

### PROSES PEMBUATAN BERITA DI TV KOMUNITAS (STUDI KASUS PROSES PEMBUATAN PROGRAM BERITA DI TV PARLEMEN)

---

#### **PENULIS**

**Miftahul Adib**

---

#### **ABSTRAK**

Pesatnya Industri pertelevisian Indonesia, merupakan salah satu sarana yang efektif dan optimal dalam menyampaikan informasi. TV Parlemen diharapkan menjadi jembatan informasi antara masyarakat dengan Parlemen. Pengelolaan berita melalui proses (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) menjadi proses yang menentukan. Metode kualitatif deskriptif digunakan dalam studi kasus penelitian ini digunakan untuk menjabarkan secara terperinci penetapan pengelolaan berita yang dipakai pada TV parlemen. Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan berita yang dilakukan sudah sesuai dengan proses pengelolaan berita seperti kantor berita profesional.

#### Kata Kunci

News, Pengelolaan, TV Parlemen

---

#### **ABSTRACT**

*The rapid development of the Indonesian television industry is one of the most effective and optimal means of conveying information. Parliamentary TV is expected to be a bridge of information between the public and Parliament. News management through the process (*planning*), *organizing*, *directing* (*actuating*) and *monitoring* (*controlling*) is a decisive process. The descriptive qualitative method used in this research case study is used to describe in detail the determination of news management used on parliamentary TV. The results showed that the news management carried out was in accordance with the news management process such as a professional news agency*

#### Keywords

*News, Management, Parliament TV*

---

#### **AFILIASI**

Prodi, Fakultas  
Nama Institusi  
Alamat Institusi

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Syekh-Yusuf  
Jl. Maulana Yusuf No. 10 Babakan, Kota Tangerang, Banten - 15118

---

#### **KORESPONDENSI**

Penulis  
Email

Miftahul Adib  
dosenromantis@gmail.com

---

#### **LICENSE**



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).*

---

## I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, tidak ada di dunia ini yang tidak mengalami perkembangan. Mulai dari informasi, teknologi, gaya hidup dan lain sebagainya. Hal ini didukung dengan penyebaran dan informasi yang begitu cepat. Indikator ini terlihat sejak reformasi 1998 sampai saat ini, perkembangan tumbuhnya media semakin meningkat. Media massa sebagai jembatan informasi masyarakat menjadi penghubung antara birokrasi dan masyarakat umum. Media massa dapat menceritakan, menggambarkan bahkan mengilustrasikan berbagai macam peristiwa dalam bentuk berita *hardnews* maupun *softnews*.

Televisi sebagai media yang paling lengkap memanjakan indra audiensnya dengan kekuatan audiovisual. Dengan semakin maraknya industri dalam hal ini televisi sebagai bagian dari informasi yang dibutuhkan masyarakat, maka membuat pihak stasiun televisi dituntut untuk bersaing dalam menghasilkan program-program yang tentu saja bukan hanya berkualitas, tetapi juga harus bisa mendidik terhadap budaya masyarakat (Morissan, 2004:7).

Dalam upaya untuk mencapai hal di atas, sudah tentu diperlukan sumber daya manusia yang mumpuni. Sumber daya manusia yang berkualitas sangat diperlukan karena sebuah organisasi atau sebuah stasiun televisi memerlukan suatu strategi yang baik dalam menentukan dan menghasilkan program-program yang akan dijual kepada masyarakat. Strategi adalah perencanaan (*planning*) dalam manajemen untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2002: 32).

Industri Televisi Indonesia mengalami kemajuan dilihat dari banyaknya stasiun-stasiun televisi baru yang bermunculan. Ketika awal Televisi Republik Indonesia (TVRI) berdiri tahun 1961, hampir 27 tahun penonton Televisi Indonesia hanya dapat mengonsumsi satu siaran saja. Namun, dalam kurun waktu relatif singkat setelah reformasi mulai bermunculan televisi nasional atau televisi daerah yang kepemilikannya privat (swasta) atau televisi birokrasi/pemerintahan. Untuk televisi TV Parlemen dari DPR RI lahir sebagai sarana untuk memberikan informasi bagi anggota Parlemen dan masyarakat luas. Kualitas berita yang dihasilkan TV Parlemen harus dapat memberi informasi yang berguna bagi pemirsanya, karena harus perlu adanya *up date* informasi atau berita yang akan disiarkan. Artinya, berita yang ditayangkan merupakan berita terbaru dan didukung memiliki visual yang juga berkualitas. Dengan berita yang menarik, dapat membuat pemirsa tertarik. Keprofesionalan TV Parlemen yang memperhatikan 5W dan 1H serta standarisasi manajemen berita yang objektif dan berimbang. Menjadi sebuah isu yang menarik untuk di lihat lebih lanjut, apakah berimbang atau tidak.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Penelitian deskriptif ditunjukkan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku dan membuat perbandingan atau evaluasi. deskriptif (Rakhmat, 2012: 25).

Wawancara dan pengamatan secara langsung atau biasa dikenal dengan observasi dilakukan peneliti untuk melihat proses manajemen News TV Parlemen. Untuk metode kualitatif wawancara dilakukan secara lepas tidak terstruktur mengikuti perkembangan informasi dari narasumber. Kedalaman data, narasi serta keseluruhan observasi menjadi hal yang diperhatikan peneliti.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) sebagai lembaga legislatif yang di berikan tiga pilar yakni; fungsi legislasi, fungsi penganggaran serta fungsi penawasan. Dalam setiap fungsi yang dikerjakan anggota DPR RI sangat penting sekali memberikan informasi setiap kegiatan yang dilakukannya. Terlebih dengan begitu banyak sentimen negatif terhadap kinerja anggota DPR RI. Salah satu upaya yang dilakukan dengan menyiarkan semua kegiatan mereka ke dalam program acara Televisi. TV Parlemen dibawah unit kerja Biro Humas dan Pemberitaan Sekretariat Jendral DPR RI. Mulai mengudara dan diresmikan pada 08 Januari 2007 oleh HR. Agung Laksono yang ketika itu menjabat sebagai Ketua DPR RI. Secara bertahap sejak kemunculannya, TV Parlemen memulai kegiatan operasional dengan menyiarkan secara berkala Rapat

Paripurna, Rapat Komisi serta kegiatan Alat Kelengkapan Dewan (AKD) lainnya. Bahkan kemudian lahirlah acara dialog.

Siaran TV Parlemen dapat dinikmati pada jaringan Televisi di lingkungan gedung DPR RI atau *Live Streaming* melalui situs resmi [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id) dapat juga [www.mpr.go.id](http://www.mpr.go.id) khusus untuk kegiatan tertentu seperti sidang MPR RI, TV Parlemen *me-relay* siarannya dengan jaringan Televisi Nasional. Program News yang ditawarkan TV Parlemen menampilkan Dinamika kegiatan anggota DPR serta permasalahan yang sedang ramai di masyarakat. Dalam menentukan materi berita bukan sekedar didasarkan kepada hal-hal yang umum saja, melainkan ada beberapa kategori nilai yang dapat menentukan bobot berita pertimbangan tersebut didasarkan pada hal-hal berikut: (1) *timelines*/kecepatan, (2) *Proximity*/Kedekatan, (3) *Impact*/dampak, (4) Konflik, (5) *Prominence*/nama orang terkenal dan (6) *Simplicity* (Morissan, 2004: 24).

### 3.1 TV Parlemen Sebagai TV Komunitas

Bila dilihat sifat media TV Parlemen yang siaran dan waktunya terbatas, khalayak penerima informasi tidak terlalu banyak dan cenderung homogen serta sedikit atau tidak ada. TV Parlemen juga dibentuk dengan tujuan sebagai TV Komunitas pemberi informasi sebagai Alat Kelengkapan Dewan dibawah Biro Pemberitaan DPR RI. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan TV Parlemen sangat jauh sekali dengan media massa lain mengenai sifat dan tujuannya dalam memberikan informasi. Ada beberapa perbedaan yang ditemukan antara TV Parlemen dan TV *Private* (swasta):

- 1) Dari fisik siaran TV Parlemen sangat terbatas, yaitu hanya dapat dinikmati di dalam gedung DPR dan waktu terbatas, berbeda dengan media lain tentunya.
- 2) Dalam pengamatan yang dilakukan peneliti, etos TV Parlemen hanya dipandang sebagai sebuah rutinitas tanpa perlu memikirkan pesaing. Sehingga, informasi yang disampaikan *real* tanpa ada indikasi penambahan kepentingan (agenda media)

Manajemen media yang ideal adalah proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya dan sumber-sumber lainnya melalui tindakan-tindakan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) (Totok, 2002: 96).

### 3.2 Perbedaan Proses Manajemen Produksi antara TV Parlemen dengan TV Nasional

Bagi stasiun televisi nasional/swasta program di istilahkan sebagai “sesuatu” yang dijual. Seperti kita ketahui pendapatan televisi terbesar didapatkan dari pemasangan iklan, perusahaan tentu saja akan memilih program televisi yang populer banyak audiensnya. Namun, bagi TV Parlemen dikarenakan tidak memiliki kewajiban mencari pendapatan didasari semua kegiatan TV Parlemen baik mulai dari proses produksi hingga tayang sudah tercatat di Pagu anggaran dengan kata lain sudah memiliki anggaran tetap setiap tahunnya.

TV Parlemen pun memiliki Dewan Redaksi yang memiliki adil besar dalam menciptakan sebuah program baru yang akan diproduksi. Dewan Redaksi sendiri memiliki tugas sebagai pihak yang berwenang ketika menentukan program-program yang akan tayang. Agak sedikit berbeda tahapan penentuan program di TV Parlemen, ketika menentukan program, sangat bergantung pada sistem dan prosedur, organisasi dan visi misi TV Parlemen. Pembuatan tim-tim kecil dilakukan untuk menjaring ide, kemudian ide tersebut coba di representasikan ke dalam sebuah rapat pra-produksi sebelum berlanjut ke dalam tahap produksi hingga akhirnya proses evaluasi sebagai bahan pertimbangan program tersebut. Penentuan waktu tayang didasari dari waktu televisi nasional apakah menayangkan program atau News yang memiliki kesamaan karakteristik. Adanya perbedaan dalam alur berita antara TV Parlemen dengan stasiun televisi swasta dimana reporter TV Parlemen diberikan tiga *jobdesk* mulai dari liputan, menulis naskah hingga menyiarkan langsung. Hal ini dikarenakan belum menjadi perhatian utama pentingnya media massa di lingkungan DPR RI. Sehingga untuk informasi biasanya terjeda, karena proses *shooting* baru dimulai sore hari dari pukul 15.00-18.00 WIB dikarenakan informasinya baru esok hari ditayangkan. Tentu saja hal ini menjadi sesuatu yang disayangkan, mengingat biaya yang dikeluarkan tentu tidak sedikit tetapi belum meng-*cover* keunggulan media massa.

Pengawasan dalam TV Parlemen biasanya dilakukan oleh beberapa pihak diantaranya dewan direksi dan kepala produksi program. Evaluasi rutin dilakukan setiap harinya yang bertujuan melihat dampak dari informasi yang diberikan. Balik lagi karena menggunakan anggaran pemerintah, sehingga berita yang disiarkan diharapkan tidak memberikan efek negatif kepada pemerintah. Begitu pun dalam program *talkshow*, sebelum di siarkan biasanya dilakukan evaluasi ulang ke narasumber bersangkutan dan dewan direksi.

Bila dilihat dari segi fungsi, fungsi edukasi yang menjadi *concern* TV Parlemen, pada dasarnya informasi yang diberikan memiliki kesamaan dengan TV Nasional pada umumnya hanya yang berbeda dalam *angle* berita yang didasari dari tujuan dan kepentingan TV Parlemen hanya perlu memberikan informasi yang positif ke masyarakat. Strategi yang juga diterapkan oleh program berita TV Parlemen adalah waktu penayangan program. Waktu yang tepat dalam penempatan program yaitu mencoba untuk tidak bersamaan dengan program berita stasiun TV lain, karena secara SDM belum mampu melakukan persaingan *head to head* dengan program berita TV lainnya. Strategi *rundown* yang dilakukan program berita TV Parlemen dengan membagi berita-berita menjadi beberapa sekat tujuannya agar pemirsanya mau menunggu tayangan berikutnya. Mereka menyajikan berita-berita yang bernilai tinggi pada segmen awal baru kemudian berita yang ringan di akhir.

#### **IV. PENUTUP**

Dari penelitian yang sudah peneliti lakukan perlunya perhatian lebih kepada TV Parlemen bukan hanya dianggap sebagai bagian dari AKD (Alat Kelengkapan Dewan) saja mengingat anggaran yang dikeluarkan untuk membeli alat produksi hingga SDM tidaklah sedikit dan walaupun TV Parlemen termasuk ke dalam TV Komunitas yang terlepas dari kepentingan ekonomi maupun politik tetapi penting sekali SDM di TV Parlemen mengetahui dan mengaplikasikan kode etik jurnalistik dalam setiap program beritanya.

#### **REFERENSI**

- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung
- Djuroto. 2002. *Manajemen Penerbitan Pers*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Morissan. 2004. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Ramdina Prakarsa. Jakarta
- Rakhmat, Jallaludin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Jakarta