

STRATEGI PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM SEPUTAR INEWS SIANG DI RCTI

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Seputar iNews Siang)

Septiana Dwi Mutia

Email: septianatyan@gmail.com

Nawiroh Vera

nawiroh.vera@budiluhur.ac.id

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

A producer must have a surefire strategy for programs that are made to be sought by audiences, either in terms of the presentation of entertainment programs as well as information. The purpose of this research is to know the strategies of the producer and to analyze impressions program "Seputar iNews Siang" in maintaining of the program. The methods used in this study i.e., qualitative descriptive. Using the method of collecting the data of observation and in-depth interview which aims to conduct interviews in depth to the key informant and the informant who is considered able to provide information with regard to the focus of the research. This research uses theories of SWOT analysis by Gerald Millerson aimed at finding out strengths, weaknesses, opportunities and threats of the program "Seputar iNews Siang". The results of this research show that of the "Seputar iNews Siang" Team, Manager of the Program, the Executive Producer and Producer of the program "Seputar iNews Siang" run the task according to what is done for an impression news programs, starting from the pre-production process that is editorial meeting, determine what news topics will be aired on the program, determine of the lead news, and coordination of the team news. Then the production process until post production, conduct an evaluation of the program, where the evaluation largely determine how far the implementation of the program has accomplished, where the evaluation was largely determine how far the implementation of programs that have been achieved, and whether it have been compliance with the objectives that have been set. One of the strategies is that an information (News) program should provide speed on the contents of the program, so that the audiences of program are not easily move a channel.

Keyword: SWOT Analysis, Strategy, Producer

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini media massa menjadi suatu hal yang sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku, serta setiap orang diuntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju. Artinya, saat ini semua orang bisa mengakses atau menggunakan media massa dimana saja baik itu media elektronik, media cetak dan media online. Media massa yang memiliki keunggulan mudah di cerna dengan baik oleh khalayak yaitu media elektronik khususnya televisi, dimana khalayak dapat melihat sekaligus mendengarnya. Saat ini dunia pertelevisian berkembang sangat pesat, dimana semua stasiun televisi baik swasta, nasional, lokal maupun tv prabayar, semua berlomba-lomba menyajikan program acara yang bermutu agar bisa di nikmati oleh penontonnya. Dengan banyaknya stasiun televisi yang tersedia, stasiun televisi memberikan masyarakat pilihan dan kebebasan untuk memilih siaran program yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta hobinya. Pada umumnya, televisi adalah media yang masih di sukai oleh semua kalangan, baik anak-anak, dewasa, hingga orang tua. Peminat televisi sendiri pada saat ini masih dibidang cukup tinggi, semua terbukti dalam *table* Penetrasi Media Televisi periode tahun 2017.¹

Banyaknya program berita di stasiun televisi membuat RCTI rasanya perlu memberikan konsep acara yang

berbeda dari stasiun televisi lainnya. Salah satu yang menarik perhatian dari program tayangan di RCTI adalah program berita "Seputar iNews Siang". Dimana tayangan tersebut adalah tayangan yang mengusung tema program informasi. Tayangan ini membahas seputar persoalan berita hangat yang ada di masyarakat. Program "Seputar iNews Siang" ini adalah program berita baru dimana program tersebut menggantikan tayangan program berita "Seputar Indonesia" yang tayang di stasiun televisi yang sama yaitu RCTI. Program "Seputar iNews Siang" ini menjadi 3 Jam penayangan, yaitu "Seputar iNews Pagi", "Seputar iNews Siang" dan "Seputar iNews malam". Dalam penelitian ini fokus Peneliti hanya pada Program "Seputar iNews Siang".

Jika di lihat pada *Rating & Share* programnya secara langsung, program "Seputar iNews Siang" pun tidak kalah dari program "Seputar Indonesia" dan program-program kompetitor lainnya. Menurut data Nielsen yang Peneliti dapat, *rating* periode 2017 program "Seputar iNews Siang" mendapatkan rating 1,29% dengan *share* 9,67%. Sedangkan program "Seputar Indonesia" mendapatkan *rating* 1,22% dengan *share* 9,83%.² Seperti yang dikatakan oleh Produser Program "Seputar iNews Siang", bahwa program "Seputar iNews Siang" ini sempat mengalami ketidak stabilan pada *Rating* nya, namun saat ini program "Seputar iNews Siang" sudah mendapatkan respon yang baik dari para penontonya.

Persaingan yang ketat di industri pertelevisian di perlukan strategi dan kerja

¹

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi>. (Online). Diakses pada tgl 3 Maret 2018

² The Nielsen Company Indonesia. Diakses pada tgl 15 Maret 2018

sama tim produksi yang baik. Strategi dibutuhkan pada suatu media untuk menentukan keputusan yang berbeda dengan kompetitornya, bertindak lebih kreatif dan efektif demi mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.³ Dengan begitu maka suatu media tidak mudah untuk kehilangan penonton atau gulung tikar melalui program yang di garapnya.

Agar suatu program televisi dapat terus di minati oleh khalayak, maka produser dan tim harus memberikan strategi untuk memberikan kualitas siaran yang terbaik. Baik itu dalam hal penyajian program hiburan maupun informasi. Hal ini dikarenakan menciptakan sebuah program jauh lebih mudah dari pada mempertahankan program yang sudah ada sebelumnya dan untuk dapat merebut penonton, maka pengelola stasiun televisi harus memahami siapa penontonya dan apa yang penonton butuhkan.

Strategi dibutuhkan agar program terus di minati oleh masyarakat sehingga menjadi pilihan sesuai dengan jam penayangan yang telah ditentukan. Di lihat dari KPI Pusat, bahwa ada beberapa program berita yang terkena sanksi, bahwasannya program tersebut telah melanggar pedoman perilaku penyiaran. hal itu justru membuat produser semakin tertantang dan di tuntutan untuk melakukan strategi jitu agar programnya terus bertahan serta dapat bersaing dengan program kompetitornya. Oleh karena itu, peneliti ingin membahas strategi apa saja yang dilakukan oleh produser dalam mempertahankan program berita “Seputar

iNews Siang” di RCTI, sehingga dapat bertahan dan mampu bersaing dengan kompetitornya tanpa harus melanggar peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang berlaku.

Rumusan Masalah Dari latar belakang yang telah di jelaskan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program Seputar iNews Siang di RCTI?”

Tujuan Penelitian Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang di lakukan Produser dalam mempertahankan program Seputar iNews Siang di RCTI.

KERANGKA TEORI

Komunikasi Massa

Menurut Richard West & Turner definisi komunikasi massa adalah “Komunikasi pada khalayak dalam jumlah besar melalui banyak saluran komunikasi. Oleh karenanya konteks komunikasi massa mencakup baik saluran maupun khalayak⁴

Televisi

Televisi adalah media komunikasi yang bersifat dengar-lihat (*audio-visual*) dengan penyajian berita yang berorientasi pada reproduksi dari kenyataan. Kekuatan utama dari media televisi adalah suara dan gambar, televisi lebih menarik daripada radio. Dampak pemberitaan melalui televisi bersifat *power full*, karena melibatkan aspek suara dan gambar, sehingga lebih memberi pengaruh yang kuat kepada pemirsa. Media televisi memiliki fungsi yang lebih dominan pada hiburan

³ Morissan. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), hlm. 231.

⁴ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2016, hlm. 8.

dibandingkan dengan fungsi memberi informasi dan mendidik.⁵

Program Informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak (*audience*). Daya tarik program ini adalah informasi dan informasi itulah yang di tawarkan kepada khalayak. Dengan demikian program informasi bukan hanya sekedar presenter membacakan berita apa yang ada, melainkan program informasi dapat berbentuk *talkshow*, presenter memberikan informasi narasumber kepada khalayak, sehingga bentuk ini pun dapat masuk dalam kategori program informasi.⁶

Berita

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ideterbaru yang benar, menarik atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi atau media online internet.⁷

Strategi

Menurut Johannes, S (2009) keharusan menyusun strategi adalah untuk mencapai tujuan perusahaan, baik pada jangka menengah maupun jangka panjang. Strategi akan menjamin perusahaan dapat

bertahan atau berkembang pada masa yang akan datang.⁸

Produser

Menurut Morrissan, pada produksi program informasi, khususnya program berita, produser bertanggung jawab terhadap suatu program berita. Masing-masing program berita dipimpin oleh satu atau beberapa orang produser. Produser akan memutuskan berita-berita apa saja yang akan di siarkan dalam program beritanya, berapa lama durasi suatu berita dapat di siarkan, format berita apa yang di gunakan; apakah *Voice Over* (format berita berupa informasi dan gambar), paket (format yang lebih lengkap yang terdiri dari informasi, grafik, natural sound, dan sebagainya), *reader* (berupa informasi yang di beritakan presenter saja), dan lain-lain. Berapa *VO* dan berapa paket yang harus di buat. Produser harus menyusun bagaimana urutan beritanya, apa yang akan di ditampilkan pertama dan apa yang akan di keluarkan terakhir. Singkatnya, produser bertugas membentuk program beritanya.⁹

Mempertahankan

Mempertahankan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti mengusahakan, membela, menjaga atau melindungi.¹⁰

⁵ Indah Suryawati. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori & Praktik*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 45.

⁶ Morissan. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), hlm. 217-218

⁷ Haris Sumadiria. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita Dan Feature*, (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2014), hlm. 65.

⁸ Rachmat. *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2014), hlm. 6

⁹ Morissan. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), hlm. 322

¹⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia. Di akses pada tanggal 30 Juni 2018

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor SWOT.¹¹

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan prosedur yang di pergunakan dalam upaya untuk mendapatkan data atau informasi guna memperoleh jawaban penelitian. Dalam penelitian ini, Peneliti menjabarkan Paradigma Penelitian, Metode Penelitian, Objek Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, Lokasi dan Waktu Penelitian, dan Validitas Data.

Pendekatan Penelitian

Menurut Crasswell, beberapa asumsi dalam pendekatan kualitatif yaitu pertama, Peneliti kualitatif lebih memerhatikan proses dari pada hasil. Kedua, Peneliti kualitatif lebih memerhatikan interpretasi. Ketiga Peneliti kualitatif merupakan alat utama dalam mengumpulkan data dan analisis data serta Peneliti kualitatif harus terjun kelapangan, melakukan observasi partisipasi di lapangan. Keempat, Peneliti kualitatif

menggambarkan bahwa Peneliti terlibat dalam proses penelitian, interpretasi data, dan pencapaian pemahaman melalui kata atau gambar. Terakhir, proses penelitian kualitatif bersifat induktif dimana Peneliti membuat konsep, hipotesa dan teori berdasarkan data lapangan yang di peroleh serta terus mengembangkannya dilapangan dalam proses “jatuh-bangun”.¹²

Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah produser program “Seputar iNews Siang”. Karena dalam penelitian ini Peneliti mencoba untuk meneliti bagaimana strategi yang digunakan Produser dalam Mempertahankan program “Seputar iNews Siang” di RCTI.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun objek dalam penelitian ini adalah strategi produser dan mempertahankan program “Seputar iNews Siang”.

Dengan demikian strategi produser dan mempertahankan program “Seputar iNews Siang” akan menjadi objek Peneliti, yang bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang di lakukan oleh seorang produser dalam mempertahankan program “Seputar iNews Siang” sehingga program tersebut dapat bertahan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi serta wawancara mendalam.

¹¹ Freddy Rangkuti. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2014), hlm. 19-20.

¹² Burhan bungin. *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma & Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat Edisi Pertama*, (Jakarta : kencana prenatal media group, 2006), hlm. 307.

Sedangkan wawancara menurut Berger, wawancara adalah percakapan Antara periset dengan seseorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan dengan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek.¹³

Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan proses observasi. Data yang telah di peroleh akan di analisis secara kualitatif serta di uraikan dalam bentuk deskriptif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan di studio RCTI yang berlokasi di *MNC Tower* Jl. Kebon Sirih Jakarta Pusat. Waktu penelitian ini terhitung mulai pada bulan maret 2018.

Validitas Data

Menurut Dwi Djowinoto, ada beberapa teknik yang dapat di gunakan untuk mengetahui validitas data, yaitu: Teknik triangulasi dengan sumber data, Teknik triangulasi waktu, Teknik triangulasi teori, Teknik triangulasi periset, Teknik triangulasi metode.¹⁴ Pada penelitian ini Peneliti menggunakan triangulasi sumber, karena dalam penelitian ini Peneliti menggunakan sumber data, berupa dokumen, hasil pengamatan langsung, untuk di bandingkan dengan hasil wawancara sehingga Peneliti dapat

mendapatkan hasil berupa pernyataan yang sesuai dengan hasil wawancara.

HASIL PENELITIAN

Proses Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi

Proses Pra Produksi program “Seputar iNews Siang” ini yaitu menentukan ide atau konsep program, dimana sebuah tim melakukan rapat redaksi pada jam 8 pagi, melisting berita apa saja yang akan tayang pada program “Seputar iNews Siang”, kemudian melakukan kordinasi dengan tim liputan.¹⁵ Setelah menentukan ide dan konsep program, tahap selanjutnya yaitu tahap perencanaan atau persiapan program, dimana sebuah tim harus memastikan alat-alat yang ingin di gunakan untuk liputan,¹⁶ kemudian harus memiliki strategi yang jitu agar program yang di garapnya tidak akan gulung tikar.

Selanjutnya yaitu tahap Produksi Pada tahap produksi program ini adalah dimana tim memproses produksi program berita “Seputar iNews Siang” melalui tahapan pada produksi program untuk memilih tema dan topik yang akan di tentukan oleh eksekutif produser bersama tim produksi. Setelah sudah melakukan rapat, hasil liputan pun sudah terkumpul, kemudian barulah bisa proses mengedit gambar.¹⁷

Selanjutnya yaitu tahap Pasca Produksi, dimana tahap ini adalah tahap paling akhir dalam proses produksi. Setelah

¹³ Rachmat kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta : Kencana prenada media goup, 2012), hlm. 248.

¹⁴ Rachmat kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta : Kencana prenada media goup, 2012), hlm. 72-73.

¹⁵ Latief Siregar, wawancara dengan manager produksi, “Seputar iNews Siang”, 12 April 2018. 14:00. RCTI

¹⁶ Mujiyanto, wawancara dengan production assistant, “Seputar iNews Siang”, 4 April 2018. 14:00. RCTI

¹⁷ Rianka Putra, wawancara dengan produser, “Seputar iNews Siang”, 13 Maret 2018. 14:00. RCTI

tayang evaluasi bersama tim “tadi apa yang kurang, apa yang menjadi catetan” next besok kita mainkan apa? Kira-kira mau bahas apa?.¹⁸

Berdasarkan Analisis SWOT

Kekuatan (*Strenghts*)

Kelebihan yang ditemukan pada program “Seputar iNews Siang” yaitu bahwa RCTI adalah tv group, maka RCTI ini memiliki kontributor liputan di seluruh Indonesia menggunakan Snaptu lebih dari 10 (Sepuluh) alat.¹⁹

Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan yang di temukan pada program “Seputar iNews Siang” ini yaitu kekurangan sumber daya manusia, karena RCTI tv group mangkannya di bagi-bagi dengan MNC, Global dan Inews. Jadi ketika sedang live ribet karena manusianya di bagi-bagi.²⁰

Bukan hanya itu saja, menurut hasil wawancara bersama manager program, kelemahan yang ada pada “Seputar iNews Siang” ini tidak saja di alami oleh program berita “Seputar iNews Siang”, tetapi di alami oleh semua program berita televisi lainnya. Khawatir terhadap orang tidak lagi mennton televisi karena mengingat jaman semakin maju dan media online semakin

banyak maka berita dapat di akses dan di temukan dimana saja.²¹

Peluang (*Opportunities*)

Karena kelemahannya adalah khawatir orang tidak lagi menonton televisi, maka peluang atau target kedepan nya pada program ini yaitu multi platform, RCTI tetap membuat berita yang nantinya bisa penonton tonton dimana saja, entah di line, youtube, facebook dan lain-lain walaupun dengan cara yang berbeda.²²

Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang terdapat pada program “Seputar iNews Siang” yaitu khawatir berkurangnya penonton mengingat jaman semakin maju dan berita dapat di akses dimana saja.²³

SIMPULAN

Strategi merupakan bagaimana cara produser mencapai tujuan dengan membuat konsep yang akan di buat dengan merencanakan secara matang yang mempunyai tujuan untuk mencapai hasil sesuai rencananya. Dengan demikian hasil penelitian sesuai permasalahan yang ada di stasiun televisi khususnya program “Seputar iNews Siang” di RCTI adalah bagaimana sebuah produser mengelola suatu program yang di garapnya dengan berbagai rencana yang sudah di tetapkan oleh tim sebelumnya, yang bertujuan agar

¹⁸ Soemiadeny, wawancara dengan eksekutif produser, “Seputar iNews Siang”, 19 April 2018. 14:00. RCTI

¹⁹ Latief Siregar, wawancara dengan manager produksi, “Seputar iNews Siang”, 12 April 2018. 14:00. RCTI

²⁰ Soemiadeny, wawancara dengan eksekutif produser, “Seputar iNews Siang”, 19 April 2018. 14:00. RCTI

²¹ Latief Siregar, wawancara dengan manager produksi, “Seputar iNews Siang”, 12 April 2018. 14:00. RCTI

²² Latief Siregar, wawancara dengan manager produksi, “Seputar iNews Siang”, 12 April 2018. 14:00. RCTI

²³ Latief Siregar, wawancara dengan manager produksi, “Seputar iNews Siang”, 12 April 2018. 14:00. RCTI

program yang di buatnya di minati oleh masyarakat dengan isi *content* berita yang memberikan informasi, menghibur yang di kemas secara ringan dan tentunya berbeda dengan program berita televisi lainnya.

Dari hasil penelitian ke-3 tahap proses produksi tersebut, ada 2 (dua) tahap strategi tim produksi yang di andalkan, yaitu pra produksi perencanaan program dan pasca produksi evaluasi pada program.

DAFTAR PUSTAKA BUKU

Afdjani, Hadiono. 2014. Ilmu Komunikasi Proses & Strategi. Tangerang: Indigo Media

Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana Prenada Media Goup

Kriyantono, Rachmat. 2012. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Moleong. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Morrison. 2008. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Konmunikasi : Suatu Pengantar..* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rachmat. 2014. Manajemen Strategik. Jakarta: Pustaka Setia

Rangkuti, Freddy. 2014. Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Sumadiria, Haris. 2014. Jurnalistik Indonesia Menulis berita Dan Feature. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Suryawati, Indah. 2011. Jurnalistik Suatu Pengantar Teori Dan Praktik. Jakarta: Ghalia Indonesia

Vera, Nawiroh. 2016. Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia.

JURNAL DAN SKRIPSI

Canggih Bekti Pratiwi, 2013 *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program di ADi TV*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Inayatul Fitriah, 2014 *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-aksi di Stasiun Televisi Indosiar*. Jakarta: Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Panji Bagaskoro, 2014 *Strategi Produser Dalam mempertahankan Program Rumpi No Secret di TRANS TV*, Jakarta: Universitas Bina Nusantara.

SUMBER ONLINE

<https://databoks.katadata.co.id/datapublik/2017/07/27/penetrasi-televisi-masihyang-tertinggi>

SUMBER WAWANCARA

Rianka Putra (2018, Maret). Wawancara *Key Informan I*. RCTI

Latief Siregar (2018, April). Wawancara *Informan I*. RCTI.

Soemiadeny (2018, April). Wawancara *Informan II*. RCTI.

Mujiyanto (2018, April). Wawancara *Informan III*. RCTI.