

## IMPLEMENTASI MANAJEMEN PRODUKSI PELIPUTAN DAN PENYIARAN MEDIA RADIO DAN TELEVISI

Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Najwa Ulfi Rahmi<sup>2</sup>, Dhea Aftariza<sup>3</sup>, Tiara Ramadani<sup>4</sup>, Cintika Sopyola Nasution<sup>5</sup>, Azrul Mahadi Pane<sup>6</sup>  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[windakustiawan@uinsu.ac.id](mailto:windakustiawan@uinsu.ac.id)<sup>1</sup>, [najwaulfi89@gmail.com](mailto:najwaulfi89@gmail.com)<sup>2</sup>, [aftarizad@gmail.com](mailto:aftarizad@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[ttiaramadani22@gmail.com](mailto:ttiararamadani22@gmail.com)<sup>4</sup>, [cintikasopyola22@gmail.com](mailto:cintikasopyola22@gmail.com)<sup>5</sup>, [azrulpane0@gmail.com](mailto:azrulpane0@gmail.com)<sup>6</sup>

**Abstrak:** Proses penyiaran berita di radio tidak terlepas dari pelaksanaan manajemen penyiaran. Radio Dakta merupakan radio yang persentasenya paling tinggi dalam menyiarkan jenis informasi sebanyak 60%. Radio Dakta merupakan radio yang turut berperan aktif dalam bekerjasama dengan pemerintah serta instansi lainnya untuk menyajikan berbagai informasi ter-uptodate. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen penyiaran berita di radio Dakta dalam pemenuhan informasi pendengar serta faktor pendukung dan penghambat. Pendekatan penelitian adalah kualitatif. Metode yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen penyiaran berita radio Dakta dilakukan dengan baik. Proses manajemen penyiaran berita radio Dakta dilakukan perencanaan yang meliputi pencarian berita, penyusunan berita, pembagian berita, pelaksana penyiaran berita, tujuan penyiaran berita dan menentukan sasaran. Pengorganisasian meliputi departemenisasi radio dan pembagian kerja. Pengarahan dan memberikan pengaruh yang meliputi motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan. Pengawasan yang meliputi evaluasi yang dilakukan internal dan external. Kontribusi penelitian ini memberi pemahaman cara manajemen penyiaran di sebuah radio terkait penyajian informasi-informasi yang sesuai kaidah dalam pemenuhan informasi pendengar.

**Kata Kunci:** Berita, Manajemen Penyiaran, Pemenuhan Informasi, Radio.

**Abstract:** The process of broadcasting news on radio cannot be separated from the implementation of broadcast management. Radio Dakta is a radio station with the highest percentage in broadcasting information types as much as 60%. Radio Dakta is a radio station that actively plays a role in collaborating with the government and other agencies to present various up-to-date information. This study aims to determine the management of news broadcasting on Radio Dakta in fulfilling listeners' information as well as supporting and inhibiting factors. The research approach is qualitative. The method used is descriptive. Data collection techniques are carried out through interviews, observations and documentation. The research data analysis techniques are data reduction, data presentation, drawing conclusions. This study uses source triangulation. The results of this study indicate that the management of Dakta radio news broadcasting is carried out well. The process of managing Dakta radio news broadcasting is carried out through planning which includes news searches, news compilation, news distribution, news broadcasters, news broadcast objectives and determining targets. Organization includes radio departmentalization and division of labor. Direction and influence that includes motivation, communication, leadership and training. Supervision that includes evaluation conducted internally and externally. The contribution of this research provides an understanding of how to manage broadcasting on a radio related to the presentation of information that is in accordance with the rules in fulfilling listeners' information.

**Keywords:** News, Broadcast Management, Information Fulfillment, Radio.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dewasa ini, memicu munculnya persaingan berubah menjadi tren masyarakat informasi dimana masyarakat memiliki dorongan kuat untuk menjalin hubungan sosial melalui jaringan-jaringan media (Galih, et al, 2013). Perkembangan pada media-media komunikasi telah menjadikan semua orang yang berada di seluruh dunia bisa saling berkomunikasi. Media merupakan saluran yang dipakai untuk sarana penyampaian informasi atau pesan-pesan (Morissan, 2018:13). Komunikasi merupakan suatu proses terkait dengan hubungan manusia antara satu manusia dengan manusia lainnya yang ada di lingkungan sekitar. Tidak adanya komunikasi yang dilakukan maka seseorang akan terpisah dari lingkungan. Tidak adanya lingkungan, komunikasi menjadi kegiatan yang tidak efektif.

Komunikasi perlu dilakukan karena manusia bisa menjalin hubungan dengan orang-orang di lingkungan sosialnya. Setiap individu dalam berkomunikasi membutuhkan media komunikasi untuk bisa menghubungkan manusia satu dengan lainnya. Media komunikasi merupakan sarana yang dipergunakan dalam melakukan produksi, reproduksi, pengolahan, pendistribusian atau penyebaran dan penyampaian suatu informasi. Media komunikasi sangat berperan penting dalam membantu kehidupan masyarakat (Suryanto, 2015:185).

Salah satu media massa yang tetap solid di tengah kemajuan teknologi pada era ini ialah radio. Radio ialah sebuah alat elektronik yang dipakai untuk media komunikasi serta informasi.

Radio hanya bisa memberikan sinyal-sinyal audio atau pendengaran. Dengan adanya radio, siapapun bisa mendengarkan berbagai macam siaran seperti tentang peristiwa-peristiwa penting, permasalahan yang terjadi di kehidupan serta siaran hiburan yang menyenangkan. Secara sederhana, bentuk radio dibagi menjadi duabagian besar yaitu sebagai suatu alat penerima informasi dan pemberi informasi (Suryanto, 2015:189). Radio juga mempunyai keistimewaannya sendiri dibanding dengan media massa lainnya. Sampai saat ini, radio masih dikonsumsi oleh khalayak karena karakteristiknya yang bersifat mobile, flexible, personal, murah yang semakin ketat antar perusahaan dalam memperebutkan pendengar untuk suatu produk yang dihasilkannya.

Selain memerlukan suatu hiburan, para pendengar juga membutuhkan akan informasi-informasi aktual. Hal tersebut akan berdampak pada sulitnya para pendengar memilih radio yang anti pada berita. Secara lebih baik siaran acara pagi, pada umumnya mulai jam 6-8 pagi untuk radio-radio tersebut menyuguhkan siaran yang bertemakan news selain pemutaran lagu penyemangat. Penyiaran berita di radio tidak cuma mempedomani kode etik dari penyiaran tetapi perlu juga memperhatikan kode etik dalam hal jurnalistik, seperti tidak menjadikan satu antara fakta dan pendapat, berimbang, akurasi data, cek dan ricek, sumber berita, menjauhi hal-hal terkait pornografi dan sara, dan penyajian berita dengan nada netral, formal dan tidak tendesius (Romli, 2017:114).Filosof dan Ely menyatakan bahwa suatu informasi merupakan serangkaian simbol yang mempunyai potensi untuk makna. Dengan kata lain, informasitersebut merupakanrangkaiansuatu data yang telah diproses menjadi sesuatu hal yang mempunyai arti dari penerima dan bermanfaat dalam menentukan sebuah keputusan pada saat ini maupun di waktu mendatang. Informasi yang bagus terlihat dari proses komunikasi terstruktur dan mempunyai informasi atau berita yang berkualitas baik (Andriani, Putri, 2020).

Di era yang semakin dikuasai oleh teknologi dan informasi saat ini menuntut manusia untuk selalu tahu berbagai informasi. Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal atau menyeluruh. Melalui media massa dalam bentuk cetak maupun elektronik, program maupun informasi gencar disajikan dalam bentuk yang dikemas secara menarik. Media massa lah yang menjadi sumber kebutuhan masyarakat dewasa ini. Karena media sangat berpengaruh bagi kehidupan, maka perlu diketahui bagaimana media massa bekerja, beberapa diantaranya yang perlu direnungkan, melalui media massa, setiap orang mengetahui hampir segala sesuatu diluar lingkungan mereka. Setiap orang membutuhkan media massa untuk mengekspresikan ide-ide mereka ke khalayak luas.

Tanpa media massa, gagasan seseorang hanya sampai kepada orang-orang disekitarnya. Televisi dan radio sebagai bagian dari media massa, turut memainkan fungsinya dalam memberikan informasi kepada khalayak penonton dan pendengarnya.

Khalayak yang beragam, membuat pemilik siaran televisi dan radio berupaya untuk memenuhi kebutuhan pemirsanya. Salah satunya membuat program berita dan hiburan. Baik televisi maupun radio memiliki kelebihan masing-masing, seperti televisi, dengan

karakteristiknya sebagai media audio visual, memiliki keunggulan dari media massa lainnya, terutama dalam kecepatan penyebaran informasi pada khalayak yang luas dalam waktu bersamaan. Beragam informasi yang dapat disampaikan oleh televisi, melahirkan beragam program penyiaran yang bentuk dan penyampaiannya disesuaikan dengan target usia khalayaknya. Tujuannya tidak lain untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang berbeda-beda. Salah satu upaya pengelola stasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan pemirsanya akan informasi adalah dengan mendirikan saluran televisi khusus berita, yaitu saluran yang khusus menyiarkan berita sepanjang hari. Khalayak yang menjadi sasaran dari stasiun televisi berita ini lebih spesifik dan menasar pada khalayak dengan status sosial tertentu. Walaupun khalayaknya tidak sebesar stasiun televisi biasa, stasiun televisi berita masih bisa mempertahankan eksistensinya dengan memberikan berita-berita terkini. Sedangkan radio memiliki daya tarik sendiri bagi pendengar, dengan penyajiannya yang sederhana radio menjadi salah satu media yang cukup kompeten dalam menyampaikan informasi. Pada mulanya Literatur adalah a radio dikenal sebagai media hiburan bukan media informasi dan pendidikan, namun sejak bergulirnya era reformasi radio semakin bebas menyajikan berita pada masyarakat. Keberhasilan sebuah stasiun radio tidak terlepas dipengaruhi oleh program acara yang disiarkannya, maka dalam suatu perusahaan radio terdapat beragam program acara yang disiarkan. Beragam program acara disajikan dengan format semenarik dan seunik mungkin untuk mendapat perhatian dari pendengar.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library reseach) dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku, majalah, jurnal, lifet yang berkenaan dengan masalah dan tujuan penelitian, (Syahputra M.R. dan Darmansah 2020:21). Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Studi merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan berbagai teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi/diteliti sebagai bahan rujukan dalam pembahasan hasil penelitian. Pengertian Lain tentang Studi literatur adalah mencari referensi teori yang relefan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program acara televisi adalah hasil liputan suara dan gambar yang disusun menjadi sebuah progtrum audio visual dan disebar luaskan kepada khalayak melalui media dengan bentuk audio visual atau format acara televisi (Kumwita, 2014), Format program televisi ini dibagi menjadi dua yaitu program drama dan non- drama. Program drama adalah program televisi yang dibuar berdasarkan nuskah yang sifarnya lebih kepada hiburan bagi khalayaknya. Program televisi yang termasuk ke dalam program drama adalah sinetron, variety show, acara musik dan lain sebagainya. Program nondrama merupakan program televisi yang menyajikan informasi tanpa mengurangi atau menambahkan apapun ke dalam informasi tersebut. Contoh dati program non-drama ini adalah program hard news, magazine dan feature.

Berita yang disajikan televisi berbeda dari berita yang disajikan di media massa lainnya. Menurut Andi Fachruddin, berita televisi adalah laporan tentang fakta peristiwa atau pendapat dalam tulisan atau narasi, audiovisual, gambar foto, peta, grafis, baik direkam atau live yang aktual, menarik, bermantiat dan dipublikasikan melalui media massa periodik, yakni televisi (Fachruddin, 2012). Pada berita televisi, kombinasi naskah, suara dan video merupakan unsur daya tarik dalam penyampaian berita. Proses produksi acara berita televisi dilugi menjadi 3 tahapan yaitu praproduksi, produksi dan pasca produksi Pada tahapan

praprodokki, hal pertama yang harus dilakukan adalah merencanakan informasi yang dimasukkan ke dalam berita. Setelah mendapatkan informasi tersebut, diadakan rapat redaksi untuk mendata dan membahas seluruh informasi yang masuk, membicarakan nilai berita yang diliput, serta menentukan jenis berita yang diliput. "Setiap saat yang setor bertta adalah kontributor, jadi nanti setiap kabupaten ada kontributornya, di fogja senditi ada 4 kabupaten dan 1 kua dan wrnap wilayah ada 1 mang yang bertanggung jawab untuk mengirimkan bevita" (Anisa, Reporter MNC Media).

Pada tahap produlesi, redaksi mervugaskan kru peliputan yang terdiri dari reporter dan camera person untuk meliput berita tersebut. Sesuri dengan pendapar Dedy Iskandar moda reporter adalah: "Seorang wartawan aktif yang bertugas mengumpulkan berita dari berbagai sumber, menyusun masing-masing laporan dan kadang-kadang menublunya kemudian melaporkannya melalui stasiun TV yang bersangkutan (Muda Dedy Iskandar, 2003). Reporter dan camera personlah yang paling bunyak melakukan pekerjaan. Semua kegiatan peliputan yang dilakukan termasuk ke dalam tahapan produksi. "Untuk siaran lawrea kita di bantu oleh reporter dan saya sendiri sang ditugaskan disini serta cameraman. Lalu kontributor akan mengirimkan melalui email atan kita puma alat namarya TV U itu adalah rema pemanar seni tas tenteng, Setelah itu nanti akan dikumpulkan atau di himpun dalam satu danahuve dan dikirimkan ke poshцет редакцфы родam, nanti produses sang akan memantau dan memilih topok mana yang akan diambil, biasanya I program ada 8 paket berita dan praluser bebas mau menendan darnih mana semai dengan neses vehue sang paling dekat dengan masyarakat". (Anisa, Reporter MNC Media).

Sesuai dengan pernyataan informan bahwa kontributor yang mencari berita yang terdapat pada wilayah masing-masing dan kemudian akan di kirimkan melalui email atau alar yang dimiliki MNC Media bernama TV U untuk dikumpulkan menjadi satu dalam datalvise dan di berikan kepada produser program. Sesuai dengan teori menurut (Lister, dkk, 2009) media baru merupakan sebuah istilah yang merujuk pada berbagai peruluhan yang ada dalam proses produkai, distribusi, dan penggunaan media, MNC Media telah membuat alat media yang bernama TV U untuk memudahkan pekerjaan reporter dan contributor dalam peliputan berita. Setelah diterima oleh produser program, kemudian diadakan rapat redaksi untuk mendata dan membahas seluruh informasi yang masuk, membicarakan nilai berita yang diliput, serta menentukan jenis berita yang akan diliput. Pada tahapan pascaproduksi, seluruh berita yang masuk melalui reporter dipilah dan dibuatkan naskah beritanya secara utuh. Naskah tersebut disesuaikan dengan visual yang didapatkan di lapangan. Setelah naskah dan visual sesuai, maka editor mulai menyatukan berita tersebut menjadi sebuah paket berita lengkap setelah dilakukan dubbing. "Kemudian deri produser alan di sunting dan editor akan mecani gomburnya sang andah dikirim olch kontributor tadi dan di pastikan pembar, naakan, dan data aman langsung masuk tahap editing Setelah editor selesai jaltlah 1 program, dimara 1 berita benturani 3 menit. Setelah 1 program jadi burich prodmer membuatkan munkak untuk pembaca berita, lake pembaca berita diberi wakra antuk mempelajari naskah, setalah in handah proses tapping program karena yang di Jogja tidak live tetapi itupun hana bebenapa jam sebelum tayang tidak boleh melebihi 1 hari. Setelah selesai tapping akan di edit kembali untuk dijadikan satu barulah jadi I program henlunasi 30 menit. Setelah itu bagian prodakat akan mengrim ke pemancar" (Anisa, Reporter MNC Media). Dari pernyataan informan dapat diketahui bahwa ketika editor sudah memastikan berita, naskah, dan visual atman, maka produser akan melanjutkan ke tahap penulisan naskah untuk pembaca berita. Setelah iru mulai proses tapping program, tetapi MNC Media biro Yogyakarta sendiri tidak melakukan proses live program ditambah lagi dengan ketanya protokol kesehatan yang menganjurkan kita untuk tidak berkerumun, sehingga proses rekaman secara tapping yang diterapkan oleh MNC Media biro Yogyakarta karena mengurangi jumlah orang yang berada dalam studio.

MNC Media juga menambahkan program berita pada saat pandemi Covid-19, yaitu dengan program cerita motivasi dan juga menggaungkan sosialisasi protokol kesehatan melalui tayangan dan juga naskah yang dibacakan oleh pembaca berita karena media ikut mengambil peran penting dalam memberikan informasi dan peringatan bagi masyarakat Indonesia agar dapat memutus mata rantai virus Covid-19. Karena masih minimnya edukasi masyarakat terkait Covid-19 di masyarakat sehingga banyak kejadian yang kontra produktif. Seperti pada kejadian penolakan jenazah positif Covid-19 di sejumlah daerah ataupun penolakan pasien yang sudah sembuh dari Covid-19 hingga penolakan tenaga medis dan lain lain. Hal ini dikarenakan minimnya informasi dan edukasi khususnya dari pemerintah terkait Covid-19 ini. Hal ini juga dipicu oleh infodemic yang dialami masyarakat karena banyaknya hoaks yang bertebaran di media sosial yang mau tidak mau dapat mempengaruhi kondisi psikologis masyarakat dan menambah informasi semakin liar dan membuat panik masyarakat.

MNC Media khususnya biro Yogyakarta sebenarnya tidak mengalami perubahan manajemen peliputan berita secara signifikan, karena yang membedakan hanya keadaannya saja dan reporter tetap harus bekerja diluar ruangan tidak dapat melaksanakan secara WFH. Sesuai dengan teori menurut (Morissan, 2008) yang menyebutkan reporter adalah seorang yang di tugaskan untuk melakukan liputan di lapangan. Reporter diharapkan akan muncul dalam paket berita yang terungkap di kerjakannya. Seperti sekarang Indonesia sedang dilanda pandemi Covid-19 sehingga harus menerapkan protokol kesehatan dan kebijakan PSBB serta tidak lelah untuk selalu mengingatkan masyarakat terkait perkembangan virus Covid-19 dan protokol kesehatan melalui tayangan kreatif. Dalam penulisan program berita televisi, penulisan lead dan penulisan naskah berita menjadi hal yang harus diperhatikan. Lead berita berfungsi untuk menarik perhatian khalayak, memberikan gambaran mengenai berita dengan memuat 5W, dan memberi peluang bagi pembaca berita untuk menampilkan dirinya. Lead harus memenuhi unsur 5W+1H (who, what, when, where, why and how) dan menarik perhatian khalayak.

### **Proses Produksi Radio**

Radio merupakan media audio yang didengar saja, tetapi murah dan bisa dibawa atau didengarkan dimanapun. Radio berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, pendidikan maupun hiburan. Radio siaran memiliki pengaruh besar bagi khalayak, dikarenakan beberapa faktor yaitu:

1. Daya langsung yaitu proses penyampaian pesan kepada audiens. Di radio tidak mengenal adanya halangan atau rintangan.
2. Daya tembus yaitu dapat mencapai khalayak yang berada dimana saja tanpa mengenal jarak dan waktu.
3. Daya tarik seperti musik, kata kata dan efek suara (sound effect). Dalam proses komunikasi sosial, sebagai media publik peran radio adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Terdapat 3 fungsi radio yaitu: menginformasi, mengedukasi dan menghibur.

Menurut Paul d. Maesseneer seorang pakar radio dalam Masduki (2001:10) berpendapat bahwa News adalah sebuah informasi penting yang baru saja terjadi tentang suatu peristiwa yang menarik minat audiensnya. Dengan kata lain berita radio yaitu kejadian saat ini, segera dan yang akan terjadi. Masduki dalam bukunya yang berjudul "Jurnalistik Radio" terdapat karakteristik berita radio, yakni: Segera dan Cepat, Aktual dan Faktual, Penting bagi masyarakat luas, Relevan dan berdampak luas.

### **Proses Produksi Siaran**

Proses produksi adalah suatu cara, langkah-langkah maupun teknik bagaimana penciptaan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan konsumen. Program siaran di radio sangat banyak

dan beragam dalam bentuk kemasannya, diantaranya produksi siaran berita dan informasi, iklan, jingle, talkshow interaktif dan info hiburan. (Masduki, 2004 : 69). Menurut Wahyudi proses ini dapat dilalui berdasarkan beberapa tahap, diantaranya Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.<sup>1)</sup> Pra produksi (Perencanaan dan Persiapan) Tahapan ini merupakan sebuah program acara yang alurnya berdasarkan ide atau gagasan baik perseorangan ataupun kelompok (teamwork), yang kemudian diteruskan dengan proses tukar pikiran (brainstorming). Setelah itu dilakukannya penyesuaian (adaptasi) agar program tersebut dapat terstruktur dan rapi, yang biasanya berupa naskah cerita (skenario) untuk drama atau rundown program berita non-drama dan news. Dalam proses ini yang berperan langsung ialah Pimpinan Produser beserta pihak- pihak yang memiliki peran penting dalam penentuan tema. Dalam tahap perencanaan ini produser harus memperhatikan beberapa hal yakni:

1. Permasalahan merupakan topik yang menjadi pembicaraan umum.
2. Merupakan persoalan penting yang butuh untuk dijelaskan.
3. Uraian itu dapat membuat pendengar gembira, baik dari pembawaannya yang menyenangkan maupun dari materi yang memang lucu.

### **Produksi (Tahap pelaksanaan)**

Produksi adalah seluruh kegiatan siaran yang dilakukan secara langsung (on air) maupun tidak langsung (off air). Produksi siaran radio ini merupakan hasil kerja sama antara seorang penyiar dengan operator yang mana menentukan baik tidaknya suatu produksi siaran. Dalam menyajikan produksi program agar layak untuk disiarkan, radio memiliki format penyajian diantaranya:

1. Siaran informasi, format ini dipakai oleh stasiun yang memahami informasi sebagai materi utama siarannya. Informasinya selalu diaktualisasikan, berdasarkan perkembangan peristiwa yang baru terjadi.
2. Siaran informasi musik, format siaran ini memakai perbandingan 60-70% informasi dan 30- 40% musik. Dengan menyisipkan musik sebagai selingan, namun informasi tetap sebagai target siarannya.
3. Siaran musik, format ini memfokuskan musik sebagai piranti utamanya.

### **Pasca Produksi (Penyelesaian dan Evaluasi)**

Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses produksi dan lebih condong pada peninjauan untuk produksi program berita, karena siarannya diatur oleh Programme Director kemudian ditransmisikan langsung ke pendengar. Karena bersifat siaran maka tim perlu mengadakan rapat untuk mengevaluasi kekurangan produksi yang telah berlangsung.

### **Proses Program Siaran**

Berita Siaran radio adalah proses komunikasi yang hanya melalui audio saja. Untuk itu hendaknya stasiun radio mempunyai program acara untuk disiarkan setiap harinya agar mendapatkan perhatian dari pendengar. Secara umum, program radio terdiri dari dua jenis yaitu informasi dan musik. Kedua jenis program ini kemudiandikemas dalam berbagai bentuk dan bisa memenuhi audiens dalam hal musik dan informasi. Menurut Masduki program siaran tersebut diantaranya:

#### **1. Produksi Berita Radio**

Berita radio merupakan sajian fakta berupa peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik bagi sebanyak mungkin pendengar. Dua bentuk berita radio siaran langsung dan sedangkan siaran tunda adalah reporter menggali fakta dilapangan, kemudian kembali ke studio untuk diedit terlebih dahulu sebelum disiarkan.

#### **2. Produksi Iklan**

Ada dua jenis iklan yaitu iklan komersial yang tentang profil produk dan iklan layanan sosial dengan fokus isi pesan komunikasi sosial. Bentuk iklan yang di produksi di radio ada tiga bentuk yaitu Pertama Ad-lib (berupa naskah yang dibacakan saja dengan durasi 30 detik).

Kedua, Spot (naskah iklan yang dipadu dengan musik, efek suara, petikan wawancara dengan durasi 30-60 detik). Ketiga, program khusus berupa ad-lib dan spot yang disiarkan bergantian sebagai pesan sponsor saat siaran acara tertentu.

### 3. Produksi Jingle

Simamora (2021:275) Jingle atau radio air diartikan sebagai gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Durasi jingle umumnya antara 5-15 detik. Tujuan produksi jingle radio adalah untuk mempromosikan stasiun radio tersebut di tengah masyarakat, memberikan informasi simbol atau identitas terpenting dari radio agar selalu diingat oleh pendengar, membentuk citra radio dibenak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi sebagai jeda, selingan dan sejenisnya. Ada tiga jenis jingle yaitu jingle untuk stasiun radio (radio expose), jingle untuk acara radio (programme expose) dan untuk penyiar radio (announcer expose).

### Proses Produksi Tv

Proses berasal dari bahasa latin processus, yang berarti gerakan, tentang kemajuan, keberhasilan, kasus; dari procession (bahasa Inggris), yang berarti gerakan, kemajuan, pawai. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, proses adalah serangkaian tindakan, pembuatan atau pengolahan untuk menghasilkan suatu produk, sedangkan produksi adalah barang yang dihasilkan atau kegiatan yang menghasilkan suatu barang atau jasa. Martha dan Flowerina (2019), Televisi merupakan salah satu bentuk media massa sebagai sarana komunikasi massa karena memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Media ini memiliki keunggulan dari media massa lainnya yaitu audiovisual (mendengar dan melihat) dapat menggambarkan realitas dan menyajikan peristiwa secara langsung di setiap rumah tangga pemirsa, dimana pun mereka berada. Selain itu, media ini menyajikan berbagai kebutuhan manusia, baik itu hiburan, informasi maupun pendidikan, yang sangat memuaskan. Televisi memiliki berbagai program untuk disajikan kepada khalayak luas. Pertunjukan yang akan disuguhkan harus melalui berbagai proses untuk membentuk sebuah pertunjukan yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Proses produksi sebuah acara di TV sering disebut dengan proses produksi. Pekerjaan ini merupakan perjalanan panjang melalui berbagai tahapan yang melibatkan banyak sumber daya manusia dengan berbagai keahlian, dan berbagai peralatan serta dukungan biaya.

Merencanakan sebuah produksi televisi, seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam yaitu: 1) Materi Produksi, 2) Sarana Produksi, 3) Biaya Produksi, 4) Organisasi dalam produksi, 5) Tahapan dalam pelaksanaan produksi.

#### 1. Bahan produksi

Mengacu pada komoditas atau materi yang akan disiarkan dan memiliki nilai siaran dan nilai jual. Bahan produksi dapat berupa apa saja, seperti peristiwa, pengalaman, karya, benda, binatang, sedangkan manusia adalah bahan yang dapat diolah menjadi produk yang berkualitas.

#### 2. Fasilitas produksi

Fasilitas produksi adalah fasilitas yang mendukung mewujudkan ide menjadi kenyataan, yaitu menghasilkan hasil. Peralatan produksi terutama membutuhkan tiga peralatan, yaitu unit peralatan perekaman video, unit peralatan perekaman, dan unit peralatan pencahayaan, sebagai alat penunjang produksi. Contohnya adalah kendaraan yang dibuat di luar studio dan unit studio dengan dekorasi yang dibuat di dalam studio.

#### 3. Biaya produksi

Sejauh mana produser harus memperoleh dukungan keuangan dari pusat produksi atau stasiun dengan biaya produksi.

#### 4. Eksekutif produksi

Nurhasanah (2011), Agar syuting berjalan lancar, tim produksi juga harus merancang

organisasi produksi yang serapi mungkin. Organisasi produksi yang tidak terorganisir akan mendukung produksi, yang berarti kehilangan waktu dan uang. Dalam hal ini produser dapat dibantu oleh asisten produser yang membantu mengontrol organisasi. Di divisi Pemberitaan, pada umumnya pelaksana produksi terdiri dari sutradara, produser, asisten produser, koordinator liputan, fotografer, editor, sutradara program, dan penyiar berita.

#### 5. Tahap produksi dan implementasi

Tahap produksi terdiri dari tiga bagian di TV yang biasa disebut dengan Standard Operating Procedure (SOP), yaitu;Pra-produksi (perencanaan dan persiapan)Tahap pra-produksi terdiri dari tiga bagian berikut:

##### a. Penemuan ide

Fase ini dimulai ketika seorang produser menemukan satu atau lebih ide, melakukan penelitian dan menulis naskah, atau meminta penulis untuk mengembangkan ide menjadi naskah sebelum penelitian.

##### b. Perencanaan

Tahapan ini meliputi penentuan jam kerja (scheduling), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi dan kru. Selain perkiraan biaya dan rencana alokasi, diperlukan perencanaan yang cermat dan menyeluruh.

##### c. Persiapan

Tahap ini mencakup penyelesaian semua kontrak, lisensi dan komunikasi.Seniman dilatih dan diatur, diteliti dan dilengkapi dengan peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik dilakukan dalam jam kerja yang ditentukan.

### **Produksi (pelaksanaan)**

Tahap produksi adalah semua kegiatan syuting di dalam dan di luar studio. Proses ini juga dikenal sebagai perekaman. Itu perlu diperiksa ulang setelah acara syuting selesai. Jika terjadi kesalahan, pemotretan dapat diulangi lagi.

### **Pasca produksi (selesai dan final)**

Tahap pasca produksi adalah semua kegiatan setelah pengambilan gambar sampai materi diumumkan selesai dan siap tayang atau disiarkan ulang (Morrisand, 2013). Pada tahap pasca produksi, program yang direkam harus melalui beberapa proses, antara lain editing, narration, mixing, dan mastering, Ramadhan, dkk (2021).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Memanajemen Produksi Siaran Pemberitaan Media Radio dan Televisi, maka dapat disimpulkan. bahwa setiap program televisi maupun radio memiliki berbagai macam proses mulai dari Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Pra produksi, pada tahap ini terdiri dari tiga bagian yaitu Penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Produksi, pada tahap ini semua kegiatan syuting di dalam dan di luar studio. Proses ini juga dikenal sebagai perekaman. Itu perlu diperiksa ulang setelah acara syuting selesai. Jika terjadi. kesalahan, pemotretan dapat diulangi lagi. Pasca produksi, Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses produksi dan lebih condong pada peninjauan untuk produksi program berita, Karena bersifat siaran maka tim perlu mengadakan rapat untuk mengevaluasi kekurangan produksi yang telah berlangsung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Azmi, F. N. (2021). Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konanmen Es Krim Magnum. hernal Manajemen Dan Organisan, VHI (2) <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/mo/article/view/19490> 119-132.
- COVID 19 (F. J. Didik Haryadi Santoso, Nurudin (ed.); Agustus 20), MBRidge Press. Suprayitno, D. (2020). Perubahan Pola Liputan Reporter Tv Selama Pandemi Covid-19. Hia, 7(2), 137- 147. <https://doi.org/10.31294/komv712.8402>
- Diploma, P., Komunikasi, L. L. I., Ilmu, F., Plan, 5., Politik, 1., & Maret, U. S. (2020). Laporan Kuliah

- Kerja Media 2010 Proses Kerja Reporter Dan Produser Nous Dalam Program Asam Pawartos Sonten. Universitas Sebelas Maret Surakarta,
- Dwi Septyarini, Y. (2023). KOMODIFIKASI MNC MUSLIM ANALISIS EKONOMI
- Fajar Junaedi, Taufiqur Rahman, Erwan Sudiwijaya, Adhianty Nurjanah, Dyah Mutiarin, Tri Hastuti Nur R., Muhammad Saiful Aziz. Sofia Hasna, Ade Puttando Prasetyo WWijiharto Tunggal, Ansar Suherman, Aminah Swarnawati, Agus Hermanto, Rohmah Nia Chandra Sari, D. D. (nd). DINAMIKA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI COVID-19 (Fajar Junaedi (ed.)). BUKU LITERA.
- Ghozali Moenawar, Betty Gama, Erwin Kartinawati, Kheyene Molekandella Boer, Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Moh. Zuhdi, Lukman Hakim, Deavvy M.R.Y. Johas, S. (n.d.). MEDIA, KOMUNIKASI DAN INFORMASI DI MASA PANDEMI
- Given, L. M. (2022). The SAGE Encyclopedia of QUALITATIVE RESEARCH METHODS,
- Hanontubun, S. (2020), DAMPAK COVID-19 TERHADAP PEREKONOMIAN
- I Made Gunartha Dwi Putra, & Dana, 1. M. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE LIKUIDITAS DAN LIKURAN PERUSAHAAN TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN FARMASI DI BEI, 5(11), 6825-6850.
- INDONESIA, 5 hernal Universitas Kuten Sarsa Waama, 2(1), 146-153
- Martha, Zike. (2019), Proses Produksi Siaran Program Berita Pada Media, Menara Ilmu:<https://jurnal.umsb.ac>.
- Mega Purnamasari, 2020. Mega Puramasari, 1), (2020), Cerita Perusahaan Medis yang Tak Bisa WFH Jan Curhat Wartawan Tengah Walah. Jakarta. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/rod/2010/09/01/09065241/cerita-perusahaan-media-sang-take-hiso-wth-dan-curhat-warmawan-di-tengah-pagerall>
- Meningkatkan Kualitas Kepemimpinan, Journal of Education and Teaching Learning (JETL), Vol. 2. No. 3.
- Pinasti, F. D. A. (2020). Analisis Dampak Pandemi Corona Virus Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat dalam Penerapan Protokol Kesehatan. Welinen and Healthy Magazine, 2(2), 237-249.<https://doi.org/10.30604/well.022.82000107>
- POLITIK MEDIAPADA MNC GROUP. Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah.
- Prihatsanti, U, Suryanto, S., & Hendriani, W. (2019). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah. Jurnal Psikologi. Buletin Psikologi, 26(2), 126. <https://doi.org/10.22146/bulatinpsikologi.38895>
- Ramadhan, M. Failasuf Ramadhan. (2021), Manajemen Produksi Siaran Berita Liputan 6 SCTV
- Reno, J., Yoanita, D., & Wijayanti, C. A. (2020). Dilema Reporter Televisi Saat Melakukan Kegiatan Jurnalistik Dalam Keberadaan Konglomerasi Media. Jurnal Ekomunikasi, 5(2), 2-15.
- Simamora, Nurhawati. (2021), Analisa Proses Produksi Program Siaran Berita Di LPP (Lembaga Penyiaran Publik) RRI (Radio Republik Indonesia) Medan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengar. Jurnal Tekesnos Vol 3 No 2.
- Syahputra, Muhammad Rizki dan Darmansah. T. (2020), Fungsi Kaderisasi dalam. VOLUME 18 2 (p. 586). Singapore: A SAGE Reference Publication.
- Wahyudin, P. J. (2020). Pengantar Jurnalistik Olahraga. In M. P. Dr. Wahyudin (Ed.), Pengantar Jurnalistik Olahraga (p. 42). April, 2020.
- Yin, R. K., & Djauzi Mudzakir, M. (2020). Studi kasse: desain & metode Roben K. Yin, penerjemah, M. Djanuzi Mudzukir. RajaGrafindo Perkona.
- Yuliana, Y. (2020), Corona virus diseases (Covid-19) Sebuah tinjauan literatur. Wellness And Healthy Magazine, 2011, 187-192. <http://ktamg/10.30604/well.95212020>.