara dilakukan secara berhadap-hadapan. Informasi yang didapatkan dalam wawancara adalah data primer. Artinya data yang didapatkan merupakan sumber data utama dalam penelitian.

Dampak positif dari teknik wawancara mendalam, diantaranya:

- a) Peneliti mendapatkan informasi berdasarkan sudut pandang subjek dan informan penelitian. Semakin banyak subjek dan informan berarti semakin beragam sudut pandang yang ditemukan
 - b) Subjek dan informan penelitian lebih terbuka dalam menjawab suatu pertanyaan, tanpa harus digiring untuk memilih salah satu jawaban, sebagaimana terdapat pada kuesioner. Alat pendukung wawancara adalah perekam, catatan ringkas dan dokumentasi
- 3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pencarian dan analisis dokumen atau rekaman yang relevan dengan topik penelitian. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa studi dokumentasi digunakan untuk melengkapi data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi dengan informasi dari sumber tertulis yang dapat memperkuat hasil penelitian.

3.4. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses penerapan secara sistematis teknik statistik dan logis untuk menggambarkan dan mengilustrasikan, menyingkat dan merekap, serta mengevaluasi data. Komponen penting untuk memastikan integritas data adalah

analisis yang akurat dan sesuai dengan temuan penelitian. Analisis statistik yang tidak tepat mendistorsi temuan ilmiah, menyesatkan pembaca biasa, dan dapat secara negatif mempengaruhi persepsi publik tentang penelitian. Masalah integritas juga relevan untuk analisis data non-statistik. Analisis data dalam penelitian deskriptif kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Berikut langkah-langkah dalam analisis data:

1. Data Reduction (Reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang 32 tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2015:338)

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan dengan data. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2015:341). Dalam penelitian ini, mendisplaykan data dilakukan dengan cara membuat uraian berbentuk deskripsi mengenai data hasil pengamatan, wawancara

3. Conclusion Drawing/Verifivation

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2015:345) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah, bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.

3.5. Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan uji keabsahan data dengan menggunakan metode Triangulasi. Menurut Sugiyono (2016), triangulasi adalah teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan keabsahan (validitas) data dengan cara menggabungkan berbagai sumber data, teknik pengumpulan data, atau teori. Tujuan utama dari triangulasi adalah untuk mengurangi kemungkinan bias dalam penelitian dan memperkuat hasil yang diperoleh. Sugiyono menjelaskan bahwa triangulasi dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara membandingkan hasil yang diperoleh dari beberapa sumber data, metode pengumpulan data, atau peneliti yang berbeda.

Sugiyono berpendapat, Keabsahan data kualitatif dapat dijamin oleh beberapa faktor, yaitu:

a) Trianguasi Data

Triangulasi data merupakan suatu cara untuk menjamin keabsahan data kualitatif. Triangulasi data dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber atau melakukan observasi pada waktu yang berbeda. Dengan melakukan triangulasi data, kita dapat melihat apakah hasil yang diperoleh konsisten atau tidak.

b) Diskusikan pertanyaan penelitian dengan jelas

Penting untuk mendiskusikan pertanyaan penelitian dengan jelas untuk memastikan keabsahan data. Memang benar, pertanyaan yang tidak jelas dapat menghasilkan jawaban yang tidak jelas. Dengan membahas pertanyaan 50 penelitian secara jelas maka data yang diperoleh akan lebih spesifik.

c) Menjamin keandalan dan keberhasilan alat pengumpulan data

Keandalan dan keberhasilan alat pengumpulan data juga dapat mempengaruhi keabsahan data kualitatif. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa alat pengumpul data yang digunakan telah teruji keandalannya dan dapat menghasilkan data yang akurat.

d) Analisis Data Terperinci

Analisis data juga merupakan faktor penting dalam menjamin keabsahan data kualitatif. Analisis data yang mendetail dapat membantu menemukan data yang tidak konsisten atau data yang mengandung kesalahan. Percaya dan tidak memaksakan hasil juga dapat membantu menjamin validitas data kualitatif. Jangan memaksakan hasil sesuai ekspektasi karena dapat mengurangi keabsahan data yang diperoleh.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Manajemen Media Massa dalam Pemenuhan Program Lokal iNews TV Sumatera Utara" manajemen media massa yang diterapkan oleh iNews TV Sumut dalam pemenuhan program lokal menunjukkan pola pengelolaan yang sistematis dan terstruktur. Penelitian ini menemukan bahwa iNews TV Sumatera Utara telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen dengan baik, meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

Dalam aspek perencanaan, iNews TV Sumut melakukan riset audiens secara berkala untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi masyarakat Sumatera Utara. Hasil riset ini menjadi dasar dalam pengembangan program lokal yang relevan dan diminati pemirsa.

Dalam aspek pengorganisasian, iNews TV Sumut memiliki struktur organisasi yang jelas dengan pembagian tugas dan tanggung jawab spesifik antara divisi pemberitaan, produksi, dan program. Penelitian ini menemukan bahwa koordinasi antar divisi berjalan efektif dalam memastikan kualitas dan kuantitas program lokal sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Pada aspek pelaksanaan, iNews TV Sumatera Utara menerapkan standar operasional prosedur (SOP) yang komprehensif dalam produksi program lokal. SOP ini mencakup tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan

indikator kinerja yang terukur. Implementasi SOP ini menjamin konsistensi kualitas program lokal yang dihasilkan.

Dalam aspek pengawasan, iNews TV Sumut melakukan evaluasi secara berkala terhadap program lokal yang ditayangkan. Evaluasi ini mencakup aspek *rating*, *share*, dan dampak sosial program. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan program selanjutnya.

5.2 Saran

a) Pengembangan Strategi Multi-platform

iNews TV Sumut dan lembaga penyiaran lokal lainnya perlu mengembangkan strategi distribusi konten lokal yang terintegrasi antara siaran televisi konvensional dan platform digital. Hal ini penting untuk menjangkau audiens yang semakin terfragmentasi dan meningkatkan monetisasi konten lokal.

b) Penguatan Kolaborasi dengan Ekosistem Lokal

Lembaga penyiaran perlu memperkuat kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan lokal, termasuk pemerintah daerah, institusi pendidikan, komunitas kreatif, dan pelaku usaha. Kolaborasi ini dapat menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan program lokal.

c) Investasi pada Pengembangan Talenta Lokal

Lembaga penyiaran perlu meningkatkan investasi dalam pengembangan talenta lokal melalui program pelatihan, magang, dan kemitraan dengan institusi pendidikan. Hal ini akan menjamin ketersediaan sumber daya manusia berkualitas untuk produksi program lokal.

d) Peningkatan Kualitas Produksi

Meskipun menghadapi keterbatasan anggaran, lembaga penyiaran perlu terus meningkatkan kualitas produksi program lokal melalui adopsi teknologi yang efisien dan pengembangan format yang inovatif.

e) Pengembangan Metrik Evaluasi Komprehensif

Lembaga penyiaran perlu mengembangkan metrik evaluasi program yang tidak hanya mengukur aspek komersial (rating dan share), tetapi juga dampak sosial-ekonomi program lokal terhadap masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Baksin, Askurifai (2016), *Jurnalistik Televisi : Teori dan Praktik*.
- Bungin, Burhan (2006), *Teori. Paradigma, Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*.
- Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Deddy, Iskandar Muda (2005), *Jurnalistik Televisi ; Menjadi Reporter Profesional*. Bandung : Rosdakarya.
- Djamal, Hidajanto & Fachruddin, Andi (2011) *Dasar – Dasar Penyiaran* Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana (1993), *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Fachrudin, Aldi (2012), *Dasar Dasar Produksi Televisi : Produksi Berita*, KS, Usman (2009), *Television News Reporting & Writing*, Bogor : Ghalia Indonesia
- McQuail, Denis (1994), *Teori Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga.
- Rustan, Ahmad Sultra & Hakki Nurhakki (2017), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta : Deepublish
- Sugiyono (2015), *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kulitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Baksin, Askurifai. (2016). *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Creswell, J. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fachruddin, Andi. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Jakarta: Prenada Media Group
- Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Halik, Abdul. (2018). *Jurnalisme Partisan dalam Pusaran Kepentingan Ekonomi Politik Media*. *Jurnalisa*, Vol 04 Nomor 2/November, Hal. 196-210.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Penerbit

- Kencana Prenada Media Group.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2012). Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia.
- McQuail, Denis. (2011). Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexi J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2014). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2012). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Denis (1994), Teori Komunikasi Massa; Suatu Pengantar. Jakarta : Erlangga
- Mabrury. (2013). Manajemen Media Massa: Konsep dan Praktik Produksi Siaran Televisi Lokal. Jakarta: Pustaka Cendekia.
- Rahardjo, Mudjia. (2017). Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya. Makalah. Universitas Maulana Malik Ibrahim.
- Siebert, FS, Peterson, T. and Schramm, W. (1956). Four Theories of The Press. Urbana: University of Illinois Press.
- Silalahi, Ulber. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Wright, Charles R. (1959). Mass Communication: A Sociological Perspective. New York: Random House.
- Yin, Robert K. (2011). Case Study Research: Design and Methods, Third Edition. London: Sage Publication.
- Sugiyono (2015), Metode Penelitian : Kuantitatif, Kulitatif dan R&D. Bandung : Alfa

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara

Identitas Responden

1. Nama: Chairman,S.E.,M.H
2. Jenis Kelamin: Pria
3. Pekerjaan: Pimpinan Direksi iNews TV Provinsi Sumatera Utara

Daftar Wawancara

1. Apa yang mendorong iNews Medan untuk fokus pada pemenuhan program lokal di Sumatera Utara?
iNews Medan ini memang ingin memberikan konten yang lebih relevan ya dan dekat dengan audiens di Sumatera Utara. dan juga Fokus pada program lokal yang memungkinkan untuk memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memperkaya variasi konten yang ada.
2. Bagaimana strategi iNews Medan dalam merancang dan menyusun program lokal yang relevan bagi audiens di Sumatera Utara?
iNews Medan banyak melibatkan riset pasar dan mendengarkan feedback dari pemirsa. Dan kami juga bekerja sama dengan pihak- pihak lokal untuk memastikan program yang dibuat tidak hanya menarik tetapi juga memberi manfaat langsung bagi masyarakat.
3. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam menciptakan program lokal yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Sumatera Utara? Tantangannya seringkali memang terkait dengan keberagaman budaya dan bahasa yang ada di Sumatera Utara. Selain itu, juga ada tantangan dalam menjaga agar program tetap menarik dan berkualitas, sekaligus relevan dengan kebutuhan audiens yang beragam.
4. Sejauh mana iNews Medan melakukan riset atau survei untuk mengetahui preferensi pemirsa di Sumatera Utara terkait program lokal?

iNews Medan memang rutin melakukan riset dan survei untuk memahami preferensi audiens. Kami menggunakan data audiens dan juga berinteraksi langsung melalui berbagai platform media sosial untuk mengetahui apa yang diinginkan pemirsa.

5. Bagaimana proses kolaborasi antara tim kreatif, redaksi, dan produksi dalam memproduksi program lokal di iNews Medan?

Untuk kolaborasi antar tim di iNews Medan sangat penting. Tim kreatif dan redaksi biasanya bertemu untuk brainstorming ide program, sementara itu tim produksi memastikan ide-ide tersebut bisa diwujudkan dengan kualitas tinggi. Semua tim bekerja bersama dari awal sampai program siap tayang.

6. Apa yang membedakan program lokal yang disiarkan oleh iNews Medan dengan program lokal dari stasiun televisi lainnya di Sumatera Utara?

iNews Medan menonjolkan kualitas produksi yang lebih baik dan fokus pada isu-isu yang lebih mendalam dan relevan bagi masyarakat Sumatera Utara. Kami juga punya gaya penyajian yang lebih segar dan modern.

7. Bagaimana iNews Medan memastikan bahwa program lokal yang ditayangkan dapat mencerminkan budaya dan nilai-nilai lokal Sumatera Utara?

iNews TV Sumatera Utara sering melibatkan tokoh masyarakat lokal, budaya lokal, dan bahasa daerah dalam program kami. Ini membantu memastikan bahwa program yang disajikan tetap dekat dengan nilai dan tradisi yang berlaku di masyarakat.

8. Apakah ada mekanisme evaluasi untuk mengukur keberhasilan program lokal iNews Medan? Jika ada, bagaimana proses tersebut dilakukan? Terkait evaluasi dilakukan secara rutin melalui analisis rating dan feedback dari pemirsa, baik melalui media sosial maupun survei langsung. Ini membantu tim untuk melihat apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.

9. Bagaimana manajemen iNews Medan memastikan keseimbangan antara program lokal dan program nasional yang disiarkan?

Manajemen iNews Medan memastikan ada pembagian waktu yang seimbang antara program lokal dan nasional, dengan tetap mempertimbangkan waktu

tayang yang tepat untuk masing-masing jenis program. Keduanya saling melengkapi dan memberikan variasi bagi pemirsa.

10. Apa rencana iNews Medan ke depan terkait pengembangan dan peningkatan kualitas program lokal untuk lebih memenuhi kebutuhan pemirsa di Sumatera Utara?

Ke depan, iNews Medan akan terus berinovasi dengan menambahkan lebih banyak program yang berbasis pada isu lokal, serta meningkatkan teknologi produksi agar konten yang disajikan semakin berkualitas dan relevan dengan audiens.

Pra-Produksi:

1. Bagaimana proses perencanaan konten untuk program-program iNews Medan dilakukan?

Proses perencanaan dimulai dengan riset untuk menentukan topik yang relevan. Tim kreatif dan redaksi kemudian berdiskusi untuk merumuskan ide program yang menarik, sekaligus menentukan format dan elemen yang akan digunakan dalam program.

2. Apa saja langkah-langkah yang diambil dalam penentuan topik berita yang akan ditayangkan di iNews Medan?

Tim redaksi melakukan pemantauan berita terkini, melihat tren sosial dan politik lokal, serta menganalisis data pemirsa. Kami juga sering berdiskusi dengan reporter di lapangan untuk memastikan topik yang dipilih benar-benar sesuai dengan kebutuhan audiens.

Produksi:

1. Apa perangkat keras dan perangkat lunak utama yang digunakan dalam proses pengambilan gambar dan suara untuk iNews Medan?

Untuk pengambilan gambar, iNews Medan menggunakan kamera profesional seperti Sony dan Canon. Untuk suara, mereka menggunakan mikrofon

berkualitas tinggi seperti Sennheiser atau Shure. Perangkat lunak editing yang sering digunakan adalah Adobe Premiere Pro dan Avid Media Composer.

2. Bagaimana proses pengaturan pencahayaan dan pengambilan gambar dilakukan di lokasi untuk memastikan kualitas tayangan?

Pengaturan pencahayaan dilakukan dengan memperhatikan waktu dan lokasi syuting, menggunakan alat pencahayaan seperti lampu LED atau softbox untuk menciptakan pencahayaan yang sesuai dengan mood dan tema program.

Kameramen juga memastikan framing dan angle yang tepat agar tayangan terlihat menarik dan profesional.

3. Pasca-Produksi Perangkat lunak apa saja yang digunakan dalam proses editing video di iNews Medan?

Untuk editing video, iNews Medan biasanya menggunakan Adobe Premiere Pro untuk editing umum dan Avid Media Composer untuk proyek-proyek yang lebih besar atau membutuhkan pengolahan video yang lebih kompleks. Mereka juga sering memakai After Effects untuk efek visual.

Lampiran 2 Hasil Wawancara 2

Hasil Wawancara

Informan

Identitas Responden

4. Nama: M.Hidayat
5. Jenis Kelamin: Pria
6. Pekerjaan: Komesioner KPID Provinsi Sumatera Utara

Daftar Wawancara

1. Apa peran utama KPI Sumatera Utara dalam pengawasan dan pengaturan program lokal di media massa?

Peran utama KPI Sumatera Utara adalah yang pastinya memastikan bahwa media massa di wilayahnya, khususnya stasiun televisi, mematuhi regulasi terkait program lokal. KPI bertugas mengawasi kualitas, kuota, dan keberagaman program lokal yang ditayangkan agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan nilai budaya daerah.

2. Bagaimana KPI Sumatera Utara menilai pemenuhan kewajiban program lokal oleh stasiun televisi di daerah ini, khususnya yang beroperasi di Sumatera Utara?

KPI Sumatera Utara menilai pemenuhan kewajiban program lokal berdasarkan laporan yang diajukan oleh stasiun televisi, pengawasan langsung melalui monitoring siaran, dan juga hasil dari riset yang dilakukan untuk mengevaluasi apakah konten yang ditayangkan sudah sesuai dengan ketentuan yang ada.

3. Apa tantangan yang dihadapi oleh KPI Sumatera Utara dalam memastikan bahwa stasiun televisi memenuhi regulasi terkait program lokal?

Tantangannya biasanya berkaitan dengan keterbatasan sumber daya, baik dari segi tenaga pengawas maupun teknologi yang ada. Selain itu, beberapa stasiun mungkin lebih fokus pada program nasional yang lebih populer, sehingga ada kecenderungan mengabaikan program lokal.

4. Sejauh mana KPI Sumatera Utara terlibat dalam proses perencanaan dan pengawasan program lokal yang disiarkan oleh media massa di wilayah ini?

KPI Sumatera Utara terlibat dalam pengawasan program lokal melalui pemantauan rutin dan evaluasi. Walaupun tidak langsung terlibat dalam perencanaan konten, mereka memberikan panduan dan regulasi kepada stasiun televisi untuk memastikan program lokal tetap berkualitas dan sesuai aturan.

5. Bagaimana KPI Sumatera Utara menilai kualitas program lokal yang ada di Sumatera Utara, terutama dari sisi keberagaman budaya dan nilai lokal?

KPI Sumatera utara menilai kualitas program lokal dengan mengutamakan keberagaman budaya dan nilai-nilai lokal. Program yang ditayangkan harus mencerminkan budaya setempat dan memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman dan pelestarian budaya daerah. Kami juga melihat apakah program tersebut memenuhi kebutuhan dan minat audiens lokal.

6. Apakah KPI Sumatera Utara memiliki mekanisme khusus untuk memberikan sanksi atau penghargaan kepada stasiun televisi yang mematuhi atau melanggar ketentuan program lokal?

Ya, KPI Sumatera Utara memiliki mekanisme untuk memberikan sanksi

kepada stasiun yang melanggar ketentuan, seperti peringatan atau denda. Sebaliknya, stasiun yang patuh bisa mendapatkan penghargaan atau apresiasi dalam bentuk pengakuan atas komitmen mereka untuk memenuhi program lokal.

7. Bagaimana KPI Sumatera Utara mengidentifikasi dan mengatasi ketimpangan atau kekurangan dalam penyediaan program lokal di media massa?

KPI Sumut melakukan pemantauan secara berkala dan berkoordinasi dengan pihak stasiun televisi untuk mengidentifikasi kekurangan dalam penyediaan program lokal. Mereka juga menyarankan peningkatan kuota atau kualitas program jika diperlukan, serta memberikan dukungan kepada stasiun untuk menciptakan konten lokal yang lebih relevan

8. Bagaimana KPI Sumatera Utara mendukung pengembangan program lokal yang lebih berkualitas untuk meningkatkan daya tarik audiens di Sumatera Utara?

KPI Sumut mendorong stasiun televisi untuk berinovasi dengan menyediakan pelatihan, workshop, atau kolaborasi dengan produser lokal. Mereka juga menyarankan agar stasiun televisi lebih sering melibatkan komunitas lokal dalam pembuatan program agar lebih menarik bagi audiens setempat.

9. Apakah ada tantangan dalam menyelaraskan kepentingan industri media dengan kebutuhan masyarakat lokal terkait program penyiaran? Tentu saja ada tantangan terbesar nya adalah ketika kepentingan industri media, yang lebih berorientasi pada profit, bertentangan dengan kebutuhan masyarakat lokal yang lebih mengutamakan konten yang relevan dan berbobot. Hal ini bisa

mempengaruhi keputusan stasiun televisi dalam menayangkan program lokal yang lebih berkualitas.

10. Apa langkah-langkah yang diambil oleh KPI Sumatera Utara untuk mendorong stasiun televisi lokal agar lebih inovatif dalam menyajikan konten lokal yang relevan dan menarik?

KPI Sumut sering mengadakan forum, diskusi, dan seminar untuk membahas perkembangan penyiaran lokal, serta memberikan panduan kepada stasiun televisi mengenai cara-cara kreatif untuk membuat program lokal yang lebih menarik dan relevan dengan audiens. Mereka juga mendorong pemanfaatan teknologi baru dalam produksi program.

11. Apa saja regulasi yang mengatur kewajiban lembaga penyiaran untuk menayangkan program lokal di Indonesia?

Regulasi yang mengatur kewajiban ini antara lain adalah Undang- Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang mengharuskan lembaga penyiaran untuk menayangkan program lokal dengan jumlah tertentu. Selain itu, ada juga peraturan dari KPI terkait kuota program lokal yang harus dipenuhi oleh stasiun televisi.

12. Bagaimana cara lembaga penyiaran dapat memastikan pemenuhan kuota program lokal yang ditetapkan oleh pemerintah?

Lembaga penyiaran dapat memastikan pemenuhan kuota program lokal dengan cara mengatur jadwal siaran yang mencakup program- program lokal, dan juga bisa bekerja sama dengan produser konten lokal, serta memastikan konten yang diproduksi memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh KPI atau regulator lainnya. Mereka juga dapat menggunakan sistem monitoring

internal atau menggunakan laporan yang diawasi oleh KPI untuk memastikan jumlah tayangan lokal terpenuhi.

13. Apa saja jenis program lokal yang wajib ditayangkan oleh lembaga penyiaran berdasarkan peraturan yang ada?

Kalau jenis program lokal yang wajib ditayangkan berdasarkan peraturan itu yang ada biasanya mencakup berbagai kategori, seperti berita, hiburan, drama, dokumenter, budaya, dan pendidikan. Program-program ini diharapkan dapat mencerminkan nilai-nilai lokal dan kebudayaan Indonesia.

14. Apa sanksi yang dapat dikenakan kepada lembaga penyiaran yang tidak memenuhi ketentuan pemenuhan program lokal?

Sanksi yang dapat dikenakan kepada lembaga penyiaran yang tidak memenuhi ketentuan pemenuhan program lokal antara lain berupa teguran, denda administratif, penghentian sementara siaran, atau bahkan pencabutan izin siaran, tergantung pada pelanggaran dan seberapa besar dampaknya terhadap kualitas penyiaran.

15. Apakah ada perbedaan sanksi antara lembaga penyiaran televisi nasional dan lokal yang melanggar regulasi terkait program lokal? Perbedaan sanksi antara lembaga penyiaran televisi nasional dan lokal bisa ada dalam hal beratnya sanksi. Lembaga penyiaran televisi nasional biasanya memiliki tanggung jawab yang lebih besar karena cakupan siarannya lebih luas, sehingga pelanggarannya bisa dikenakan sanksi yang lebih berat. Sementara itu, televisi lokal, meskipun tetap wajib memenuhi kuota, bisa mendapat sanksi yang lebih ringan jika pelanggarannya tidak terlalu signifikan. Namun, hal ini tetap bergantung pada peraturan yang berlaku di masing-masing wilayah atau jenis penyiaran.

Lampiran 3 Hasil Wawancara Informan 3

Identitas Responden

1. Nama: Asyifa Cahya Purnama
2. Jenis Kelamin: Wanita
3. Status: Mahasiswa

Daftar Wawancara

1. Apakah Bapak pernah menonton program lokal yang ditayangkan oleh iNews TV Sumatera Utara?

Pernah, saya cukup sering menonton, terutama kalau ada berita daerah atau acara tentang budaya Sumatera Utara. Biasanya saya tonton pagi hari sebelum beraktivitas.

2. Menurut Bapak, bagaimana kualitas isi dan penyajian program lokal yang ditayangkan oleh iNews TV Sumut?

Isi beritanya sudah cukup baik dan informatif. Tapi dari sisi penyajian, menurut saya masih bisa ditingkatkan. Terkadang pengemasan acaranya terasa monoton dan kurang menarik untuk penonton muda.

3. Apakah menurut Bapak program lokal tersebut sudah mencerminkan kehidupan dan budaya masyarakat Sumatera Utara?

Sebagian sudah mencerminkan, seperti saat menampilkan upacara adat, kuliner khas, atau kegiatan komunitas lokal. Tapi memang masih banyak sisi lain dari budaya Sumut yang belum terekspos secara luas.

4. Apakah tayangan lokal yang disiarkan iNews TV Sumut menurut Bapak relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat daerah?

Ya, cukup relevan. Apalagi informasi tentang peristiwa terkini di kota atau kabupaten, itu sangat berguna. Tapi saya rasa masih kurang liputan soal isu-

isu pedesaan atau pelosok.

5. Apakah ada tema atau topik lokal yang menurut Bapak belum banyak diangkat oleh iNews TV Sumut?

Menurut saya, kehidupan petani, nelayan, dan pelaku UMKM masih jarang diangkat. Padahal mereka bagian penting dari ekonomi daerah dan menarik juga untuk dijadikan program.

6. Program lokal seperti apa yang paling Bapak butuhkan atau sukai?

Saya pribadi suka program yang membahas budaya dan kuliner daerah. Tapi juga ingin lebih banyak tayangan pendidikan dan ekonomi yang bisa memberi manfaat langsung ke masyarakat.

7. Apakah program lokal iNews TV Sumut menurut Bapak memiliki pengaruh dalam menumbuhkan rasa cinta terhadap daerah sendiri?

Tentu saja. Melihat tayangan yang mengangkat budaya atau prestasi lokal membuat saya lebih bangga menjadi bagian dari Sumatera Utara. Jadi ada rasa memiliki.

8. Apa harapan Bapak terhadap iNews TV Sumut dalam meningkatkan kualitas dan keberagaman program lokalnya ke depan?

Saya harap mereka bisa lebih kreatif dalam menyajikan konten dan lebih sering melibatkan masyarakat lokal. Selain itu, jadwal tayangnya juga harus lebih konsisten dan dipromosikan lebih luas.

9. Apakah Bapak merasa dilibatkan secara tidak langsung melalui konten yang ditayangkan?

Kadang-kadang, iya. Kalau ada liputan dari wilayah saya atau tentang

kegiatan komunitas, rasanya seperti ikut terwakili. Tapi saya harap bisa lebih banyak konten yang menyentuh kehidupan warga biasa.

10. Sejauh mana Bapak percaya bahwa media lokal seperti iNews TV Sumut dapat menjadi corong untuk menyuarakan aspirasi masyarakat?

Saya cukup percaya. Asal mereka tetap netral dan mau memberi ruang bagi suara masyarakat, terutama yang tidak terjangkau oleh media nasional. Media lokal punya potensi besar untuk jadi jembatan antara rakyat dan pemerintah.



Lampiran 4 Pedoman Wawancara Triangulator

Nama : Putri Rahmadani Zein, S.Sos, M.Sos

Jenis Kelamin : Wanita

Agama : Islam

Masa Kerja : 3 Tahun

Pekerjaan : News Anchor / Penyiar Berita

1. Apakah Kakak pernah menonton program lokal yang ditayangkan oleh iNews TV Sumatera Utara?

Pernah, saya cukup sering menonton, terutama kalau ada berita daerah atau acara tentang budaya Sumatera Utara. Biasanya saya tonton pagi hari sebelum beraktivitas.

2. Menurut Kakak, bagaimana kualitas isi dan penyajian program lokal yang ditayangkan oleh iNews TV Sumut?

Isi beritanya sudah cukup baik dan informatif. Tapi dari sisi penyajian, menurut saya masih bisa ditingkatkan. Terkadang pengemasan acaranya terasa monoton dan kurang menarik untuk penonton muda.

3. Apakah menurut Kakak program lokal tersebut sudah mencerminkan kehidupan dan budaya masyarakat Sumatera Utara?

Sebagian sudah mencerminkan, seperti saat menampilkan upacara adat, kuliner khas, atau kegiatan komunitas lokal. Tapi memang masih banyak sisi lain dari budaya Sumut yang belum terekspos secara luas.

4. Apakah tayangan lokal yang disiarkan iNews TV Sumut menurut Kakak relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat daerah?

Ya, cukup relevan. Apalagi informasi tentang peristiwa terkini di kota atau kabupaten, itu sangat berguna. Tapi saya rasa masih kurang liputan soal isu-

isu pedesaan atau pelosok.

5. Apakah ada tema atau topik lokal yang menurut Kakak belum banyak diangkat oleh iNews TV Sumut?

Menurut saya, kehidupan petani, nelayan, dan pelaku UMKM masih jarang diangkat. Padahal mereka bagian penting dari ekonomi daerah dan menarik juga untuk dijadikan program.

6. Program lokal seperti apa yang paling Kakak butuhkan atau sukai?

Saya pribadi suka program yang membahas budaya dan kuliner daerah. Tapi juga ingin lebih banyak tayangan pendidikan dan ekonomi yang bisa memberi manfaat langsung ke masyarakat.

7. Apakah program lokal iNews TV Sumut menurut Kakak memiliki pengaruh dalam menumbuhkan rasa cinta terhadap daerah sendiri?

Tentu saja. Melihat tayangan yang mengangkat budaya atau prestasi lokal membuat saya lebih bangga menjadi bagian dari Sumatera Utara. Jadi ada rasa memiliki.

8. Apa harapan Kakak terhadap iNews TV Sumut dalam meningkatkan kualitas dan keberagaman program lokalnya ke depan?

Saya harap mereka bisa lebih kreatif dalam menyajikan konten dan lebih sering melibatkan masyarakat lokal. Selain itu, jadwal tayangnya juga harus lebih

konsisten dan dipromosikan lebih luas.

9. Apakah Kakak merasa dilibatkan secara tidak langsung melalui konten yang ditayangkan?

Kadang-kadang, iya. Kalau ada liputan dari wilayah saya atau tentang

kegiatan komunitas, rasanya seperti ikut terwakili. Tapi saya harap bisa lebih banyak konten yang menyentuh kehidupan warga biasa.

10. Sejauh mana Kakak percaya bahwa media lokal seperti iNews TV Sumut dapat menjadi corong untuk menyuarakan aspirasi masyarakat?

Saya cukup percaya. Asal mereka tetap netral dan mau memberi ruang bagi suara masyarakat, terutama yang tidak terjangkau oleh media nasional. Media lokal punya potensi besar untuk jadi jembatan antara rakyat dan pemerintah.



Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian Wawancara Pimpinan Direksi iNews Tv Sumatera Utara



Mahasiswa Ilmu Komunikasi tengah melakukan wawancara dengan pimpinan direksi INews TV di ruang kerjanya untuk menggali informasi terkait strategi manajemen media lokal di Sumatera Utara, Senin (17/2/2025).

Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara Komisioner Kpid Provinsi Sumatera Utara



Mahasiswa Ilmu Komunikasi tengah melakukan wawancara dengan salah satu komisioner KPID Sumatera Utara di ruang kerja untuk memperoleh data terkait pengawasan dan manajemen program lokal di INews TV, Senin (24/2/2025).

Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Penyiari Program Lokal



Mahasiswa Ilmu Komunikasi sedang melakukan wawancara dengan penyiari program lokal untuk memperoleh informasi mengenai strategi penyiaran dan produksi konten lokal di Sumatera Utara, Senin (17/2/2025).

Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara Masyarakat Lokal



Mahasiswa Ilmu Komunikasi melakukan wawancara dengan masyarakat lokal untuk mengetahui tanggapan publik terhadap tayangan program lokal INews TV di Provinsi Sumatera Utara, Senin (17/2/2025).

Lampiran 9 Surat Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolan Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : /FIS.3/01.10/II/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 12 Februari 2025

Kepada Yth.
Kantor iNews TV Medan
Jl. Wartawan No.1 Pulo Brayan II, Kec. Medan Tim Kota Medan Sumatera Utara 20237

Dengan hormat,
Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Nasywa Sabitah
NIM : 218530005
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada iNews TV Medan untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Manajemen Media Massa Dalam Pemenuhan Program Lokal Sumatera Utara (Studi Kasus iNews Sumut)"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik


Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom

Tembusan:
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip





Medan, 13 April 2025

No :012/SK/INEWSSUMUT/III/2025
Hal : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area
Jl. Kolam No.1 / Jl.Gedung PBSI
Medan 20223

Dengan hormat,

Berdasarkan surat mengenai izin pengambilan data/riset mahasiswa yang telah kami terima sebelumnya, maka melalui surat ini, kami pihak PT. Deli Media Televisi (iNews TV Sumut) dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Nasywa Sabitah
NIM : 218530005
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Manajemen Media Massa Dalam Pemenuhan Program Lokal Sumatera Utara (Studi Kasus iNews TV Sumut) yang berlangsung pada tanggal 13 Februari-12 April 2025.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Diketahui,



Chairman
Kepala Biro iNews TV Sumut



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kalam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 500 /FIS.3/01.10/II/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 14 Februari 2025

Kepada Yth.
Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Provinsi Sumatera Utara
Jl. Adinegoro No. 7 Medan 20235

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Nasywa Sabitah
NIM : 218530005
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Kantor Penyiaran Indonesia Sumatera Utara untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Manajemen Media Massa Dalam Pemenuhan Program Lokal Sumatera Utara (studi kasus iNews sumut)"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik


Dr. Selamat Riadi, S.E., M.I.Kom.

Tembusan:
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip