

TEKNIK PENYIARAN DI NET JATIM TV (DITINJAU DARI PERSPEKTIF MANAJEMEN PENYIARAN)

Wahyu Kristian Natalia
Universitas Amikom Yogyakarta
Natalia.bbstv@gmail.com

Kata kunci:

Proses Produksi,
Biro Net Jatim,
Manajemen
Penyiaran

Abstrak

Pemahaman tentang media televisi, berita menjadi komoditi penting. Bahkan setiap televisi mempunyai program berita unggulan. News Entertainment Television atau NET, Program berita NET Jatim mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan program berita televisi pada umumnya. Berbeda dengan program berita yang ada pada televisi lainnya NET Jatim hadir dengan konsep baru dengan mengutamakan berita kearifan local serta format tampilan HD atau *high definition*. Oleh karena itu, maka tesis ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen penyiaran berita NET Jatim di *News Entertainment Television* atau NET, ditinjau dari perspektif manajemen penyiaran. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data utama berasal dari hasil wawancara dengan produser serta seluruh divisi yang ada di biro NET Jatim yang diamati selama penelitian di lapangan. Teknik analisis penelitian ini menggunakan teori 4 pilar manajemen penyiaran, yakni teknik, program, pemasaran dan administrasi yang dikemukakan oleh Morissan.

Keywords:

*Production
process, NET East
Java Beraeu,
Broadcasting
Management*

Abstract

Understanding of the television media, news becomes an important commodity. Even every television has excellent news programs. News Entertainment Television or NET. NET news program East Java has its own advantages compared with television news programs in general. In contrast to news programs that exist on other television NET Java comes with a new concept with emphasis on local wisdom news and HD or high definition display format. Therefore, this thesis is prepared with the aim to know how the management of news broadcasting NET Java in News Entertainment Television or NET, viewed from the perspective of broadcasting management. This research is qualitative descriptive research. The main data source comes from interviews with producers and all divisions in the NET bureau of East Java observed during field research. The analysis technique of this research use the four pillar theory of broadcasting management, that is technique, program, marketing and administration which stated by Morissan.

A. Pendahuluan

Pertelevisionan di Indonesia dewasa ini berkembang sangat pesat. Tentu ini merupakan salah satu indikator tumbuhnya perekonomian dalam negeri sejalan dengan semangat mewujudkan demokrasi. Ekonomi, demokrasi dan media massa sangat berkaitan erat antara satu dengan yang lain. Pertumbuhan ekonomi dalam kepentingan industrial adalah pertumbuhan pasar. Pasar Indonesia yang sedemikian besar merupakan peluang bagi pemilik modal untuk memproduksi barang atau jasanya. Bagi televisi swasta, pertumbuhan ekonomi merupakan peluang bisnis. Kehadiran televisi-televisi swasta juga menegaskan tentang kompetisi untuk memperebutkan kue (jatah) iklan televisi secara nasional maupun lokal.

Dalam kehidupan masyarakat sehari-hari televisi sebagai media massa telah menjadi bagian yang tak terpisahkan. Berita, berbagai informasi, serta hiburan disajikan oleh media massa kepada masyarakat. Perkembangan media massa elektronik mendorong pemikiran baru di bidang jurnalistik. Media massa elektronik terutama televisi memiliki elemen yang berbeda dengan media massa cetak. Media massa televisi merupakan media *audio visual*. Terdapat elemen *audio visual* yang menjadi

wujud ungkapan informasi di dalam media televisi.

Semakin hari perkembangan industri dunia pertelevisian semakin pesat. Saat ini telah hadir sejumlah stasiun televisi nasional dan puluhan televisi lokal yang tersebar di berbagai penjuru propinsi di Indonesia. Apalagi setelah memasuki era reformasi yang membuat izin mendirikan stasiun televisi tidaklah sesulit zaman orde baru. Bahkan, televisi mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain seperti, cetak dan radio, yaitu menampilkan pesan berupa perpaduan antara gambar bergerak (*video*) dan suara (*audio*) sebagai daya tarik utama.

Dengan segala kelebihan yang dimiliki televisi tersebut membuat masyarakat banyak menghabiskan waktu untuk menonton televisi. Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan pada masyarakat Amerika ditemukan bahwa hampir semua waktu luang setiap orang di benua itu menghabiskan waktunya antara 6-7 jam per minggu untuk menonton televisi. Waktu yang paling tinggi terserap pada musim dingin. Di Australia anak-anak rata-rata terlambat bangun pagi ke sekolah karena banyak menonton televisi di malam hari. Di Indonesia pemakaian televisi di kalangan anak-anak meningkat pada waktu libur, bahkan bisa melebihi 8 jam per hari.

Hal ini terjadi karena televisi memiliki sejumlah kelebihan terutama kemampuannya dalam memainkan warna. Penonton lebih leluasa menentukan saluran mana yang mereka senangi (Hafied Cangara, 2002: 135).

Melalui saluran televisi masyarakat dapat melihat hiburan maupun informasi. Dalam televisi, pesan hadir secara “utuh”, artinya sumber-sumber informasi berupa, manusia, alam, benda serta isi pesan hadir ke khalayak penonton dalam wujud secara “*real*” atau seperti aslinya. Penonton dapat melihat sendiri wujud sumber informasi serta mendengarkan sendiri isi pesannya sehingga dapat menumbuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi. Disinilah salah satu keunggulan yang dimiliki televisi.

Dampak dari perkembangan tersebut, membuat persaingan di dunia pertelevisian semakin ketat. Setiap stasiun televisi dituntut mampu menyuguhkan tayangan-tayangan berkualitas agar mampu menarik perhatian pemirsa maupun pihak sponsor yang merupakan salah satu sumber pemasukan bagi stasiun televisi.

B. Kajian Literatur (Jika ada)

Media televisi merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Ciri-ciri komunikasi massa sendiri adalah komunikasi dengan menggunakan media

massa, prosesnya berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, medianya bersifat kesepakatan dan komunikannya heterogen. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) (Nurudin, 2007: 3).

Dari banyak pendapat para ahli maka peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah bentuk komunikasi yang disampaikan melalui media massa sebagai alat komunikasi, dan disampaikan secara terbuka kepada masyarakat luas di berbagai wilayah.

Ciri-ciri tersebut dipenuhi, baik oleh media massa cetak surat kabar, dan majalah maupun media massa elektronik seperti radio dan televisi. Kendati demikian, antara media massa cetak dan media massa elektronik itu terdapat perbedaan yang khas, yakni pesan-pesan yang ditayangkan media massa elektronik diterima oleh khalayak hanya sekilas dan khalayak harus berada di pesawat televisi. Sedangkan pesan-pesan yang disiarkan oleh media massa cetak dapat dikaji, diulang, bahkan dipelajari dan disimpan untuk dibaca pada setiap kesempatan. Ciri khas itulah yang menyebabkan pesan-pesan yang disiarkan

oleh media massa elektronik harus mudah dicerna oleh pemirsa.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut. *Who says what in which channel to whom with what effect?* (Onong Uchjana, 2009:10).

Pengertian "*new media medium is the message*" adalah ungkapan yang diciptakan oleh Marshall McLuhan yang berarti bahwa bentuk media tersebut ada dalam pesan, sehingga menciptakan hubungan yang simbiotik dimana media dapat mempengaruhi perasaan seseorang.

Contoh: jika seseorang komunikator mengirimkan sebuah pesan lewat media elektronik (semacam *handphone*), maka sang penerima informasi (komunikan) akan menanggapi informasi tersebut (*feed back/tanggapan/respon*) terhadap orang tersebut.

Paradigma *Lasswell* di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu komunikator, pesan,

media, komunikan, dan efek. Jadi berdasarkan paradigma *Lasswell* tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Melalui televisi pemirsa sebagai komunikan dapat memperoleh pesan. Secara garis besar, berbagai acara yang disajikan di televisi mengandung muatan pesan dengan pengelompokan : berita/informasi, pendidikan, hiburan dan iklan. Diantara kelompok tersebut, pemirsa selama ini lebih melihat fungsi hiburan pada media televisi. Memang dengan karakter *audio visualnya*, medium televisi lebih menonjol sebagai sebuah "pentas tontonan" (*show*) yang bersifat pribadi, akrab, bahkan membius.

Dalam konteks pemahaman tentang media televisi (sebagai bagian dari media massa), peneliti bisa menerjemahkannya sebagai "berita dan informasi yang menghibur". Sebuah asumsi yang merujuk pada karakter *audio visual* media televisi dengan memperhatikan fungsi hiburan yang selalu melekat padanya. Apabila dikategorisasikan, televisi juga dianggap sebagai media yang memiliki dua segmentasi yakni hiburan dan news.

Selain hiburan, banyak dari pemirsa televisi juga menyaksikan program tayangan berita. *Dean M. Lyle Spencer* dalam bukunya yang berjudul *News Writings* yang kemudian dikutip oleh *George Fox Mott (New Survey Journalism)* menyatakan bahwa:

“Berita dapat didefinisikan sebagai setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca.” (Muda, Deddy Iskandar 2005:21)

Berita atau *news* sendiri merupakan bagian dari pers. Dalam UU RI nomor 40 tahun 1999 tentang pers, dijelaskan bahwa perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau menyalurkan informasi.

Dedy Iskandar Muda dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Televisi* mengatakan, berita ialah laporan terkini tentang fakta atau pendapat atau ide terbaru yang aktual, benar, penting atau menarik bagi khalayak dan disebar luaskan melalui media massa periodik seperti surat kabar, televisi, radio, maupun media *online* atau internet. Dalam konteks berita di televisi, jenis berita televisi dibagi menjadi tiga

bagian yaitu, *hard news*, *soft news* dan *investigative reports*. Perbedaan terhadap tiga kategori tersebut didasarkan pada jenis peristiwa dan cara-cara penggalan data.

Hard news adalah berita yang dibatasi waktu dan aktualitas. Artinya, berita tersebut cukup penting dan harus segera disampaikan ke masyarakat. Misalnya, berita tentang kecelakaan kereta api, kebakaran gedung, dan bencana alam. *Soft news (human interest)* yakni berita yang lebih menyentuh perasaan dan mampu membangkitkan empati. Misalnya, berita tentang perjuangan bocah kelas V Sekolah Dasar (SD) yang harus melayani dan menghidupi orang tuanya yang menderita sakit. *Investigative reports*, atau disebut juga laporan investigasi adalah jenis berita yang eksklusif. Datanya tidak bisa diperoleh di permukaan, tetapi harus dilakukan berdasarkan penyelidikan, sehingga penyajian berita seperti ini membutuhkan waktu yang lama dan biasanya menggunakan kamera pengintai. Misalnya, berita tentang pembuatan bisnis bakso tikus, pembuatan saos dari papaya busuk, pembuatan es batu batangan dari air comberan dan masih banyak lagi.

Berita memang menjadi komoditi masing-masing televisi. Bahkan setiap televisi mempunyai program berita

unggulan, seperti halnya RCTI yang mempunyai program Seputar Indonesia pagi, Seputar Indonesia Siang, Seputar Indonesia Malam, dan Sekilas Info. SCTV yang mempunyai program Liputan 6 Pagi, Liputan 6 Siang, Liputan 6 Petang, Liputan 6 Malam dan Liputan 6 Terkini. Trans TV juga mempunyai program berita unggulan Reportase Pagi, Reportase Sore, Reportase Malam, dan Reportase Investigasi.

Program berita di televisi tidak hanya sekedar ada, akan tetapi apabila dikelola dengan professional, dapat mendatangkan keuntungan dan profit bagi perusahaan media elektronik tersebut. Agar bisa berkembang, hal itu tidak lepas dari peran pengelola industri media. Struktur organisasi setiap stasiun penyiaran komersial biasanya terdiri atas empat bagian dan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Empat bagian tersebut tak lain adalah teknik, program, pemasaran, dan administrasi (Morissan, 2008 : 147).

Bagian teknik pada sebuah stasiun televisi bertanggung jawab penuh untuk menjaga kelancaran siaran, mulai dari mengusulkan pengadaan alat, hingga melakukan perawatan atas alat itu agar tetap dalam kondisi prima. Sementara itu, bagian program stasiun televisi memiliki tugas

utama menyediakan berbagai acara yang disuguhkan kepada *audience*/pemirsa.

Dalam sebuah program televisi, program dibagi menjadi dua, yakni program hiburan dan program berita. Program hiburan dikerjakan oleh sebuah tim khusus, yang biasanya terdiri dari *produser*, *creative*, *lighting*, *cameramen* dan *host*. Sementara program berita, biasanya diketuai oleh seorang manajer atau direktur pemberitaan yang bertanggung jawab langsung kepada pimpinan stasiun televisi. Mengapa bagian pemberitaan harus dipisahkan dari program hiburan? Karena biasanya bagian pemberitaan mempekerjakan banyak orang mulai dari *reporter*, peneliti naskah, juru kamera, editor, *librarians*, *produser*, dan sebagainya. Alasan lain adalah karena sifat berita yang harus segera disiarkan (berbeda dengan film atau sinetron yang bisa ditunda penayangannya) dan juga karena ada misi tertentu atau tanggung jawab tertentu yang diemban oleh manajemen.

Pengertian manajemen menurut *Schoderbek*, *Cosier*, dan *Aplin*, bahwa definisi manajemen sebagai : *A process of achieving organization goal through others* (Suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain (Morissan, 2008 : 127).

Pada media penyiaran, manajemen bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sedemikian rupa sehingga tujuan media penyiaran bersangkutan dapat tercapai. Manajemen di sebuah televisi pada dasarnya bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, manajemen wajib melaksanakan empat fungsi dasar yaitu, perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan dan membeirkan pengaruh (*directing/influencing*) serta, pengawasan (*controlling*) (Morissan, 2008 : 130).

Sedangkan bagian pemasaran atau penjualan (*sale-marketing*) bertugas untuk menjual program kepada pemasang iklan. Staf bagian penjualan akan selalu berkoordinasi dengan bagian program. Kerja sama kedua bagian ini akan menghasilkan berbagai kesepakatan untuk mengatur waktu siaran yang biasanya sangat rinci yang dihitung berdasarkan detik. Misalnya, pada detik ke berapa suatu iklan harus ditayangkan, dilanjutkan dengan info layanan publik kemudian iklan lainnya, dan seterusnya.

Terakhir, administrasi stasiun penyiaran bertugas menyediakan berbagai

kebutuhan yang terkait dengan fungsi administrasi sebagaimana organisasi lain pada umumnya. Tanggung jawab bagian administrasi juga mencakup antara lain mengelola sumber manusia, *accounting*, atau pembukuan, pembayaran gaji dan pengelolaan anggaran.

Menurut Peter Pringle dan rekan (1991) kegiatan mengorganisasikan atau pengorganisasian (*organizing*) adalah proses pengaturan sumber daya manusia dan materi dalam suatu struktur formal dimana tanggung jawab diberikan kepada bagian unit, posisi dan personel tertentu. Proses ini memungkinkan konsentrasi dan koordinasi kegiatan dan pengawasan terhadap upaya-upaya untuk mencapai tujuan media penyiaran (Peter K. Pringle, 1991 : 13).

Sebagai salah satu media penyiaran, *News Entertainment Television* atau NET, pendatang baru di dunia pertelevisian, mengklaim dirinya sebagai televisi masa kini yang menjadi alternatif tontonan hiburan layar kaca. Sesuai perkembangan teknologi informasi (TI), NET yang mengudara pada 26 Mei 2013 didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi dan lebih mudah diakses. Sejak awal kemunculannya, NET

juga menerapkan konsep *multiplatform*, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET secara tidak terbatas, kapan pun, dan dimana pun. Secara tampilan pun NET juga berbeda dengan televisi lain. Apabila televisi lain menggunakan konsep gambar (*visual*) PAL 4:3. NET menggunakan konsep gambar *Full High Definition (Full-HD)*.

Dalam perkembangannya, NET juga mempunyai program berita unggulan. Untuk Program berita, NET mempunyai 8 program andalan diantaranya, Entertainment News, Indonesia *Morning Show*, NET 5, NET 10, NET 12, NET 16, NET 24, dan Satu Indonesia. Sementara untuk Program berita lokal, NET mempunyai 6 program berita andalan, yakni NET Jatim, NET Jabar, NET Priangan Timur, NET Sumut, NET Bali, dan NET Sumbar.

Program berita NET Jatim juga mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan program berita televisi pada umumnya. Selain menyuguhkan berita ringan yang mengutamakan kearifan lokal. NET menyuguhkan berita dengan konsep gambar *full HD* berbeda pada televisi pada umumnya.

Dari Latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana Teknik

Pemberitaan NET Jatim di *News Entertainment Television (NET)* biro Jawa Timur, ditinjau dari perspektif manajemen penyiaran.

C. Metode Penelitian

Setiap media massa pasti memiliki program yang akan disampaikan kepada masyarakat luas. Begitu juga dengan televisi yang memiliki beragam program untuk disuguhkan ke tengah khalayak luas. Program-program yang akan disuguhkan itu sudah pasti melalui berbagai proses yang pada akhirnya terbentuk satu program yang dapat dinikmati masyarakat. Proses dibuatnya program di televisi biasa disebut dengan proses produksi. Dimana maksud dari proses produksi adalah sekumpulan tindakan, pembuatan atau pengolahan yang terarah dan teratur untuk menghasilkan sebuah produk atau program.

Produksi televisi merupakan proses pembuatan acara untuk ditayangkan di televisi. Proses produksi ini merupakan perjalanan panjang yang melewati berbagai tahapan, melibatkan banyak sumber daya manusia dengan berbagai keahlian, dan berbagai peralatan serta dukungan biaya. Merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam, yaitu

materi produksi, sarana produksi (equipment), biaya produksi (financial), organisasi pelaksana produksi, dan tahapan pelaksanaan produksi.

Dalam merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser *professional* akan dihadapkan dengan lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam, yaitu materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (*financial*), organisasi pelaksanaan produksi dan tahapan pelaksanaan produksi (Fred Wibowo, 2009:23).

1. Materi Produksi

Adalah barang atau material yang akan diproduksi menjadi sebuah tayangan yang layak siar dan layak jual sekaligus. Materi produksi dapat berupa apa saja, seperti kejadian, pengalaman, hasil karya, benda, binatang, dan manusia merupakan bahan yang dapat diolah menjadi produksi yang bermutu.

2. Sarana Produksi

Sarana produksi adalah sarana yang menjadi penunjang terwujudnya ide menjadi konkret, yaitu hasil produksi. Ada tiga pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi, yaitu unit peralatan perekam gambar, unit peralatan perekam suara, dan unit peralatan pencahayaan. Selebihnya berfungsi sebagai peralatan penunjang

produksi. Seperti alat transportasi untuk produksi luar studio dan unit studio dengan dekorasi untuk produksi dalam studio.

3. Biaya Produksi

Seorang produser harus memikirkan sejauh mana biaya produksi itu untuk memperoleh dukungan financial dari suatu pusat produksi atau stasiun televisi.

4. Organisasi Pelaksana Produksi

Supaya pelaksanaan *shooting* dapat berjalan dengan lancar, produser harus memikirkan juga penyusunan organisasi pelaksana produksi yang serapi-rapinya. Suatu organisasi pelaksana produksi yang tidak disusun dengan rapi akan menghambat jalannya produksi, berarti kerugian waktu dan uang. Dalam hal ini, produser dapat dibantu dengan asisten produser, Ia mendampingi dalam mengendalikan organisasi (Fred Wibowo, 2007:23).

Pada divisi pemberitaan, secara umum organisasi pelaksana produksi terdiri dari direktur pemberitaan, produser, asisten produser, koordinator liputan, kameramen, editor, pengarah program, dan penyiar berita.

5. Tahap Pelaksanaan Produksi

Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut standard operation procedure (SOP), yaitu;

- a. Pra-Produksi (perencanaan dan persiapan)
- b. Produksi (pelaksanaan)
- c. Pasca-Produksi (penyelesaian dan penayangan)

Mitchel V. Charnley dalam bukunya *Reporting* edisi III (Holt-Reinhart & Winston, New York, 1975 halaman 44) menyebutkan: “Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas”(Deddy Iskandar Muda, 2008:22).

Williard C. Bleyer dalam *Newspaper Writing and Editing* menulis, berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut (A.S. Haris Sumadiria, 2006:64).

Ada pula sebuah pernyataan sederhana, yaitu: sebuah berita sudah pasti sebuah informasi, tetapi sebuah informasi belum tentu sebuah berita. Hal itu karena informasi baru dapat dikatakan berita apabila informasi itu memiliki unsur-unsur yang mempunyai “nilai berita” atau nilai jurnalistik dan disebarluaskan kepada khalayak (Jani Yosef, 2009:22).

Banyak para ahli lainnya yang mendefinisikan sebuah berita dengan beragam pendapat. Dari sekian macam pengertian itu, belum ada satupun definisi mengenai berita yang dapat dijadikan patokan secara mutlak. Namun, sebagai pegangan, pengertian berita dapat dikemukakan seperti berikut:

Berita ialah laporan terkini tentang fakta atau pendapat atau ide terbaru yang aktual, benar, penting atau menarik bagi khalayak dan disebar luaskan melalui media massa periodik seperti surat kabar, televisi, radio, maupun media *online* atau internet

Pengertian manajemen menurut *Schoderbek, Cosier, dan Aplin*, bahwa defininisi manajemen sebagai : *A process of achieving organization goal through others* (Suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain (Morissan, 2008 : 127).

Pada media penyiaran, manajemen bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sedemikian rupa sehingga tujuan media penyiaran bersangkutan dapat tercapai. Manajemen di sebuah televisi pada dasarnya bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya,

manajemen wajib melaksanakan empat fungsi dasar yaitu, perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan dan membeirkan pengaruh (*directing/influencing*) serta, pengawasan (*controlling*) (Morissan, 2008 : 130).

Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Penyiaran merupakan dunia yang selalu menarik perhatian bagi masyarakat. Tak hanya dapat dinikmati sebagai tontonan atau didengarkan, penyiaran merupakan lahan bisnis yang menggiurkan dan bisa mencapai keuntungan yang besar jika program yang disiarkan dinikmati khalayak.

Aktivitas penyiaran tidaklah semata merupakan kegiatan ekonomi, tetapi ia juga memiliki peran sosial yang tinggi sebagai medium komunikasi (Tommy Suprpto, 2006:02)

Siaran juga berarti mata acara atau rangkaian mata acara berupa pesan-pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar yang dapat didengar dan atau dilihat

oleh khalayak dengan pesawat penerima siaran dengan / tanpa alat bantu.

Media massa seperti televisi dan radio memiliki berbagai program yang disajikan kepada masyarakat luas melalui kegiatan penyiaran, baik di studio maupun di luar studio. Dengan proses siaran itu, berbagai program mampu disuguhkan ke tengah khalayak penikmatnya.

D. Hasil dan Pembahasan

NET Televisi Masa Kini merupakan salah satu alternatif tontonan hiburan layar kaca. NET hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun TV lain. Sesuai perkembangan teknologi informasi, NET didirikan dengan semangat bahwa konten hiburan dan informasi di masa mendatang akan semakin terhubung, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah diakses. Karena itulah, sejak awal, NET muncul dengan konsep multiplatform, sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET secara tidak terbatas, kapan pun, dan di mana pun.

Secara konten, tayangan NET berbeda dengan tayangan televisi yang sudah ada. Sesuai semangatnya, tayangan berita NET wajib menghibur, dan sebaliknya, tayangan hiburan NET harus

mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. Secara tampilan, NET muncul dengan gambar yang lebih tajam dan warna yang lebih cerah. NET telah menggunakan sistem *full high definition (Full-HD)* dari hulu hingga ke hilir.

NET berdiri dibawah naungan PT NET Mediatama Indonesia. NET adalah bagian dari kelompok usaha Indika Group yang bergerak di bidang usaha energy dan sumberdaya di bawah bendera Indika Energy Tbk. (www.indikaenergy.com). Nama Indika singkatan dari industri Multimedia dan Informatika.PT. Indika Multimedia, Indika Group di bidang usaha Event Organizer, Promotor, Broadcast Equipment, Production House dan Radio.

NET berdiri karena Agus Lasmono (CEO Indika Group) memiliki *passion* di bidang *entertainment*. Ketika Agus Lasmono bertemu dengan Wishnutama (Mantan Dirut Trans TV), mereka merasa memiliki visi yang sejalan untuk konsep sebuah TV. Kemudian mereka membuat TV dengan induknya adalah Indika Group. Akan tetapi, saat itu tidak ada frekuensi TV nasional sehingga mereka memiliki alternatif untuk membeli TV jaringan di semua daerah di Indonesia yang nantinya akan menjadi nasional. Secara kebetulan,

frekuensi Spacetoon *available* untuk diakuisisi.

Jaringan NET sudah ada di beberapa kota di Indonesia. Dengan terakuisisinya Spacetoon, maka jaringan Spacetoon di beberapa kota menjadi milik NET Jaringan itu meliputi kota Jakarta, Malang, Surabaya, Medan, dll. Kemudian, untuk semakin memperluas jaringannya, NETHarus mengakuisisi televisi-televisi lokal. Contohnya adalah NET Bali yang semula adalah Alam TV dan NET Padang yang semula adalah Favorit TV. Selain kota-kota tersebut, NET juga telah siaran di Makasar dan Banjarmasin. Untuk kota Yogyakarta, Solo, dan Semarang, siaran NET masih *on progress* atau sedang dalam proses. Pada saat ini, sudah ada siaran resmi NET di 12 kota di Indonesia dan targetnya pada akhir tahun 2014 bisa mencapai 20an kota.

Proses akuisisi adalah proses yang tidak mudah. Hal ini disebabkan karena para pengusaha TV lokal tidak akan menjual dengan mudah TVnya. Bagi mereka, TV mereka adalah sebuah *prestige*. Selain itu, ada UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran yang juga mengatur proses akuisisi dan jaringan TV. Berkaitan dengan UU tersebut juga menyebutkan bahwa TV yang diakuisisi juga harus menampilkan

siaran lokal. NET saat ini telah memiliki biro Surabaya dan yang sedang dalam proses adalah biro Bali, biro Bandung, dan biro Medan. Biro Surabaya telah memuat siaran lokal dan nanti siaran lokal Surabaya akan on air juga di wilayah Madiun, Gresik, dan Kediri.

NET Jatim merupakan salah satu kantor biro NET yang mengudara khusus di wilayah Jawa Timur. NET Jatim mendirikan sebuah kantor biro di Jl. Embong Malang 73 E Surabaya. NET Jatim sendiri dapat dinikmati dengan membuka *channel* 58 UHF. Sementara untuk sistem siaran dari NET Jatim, adalah *relay* dimana, NET Jakarta bertindak sebagai induk, dan NET Jatim serta biro lainnya di Indonesia, bertindak sebagai anggota yang mewajibkan untuk me *relay* siaran dari NET pusat yang berada di Jakarta. Namun seluruh biro NET, khususnya NET Jatim diberi kesempatan untuk melakukan siaran berita lokal jawa timur, setiap pukul 05.00 – 06.00 WIB sesuai dengan pasal 34 ayat 1 dan 2 PP Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Swasta, yang menyatakan bahwa semangat dasar dari siaran berjaringan adalah terpenuhinya aspek keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*), keberagaman isi siaran (*diversity of content*), dan kearifan lokal.

Teknik Studio

Bagian teknik tidak dapat dipisahkan dari bagian lain dalam struktur organisasi penyiaran. Struktur organisasi setiap stasiun penyiaran komersial biasanya terdiri atas empat bagian dan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Empat bagian tersebut tak lain adalah teknik, program, pemasaran, dan administrasi (Morissan, 2008 : 147).

Departemen teknik di *News Entertainmen Television* (NET) dibagi menjadi dua bagian, yakni teknik studio dan teknik transmisi. Untuk teknik studio, memiliki peran dan tanggung jawab terhadap semua alat yang diperlukan untuk pembuatan produksi program berita NET Jatim, khususnya alat-alat studio seperti kamera, tripod, lampu dan teleprompter

NET Jatim yang merupakan salah satu biro dari NET pusat, memang memiliki karyawan yang terbatas, namun untuk memaksimalkan kinerja biro tersebut, satu orang karyawan bisa bekerja lebih dari satu *job desc*. Kantor dan Studio Biro NET Jatim ini sendiri berlokasi di Jalan Embong Malang, 73 E Surabaya. Studio biro NET Jatim memiliki ukuran 5 x 8 meter, dengan menggunakan setting manual meja dan background gambar yang lebih real.

MCR yang dimiliki biro NET Jatim keseluruhan berbasis digital. Hal ini terlihat dari Serial digital interface (SDI), yang ada pada output kamera menggunakan aspect ratio 16:9 dengan kualitas gambar SDI HD 1080i. MCR pada biro NET Jatim ini sendiri tergolong sudah sesuai dengan standart broadcast.

Selain peralatan yang dimiliki sudah menunjang pertelevisian di era *digitalisasi*, operator MCR yang ada di biro NET Jatim juga sudah sesuai dengan SOP yang ada, yakni minimal dioperasikan oleh empat orang diantaranya, *CGman*, *PDman*, *Audioman*, *Operator Playlist*. Sementara itu, kualitas peralatan MCR yang ada di biro NET Jatim dan NET yang berpusat di Jakarta memang agak berbeda. Di biro NET Jatim, teknologi MCRnya sudah sesuai dengan standart broadcast nasional, sementara NET pusat yang ada di Jakarta, sudah sesuai dengan standart broadcast international.

Dari Penjelasan di atas, dapat dibuat tabel perangkat teknik yang dimiliki divisi teknik studio di biro NET Jatim :

N O	NAMA PERAN GKAT	TYP E	PENEM PATAN	KETER ANGAN
1	Kamera	Sony PW M-200	Studio dan lapangan	Sudah memenuhi standart

				penyiaran broadcast
2	Tripod	Libec	Studio dan lapangan	Sudah memenuhi standart penyiaran broadcast
3	Lighting Studio	Tronic LED	Studio	Sudah memenuhi standart penyiaran broadcast
4	VTR	Data video	Studio	Sudah memenuhi standart penyiaran broadcast
5	Switcher video	Data video	Studio	Sudah memenuhi standart penyiaran broadcast
6	Mixer Audio	Seinh eiser	Studio	Sudah memenuhi standart penyiaran broadcast
7	Receiver clip on	Seinh eiser	Studio	Sudah memenuhi standart penyiaran broadcast
8	Clip ON	Seinh	Studio	Sudah

		eiser		memenu hi standart penyiaran broadcast
--	--	-------	--	--

Tabel 4.3
Perangkat Studio NET Jatim

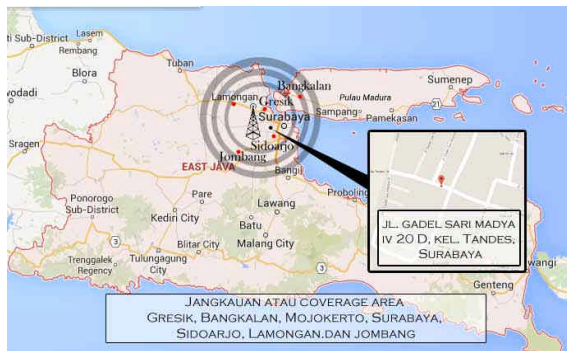
Teknik Transmisi

Seperti yang telah diketahui, televisi mulai diperkenalkan pada public pada acara pameran dunia tahun 1939, ketika berlangsungnya *World's Fair* di New York, Amerika Serikat, tetapi Perang Dunia II telah menyebabkan kegiatan dalam bidang televisi itu terhenti. Baru setelah tahun 1946 kegiatan dalam bidang televisi dimulai lagi. Pada saat itu di seluruh Amerika Serikat hanya terdapat beberapa buah pemancar saja, tetapi kemudian disebabkan suasana yang mengizinkan dan teknologi yang berkembang pesat, jumlah studio/pemancar tv meningkat dengan hebatnya (Askurifai Baksin, 2006:07).

Perkembangan televisi tidak hanya di Amerika saja, tetapi juga di Inggris (1924). John Logie Baird mendemonstrasikan televisi pada tahun 1924. BBC, yang merupakan media penyiaran terbesar di dunia, mencoba-coba mengadakan siaran sejak tahun 1929. Selanjutnya, setelah perang usai, mengiringi pembangunan

berbagai gedung-gedung yang hancur serta perbaikan segala aspek, badan-badan siaran televisi juga muncul di negara-negara lain. Di Perancis, Jerman Barat, Nederland, Belgia, Luxemburg, Italia, Denmark, Austria, Swedia, Switzerland, dan negara lainnya. Televisi juga berkembang di Asia, yakni di Indonesia dan Republik China (1962), Jepang (1953), Philipina (1953), Muangthai (1955), Singapura (1963), dan kemudian disusul Malaysia.

News Entertainment Television (NET) merupakan salah satu televisi yang memiliki jaringan siaran nasional. Namun juga memiliki kantor biro disejumlah daerah, diantaranya di Jawa Timur. Untuk biro NET Jatim sendiri mempunyai satu tower yang berlokasi di Jalan Gadel Sari Madya nomor 420 D, Surabaya. Kantor stasiun transmisi ini menyewa di tower Stasiun JTV dengan ketinggian sekitar 150 meter. Seluruh peralatan yang menyangkut teknik seperti peralatan studio dan transmisi memang sudah digital. Namun karena realisasi televisi digital masih dikaji oleh Menkominfo, maka NET maupun biro NET Jatim masih menggunakan transmisi tower analog.

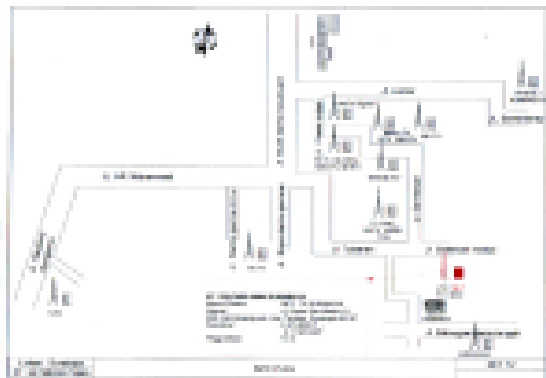


Gambar 4.4

Peta Coverage Area NET Jatim

Pemancar televisi dibedakan menjadi dua bagian utama, yaitu sistem suara dan sistem gambar yang kemudian akan diubah menjadi gelombang elektromagnetik untuk dipancarkan ke udara melalui pemancar (transmitter). Dengan demikian, pemancar televisi terdiri dari dua jenis, yaitu pemancar suara dan pemancar gambar (Morissan, 2008 : 47).

Berikut denah lokasi tower dan stasiun transmisi biro NET Jatim di Jl. Gadel Sari Praja Nomor 420-D, Surabaya :



Gambar 4.4

Denah Lokasi Tower NET Jatim

Keterbatasan siaran biro NET Jatim sendiri sejak awal memang terkendala sewa tower, dimana JTV hanya membatasi ketinggian tower NET Jatim 150 meter, dan JTV sendiri memiliki ketinggian tower mencapai 180 meter. Hal ini tak jarang membuat sejumlah lokasi pada daya jangkauan NET Jatim 80KW tersebut terdapat sejumlah *blank spot*.

Tabel 4.5

Tabel Perangkat Transmisi NET Jatim

Data Perangkat	Keterangan
Jenis Tower	Analog
Lokasi	Gadel Sari Madya, nomor 420 D Surabaya
Ketinggian	150 Meter
Kanal	58 UHF (Ultra high frequency)
Daya Pancar	80 KW
Coverage Area	Surabaya, Lamongan, Gresik, Bangkalan, dan Jombang



Gambar 4.6

Tower NET Jatim

Program Manajemen Penyiaran

Jurnalistik televisi adalah jurnalistik audio visual. Unsur visual dalam sajian

berita atau laporan di televisi mengandung peranan penting. Dalam hal ini, hasil liputan audio visual yang dilakukan oleh reporter dan juru kamera televisi menjadi bahan utama dalam penyusunan berita. Oleh karena itu, kehadiran reporter di tempat kejadian dirasa memberikan nilai lebih dan daya tarik yang kuat pada berita yang disampaikan (Fred Wibowo, 2007 : 102).

Dalam redaksi biro NET Jatim, terdapat dua mekanisme untuk menghimpun berita di wilayah Jawa Timur dan sekitarnya. Pertama adalah tim liputan yang terdiri dari reporter dan kameramen, yang kedua adalah kontributor. Untuk tim liputan, biro NET Jatim mengadopsi standarisasi dari NET Jakarta, konsep liputan ini berdasarkan *request* dari produser terkait isu tertentu.

Sementara untuk proses pencarian liputan, tim liputan yang terdiri dari reporter serta kameramen organik dari biro NET Jatim, wajib menggunakan 1 unit Kamera merk Sony PMW-20, dan Tripod merk libec, dimana kamera dengan spesifikasi di atas mempunyai kriteria gambar jernih dan lebih tebal, dengan format full *HD (High Definition)*, ditambah lagi dengan tripod yang wajib dibawa pada setiap proses peliputan, membuat *video* paket berita yang dibuat oleh tim liputan biro NET Jatim,

tidak goyang dan bisa memanjakan mata pemirsanya.

Setelah mendapat request atau penugasan terkait isu yang diinginkan sesuai dengan style pemberitaan NET, tim yang ditugaskan kemudian berangkat menuju lokasi peliputan yang dimaksud. Dalam proses peliputan, menggali data atau informasi dilapangan merupakan hal terpenting yang harus dilakukan oleh tim yang bertugas sebagai reporter, dan kameramen juga bertugas untuk merekam momen terbaik, untuk disajikan kepada pemirsa. Namun ada kalanya, biro NET Jatim menugaskan *single fighter* yang bertugas sebagai *Video Journalist (VJ)* untuk mengoptimalkan banyaknya request yang diminta oleh produser. Lalu bagaimana seorang VJ menghimpun data sedangkan dia juga bertugas sekaligus untuk merekam moment atau gambar.

Sementara untuk perwakilan di coverage areanya, biro NET Jatim memiliki 10 orang kontributor yang bertugas selama 24 jam nonstop untuk menjaga wilayah mereka masing-masing, agar tidak luput dari pemberitaan menonjol yang ada di wilayahnya. Mereka digaji berdasarkan berita yang dikirimkan. Apabila berita mereka tayang lokal maupun nasional, pihak NET akan memberikan honor Rp. 350.000 /

beritanya. Besar kecilnya penghasilan para kontributor tergantung rajin tidaknya kontributor tersebut untuk mengirimkan berita sesuai dengan isu yang sedang berkembang.

Proses pengiriman berita di biro NET Jatim sendiri, untuk tim liputan atau karyawan, wajib mengirimkan hasil liputan ke kantor biro. Hal ini dikarenakan kamera Sony PMW-20 yang merupakan kamera standrat NET Jakarta, menggunakan *memory card* khusus, yang harus dicapture (dipindah) dengan menggunakan alat khusus, yang tentunya disediakan oleh biro NET Jatim di ruang *editing*. Gambar selanjutnya diolah oleh tim *editing*, kemudian naskah hasil liputan harus melewati proses penyortiran oleh produser, sebelum berita tersebut masuk ke dalam dapur redaksi untuk ditayangkan.

Sementara untuk proses pengeriman berita yang dilakukan oleh kontributor, dilakukan dengan cara streaming, menggunakan program atau software bernama File Transfer Protocol (*FTP*), dimana para kontributor di setiap daerah akan terhubung satu sama lain, dalam koneski *FTP* tersebut. Setelah melakukan peliputan dengan kamera Sony NSX 30 yang sesuai dengan standarisasi gambar NET dengan *Full HD (High Definition)*,

para kontributor diwajibkan memulai proses *editing* dengan menggunakan project *HD 1080i*, dimana project tersebut merupakan salah satu SOP yang ditetapkan oleh NET Jakarta, dan wajib diaplikasikan di setiap biro termasuk biro NET Jatim.

Setelah melewati proses *editing*, para kontributor bisa mengirimkan file *video* liputannya melalui *FTP*, dengan *export file MPEG-2*. *Video* yang dikirimkan, bebas dipisahkan oleh kontributor menjadi satu file penuh bahkan dua atau tiga *video* menyesuaikan koneksi jaringan internet di tempat mereka memulai proses pengiriman. *Video* yang sudah di unggah oleh kontributor selanjutnya akan di *download* oleh teknik supporting, dan akan dilakukan seleksi *video* untuk kelayakan *video* yang akan ditayangkan oleh produser. Sementara untuk naskah, para kontributor biro NET Jatim ini bisa mengirim lewat email redaksi yang sudah disepakati sebelumnya.

Berikut ini adalah beberapa tahapan / fase dalam memproduksi berita di program NET Jatim :

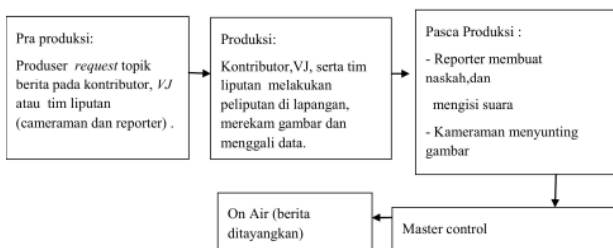
1. Pra produksi : *Request* berita dari produser
2. Produksi : Liputan di lapangan (menggali data + merekam *video*)
3. Pasca produksi : Membuat naskah, voice over (VO), *editing video*

4. Penyiaran : Berita yang dihimpun dari tim organik dan kontributor ditayangkan di program NET Jatim

5. Evaluasi : rapat redaksi mingguan

Proses penyiaran program berita NET Jatim on air pukul 05.00, maka redaksi membuat Semua materi mulai video hingga naskah harus masuk dalam editor sebelum pukul 04.00.

Dari penjelasan di atas, berikut bagan proses produksi pada program berita



Skema Proses Produksi Program Berita

NET Jatim

Pemasaran Manajemen Penyiaran

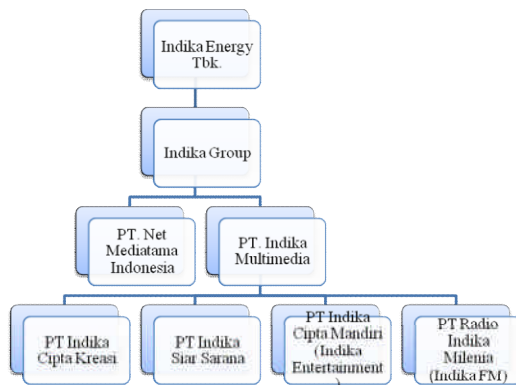
Bagian pemasaran atau penjualan (*sale-marketing*) bertugas untuk menjual program kepada pemasang iklan. Staf bagian penjualan akan selalu berkoordinasi dengan bagian program. Kerja sama kedua bagian ini akan menghasilkan berbagai

kesepakatan untuk mengatur waktu siaran yang biasanya sangat rinci yang dihitung berdasarkan detik. Misalnya, pada detik ke berapa suatu iklan harus ditayangkan, dilanjutkan dengan info layanan publik kemudian iklan lainnya, dan seterusnya (Morissan, 2008 : 152).

Sejak 4 tahun berdiri sampai saat ini, biro NET Jatim masih belum memikirkan untuk *merecruit* seorang *marketing* atau pemasaran. Jadi sampai saat ini untuk subsidi untuk operasional keuangan biro NET Jatim secara keseluruhan masih disuplay oleh NET Jakarta.

Apabila dinilai secara komersial, biro NET Jatim belum bisa mandiri untuk menyongkong kebutuhan operasional di biro. Namun apabila melihat secara struktural, biro NET Jatim ditopang dan bagian langsung dari kelompok usaha Indika Group yang bergerak di bidang usaha energy dan sumberdaya di bawah bendera Indika Energy Tbk. (www.indikaenergy.com). Nama Indika singkatan dari industri Multimedia dan Informatika PT. Indika Multimedia, Indika Group di bidang usaha *Event Organizer, Promotor, Broadcast Equipment, Production House* dan Radio.

NET merupakan bagian dari Grup INDIKA Energi dengan Agus Lasmono sebagai Presiden Direkturnya. INDIKA Group memiliki beberapa cabang dan salah satunya adalah Indika Multimedia yang bergerak di bidang usaha *Event Organizer, Promotor, Broadcast Equipment, Production House (PH)* dan Radio (Radio Indika FM). Berikut adalah gambaran jaringan di bawah Indika Energy Tbk.



Administrasi Manajemen Penyiaran

Administrasi stasiun penyiaran bertugas menyediakan berbagai kebutuhan yang terkait dengan fungsi administrasi sebagaimana organisasi lain pada umumnya. Tanggung jawab bagian administrasi juga mencakup antara lain mengelola sumber manusia, *accounting*, atau pembukuan, pembayaran *sallary* dan pengelolaan anggaran.

Menurut Peter Pringle dan rekan (1991) kegiatan mengorganisasikan atau pengorganisasian (*organizing*) adalah proses pengaturan sumber daya manusia dan materi

dalam suatu struktur formal dimana tanggung jawab diberikan kepada bagian unit, posisi dan personel tertentu. Proses ini memungkinkan konsentrasi dan koordinasi kegiatan dan pengawasan terhadap upaya-upaya untuk mencapai tujuan media penyiaran, (Peter K. Pringle, 1991 : 13).

Berbeda dengan teori di atas, biro NET Jatim sejak dua tahun lalu sampai saat ini juga belum memenuhi standart administrasi televisi pada umumnya. Tanggung jawab administrasi yang mencakup sumber daya manusia, *accounting*, atau pembukuan, pembayaran *sallary* dan pengelolaan anggaran, tidak dilakukan oleh masing-masing divisi semestinya, melainkan hanya dilakukan oleh seorang UPM atau *Unit Production Manager*. Secara umum, tugas pokok UPM semestinya :

- * Mempersiapkan budget besar dan budget yang sudah di break down ke masing-masing pos-pos item dalam skrip (misal, properti, kostum, dll),
- *Membuat perencanaan awal jadwal produksi dari pra hingga paska produksi
- *Bertanggung jawab terhadap kebutuhan logistik semua elemen produksi dan bertanggung jawab terhadap biaya pengeluaran dan memastikan bahwa semua

pengeluaran produksi sesuai dengan budget yang tersedia.

*Mencari dan dealing *salary* kru produksi (seperti Cameraman, dll), sementara Director / Sutradara yang memilih dan memutuskan *crew*.

Sementara UPM yang ada di biro NET Jatim mempunyai tugas ganda mencakup tugas divisi lainnya seperti *Human Resource Development* (HRD) hingga accounting yang biasa melakukan pengaturan administrasi keuangan.

E. Kesimpulan / Penutup

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana teknik penyiaran Net Jatim di Net TV, ditinjau dari persepektif manajemen penyiaran. Berdasarkan pengamatan tahap produksi dan mekanisme kerja di lapangan serta analisis dari naskah berita hingga penayangan, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu :

Berdasarkan hasil penelitian baik dari data yang diperoleh dari biro NET Jatim serta hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, sesuai dengan teknik manajemen penyiaran, biro NET Jatim memang membagi divisi teknik menjadi dua bagian yakni:

1. Manajemen Teknik Penyiaran

- Teknik Studio

Teknik studio, memiliki peran dan tanggung jawab terhadap semua alat yang diperlukan untuk pembuatan produksi program berita NET Jatim, khususnya alat-alat studio seperti kamera, tripod, lampu dan teleprompter. Apabila ditinjau dari manajemen penyiaran, teknik studio yang dimiliki biro NET Jatim, memang sudah sesuai dengan standart broadcast, baik dari peralatan maupun *Standart Operation Procedure* (SOP) pemakaian alat itu sendiri. Namun jumlah personil untuk mengcover pekerjaan studio cukup terbatas, sehingga hanya dihandel oleh satu orang saja.

- Teknik Transmisi

Ditinjau dari perspektif manajemen penyiaran, teknik transmisi biro NET Jatim mempunyai Keterbatasan jangkauan siaran. Hal ini terkendala biro NET Jatim belum mempunyai lahan transmisi sendiri, sehingga harus menyewa di tower JTV yang ada di Jl. Gadel Sari Madya No 420/D Surabaya.

JTV juga hanya membatasi ketinggian tower NET Jatim 150 meter, dan JTV sendiri memiliki ketinggian tower mencapai 180 meter. hal ini tak jarang membuat sejumlah lokasi pada daya jangkau NET Jatim 80KW tersebut terdapat sejumlah blank spot.

2. Manajemen Program Siaran

- Berdasarkan hasil pengamatan dan temuan data di lapangan, serta hasil wawancara dengan Wakil Kepala Biro NET Jatim, peneliti menyimpulkan bahwa proses produksi berita NET Jatim di News Entertainment Television atau NET sesuai dengan *Standart Operation Procedure* (SOP), yaitu tahap pra produksi, produksi, pasca produksi, penyiaran dan evaluasi.
- Setiap karyawan yang ada di biro tersebut juga mampu mengemban tugas rangkap jabatan baik *video journalist* (VJ), reporter, kameramen, editor, audioman hingga presenter.
- Program berita NET Jatim yang ditayangkan Senin-Jumat setiap

pukul 05.00 – 06.00 cukup bagus. Program berita tersebut sudah memenuhi unsur kelokalan Jawa Timur, dan belum ada pelanggaran terkait konten penayangan, *video* maupun narasi liputan setelah 4 tahun mengudara.

3. Manajemen Pemasaran Penyiaran

Apabila ditinjau dari persepektif manajemen penyiaran, pemasaran atau marketing memang menjadi salah pilar media dalam menjalankan kelangsungan untuk operasional media itu sendiri, baik untuk penggajian karyawan sampai dengan menambah inventarisasi alat untuk mengembangkan bisnis pertelevisian. Namun Sejak 4 tahun berdiri sampai saat ini, biro NET Jatim masih belum memikirkan untuk merekrut seorang marketing atau pemasaran. Sampai saat ini untuk operasionalisasi secara keseluruhan, biro NET Jatim masih disuplay oleh NET Jakarta.

4. Administrasi Manajemen Penyiaran

Biro NET Jatim sejak dua tahun lalu sampai saat ini juga belum memenuhi standart administrasi televisi pada umumnya. Tanggung

jawab administrasi yang mencakup sumber daya manusia, *accounting*, atau pembukuan, pembayaran gaji dan pengelolaan anggaran, tidak dilakukan oleh masing-masing divisi semestinya, melainkan hanya dilakukan oleh seorang UPM atau *Unit Production Manager*.

F. Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati. 2005. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Cangara, Hafied. 2002. Pengantar Ilmu Komunika. Jakarta : RajaGrafindo Persada (Rajawali Perss)
- Effendy, Uchjana Onong. 2009. Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek. Bandung : Rosda.
- Hariwijaya. 2007. Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi. Yogyakarta : Elematera Publishing.
- Komisi Penyiaran Indonesia. 2009. Pedoman Prilaku Penyiaran (P3) & Standar Program Siaran (SPS). Surabaya : Sekretariat KPID Provinsi Jawa Timur.
- Kuswandi, Wawan. 1996. Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi. Jakarta : Rhineka Cipta
- Muda, Deddy Iskandar . 2008. Jurnalistik Televisi : Menjadi Reporter Profesional.
- Morissan. 2008. JurnalistikManagemen Media Penyiaran. Jakarta : Kencana.
- Muhtadi, Saeful Asep, 1999 Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek. Jakarta : PT Logos Wacana Ilmu.
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Peter K. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt. *Electronic Media Management* (second edition), Focal Press , Boston-London, 1991
- Roudhonah. 2007. Ilmu Komunikasi. Jakarta: UIN Jakarta Press..
- Salajan, Hosea. Peasgood, Rusell. Reynolds, Imelda. 2001. ABC Paket Berita TV. Depok : PJTV (Program Pelatihan Jurnalistik TV).
- Sumadiria Haris. 2006. Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature. Bandung : Simbiosia Rekatama Media
- Sunarjo, dan Djoenasih S. 1983. Himpunan Istilah Komunikasi, Yogyakarta : Edisi kedua, Liberty.
- Suprpto, Tommy. 2006 Pengantar Teori Komunikasi. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Jakarta : Kalam Indonesia.
- Wibowo, Fred. 2009. Teknik Produksi Program Televisi. Yogyakarta: Pinus.
- Wiryanto. 2000. Teori Komunikasi Massa. Jakarta : Balai Pustaka.
- Yosef, Jani. 2009. Menjadi Jurnalis TV, Radio dan Surat Kabar yang Profesional. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- McLuhan, Marshall. 1999. Understanding Media; The Extension of Man. London.
- Non buku :

<http://id.wikipedia.org/wiki/NET>.

http://id.wikipedia.org/wiki/Grup_Indika

<http://www.netmedia.co.id/about>

<Http://Wikipedia.co.id>

<Http://Glencp.Multiply.Com/Journal/Item/26/VJs-Actualization-Video-Journalist-Dan-Solo-Journalist>.

<http://Pwi.Or.Id/index.Php/Uu-Kej.Html>