

## Pesan Komunikasi Produksi Program Berita Di TVMu

**Natasya Amelia Putri**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

**Makroen Sanjaya**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Korespondensi penulis: [Amelbesari@gmail.com](mailto:Amelbesari@gmail.com)

**Abstract.** Messages are one of the elements in the communication system from the source or communicator to the communicant, which, among other things, can be conveyed through news on television. The effectiveness of delivering communication messages in the form of news via television is largely determined by the message packaging strategy. This research aims to determine the communication messages conveyed through the production process in news on TVMu. This research uses Alex Sobur's message delivery theory. Using the case study method, the research explains how the news packaging process is carried out sequentially according to existing procedures. As a result, it is known that the overall news production process on TVMu has conveyed communication messages starting from the pre-production process, production to post-production.

**Keywords:** Message, Communication, Production Process, TVMu News.

**Abstrak.** Pesan merupakan salah satu unsur dalam sistem komunikasi dari sumber atau komunikator kepada komunikan, yang antara lain dapat disampaikan melalui melalui berita di televisi. Efektifitas penyampaian pesan komunikasi dalam bentuk berita melalui televisi, sangat ditentukan oleh strategi pengemasan pesan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pesan komunikasi yang disampaikan melalui proses produksi pada berita di TVMu. Penelitian ini menggunakan teori penyampaian pesan milik Alex Sobur. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian menjelaskan bagaimana proses pengemasan berita dilakukan secara berurutan sesuai prosedur yang ada. Hasilnya diketahui bahwa dalam proses produksi berita di TVMu secara keseluruhan telah menyampaikan pesan komunikasi mulai dari proses pra-produksi, produksi hingga pasca produksi.

**Kata Kunci:** Pesan, Komunikasi, Proses Produksi, Berita TVMu.

### PENDAHULUAN

Komunikasi adalah proses interaksi yang dilakukan oleh seorang komunikator kepada komunikan untuk menyampaikan pesan melalui media. Proses komunikasi bisa dilakukan dengan berbagai macam, yaitu memakai komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi nonverbal bisa dilihat dari berbagai hal mencakup postur, isyarat, mimik wajah dan mata, sentuhan bahkan hingga cara berpakaian (Daryanto & Raharjo, 2016:353). Komunikasi nonverbal digambarkan suatu fungsi alamiah dalam mengekspresikan emosi antara manusia dan manusia ataupun manusia bersama makhluk lain.

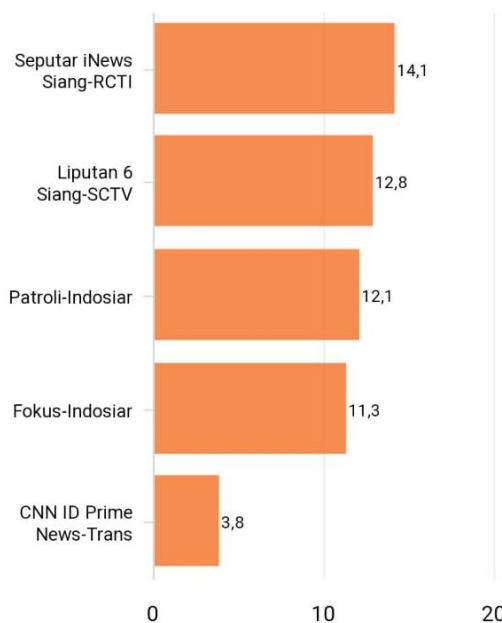
Pada saat ini, kita hidup di lingkungan media yang dengan cepat berubah. Kehidupan sekarang ini berada di tengah derasnya perkembangan sistem komunikasi. Internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam kehidupan berkomunikasi dan multimedia. Masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi melalui berbagai media.

Media massa adalah alat atau perantara untuk menyampaikan informasi atau pesan dari sumber kepada khalayak melalui alat-alat komunikasi. Media massa terbagi menjadi tiga, yaitu media massa cetak, elektronik dan online. Pesan komunikasi pesannya bersifat umum.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, undang-undang yang mengatur tentang prinsip-prinsip penyelenggaraan penyiaran yang berlaku di Indonesia. Pada Pasal 4 dijelaskan tentang fungsi penyiaran yang meliputi (1) kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. (2) Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.

Pada saat ini televisi dinilai sangat efektif dalam menyampaikan sebuah informasi, dengan pengemasan yang menarik dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

Salah satu program acara televisi yang cukup beragam dan menarik minat pemirsanya adalah program berita televisi. Berita televisi hingga saat ini masih menjadi pilihan terpercaya dari masyarakat Indonesia. Hal itu dibuktikan oleh survei yang dilakukan Katadata Insight Center bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) tahun 2022. Dalam penelitian diungkapkan bahwa sejumlah program berita televisi masih mampu meraih rating tinggi. (Katadata Media Network, 19 April 2022).



**Gambar 1 Program berita dari beberapa stasiun televisi yang mampu meraih rating tinggi. Sumber: Diolah dari Katadata Media Network, 19 April 2022).**

Program berita televisi masih menjadi pilihan bagi masyarakat, terutama mereka yang membutuhkan informasi, baik untuk meningkatkan pengetahuan maupun untuk mengetahui perkembangan sosial, politik, hukum ekonomi, kriminalitas, dan berita seputar kehidupan masyarakat lainnya.

Dalam menyampaikan informasi melalui siaran berita, perusahaan televisi selalu memperhatikan nilai berita (news value) dan bobot sebuah peristiwa. Selain nilai berita dan bobot peristiwa, hal lain yang menentukan keberhasilan suatu berita televisi agar dipahami oleh audiens adalah melalui teknik pengemasan berita.

Kualitas kemasan dan kualitas siaran menjadi penentu program berita televisi. Hal itu dibuktikan dari penelitian yang membuktikan adanya loyalitas pemirsa terhadap Metrotv dan TVOne yang disebabkan oleh kualitas kemasan dan kualitas penyiaran.

Menggunakan strategi kualitas kemasan berita televisi dalam rangka efektifitas pesan komunikasi kepada audiens juga dilakukan oleh Televisi Muhammadiyah (TVMu). Melalui program “Berita TVMu” kru Redaksi TVMu menjalankan prosedur produksi berita, sebagaimana yang dilakukan oleh stasiun televisi lain. Prosedur produksi berita tersebut antara lain melalui mekanisme Rapat Redaksi rutin setiap pekan, penyusunan rundown berita, proses rekaman, kemudian melakukan fungsi koordinasi dan komunikasi antara Departemen Redaksi, Departemen Editor, Departemen Program dan Media Sosial, serta Departemen Master Control Room (MCR).

Keseluruhan proses produksi program “Berita TVMu” itu merupakan strategi pengemasan berita yang sebagai pesan komunikasi yang diharapkan dapat dimengerti oleh pemirsa TVMu, khususnya dalam menjalankan fungsi informasi. Sebagai salah satu program acara unggulan yang tayang setiap hari, program “Berita TVMu” merupakan salah satu ikon yang mulai tayang sejak TVMu berdiri 18 November 2013. Isi program “Berita TVMu” yang hanya menampilkan kegiatan seputar kegiatan di lingkungan Muhammadiyah dan Aisyiyah, menarik penulis untuk meneliti dengan judul “Pesan Komunikasi Produksi Program Berita di TVMu”.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP**

### **Pesan Komunikasi**

Menurut Alex Sobur (2014: 645), pesan adalah proses komunikasi yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Teori pesan komunikasi dikemukakan oleh Lasswell melibatkan pemahaman tentang model komunikasi yang diajukan oleh Harold D. Lasswell. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, teori Lasswell berfokus pada empat pertanyaan mendasar dalam proses komunikasi, yaitu "Who," "Says What," "To Whom", "With What Channel" dan "With What Effect."

## **Televisi**

Menurut Asep Syamsul M. Romli (2008: 85), Media massa merupakan salah satu sarana yang digunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (channel of mass communication).

Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa televisi merupakan gabungan antara radio dan juga film. Karena para penonton di rumah tidak mungkin melihat siaran televisi tanpa ada unsur-unsur radio, yaitu suara, dan tidak mungkin melihat gambar-gambar yang bergerak pada layar televisi tanpa ada unsur film. Televisi jelas disebutkan bahwa televisi merupakan sebuah media informasi yang menyajikan sebuah tayangan yang bersifat audio Visual.

## **Program Berita**

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris yaitu programme (program), berarti acara atau rencana. Program yang disajikan televisi memiliki faktor untuk membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang ditayangkan.

Berita adalah laporan peristiwa (fakta) atau pendapat (opini) yang aktual (terkini), menarik dan penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton.

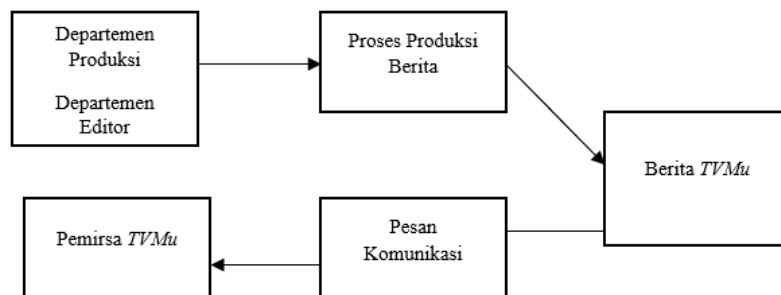
Program informasi di televisi memiliki sifat memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien.

## **Fungsi Media Penyiaran**

Media massa, termasuk televisi memiliki arti penting atau fungsi. Menurut John Vivian (2008:4-7) media massa memiliki setidaknya lima (5) arti penting, yang meliputi (1) memiliki jangkauan audiens yang luas, (2) sebagai sumber informasi, (3) sumber hiburan, (4) forum persuasi, dan (5) sebagai perekat masyarakat.

## Kerangka Konsep

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah melihat adanya pengaruh pengemasan pesan komunikasi terhadap berita televisi. Dalam penelitian ini akan dipaparkan tentang adanya keterkaitan antara pesan komunikasi, dan adanya pengaruh keefektifan dari proses produksi berita televisi. Pesan komunikasi yang efektif, didapatkan melalui observasi terhadap seluruh proses produksi “Berita TVMu” ditambah dengan wawancara dengan para informan yang terlibat dalam proses produksi dan penerimaan siaran “Berita TVMu.” Data hasil observasi dan wawancara itu kemudian dianalisis. Berdasarkan pada analisis di atas, maka kerangka konsep penelitian ini di tunjukkan pada gambar dibawah:



**Gambar 2 Kerangka Konsep Proses Produksi Pesan Komunikasi pada “Berita TVMu.”**

## METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti motivasi, perilaku, tindakan dengan cara deskripsi, dalam bentuk kata-kata pada suatu konteks yang memanfaatkan metode alamiah (Moleong, 2017: 6). Pendekatan ini termasuk jenis pendekatan kualitatif karena, data dalam penelitian ini memuat fenomena mengenai analisis nilai-nilai pendidikan karakter dalam pembelajaran bahasa Indonesia dan peran guru dalam menanamkan pendidikan karakter, sehingga peneliti tertarik meneliti lebih dalam.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis Pesan Komunikasi Melalui Proses Produksi Berita Televisi (Studi Kasus “Berita TVMu”).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan teori pesan komunikasi yang dikemukakan oleh Alex Sobur (2014), pesan adalah sesuatu yang dapat dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan nilai, gagasan ataupun yang dimaksud dari sumber. Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh

komunikator. Sedangkan teori penyampaian pesan yaitu suatu pesan (ide) yang dikemas dengan baik kemudian ditawarkan dengan baik sehingga khalayak akan tertarik untuk menikmati ide tersebut. Pesan yang disampaikan dalam program menjadi penarik bagi penonton untuk memberikan perhatian pada suatu program sehingga mampu memberikan kesan pertama yang baik. Teori berita televisi yaitu Berita televisi adalah laporan cepat mengenai fakta atau ide baru yang benar dan di sampaikan dengan audio dan visual untuk menjelaskan sebuah informasi yang di sampaikan kepada khalayak. Berita televisi berbeda dengan media lainnya, seperti media cetak, karena teras berita di dalam berita televisi di lampirkan oleh pembawa berita sedangkan isi berita berada di dalam cuplikan gambar.

Sebagaimana dinyatakan John Vivian (2008: 5-6) yaitu inti dari fungsi informasi pada media massa adalah melalui berita. Berita selain didefinisikan sebagai laporan tentang sesuatu yang ingin atau perlu diketahui oleh orang-orang baik laporan nonfiksi (kejadian nyata) tentang apa-apa yang ingin atau perlu diketahui oleh orang-orang. “Berita TVMu” yang merupakan salah satu program dari televisi TVMu memuat segala aspek yang ada pada teori pesan, teori kemasan serta teori beita televisi. Penilaian tersebut dapat dilihat dari proses produksi ”Berita TVMu.” Dalam proses penyampaian pesan, berita TVMu telah melakukan penyampain pesan melalui komunikasi yang disampaikan oleh presenter yang bertugas.

Penyampaian pesan ini dilakukan sebagai saran berbagi informasi dengan khalayak yang menonton televisi TVMu. Presenter yang bertugas adalah sumber dan penonton/audience adalah penerima. Pesan yang disampaikan oleh presenter “Berita TVMu” berupa verbal yang diperoleh dari naskah melalui penyampaian pesan yang jelas dan lugas. Pesan “Berita TVMu” dapat dilihat pada pra-produksi, produksi dan pasca produksi yang memiliki pesan disetiap prosesnya.

“Berita TVMu” menyuguhkan informasi-informasi nonfiksi sesuai dengan keadaan kenyataan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Informasi tersebut adalah informasi yang ingin diketahui atau perlu diketahui oleh khalayak/audience. Kejadian-kejadian yang akurat akan disajikan dalam berita yang disampaikan TVMu melalui program beritanya. Sebagai pemberi informasi yang akurat dan aktual, tentunya program acara “Berita TVMu” selalu menyampaikan pesan di berbagai waktu kepada khalayak/audience agar mereka tidak tertinggal informasi terkini. Oleh sebab itu seperti program berita pada umumnya, “Berita TVMu” menayangkan berita setiap hari pada Pukul 21.00 wib, kemudian disiarkan ulang Pukul 06.30 wib dan Pukul 13.00 wib, dan 17.00. Dalam penyampaian pesan berita yang setiap hari tayang, Terdapat 3 (tiga) orang presenter “Berita TVMu” yang bergiliran membawakan acara “Berita TVMu.” yaitu Ichsan Marsha, Arina Nurrohmah dan Rizki Nurul Ilmi.

Sebagai sarana penyampaian pesan komunikasi kepada khalayak/audiens tentunya “Berita TVMu” memberikan yang terbaik mulai dari kualitas pesan yang disampaikan hingga kemasan berita yang diatur sedemikian rupa hingga menampilkan tayangan berita yang menarik dan disukai oleh khalayak/audience yang menonton.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan pembahasan dibab-bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Berita *TVMu* menyuguhkan informasi-informasi nonfiksi sesuai dengan keadaan kenyataan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Informasi tersebut adalah informasi yang ingin diketahui atau perlu diketahui oleh khalayak/*audience*. Kejadian-kejadian yang akurat akan disajikan dalam berita yang disampaikan *TVMu* melalui program beritanya
- b. Berdasarkan teori pesan komunikasi yang dikemukakan oleh Alex Sobur (2014), pesan adalah sesuatu yang dapat dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan yang disampaikan dalam program menjadi menarik bagi penonton untuk memberikan perhatian pada suatu program sehingga mampu memberikan kesan pertama yang baik. Teori berita televisi yaitu Berita televisi adalah laporan cepat mengenai fakta atau ide baru yang benar dan di sampaikan dengan audio dan visual untuk menjelaskan sebuah informasi yang di sampaikan kepada khalayak. Berita televisi berbeda dengan media lainnya, seperti media cetak, karena teras berita di dalam berita televisi di lampirkan oleh pembawa berita sedangkan isi berita berada di dalam cuplikan gambar.
- c. Penyampaian pesan ini dilakukan sebagai saran berbagi informasi dengan khalayak yang menonton televisi *TVMu*. Presenter yang bertugas adalah sumber dan penonton/*audience* adalah penerima. Pesan yang disampaikan oleh presenter “Berita *TVMu*” berupa verbal yang diperoleh dari naskah melalui penyampaian pesan yang jelas dan lugas. Pesan “Berita *TVMu*” dapat dilihat pada pra-produksi, produksi dan pasca produksi yang memiliki pesan disetiap prosesnya.
- d. Antara proses produksi yang dilalui oleh *TVMu* dengan RTV News pada dasarnya adalah sama dimana melalui proses pra-produksi produksi dan pasca produksi. Pesan yang dapat disampaikan ialah bahwa dalam bekerja harus sesuai dengan SOP bidang masing-masing agar dapat memaksimalkan *ouput* berupa berita yang berkualitas.
- e. Dengan melihat dan mendengar lead berita yang dibacakan presenter, audiens pemirsa “Berita *TVMu*” dapat memahami isi berita secara sekilas. Lead berita yang dibacakan

presenter tersebut, selanjutnya dilengkapi dengan visual atau gambar yang disertai dengan narasi. Pada layar televisi tercantum judul berita, keterangan narasumber dan penjelasan mengenai lokasi berita. Setelah menonton setiap berita di dalam program acara “Berita *TVMu*” keseluruhan pemirsa menjadi lebih paham dengan isi berita dan informasi tersebut. Sehingga pesan komunikasi yang dikemas dan disiarkan melalui program acara “Berita *TVMu*” dianggap efektif.

## **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas peneliti memberikan saran-saran, yaitu:

a. Saran Akademik

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan agar dilakukan banyak penelitian yang lain lagi di bidang komunikasi, khususnya mengenai produksi acara berita televisi. Sehingga diharapkan semakin menambah wawasan bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya bidang media televisi.

b. Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi kalangan perusahaan media penyiaran televisi, khususnya bagi para kru yang terlibat dalam produksi program berita televisi, agar di masa depan kualitas program acara berita televisi semakin baik lagi.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alex. Ensiklopedia Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2014.
- Astari. Strategi Komunikasi Dakwah Tvmu Studi Deskriptif Kualitatif Direktur Televisi Muhammadiyah. 1-4. 2017
- Ardianto, Elvinaro. Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Artrisdyanti, Revlina Octavia. (2023). Syarat-Syarat Penulisan Berita Televisi. [www.kompas.com](http://www.kompas.com)., 3 Juli 2023.
- Boyd, Andrew. Broadcast Journalism. An Introduction. Sage Publications. 2001.
- Badjuri, Adi. Jurnalistik Televisi, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Barus, Sedia Willing. Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.



- Hasanah, A. Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produksi Siaran Program Berita Wajah Aceh Siang di Metro TV Aceh Edisi Oktober-Desember 2017). Skripsi. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry. 2018.
- Morissan. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008).
- Nazir, Moh. Metode Penelitian, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013. Oramahi,
- Nurudin. 2015. Pengantar Komunikasi Massa. Depok: Raja Grafindo Persada
- Oktavianti, P. R. M. Strategi Kemasan dan Kualitas Penyiaran Terhadap Loyalitas Pemirsa TV One dan Metro TV. Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis, 7(2), 163-172. 2022.
- Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005).
- Oramahe, Hasan Asy'ari. Jurnalistik Televisi, Jakarta: Erlangga, 2015.
- Pasaribu, Amudi. Pengantar Statistik, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Pebriani, F. Model tayangan tabligh inovatif: Studi kasus pada acara Berita Islami Masa Kini TRANS TV (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung). 2016.
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. Kontestasi berita hoax pemilu Presiden tahun 2019 di media daring dan media sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi, 17(2), 133-142. 2020.
- Wulandari, S. Proses Produksi Pesan pada Program Acara Gayung Bersambut di Lembaga Penyiaran Publik TVRI Palembang. Skripsi. Palembang: UIN Raden Fattah Palembang. 2019.