

Manajemen Pemberitaan di Kompas TV Medan dalam Meningkatkan Kualitas Program Siaran Lokal

Bahri^{1*}

Jurnalis Televisi Medan Sumatera Utara

*¹Koresponden: bahrindn@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia membuat lembaga penyiaran tiap daerah berpacu untuk lebih unggul. Apalagi dengan perkembangan dunia sosial media (Sosmed) saat ini, tak jarang konten informasi yang ada di sosmed menjadi acuan materi program berita. Tiap stasiun televisi membutuhkan manajemen pemberitaan agar mendapatkan hasil tayangan berkualitas, baik materi pemberitaan maupun tampilan siaran lokalnya sehingga mampu merangkul khalayak. Persoalan ini masih menjadi catatan bagi Komisi Penyiaran Indonesia bahwa program pemberitaan belum mencapai standart 3,00. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dimana peneliti mendeskripsikan objek penelitian tentang manajemen pemberitaan di Kompas TV Medan dalam meningkatkan kualitas program siaran lokal. Sedangkan subjek penelitian terdiri dari empat orang yang berperan penting di Kompas TV Medan. Untuk teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Selain itu penelitian ini juga menjabarkan bagaimana penerapan konsep *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) pada manajemen pemberitaan di Kompas TV Medan terutama pada program berita “Kompas Sumut” dalam rangka mendapatkan siaran lokal yang berkualitas. Pada tahap ini juga dilakukan evaluasi sebagai sebuah bentuk manajemen program untuk meningkatkan kualitas pemberitaanya.

Kata kunci : manajemen pemberitaan, kompas tv, broadcasting, program berita

Abstract

The rapid development of television in Indonesia has made broadcasting institutions in each region racing to be superior. Especially with the development of the social media world today, it is not uncommon for information content on social media to become a reference for news program material. Each television station requires news management in order to get quality results, both news material and local broadcast views so that it can reach the audience. This issue is still a note for the Indonesian Broadcasting Commission that the news program has not yet reached the 3.00 standard. In this study, a qualitative approach was used where the researcher described the object of research on news management in Kompas TV Medan in improving the quality of local broadcast programs. While the research subjects consisted of four people who played an important role in Kompas TV Medan. For data collection techniques, researchers used observation, in-depth interviews, and documentation. In addition, this research also describes how the implementation of the concept of Planning, Organizing, Actuating and Controlling (POAC) in news management on Kompas TV Medan, especially in the news program "Kompas North Sumatra" as an effort to produce quality local broadcast products. At this stage, evaluation is also carried out as a form of program management to improve the quality of the news.

Keywords : news management, Kompas TV, broadcasting, news programs

PENDAHULUAN

Setiap media massa berlomba-lomba memberikan informasi dengan format dan kemasan baru untuk merangkul masyarakat. Kebutuhan akan informasi seakan merupakan kebutuhan dasar masyarakat saat ini. Kondisi ini membuat peran dan fungsi media massa untuk memberikan informasi, pendidikan, kontrol sosial dan hiburan tetap menjadi primadona bagi masyarakat. Televisi sebagai media massa konvensional yang prioritas bagi masyarakat, mampu memberikan beragam informasi, televisi juga merupakan media yang paling murah dan mudah untuk mendapatkan informasi dan hiburan.

Persaingan stasiun televisi cukup kompetitif baik siaran swasta nasional maupun lokal akhirnya menjadi suatu kompetisi yang berujung pada pecutan untuk berinovasi dan berkreasi lebih keras untuk mendapatkan tempat dihati masyarakat. Kompetisi media televisi ini secara teknis dirasakan para pekerja media (broadcaster) dan pimpinan-pimpinan media (gatekeeper) yang memiliki biro perwakilan daerah, bahkan televisi lokal. Berbagai rancangan program dan pemberitaan dilakukan untuk dapat beradaptasi dengan masyarakat penikmat televisi, berbagai formula dirancang agar layar menjadi lebih menarik, lebih berbobot berskala nasional.

Untuk memberikan racangan terbaik bagi media televisi tersebut maka berbagai langkah manajemen untuk program pemberitaan disusun dengan cukup sistematis agar dapat mencapai tujuan secara ideal hingga mencapai kualitas yang baik. Peraturan yang diberikan oleh lembaga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 mengharuskan setiap televisi swasta nasional harus memiliki sistem stasiun jaringan (SSJ) dimana ketentuan mengenai pelaksanaannya disusun KPI bersama pemerintah untuk mewajibkan siaran lokal bagi anggota jaringan yang ditetapkan pada pasal 34 ayat 5 Peraturan Pemerintah (PP) nomor 50 tahun 2005 yang berisikan tentang lembaga siaran swasta. Kemudian Pasal 17 PP Nomor 50 tahun 2005 hanya dijelaskan bahwa relai siaran tetap dapat dilaksanakan maksimal 90 persen dari seluruh siaran perhari. Pasal tersebut kemudian dimaknai bahwa siaran lokal wajib dilakukan minimal 10 persen dari seluruh siaran per hari.

Dari regulasi tersebut setiap televisi nasional diwajibkan memiliki stasiun/ biro televisi daerah dan memiliki siaran lokal sebanyak 2,5 jam perhari dengan konten siaran lokal yang dianjurkan adalah lebih mengutamakan konten sosial budaya dan tradisi masyarakat setempat. Regulasi ini tetap menjadi panduan bagi penyelenggara televisi baik nasional dan daerah. Bagaimana Kompas TV Medan dapat menyesuaikan dengan peraturan dan tidak melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), Undang-Undang Penyiaran dan Undang-Undang Pers.

Dari survei terbaru KPI periode riset di 2019 membuktikan indeks kualitas program berita adalah sebesar 2,93, nilai yang diperoleh siaran televisi swasta hampir mencapai standar program berkualitas yang ditetapkan oleh KPI. Meski dilihat dari indeks program berita berdasarkan indikator kualitas program siaran berita memperlihatkan indeks indikator faktualitas dan akurasi telah mencapai > 3, namun pada indikasi keberimbangan hanya 2,77 terendah disbanding indikator lainnya (sumber: web KPI Pusat).

Dalam perjalanannya Kompas TV Medan telah merancang berbagai program lokal dengan mengikuti ketentuan yang diatur pemerintah. Berbagai kendala tak jarang dihadapi untuk mendapatkan hasil ataupun kualitas yang baik untuk program siarannya termasuk program berita.

Untuk merancang program berita “Kompas Sumut” tentunya ada tahapan manajemen yang digunakan agar mendapatkan hasil maksimal. Bagaimana mereka selalu mengembangkan tampilan terbaru dalam penyajian program berita lokal sesuai perkembangan jaman. Dan bagaimana pula menggabungkan kondisi saat ini dengan perkembangan sosial media yang cukup mempengaruhi program berita yang sudah menjalar pada program berita lokal di tiap daerah di Indonesia.

Dalam manajemen pemberitaan pada program berita “Kompas Sumut” agar lebih baik, dan berbeda dari siaran stasiun televisi lain. Berbagai cara dan langkah digunakan untuk mengembangkan dan mempertahankan program berita tersebut. Dari pemaparan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian bagaimana manajemen pemberitaan di Kompas TV Biro Medan dalam meningkatkan kualitas program siaran lokal. Sehingga dapat bersaing dengan stasiun televisi lain yang juga memiliki biro di Medan.

Manajemen

Dibagian ini akan dijelaskan bagaimana pengertian manajemen, dimana menurut James A.F Stonner, manajemen ialah proses *planning* atau perencanaan, kemudian pengorganisasian, kepemimpinan, serta pengawasan usaha-usaha dari seluruh anggota organisasi. Kemudian bagaimana penggunaan sumber daya manusia dalam organisasi lain untuk mendapat tujuan yang telah direncanakan dan disepakati sebelumnya. Lebih rinci lagi diartikan Stoner, kepemimpinan atau manajemen dapat diartikan sebagai proses upaya keras untuk mencapai tujuan dari rencana organisasi oleh semua aspek termasuk manusianya, maupun peralatan yang juga masuk dalam perencanaan, dipimpin, diberi pengarahan dan adanya diawasi.

Komunikasi Massa

Disini komunikasi massa dipastikan sebagai sebuah proses komunikasi dimana komunikasi tersebut dilakukan melalui media massa baik cetak dan elektronik, biasanya untuk bermacam tujuan komunikasi dan untuk menyebar informasi kepada khalayak (Bungin, 2006:71). Kemudian dari definisi tersebut diketahui bahwa komunikasi massa itu haruslah bermedia atau menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak seperti rapat akbar di lapangan luas dihadiri oleh ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa.

Wadah media yang termasuk media massa adalah radio, dan televisi, keduanya dikenal dengan sebutan media konvensional. Kemudian surat kabar dan majalah keduanya disebut pula sebagai media cetak konvensional.

Manajemen Pemberitaan

Pada bagian ini dapat dijelaskan bahwa manajemen merupakan suatu proses khusus berisikan tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya. Sedangkan pemberitaan diartikan sebagai satu laporan yang cepat dari suatu lokasi terjadinya peristiwa hangat dan lengkap dengan data. Kemudian memiliki nilai penting dan menarik serta dibutuhkan khalayak atau bagi sebagian pembaca / pemirsa untuk kemudian dipublikasikan seluasnya dengan perantara media massa. Sehingga manajemen

pemberitaan disini merupakan suatu proses kegiatan peliputan, penulisan, sampai pada penyuntingan (editing), yang diawali dengan tahap-tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Dilihat dari konsepnya manajemen pemberitaan ini dapat dibagi lagi pada empat tahapan diantaranya:

- 1) Pencarian fakta atau *fact finding*, disini dimaksudkan sebagai permulaan yang dilakukan adalah dengan mencari data-data pendukung terkait hal hal yang ada dilokasi peristiwa.
- 2) Perencanaan artinya dalam penggarapan suatu pemberitaan dibutuhkan ancap ancap atau rencana apa yang akan di beritakan atau diterbitkan.
- 3) Peliputan, pada tahap ini media melakukan kegiatannya untuk mencari dan mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk suatu berita.
- 4) Evaluasi , disini media harus melakukan penilaian dan diperiksa kembali apakah tujuan dari informasi yang akan disampaikan sudah tercapat atau belum. Perlu juga dipikirkan cara lain untuk hasil lebih bagus.

Televisi

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai pengertian dari televise, dimana artinya adalah seperangkat alat yang berfungsi untuk menangkap siaran bergambar atau visual, dan audio. Atau lebih umum disebut penyiaran atau *broadcasting*. Istilah televisi ini berasal dari bahasa Yunani yaitu tele (jauh) dan vision (melihat). Jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio televisi. Fungsinya kepada masyarakat cukup besar yaitu menyampaikan pesan berupa informasi baik bersifat mendidik, menghibur, mempengaruhi namun tetap dengan menggunakan control sosial.

Banyaknya ragam penyiaran konten (Diversity of Content) membuat masyarakat akan mendapat banyak alternatif tontonan. Sehingga diharapkan isi siaran semakin dekat dan aspiratif dan dapat memenuhi kebutuhan dibidang sosial, politik, budaya masyarakat setempat. Sejarah perkembangan program acara televisi terbukti tetap disukai masyarakat, beberapa ragam siaran televisi tersebut seperti talk show, dan berita, dan hiburan ditambah lagi berita khusus olah raga acara anak anak dan musik.

Teory Uses and Gratification

Untuk memperkuat bab ini, peneliti menggunakan teori *uses and gratification*, dimana teori ini cukup tepat untuk menggambarkan penggunaan dan pemenuhan kepuasan khalayak atas siaran televisi. Teori ini dikembangkan oleh para ahli seperti Elihu Katz, Jay G Blumler, dan Michael Gurevitch. Dimana menurut mereka manusia secara aktif dapat memilih media yang lebih spesifik dan berisi untuk mendapatkan pemenuhan kebutuhan (gratification) yang mereka inginkan. Kemudian pemenuhan kebutuhan tersebut dirasakan secara psikologis dan sosial untuk kemudian muncullah harapan tertentu atas media massa atau sumber lainnya karena telah membawa terpaan media. Model ini menunjukkan Tentang kajian bagaimana media memenuhi kebutuhan informasi individu ditengah masyarakat, bukan bagaimana upaya media mengubah

sikap dan perilaku khalayaknya. Teori ini juga bermula dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Namun intinya adalah khalayaklah yang menggunakan media massa berdasarkan tujuan mereka masing-masing. Disini khalayaklah yang memenuhi kebutuhan mereka atas mass media, bukan sebaliknya media dianggap berusaha memenuhi kebutuhan khalayak dan mengubah sikap dan perilaku khalayak. Sehingga dapat disebutkan khalayak yang aktif sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendy, 2003:289).

Kualitas Program Siaran

Kualitas diartikan sebagai suatu hal yang harus dikerjakan dan diupayakan bagi penyedia jasa dengan benar. Sehingga kualitas dari satu produk tersebut masuk kedalam strategi bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan meraih keunggulan. Kualitas ini harus berkesinambungan dijaga oleh penyedia jasa sebagai agar terus dapat berahan dan tumbuh. Bila dilihat dari konsepnya kualitas ini selalu dianggap sebagai ukuran yang baik dari suatu produk atau jasa. Dengan desain yang cocok atas penilaian dari kualitas produk itu sendiri. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi dari produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Dalam perspektif Total Quality Manajemen (TQM) kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang diberikan penekanan, namun meliputi proses, lingkungan, dan manusia. Hal ini bisa dilihat dari definisi kualitas menurut Goetsh dan Davis yang dikutip oleh Fandy Tjiptono dalam buku Manajemen Jasa (2006:51) adalah “Kualias merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan”.

Selain pengertian diatas menurut Fandy Tjiptono (2014: 268) definisi kualitas adalah “Kualias pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Sedangkan menurut Wyock (dalam Lovelock 1988) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:268) “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Definisi ini dapat dikatakan bahwa baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Sehingga kualitas program penyiaran dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai persepsi penonton televisi program berita lokal “Kompas Sumut” yang memiliki daya dimensi.

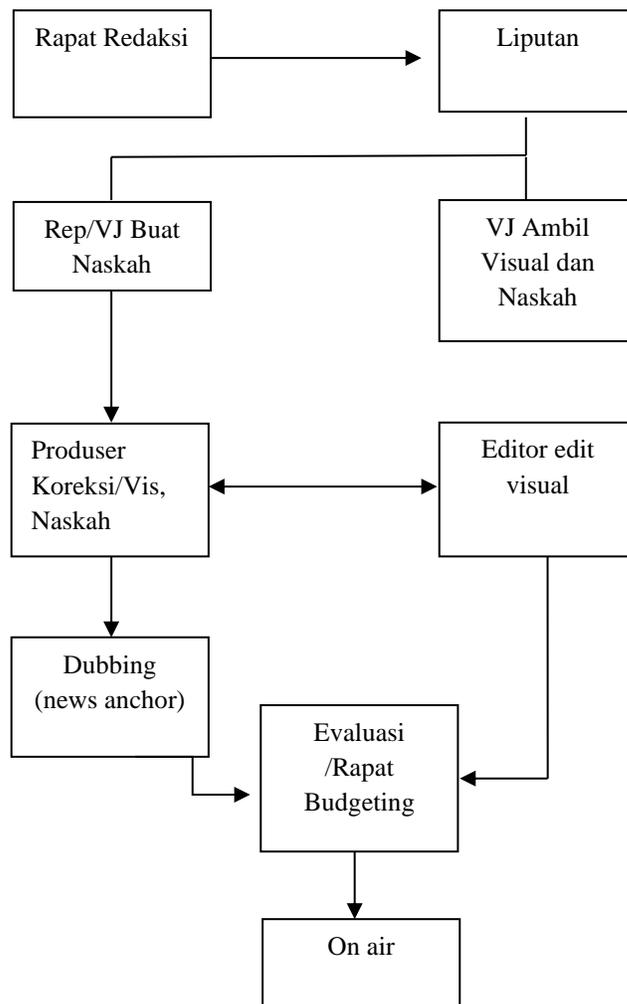
Kualitas Program

Kualaitas menurut T jiptono dalam Fandy Tjiptono, (2006:61) menyatakan sebagai suatu persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan Sehingga kualitas program penyiaran dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai persepsi sudut pandang permirsa pada program berita “Kompas Sumut” yang memiliki daya dimensi yang lebih baik. Semakin baik on air look yang diproduksi suatu program acara atau program berita maka semakin baik pula persepsi masyarakat penonton terhadap program tersebut.

Ada lima indikator utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu berupa kehandalan, (Reliability), kemudian daya tanggap (Responsibility), jaminan (Assurance), perhatian (Attention) dan bukti langsung (Tangibles) (Fandy Tjiptono, 2012:75).

Skema Penyiaran Berita

Berikut skema alur penyiaran di Kompas TV Medan



Sumber : Penelitian 2020

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan cara mengumpulkan dan analisis informasi untuk menambah pemahama pada suatu pembahasan. Tiga alasan pentingnya penelitian diantaranya : 1) Menambah pengetahuan, 2) Meningkatkan praktik, dan 3) Memberikan informasi perbedaan kebijakan dan menambah pengetahuan karena cukup berguna dalam rangka memberikan masukan pada informasi dari suatu permasalahan. Penelitian dapat meningkatkan praktik karena dapat

memberikan ide-iden baru sebagai bahan pertimbangan saat menjalankan pekerjaan dan membantu praktisi dalam melakukan evaluasi melalui pendekatan pendekatan yang mereka harapkan akan bekerja dalam setiap individu.

Kemudian menginformasikan perbedaan kebijakan dalam penelitian karena penelitian memberikan percakapan mengenai isu penting saat pembuat kebijakan melakukan perdebatan pada suatu topic kebijakan (Gunawan, 2013 : 79). Jenis penelitian yang sedang diteliti ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif yang telah dilakukan adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana penelitian ini menekankan pada kualitas atau hal terpenting pada suatu barang dan jasa. Hal terpenting suatu bahan atau jasa yang berupa kejadian atau fenomena hingga gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori. Jangan sampai suatu yang berharga tersebut berlalu bersama waktu tanpa meninggalkan manfaat. Penelitian kualitatif dapat di desain untuk memberikan sumbangan terhadap teori praktis kebijakan ataupun masalah masalah sosial dan tindakan (Ghory & Almanshur, 2016 :25).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Manajemen Pemberitaan

Dari hasil penelitian pada manajemen pemberitaan ada beberapa point penting yang didapatkan dalam penelitian ini diantaranya :

1) Pembinaan atau evaluasi materi pemberitaan

Diawal mula program berita “Kompas Sumut” tim *news network* bersama produser biro Kompas TV Medan bersama sama memberikan pelatihan berupa tatacara penulisan berita televisi dan format penulisan berita untuk redaksi Kompas TV. Secara bersamaan disini seluruh tim news diberikan pelatihan penulisan berita. Hal ini dilakukan pada seluruh biro di daerah secara bergantian. Tahapan ini merupakan tahapan manajemen *planning* yang dilakukan Kompas TV. Beberapa materi penulisan berita yang diberikan antara lain :

a) Mengenai penempatan kata dan penajaman *lead berita* harus minimal memenuhi tiga syarat dari unsur berita 5 W +1 H yaitu unsur Apa dan Kenapa, atau Siapa, Kenapa, biasanya dua unsur ini paling efektif untuk menggambarkan sebuah lead berita, ditambah keterangan lokasi kejadian dan waktunya atau unsur *When* dan *Where*, sehingga akan mudah merangsang khalayak untuk mengkonsumsi informasi.

b) Kemudian bahasa yang digunakan dituntut harus lugas dan singkat untuk menghindari kebingungan penonton yang melihat dan mendengar saat berita ditayangkan.

c) Tim liputan juga diminta untuk selalu memeriksa bahasa yang digunakan jika ragu maka harus berpedoman pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

d) Selain manajemen pemberitaan diatas, diawal mulai program berita di Kompas TV Medan tim news juga diberikan pemahaman seputar visual berita. Ada tiga hal pokok dalam pengambilan gambar /visual berita seperti *Wide shoot*, *Medium Shoot*, dan *Detail Shoot* hingga visual pengantar sebelum wawancara dimulai. Kemudian ada juga materi

mengenai framing visual, seperti *head room*, (batas ruang atas kepala narasumber), *nose room* (batas depan arah narasumber), *panning* (pergerakan saat mengambil visual), *till up*, *till down* (Pergerakan saat pengambilan gambar dari atas kebawah dan sebaliknya) dll.

e) Selain teknis pemberitaan tim news Kompas TV Medan juga mulai mengembangkan konten materi pemberitaannya, meski terkesan lambat berkembang namun dari segi konten materi berita dan hasil siaran merupakan dua hal yang sekaligus berjalan. Dari file yang sempat di temukan peneliti perkembangan konten materi pemberitaan tahun 2016 hingga 2020 terlihat mengalami perubahan yang signifikan.

Konten materi pemberitaan yang mengalami perkembangan tersebut seperti susunan *rundown* materi berita yang tertata semakin baik mulai dari segmen satu hingga segment tiga dalam program berita “ Kompas Sumut “ teratur rapi. Sebagai salah satu contoh di segmen pertama menampilkan tentang materi berita yang sedang hangat di Sumatera Utara tentang kriminal, maka segmen satu ditempatkan pada materi pertama atau *head line*, bisa saja jika peristiwanya masif (besar) maka produser yang menyusun *rundown* akan melepas satu segment dalam materi yang sama dengan durasi 8 menit, teknik ini biasanya disebut dengan *leading topik*.

Kemudian di segmen dua di tempatkan konten materi berita bidang berbeda misalnya berita politik pilkada atau ekonomi. Sehingga memberikan warna yang berbeda. Sedangkan untuk segment akhir akan di sajikan berita yang lebih soft seperti berita wisata, UMKM, komunitas dan kuliner. Materi seperti ini disebutkan sebagai tugas televisi lokal untuk memperbanyak informasi yang diberikan pada masyarakat tentang sosial budaya seperti yang diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

2) Pembinaan atau evaluasi atas *Big konsep* jurnalis digital

Dari temuan peneliti, ada hal baru yang masih menyangkut persoalan pembinaan pemberitaan dan program siaran lokal di Kompas TV Medan yaitu penerapan “Big Konsep Jurnalis Digital Kompas TV”, disini tim news Kompas TV Medan mengevaluasi atas pengembangan konten digital dengan memberdayakan *akun* Kompas TV Medan pada sejumlah aplikasi media sosial seperti *youtube*, *instagram*, *facebook* dan *tiktok* berita yang sudah berjalan. Namun pada perjalanannya konsep digital ini cukup menguras waktu dan hal baru yang harus dibenahi. Sehingga harus selalu ada evaluasi. Sehingga sebelum menjalankan konsep ini mereka secara sistematis mendapatkan *training* khusus diawal awal memulainya dari tim *digital conten* Jakarta, sampai saat ini masih terus berbenah dengan evaluasi evaluasi yang dilakukan kasus per kasus.

Meski produksi pada media sosial ini sudah berjalan sejak 2016 namun, *digital conten* ini lebih serius lagi digarap sejak 2019 hingga saat ini. Dengan memaksimalkan upload materi berita di *youtube* dan media sosial lainnya mereka sudah merambah ke dunia media sosial, pembuatan naskah berita diatur sedemikian rupa agar berbeda dengan tampilan siaran televisi, begitu juga dengan teks yang di tampilkan. Pada bagian teks ini memiliki “resep” tersendiri agar bagaimana posingan berita di media sosial mampu merangkul banyak penonton dengan istilah *subscriber* dan *follower*. Kemudian pada bagian layar depan materi berita yang disajikan tim konten digital juga merancang dengan menggunakan logo dan teks dengan font (jenis huruf) yang besar agar

memudahkan konsumen media sosial untuk menangkap lebih cepat dan tertarik akan informasi tersebut. Cara ini dilakukan serentak di seluruh biro –biro Kompas TV agar tampilan seluruh media sosial memiliki kesamaan. Mulai dari warna, logo, teks dan bahasa yang digunakan.

Kompas TV sengaja menjadikan media sosial sebagai saudara baru yang mau tidak mau harus hidup dan berkembang dengan cara berdampingan. Sehingga media sosial bukanlah sebagai “musuh” bagi siaran televisi. Setelah berkembang dengan. Sehingga saat ini hasil dari manajemen pemberitaan di media sosial tersebut sudah mulai meraup untung, beberapa daerah termasuk biro Medan sudah mulai provit dengan bisa “menjual dagangan” lewat live streaming *youtube* dan *instagram* kepada *clien*.

3) Pembinaan SDM dan *Equipment* (Peralatan)

Seiring dengan hasil evaluasi yang telah dilakukan terhadap seluruh pemberian materi pemberitaan, Kompas TV telah memainkan peran manajemen *planining* yang juga dilakukan pada pembinaan kemampuan akan penguasaan dalam penggarapan suatu pemberitaan hingga perangkat *set up* studio. Disini selain tim liputan produser/ korlip, editor juga terlibat dalam menerima evaluasi dan pembinaan tim *network*. Beberapa materi yang di berikan antara lain :

- a) Lebih memperhatikan keberimbangan terlebih pada saat musim pilkada, agar lebih berimbang dalam menampilkan visual calon, kemudian untuk pemberitaan secara umum lebih dituntut konfrontir narasumber atas peristiwa yang berkembang di media sosial.
- b) *Set up* (merancang bentuk dan fungsi studio) ini dilakukan untuk bagaimana posisi juru kamera, anchor dan narasumber saat berlangsungnya *talk show*.
- c) Kemudian penggunaan alat seperti *Clip on* (mic kecil) yang memiliki fungsi dan settingan berbeda jika digunakan di lokasi *indoor* dan *out door*.
- d) Memahami settingan “V” untuk posisi narasumber saat *tapping* (rekaman / maupun live) sehingga dapat lebih mudah ditangkap oleh juru kamera.
- e) Pemahaman pencahayaan (*lighting*) juga menjadi hal penting dalam mempersiapkan tim untuk mengisi program *talk show* dan program berita.

Selain pembinaan pemberitaan diatas peneliti juga melihat secara keorganisasian dan pelaksanaannya didapatkan seperti data yang tertuang pada saat wawancara. Dari hasil wawancara di jelaskan bahwa semua posisi tim di Kompas TV Medan memiliki bagian pekerjaan masing masing, namun karena ritme kerja yang tinggi dan kurangnya karyawan menyebabkan ada beberapa posisi yang harus di *back up* dengan karyawan yang bukan bidangnya. Sebagai contoh : tim *tehnical support* bisa membantu menjadi seorang juru kamera pada saat *tapping talk show*, begitu juga seorang produser/koordinatorliputan (Korlip) harus mampu menutupi pekerjaan juru kamera *live* bahkan terlibat langsung menjadi seorang reporter untuk *live report* menggunakan SNG maupun *live skype* hingga *Live on Tape* dilokasi.

Kondisi ini sudah menjadi ritme kerja baru era disrubs saat ini, karena ada isu keuangan oleh perusahaan, sehingga harus meminimalisasi perekrutan Sumber Daya Manusia untuk sementara mengingat Kompas TV adalah *New Commers* (pendatang baru) di dunia pertelevisian

di Indonesia. Kondisi ini disebut dengan istilah *multi tasking* dimana seorang karyawan diharapkan mampu bekerjasama dalam tim dengan melakukan pekerjaan yang berbeda, meski tidak dituntut harus mampu namun seluruhnya diajak bersama sama mencari pengalaman untuk semangat organisasi perusahaan dan kemajuan bersama.

Beberapa hal penting yang menjadi catatan dalam manajemen pemberitaan di Kompas TV Medan diantaranya :

- a) Evaluasi visual peristiwa tentang etika Jurnalistik, UU Perlindungan anak, video kekerasan, SARA, keberimbangan (cover both side).
- b) Menggunakan acuan Teks KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)
- c) Untuk program lokal diberi keleluasaan berkreasi mengeksklore daerahnya sesuai regulasi KPI bahwa TV daerah harus mengutamakan informasi sosial budaya.
- d) Membentuk *brand image* program lokal pada masyarakat
- e) Ketelitian SDM tim news.

4) Dampak sosial media : Hal terbaru dan menarik dalam penelitian ini adalah pemanfaatan media baru sosial media sebagai wadah untuk menumbuh kembangkan pemberitaan Kompas TV Medan. Dimana selain konten dan isu menarik yang sedang viral menjadi perhatian khusus dalam penggarapan sebuah pemberitaan untuk memenuhi informasi khalyak, ada juga siasat lain dimana Kompas TV Medan menumbuh kembangkan program pemeritaannya dengan menggunakan aplikasi media sosial untuk melengkapi wadah informasi yang mudah dan cepat di terima khalayak. Sehingga perkembangan dunia digital media sosial bukan menjadi ancaman bagi media konvensional televise namun lebih kepada wadah untuk melengkapi jangkauan media konvensional.

Manajemen POAC Kompas TV Medan

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan bagian tahapan dari unsur manajemen yaitu *Planning, Organizinng, Actuating*, dan *controlling* yang dilakukan Kompas TV Medan:

- a) *Planning* : Dari tahapan perencanaan peneliti mencatat beberapa agenda besar dalam perencanaan yang dilakukan Kompas TV Medan dalam menyusun program dalam pemberitaan hingga menghasilkan program siaran lokal yang berkualitas diantaranya:
 - 1) Mempersiapkan Sumber daya manusia mulai dari recruitmen hingga pelatihan yang mumpuni secara bertahap.
 - 2) Mempersiapkan konsep pemberitaan dalam sebuah program berita dengan bentuk tiga segmen dibagi dalam durasi 30 menit.
 - 3) Mempersiapkan program siaran lokal lainnya seperti program “Pesona Sumut” yang bernuansa *softnews*, kemudian program religi “Menjaga Hati” dan “Jalan Kasih”, program talk show “Bincang Sumut”, program “Kompas Nusantara” (mix materi) dan “Otonews Medan”.

- 4) Setelah sumberdaya manusia dan program di susun, dan dijadwalkan untuk pelaksanaan produksi.
- b) *Organizing* : Pada tahapan ini Kompas TV Medan mulai melakukan penyusunan tim produksi untuk program berita dan sejumlah program lainnya dengan bantuan tim news network bersama tim Biro Medan. Adapun beberapa hal yang dilakukan diantaranya :
 - Membagi tim news yang ada dan ditempatkan untuk masing masing program.
 - Membuat jadwal kerja dalam rangka pengerjaan program berita.
 - Membuat simulasi (*dummy*) program sebagai tahap awal.
 - Penyesuaian tim kembali.
- c) *Actuating* : Pada tahapan usaha dan tindakan yang dilakukan manajemen Kompas TV Medan adalah mengajak tim untuk bekerjasama menyelesaikan program siaran sesuai dengan rapat dan penugasan yang telah direncanakan sebelumnya. Karyawan diberi pengarahan agar menyadari tugas dan fungsinya untuk tujuan tercapainya manajemen yang efektif.
- d) *Controlling* : Setelah semua tahapan dilakukan, Kepala Biro dan produser menggelar *briefing* internal untuk mengevaluasi hasil kerja. Membuat catatan dan kembali membenahi hasil evaluasi.

Tak jarang dalam menjalankan tahapan konsep manajemen POAC ini Kompas TV Medan mengalami hambatan diantaranya :

- 1) Hambatan keterbatasan jumlah sumber daya manusia.
- 2) Kemampuan, artinya tak jarang tim news dari Medan berkoordinasi pada divisi network dalam penggarapan sebuah program.
- 3) Hambatan keterbatasan equipment (Peralatan)

Hasil Penelitian Program Siaran Lokal

Selain program berita ada beberapa program siaran lokal lain yang di sajikan oleh Kompas TV Medan disini peneliti akan menyampaikan secara garis besar hasil pengamatan dari beberapa program lain diluar program berita.

- 1) Program *talk show* “Bincang Sumut” sama seperti program berita “Kompas Sumut” program ini masih bersifat *tapping* atau *recording*, kemudian kuantitas produksi masih cukup terbatas dua atau tiga kali dalam sepekan. Persoalan kekurangan SDM menjadi isu utama dalam meningkatkan program ini.
- 2) Program Religi Muslim “Menjaga Hati” dan Program religi nasrani “Jalan Kasih” : Pada program ini juga belum pasti dalam setiap hari memiliki narasumber berbeda, ada beberapa

materi yang masih bersifat *rerun* (pengulangan) hal ini dikarenakan keterbatasan karyawan untuk memproduksi secara masif dan *continue*.

- 3) Program Kompas Nusantara, pada program ini juga masih menggunakan pola *rerun* (pengulangan) beberapa kali dalam sepekan, meski demikian materi ini masih dalam batas toleransi karena materi beritanya bersifat *softnews*.
- 4) Program Pesona Sumut, isi materi dari program ini seluruhnya adalah berita *softnews* berdurasi 30 menit, harapannya dapat memberikan informasi yang cukup inspiratif bagi masyarakat baik seputar usaha kecil menengah, tentang lokasi wisata, kuliner dan kreatifitas masyarakat dan mahasiswa.
- 5) Otonews Medan, program ini bersifat tentatif, jadwal tayangnya bersifat dinamis, sehingga bisa digunakan jika ada event otomotif, atau rangkuman dari beberapa liputan otomotif lokal dipadukan menjadi satu dalam sebuah paket program otomotif.
- 6) Kompas Sepekan, program ini khusus ditayangkan setiap minggu pagi, isinya adalah kumpulan dari berita hangat yang ada setiap hari di Program berita Kompas Sumut, dikemas dengan tampilan news anchor yang hanya membacakan tiga lead berita saja. Isi materi berita yang ditayangnya sebanyak tiga segmen atau durasi total sebanyak 30 menit.

Hasil Penelitian Kualitas Siaran Lokal

Dari penelitian yang dilakukan dalam persoalan kualitas program siaran lokal di Kompas TV Medan memang cukup beragam. Kualitas program siaran lokal yang paling banyak mengalami perubahan adalah program berita “Kompas Sumut” dimana ada 5 tahap perubahan tampilan diantaranya :

- 1) Tampilan awal “Kompas News Medan” yang masih menggunakan *back ground green Screen* dan tampilan *back groud digital* sederhana.
- 2) Tampilan diganti dengan *back ground digital* dengan kualitas yang lebih baik lagi sekaligus mengganti nama Program dari “Kompas News Medan menjadi “Kompas Medan”. Tadinya pada September 2016.
- 3) Tampilan kembali diubah pada Oktober 2017 dimana pergantian animasi *back ground* sekaligus dilakukan pergantian nama program dari “Kompas Medan” menjadi Kompas Sumut”
- 4) Pada tahapan ini tim network kembali menambah perkembangan baru, pada Oktober 2017 tampilan program berita, dari yang sebelumnya menggunakan latar belakang digital, kini sudah berganti menggunakan *back ground studio* secara langsung. Sehingga tim editor tidak lagi menggunakan latar digital. Namun perkembangan masih terus berlanjut .
- 5) Tampilan pada Desember 2017 kembali dilakukan pergantian visual animasi program “Kompas Sumut” secara keseluruhan. Perubahan tersebut sekaligus menambah assesori *back groud studio* dan penambahan *lighting* dari 2 unit menjadi 4 unit *lighting* standar studio *broadcasting*.

Selain lima item diatas, Kompas TV Biro Medan juga memberikan pelatihan khusus pada *news anchor*, selain pelatihan lokal, *news anchor* dari Jakarta juga selalu didatangkan untuk sharing ilmu *broadcasting* agar kemampuan *news anchor* didaerah rata rata memiliki kemampuan dan kepiawaian yang sama secara nasional dengan KompasTV Jakarta. Dalam penelitian ini juga ditemukan adanya upaya secara bersama sama antara kemampuan sumberdaya manusia dan pembenahan *equipment* (peralatan). Sehingga keduaya berjalan beriringan. Pembenahan benar benar dilakukan bertahap, hal ini juga mengingat dari hasil wawancara dengan manajer *network* yang menjelaskan bahwa memang ada isu keuangan yang tidak bisa dipaksakan dengan pengeluaran biaya sekaligus, sehingga memang isu keuangan menjadi penting untuk menjalankan manajemen yang telah dirancang.

Perkembangan Kulit Program

Setelah memperoleh data dari wawancara para informan, peneliti juga menyusun hasil *screen shoot* /foto yang berasal dari file visual perkembangan kualitas program berita siaran lokal di Kompas TV Medan. Perkembangan ini menjadi data pendukung hasil observasi dan wawancara dengan para informan tentang manajemen pemberitaan yang diselaraskan dengan pembenahan tampilan kualitas siaran program berita lokal.

Gambar Tapping News Anchor



(Sumber : Doc Kompas TV Medan)

Gambar 1) Produksi program berita pertama Kompas TV Medan masih menggunakan *Green Screen* Tahun 2015

Gambar diatas merupakan visual produksi berita tahap pertama dimana tim produksi masih menggunakan latar belakang atau back ground green screen (layar hijau) tanpa menggunakan prompter (layar teks naskah) hanya menggunakan Komputer. Proses produksinya masih sangat sederhana dengan dua lampu (lighting) tanpa asesori yang lengkap pada tahun 2016.

Gambar *Bumper Opening* Program Berita



(Sumber : Dokumen Kompas TV Medan)

Gambar : 2) Cuplikan Layar Opening Perdana Tahun 2015

Gambar diatas merupakan visual bumper opening program berita Kompas TV dengan nama program berita perdana “Kompas News Medan”

Gambar *Opening News Anchor*



(Sumber : Dokumen Kompas TV Medan)

Gambar : 3) Cuplikan Layar Visual Opening Program Berita “Kompas News Medan” sebelum berganti nama menjadi “Kompas Sumut”

Gambar diatas merupakan opening saat News Anchor/ Presenter membacakan head line berita dan saat membacakan lead berita sebelum paket berita di tayangkan.

Gambar *Opening Program Berita “Kompas Medan”*



(Sumber : Dokumentasi Kompas TV Medan)

Gambar 8) Cuplikan Layar Perubahan Bumper Opening Program Berita “Kompas Medan” pada September 2016, telah terjadi perubahan tampilan dan nama program

Gambar diatas merupakan visual bumper opening program berita “Kompas Medan” yang sudah mengalami perubahan dalam rangka pembenahan kualitas tampilan program berita.

Gambar *Opening News Anchor*



(Sumber : Dokumen Kompas TV Medan)

Gambar 9) Cuplikan Layar Opening News Anchor
“Kompas Medan” pada September 2016.

Gambar diatas merupakan visual saat News Anchor membacakan head line berita dengan tampilan CG teks nama News Anchor berwarna orange dan berbeda dari tampilan sebelumnya. Namun tampilan back ground masih menggunakan *back ground digital*.

Gambar Opening Baru Program Berita “Kompas Sumut”



(Sumber : Dokumentasi Kompas TV Medan)

Gambar 13) Cuplikan visual *opening* Program Berita dan
Nama Program Berita Baru “Kompas Sumut” Oktober 2017.

Gamber diatas merupakan tampailan visual *bumper opening* program berita baru. dimana nama program “Kompas Medan” di ubah menjadi “Kompas Sumut” sejak Oktober 2017.

Gambar Segmen Pengantar Berita



(Sumber : Dokumen Kompas TV Medan)

Gambar 19) Cuplikan Pengantar Segmen awal berita Program “Kompas Sumut” Oktober 2017.

Gambar diatas merupakan visual pengantar *segmen* awal setelah opening berita, tapilan sudah menggunakan studio *back ground*.

20) Gambar Perubahan Tampilan Terbaru



(Sumber : Dokumen Kompas TV Medan)

Gambar 22) Cuplikan *Bumper Opening* Terbaru Desember 2017.

Gambar diatas dapat dideskripsikan sebagai tampilan visualisasi terbaru *bumper opening* program berita “Kompas Sumut” mulai Desember 2017.

Gambar Openig Presenter



(Sumber : Dokumen Kompas TV Medan)

Gambar 23) Cuplikan *Opening News Anchor* Tampilan Studio Terbaru

Gambar diatas dapat dideskripsikan sebagai visual terbaru studio Kompas TV Medan untuk program berita “Kompas Sumut” dimana background dan beberapa assesoris studio diperbaharui seperti looping televisi, lighting, dan CG terbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kompas TV Biro Medan dalam merancang pemberitaannya sudah menggunakan konsep Manajemen POAC. Seluruhnya dimulai dari proses perencanaan, pentuan program, pengorganisasian tim /karyawan untuk kemudian dilanjutkan bagian produksi untuk mengatur pengemasan, konsep, *angle* berita, berlanjut ke bagian penyiaran untuk ditayangkan pada program berita lokal. Setiap tim liputan, *video jurnalis* dan *reporter* menjalankan tugas pokoknya sesuai dengan prosedur yang berlaku dan saling mengawasi dengan yang lainnya. Sistem kerja seperti ini dilakukan agar terciptanya suasana kerja yang nyaman dan kondusif.

Meski dalam menjalankan proses manajemen terdapat beberapa kekurangan namun *out put* siaran lokal masih mampu mencapai tujuan untuk mendapatkan hasil yang berkualitas. Dengan multitasking (kemampuan ganda) mereka dapat meningkatkan konsep mutu beritanya, dan terus berbenah melalui *tranning* dan pelatihan yang bersifat *continue*. Manajemen pemberitaan Kompas TV Medan juga tetap terus meningkatkan independensi. Tak lebih dari standart jurnalistik yang harus mengikuti teknik penulisan dan mengikuti regulasi dan etika media massa. Selain itu perkembangan dunia digital media sosial menjadi babak baru bagi Kompas TV Medan dimana sebagai media konvensional Kompas TV Medan menggunakan perkembangan aplikasi media sosial sebagai media pelengkap dan berdampingan untuk mempermudah sampainya informasi kepada khalyak. Kemudian materi yang ada dan sedang viral di media sosial dijadikan konsumsi materi pemberitaan yang tentunya dikemas sesuai etika jurnalistik.

Saran

Kemudian yang paling akhir dari penelitian ini adalah saran peneliti terhadap hasil penelitian yang didapat antara lain:

1. Peneliti berharap agar Kompas TV Medan dapat meningkatkan jumlah karyawan agar program berita khususnya dan program lainnya dapat di kerjakan lebih baik lagi.
2. Promosi eksistensi program siaran lokal agar lebih dikenal masyarakat-masyarakat luas.
3. Agar lebih memperhatikan jam tayang siaran lokal pada waktu yang lebih tepat bagi masyarakat untuk menonton.
4. Membentuk *Brand image* masyarakat tentang siaran berita Kompas TV Medan.

5. Tetap mengedepankan profesionalisme dan tetap menempatkan kepentingan publik diatas segalanya.
6. Konsolidasi visi misinya ke seluruh karyawan dan masyarakat untuk kepentingan publik. Sehingga, manajemen TV mampu mengalokasikan seluruh sumber daya yang dimiliki secara efisien dan efektif.
7. Tidak terjebak oleh kondisi struktur pasar industri televisi tanah air yang cenderung terkonsentrasi. Keunggulan sebagai media penyiaran lokal sebaiknya menjadi strategi khusus menghadapi struktur pasar industri pertelevisian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprinta, G. (2011). Kajian Media Massa: Representasi Girl Power Wanita Modern dalam Media Online. *Journals of Telkom University*.
- Ariwibowo, A. (2015). *Makin Syar'i Makin Cantik: Pengertian Cantik*. Jakarta: Elex Media Komputindo. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=qc5BDwAAQBAJ&pg=PA43&dq=definisi+cantik&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjfJWj6s3lAhWT63MBHWINC44Q6AEINjAC#v=onepage&q=definisi%20cantik&f=false>
- Fachruddin, A. (2016). *Manajemen Pertevesian Modern: Pengertian Media Televisi*. Jakarta: Andi Offset. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=pCw3DgAAQBAJ&pg=PA101&dq=acara+televisi+sebagai+hiburan&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEWjc4uHSrPlAhWO6nMBHcxmDAMQ6AEIPDAD#v=onepage&q=acara%20televisi%20sebagai%20hiburan&f=false>
- Fimela. (2014, September 10). *Ingin Selalu Cantik tapi Jenug dengan Makeup, Wanita ini Lakukan Operasi Plastik*. Retrieved from <https://www.fimela.com/beauty-health/read/3740200/ingin-selalu-cantik-tapi-jenuh-dengan-makeup-wanita-ini-lakukan-operasi-plastik>
- Hudaa, S. (2018). *Estetika Berbahasa: Mengapresiasi Bahasa Indonesia*. Sukabumi: CV Jejak. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Kp18DwAAQBAJ&pg=PA95&dq=arti+kata+cantik&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEWjwje3e6c7lAhXCeisKHZtBAQ6AEIOjAD#v=onepage&q=arti%20kata%20cantik&f=false>
- Ienoneko. (2011, June 28). *Antara Perempuan dan Kecantikan*. Retrieved from <https://ienoneko.wordpress.com/>
- Nurani, F. (2017). *Buruh Migran Perempuan: Afirmasi Kebijakan bagi Kaum Marginal*. Malang: UB Press. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=NeRVDwAAQBAJ&pg=PA7&dq=peran+perempuan+di+dunia&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEWjybbz487lAhXPAnIKHRWqAa0Q6AEIXDAI#v=onepage&q=peran%20perempuan%20di%20dunia&f=false>
- Pratomo, D., & Wahid, A. (2017). *Masyarakat dan Teks Media: Membangun Nalar Kritis atas Hegemoni Media*. Malang: UB Press. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=tDZTDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=qy1qDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Sari, I. (2018, October 04). *Fenomena Berkembangnya Operasi Plastik di Kalangan Perempuan Indonesia*. Retrieved from <https://kumparan.com/kumparanstyle/menelaah-fenomena-operasi-plastik-di-kalangan-perempuan-indonesia-1538650628009127503/full>

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.

Utomo, K. (2017, Agustus 01). *Ini Asal Mula Standar Cantik Kecantikan Wanita Indonesia*. Retrieved from <https://www.brilio.net/cewek/ini-asal-mula-standar-kecantikan-bagi-wanita-indonesia-170731i.html>

Wisnubrata. (2017, June 14). *Apa Definisi Perempuan Cantik?* . Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/06/14/135648020/apa.definisi.perempuan.cantik>.

Yolagani. (2007, November 18). *Representasi dan Media oleh Stuart Hall*. Retrieved from <https://yolagani.wordpress.com/2007/11/18/representasi-dan-media-oleh-stuart-hall/>