



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :
AINUL MAGHFIROH
NIM. B76216044

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2019

Pernyataan Otentisitas Skripsi

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ainul Maghfiroh
NIM : B76216044
Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 27 Desember 2019
Yang membuat pernyataan



Ainul Maghfiroh
B76216044

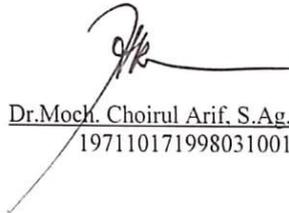
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Ainul Maghfiroh
NIM : B76216044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Manajemen Pemberitaan pada Program
Berita Suara Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 10 Desember 2019

Menyetujui
Pembimbing,



Dr.Moch. Choirul Arif, S.Ag. M.Fil.I
197110171998031001

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya

SKRIPSI

Disusun Oleh
Ainul Maghfiroh
B76216044

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 27 Desember 2019

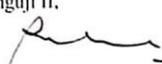
Tim Penguji

Penguji I,



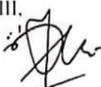
Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

Penguji II,



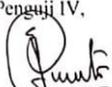
Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.Kom
NIP. 197805092007101004

Penguji III,



Ariza Qurrafa A'yun, M.Med.Kom
NIP. 199205202018012002

Penguji IV,



Pardianto, S.Ag., M.Si
NIP. 197306222009011004



Surabaya, 27 Desember 2019

Dekan,



Abdh. Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AINUL MAGHFIROH
NIM : B76216044
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : bangzahra@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

MANAJEMEN PEMBERITAAN PADA PROGRAM BERITA SUARA SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2019

Penulis

(Ainul Maghfiroh)

Abstrak

Ainul Maghfiroh, NIM. B76216044, 2019. Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya.

Penelitian ini mengkaji tentang Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen pemberitaan program berita suara surabaya dalam menyiarkan berita yang berkualitas.

Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan sumber data yakni data wawancara informan dan data sekunder. Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teori PDCA oleh Walter Shewhart.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pemberitaan yang diterapkan oleh Program Berita Suara Surabaya dalam menyiarkan berita yang berkualitas adalah 1) pada tahap perencanaan berita telah melakukan penentuan isu, penyiapan *hunting*, penentuan *angle* berita, penyiapan *presenting report*. 2) pada tahap proses produksi telah melakukan *hunting*, *editing*, *announcer* menyiarkan berita. 3) pada tahap evaluasi pemberitaan telah melakukan evaluasi proses produksi, evaluasi proses kinerja *crew*. 4) pada tahap tindak lanjut evaluasi telah melakukan menindaklanjuti evaluasi proses produksi, menindaklanjuti evaluasi kinerja *crew*.

Implementasi dari penelitian ini adalah Radio Suara Surabaya diharapkan untuk semakin meningkatkan kualitas berita yang disajikan sehingga menjadi lebih bermanfaat lagi bagi para pendengarnya. Dan untuk peneliti selanjutnya, diharapkan lebih memfokuskan penelitian selanjutnya pada portal berita suarasurabaya.net.

Kata Kunci: *Radio Suara Surabaya, Manejemen Pemberitaan.*

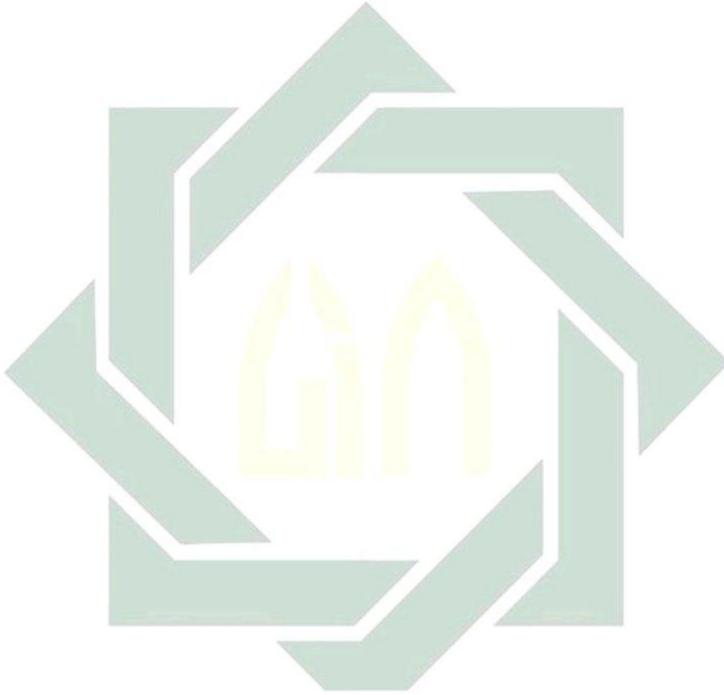
Daftar Isi

JUDUL PENELITIAN (sampul)	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
Abstrak	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Konsep.....	5
1. Manajemen Pemberitaan	5
2. Program Berita Suara Surabaya.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Kerangka Teoritik	9
1. Kajian Pustaka	9
a) Manajemen Pemberitaan	9
1) Pengertian Manajemen Pemberitaan	9
2) Fungsi Manajemen Pemberitaan	12
3) Proses Kerja Pemberitaan	13
4) Hubungan Media Massa dengan Manajemen	15
b) Media Pemberitaan.....	16
1) Pengertian Media Pemberitaan.....	16
2) Jenis – Jenis Pemberitaan Radio.....	19
3) Jangkauan Siaran Pemberitaan Radio	25
2. Kajian Teori.....	27
a) Pengertian Teori PDCA.....	27
b) Manfaat Teori PDCA	30

c) Proses Teori PDCA	30
3. Kerangka Pikir	34
B. Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
B. Subjek, Objek, Lokasi Penelitian	39
C. Jenis dan Sumber Data	40
D. Tahap-Tahap Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknik Validitas Data	46
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	49
1. Sejarah Radio Suara Surabaya	49
2. Visi dan Misi Radio Suara Surabaya	51
3. Struktur Organisasi Radio Suara Surabaya	52
4. Segmentasi Pendengar Radio Suara Surabaya	52
5. Program Acara di Radio Suara Surabaya	53
6. Daerah Jangkauan Radio Suara Surabaya	54
7. Profile Radio Suara Surabaya	54
8. Logo Radio Suara Surabaya	54
9. Profile Program Berita Radio Suara Surabaya	55
10. Profile Informan	56
B. Penyajian Data	58
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)	76
1. Temuan Peneliti	76
2. Perspektif Teori	84
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	87
B. Rekomendasi	88
DAFTAR PUSTAKA	89
Lampiran – Lampiran	92
Biodata Penulis	104

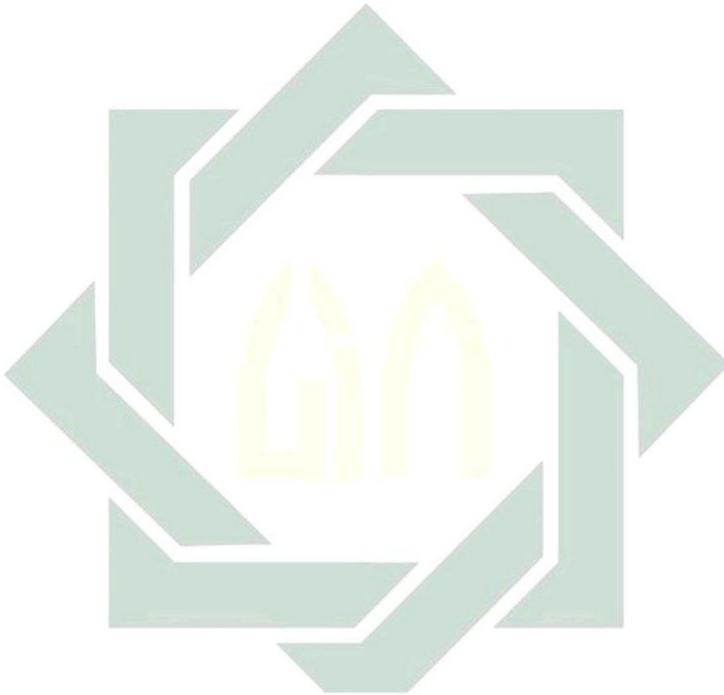
Daftar Tabel

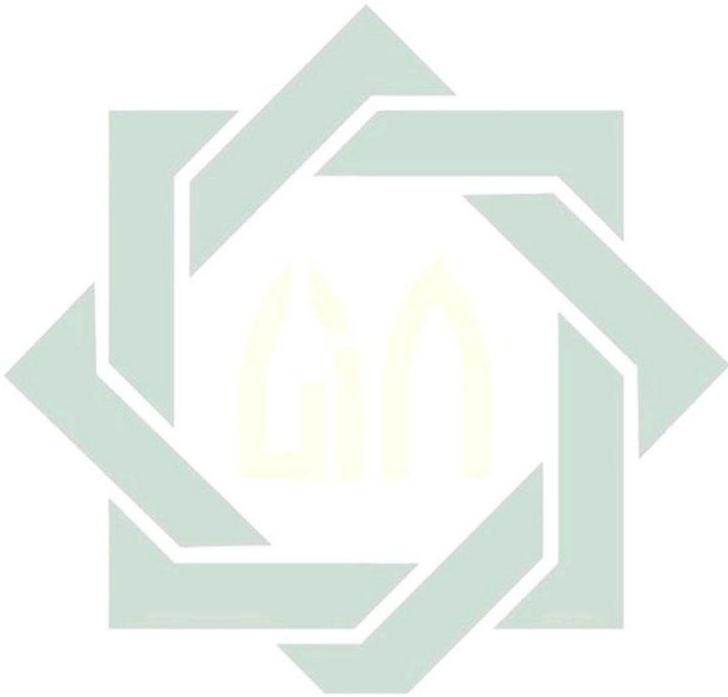
Tabel 1.1 Perbedaan <i>hard news</i> dan <i>soft news</i>	25
Tabel 1.2 Program acara di Radio SS	53



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Logo Suara Surabaya..... 54





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berita berasal dari realitas sosial yang terjadi dan menjadi suatu kebutuhan informasi yang tidak lepas dari kehidupan manusia, apalagi pada zaman sekarang membuat kebutuhan akan informasi sebagai faktor utama dalam mengetahui segala sesuatu yang sedang terjadi, terutama yang berhubungan dengan sesuatu yang dekat dengannya.

Radio merupakan salah satu media elektronik yang jaringannya luas dan populis, menarik bagi siapapun dan dari kalangan manapun. Melalui radio, orang dapat menangkap atau mendengar berita dengan cara instan daripada media lainnya. Siarannya akan lebih cepat sampai ke pendengarnya tanpa memandang perbedaan letak geografis, daripada misalnya berita-berita di surat kabar kepada pembacanya.¹

Namun, mengelola bisnis media penyiaran (radio) merupakan salah satu bisnis yang paling sulit dan paling menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Karena mengelola media penyiaran pada dasarnya adalah mengelola manusia. Maka, keberhasilan media penyiaran bergantung pada bagaimana kualitas manusia yang bekerja pada bidang tersebut. Tetapi, kalau hanya mengandalkan kualitas manusia saja juga tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pemimpin media penyiaran dalam mengelola sumber daya manusia yang sudah ada. Sehingga manajemen yang baik mutlak diperlukan pada media penyiaran dalam menghadirkan menghadirkan program

¹ A.W Widjaja, *Komunikasi, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm.79

berita yang kreatif, variatif, dan memenuhi kebutuhan, keinginan, serta kepentingan pendengar.

Faktor penentu hidup atau tidaknya perusahaan pers, terletak pada bagaimana manajemen pemberitaannya. Karena berita merupakan produk utama dari pers industri.² Jadi, berita adalah produk yang dijual oleh suatu media massa. Sementara, untuk menghasilkan berita yang berkualitas harus cangguh pula manajemen pemberitaannya. Manajemen pemberitaan (redaksional) dapat diartikan proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran. Manajemen pemberitaan (redaksional) pada dasarnya dibuat sesuai dengan kebutuhan institusi pers yang bersangkutan. Tujuan utamanya bagaimana agar institusi keredaksian bisa berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan.³

Pada Radio Suara Surabaya, peran manajemen pemberitaan sangat diperlukan dan mempunyai kedudukan yang sangat penting, karena setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki manajemen agar menghasilkan berita-berita yang mematuhi kaidah berita dan kode etik jurnalistik.⁴ Oleh sebab itu, manajemen pemberitaan diperlukan di Radio SS agar dapat berjalan dengan baik dan dapat mencapai tujuannya serta menunjang keberhasilan-keberhasilan pemberitaan.

Selain itu, redaksi juga mempunyai peran penting dalam meningkatkan kualitas berita agar banyak dinikmati oleh pendengar. Hampir semua yang duduk di bagian redaksi adalah wartawan, karena mereka berkaitan

² Sam Abede Pareno, *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita*, (Surabaya: Papyrus, 2003), hlm.33

³ Soekartono, *Prinsip - Prinsip Manajemen dalam Media massa*, (Mataram: Media – UBG, 2011) hlm. 68

⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm.236

langsung dengan proses pengumpulan, pencarian, pengolahan dan penulisan berita. Dengan bagusnya kinerja wartawan juga memberikan kemajuan yang besar pada radio Suara Surabaya dalam menghasilkan kualitas berita, dikarenakan wartawan merupakan ujung tombak redaksi dalam mencari dan mendapatkan berita.⁵

Selama ini pendengar mengetahui bahwa program yang diproduksi oleh stasiun radio adalah program yang sudah matang, tanpa mengetahui bahwa program tersebut adalah program yang harus dikemas dengan melalui berbagai tahap. Bagaimana sebuah stasiun radio bisa menyiarkan berita-berita bagus, dan menarik perhatian pendengar pastinya tidak terlepas dari manajemen pemberitaan pada program berita yang akan disajikan. Jika program yang disajikan tidak menarik maka pendengar pun tidak akan tertarik untuk mengkonsumsi program yang disajikan oleh stasiun radio tersebut.

Radio Suara Surabaya mempunyai program yang bernama “Berita Suara Surabaya”. Program “Berita Suara Surabaya” ini merupakan suatu program berita yang menjadi andalan dalam radio Suara Surabaya karena program ini cukup lihai dalam mengolah materi pemberitaan yang sedemikian rupa, sehingga menjadi produk jurnalistik dalam bentuk berita yang menarik untuk khalayak pendengarnya. Keahlian tersebut tampak dalam kreatifitasnya menyiarkan headline yang menarik, memilih kosa kata, dan menyusun kalimat dalam beritanya dengan menggunakan bahasa yang sederhana.

Contohnya, pada kasus atap sekolah di Pasuruan ambruk. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nadiem Makarim mendatangi sekolahan tersebut. Namun beliau

⁵ Aceng Abdullah dalam Dedi Irawan, *Manajemen Penerbitan Pers Surat Kabar Kampus Bahana Mahasiswa Universitas Riau* (Pekanbaru: tp, 2003), hlm.21

enggan untuk diwawancarai, beliau hanya berkata berbelasungkawa. Di media lain, yang menjadi headline *news* adalah “Nadiem Makarim, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan periode baru hanya mengucapkan belasungkawa terhadap peristiwa atap sekolah di Pasuruan yang ambruk.”⁶

Berbeda halnya dengan Radio SS, *headline news* yang diangkat adalah “Sebagai Menteri yang baru, Nadiem Makarim memilih untuk tidak memberikan *statement* apapun perihal atap sekolah di Pasuruan yang ambruk.”⁷

Dari contoh di atas dapat disimpulkan bahwa setiap bentuk media memiliki gaya dan caranya sendiri bagaimana mengungkap peristiwa yang sama dalam rangkaian kata, struktur kalimat serta kedalaman pesan yang berbeda untuk dapat menghasilkan berita berkualitas.

Maka dari itu, peneliti memfokuskan penelitian ini pada manajemen pemberitaan program berita Suara Surabaya. Salah satu alasan dipilihnya berita suara surabaya sebagai penelitian adalah karena program ini tetap mempertahankan penyiaran dengan headline berita yang selalu dikemas positif namun tetap bisa membuat pendengar tertarik, sedangkan radio lainnya terkadang masih mengemas berita itu dengan negatif agar terkesan kontroversi. Itulah salah satu hal yang membuat Radio Suara Surabaya berbeda dengan radio lainnya dan bisa dijadikan sebuah ciri khas dari Radio Suara Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana manajemen pemberitaan pada program Berita Suara Surabaya dalam menghasilkan berita yang berkualitas?

⁶ Wawancara, Wartawan, Baskoro, tanggal 19 November 2019

⁷ Ibid.,

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjelaskan manajemen pemberitaan pada program Berita Suara Surabaya dalam menghasilkan berita yang berkualitas.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai bidang jurnalistik yaitu tentang manajemen pemberitaan di radio.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, kegunaan penelitian ini sebagai bahan evaluasi dan referensi bagi Radio Suara Surabaya khususnya dalam manajemen pemberitaan agar selalu menghasilkan berita yang berkualitas.

E. Definisi Konsep

1. Manajemen Pemberitaan

Manajemen adalah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya sehingga dapat mencapai sasaran secara efektif dan efisien.⁸ Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisasi dan sesuai dengan jadwal.

⁸ Hasibun Melayu S.P, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 1996), hlm.3

Pemberitaan adalah laporan tercepat dari sebuah peristiwa yang factual yang memiliki nilai penting dan menarik bagi sebagian pembaca dan dipublikasikan secara luas melalui media massa.⁹

Jadi, yang di maksud dengan manajemen pemberitaan dalam penelitian ini adalah proses kegiatan peliputan, penulisan, sampai pada penyuntingan (*editing*), yang diawali dengan tahap-tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

2. Program Berita Suara Surabaya

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris, *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.¹⁰

Di dalam radio, memiliki berbagai macam-macam program tersendiri, baik itu program unggulan maupun program yang lainnya. Radio Suara Surabaya memiliki program berita, tak lain adalah program “Berita Suara Surabaya”.

Program Berita Suara Surabaya merupakan sebuah program berita yang terdapat pada radio Suara Surabaya (SS) FM. Pada program ini fokusnya menyampaikan berita-berita terbaru khususnya seputar Surabaya.

⁹ Djuroto Totok. *Majajemen Pemberitaan Pers*, (Bandung:PT Rosdakarya,2004), hlm.23

¹⁰ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, hlm. 199-200

F. Sistematika Pembahasan

Hasil dari penelitian ini, dituangkan dalam skripsi yang disusun berdasarkan sistematika penulisan berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah fokus penelitian, tujuan, manfaat, definisi konseptual, sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Berisi konsep – konsep terhadap beberapa teori dan definisi dalam studi penelitian ini. Sehingga dapat menggambarkan secara rinci mengenai pembahasan yang diteliti. Serta mendeskripsikan mengenai teori yang digunakan dan menjelaskan kerangka pikir dalam penelitian ini. Selain itu juga, dalam bab ini bersisi kajian-kajian terdahulu untuk referensi dalam menyajikan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

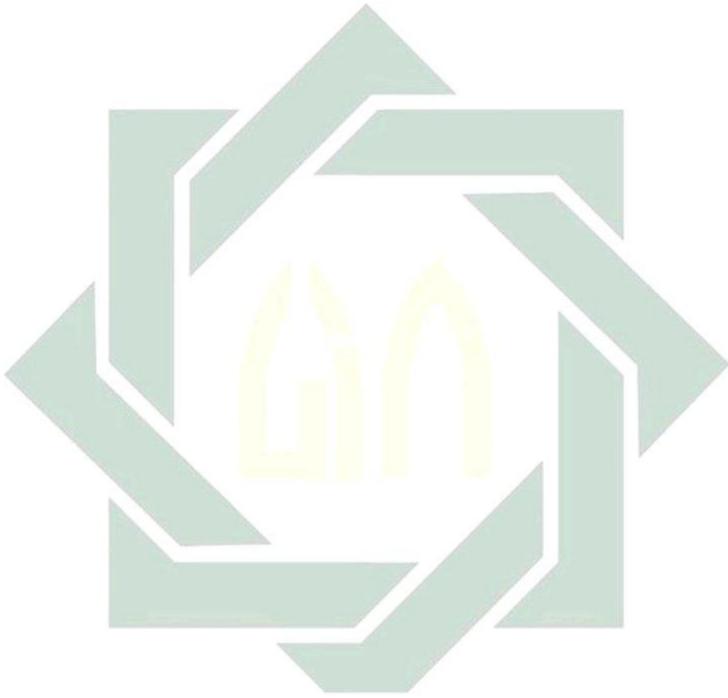
Yakni berisi tentang metode penelitian yang peneliti gunakan dalam menguraikan data yang peneliti peroleh dilapangan untuk selanjutnya peneliti analisis menjadi suatu temuan penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini data yang telah dikumpulkan mengenai deskripsi subjek objek disajikan secara rinci. Serta berisi tentang hasil dari pembahasan yang menganalisa diuraikan. Kemudian akan dikonfrimasi dengan teori - teori yang berkaitan.

BAB V : PENUTUP

Bab yang terakhir yaitu kesimpulan peneliti akan memaparkan kembali hasil dari penelitian yang diperoleh secara singkat, jelas dan mudah dipahami. Kemudian dilanjutkan dengan rekomendasi.



BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kerangka Teoritik

1. Kajian Pustaka

a) Manajemen Pemberitaan

1) Pengertian Manajemen Pemberitaan

Manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu *management*, yang awalnya berasal dari bahasa Italia yaitu *managgiare*, yang berarti memimpin, membimbing, dan mengatur.¹¹ Menurut Stoner, manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya- sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.¹²

Sedangkan dalam manajemen pemberitaan (redaksional) ada pula bidang redaksi. Bidang redaksi memiliki tugas dalam mengisi media pemberitaan dengan berita - berita yang layak atau informasi - informasi yang terbaru yang dimana dibutuhkan oleh masyarakat. Dimana berita atau informasi yang diciptakan dapat menarik para pendengar atau audience agar tertarik dengan apa yang disampaikan. Selain itu berita atau informasi yang akan disampaikan juga harus memenuhi standar dan harus bermanfaat untuk para pendengarnya.

¹¹ Djuroto Totok. *Manajemen Pemberitaan Pers*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2004), hlm.96

¹²Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta, 2002), hlm.8

Dalam tugas jurnalistik, redaksi merupakan “dapur” dan menjadi jantung seluruh aktivitas reporter atau wartawan dalam media massa, sehingga semua redaksi masing - masing diwajibkan harus serba bisa, itu artinya semua redaksi diharapkan bisa juga melakukan pekerjaan diluar bidang keahliannya. Dimana secara garis besar kerekdasian dibagi menjadi pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, wartawan, dan reporter.

Manajemen pemberitaan adalah sebuah metode dalam mengelola suatu berita dengan memanfaatkan beragam sumber daya yang dimiliki organisasi redaksi (*news department*). Redaksi membawahi semua kegiatan yang berhubungan dengan produk, yaitu berita. Dimulai dari perencanaan program, persiapan liputan, pengolahan data, pencarian berita, sampai berita bisa dinikmati oleh pembaca. Di dalam manajemen redaksional permasalahan utamanya adalah bagaimana menggabungkan sumber daya informasi, sumber daya manusia, sumber daya teknologi, dan sumber daya lainnya. Jika semuanya dapat disatukan dengan baik maka tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi akan lebih mudah dicapai.

Kebijakan redaksional merupakan hak prerogatif pengelola media massa, termasuk menyesuaikan dengan prakayasaan untuk mempertahankan dan mengembangkan pelanggan atau pendengar atau penonton.¹³

¹³ Sam Abede Pareno, *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita*, (Surabaya: Papyrus, 2003), hlm.9

Berita merupakan sajian utama sebuah media massa selain opini atau bahkan kita memahami berita sebagai sebuah laporan mengenai suatu kejadian atau peristiwa yang dimana berita dapat diartikan sebagai sebuah laporan atau pemberitahuan terhadap segala peristiwa yang terjadi dan dapat menarik perhatian khayalak.

Sedangkan yang dimaksud manajemen pemberitaan atau manajemen redaksional adalah dimana menerapkan fungsi - fungsi manajemen dalam suatu pemberitaan. Dimana penerapan fungsi - fungsi itu meliputi perencanaan, peliputan, penulisan, pengambilan gambar, sampai pada proses *editing* (penyuntingan).¹⁴

Bagian redaksional merupakan bagian yang mengurus pemberitaan. Redaksional merupakan sisi ideal penerbitan pers yang menjalankan visi, misi, atau idealism media yang mengurus tentang pemberitaan mulai dari peliputan, penulisan hingga penyuntingan berita.¹⁵ Bagian ini dipimpin oleh pemimpin redaksi yang pekerjaannya terkait pencarian dan penyampaian berita. Jajaran ini disibukkan oleh rapat redaksi yang akan membahas berita mana yang akan diangkat dan disiarkan.

¹⁴ Ibid., hlm.52

¹⁵ Santana K, Septiawan. *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hlm.188

2) Fungsi Manajemen Pemberitaan

Pada dasarnya manajemen dilakukan untuk kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan dari sebuah perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya. Tanpa sebuah manajemen, semua usaha dan pencapaian tujuan sebuah perusahaan akan sia-sia. Beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan itu merupakan fungsi dari sebuah manajemen yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Menurut Luther Gulick, fungsi manajemen pemberitaan adalah sebagai berikut:¹⁶

1. *Planning*: secara harfiah berarti merencanakan sebuah pekerjaan. Fungsi *planning* mencakup penganggaran karena sebuah perencanaan meliputi berbagai rencana termasuk biaya dalam mencapai tujuan perusahaan.
2. *Organizing*: berfungsi mengatur orang-orang yang terlibat didalam unit kerja untuk mencapai sebuah program kerja yang sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut.
3. *Staffing*: merupakan bagian dari *organizing*, tetapi karena posisinya sangat penting maka *staffing* menjadi fungsi yang berdiri sendiri. Fungsi *staffing* sendiri berarti penempatan orang-orang kedalam unit kerjanya masing-masing.
4. *Directing*: berisi tentang pemberian perintah dan saran, arahan, baik secara tidak langsung maupun secara langsung dari pihak atasan kepada pihak bawahan.

¹⁶ Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 2011), hlm.83

5. *Coordinating*: menghubungkan atau menyatukan, menyelaraskan persepsi serta pemahaman antar bagian dalam suatu pekerjaan terhadap langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai sasaran.
6. *Reporting*: menyampaikan hasil kegiatan dan perkembangan mengenai segala hal yang terkait dengan fungsi dan tugas unit kerja masing-masing.
7. *Budgeting*: Menentukan pembiayaan yang dibutuhkan dalam mengoperasionalkan.

3) Proses Kerja Pemberitaan

Berita adalah informasi atau pemberitahuan tentang kejadian aktual yang menarik masyarakat, melibatkan data-data dan fakta-fakta yang terjadi. Pengolahan berita dari sebelum berita dibuat sampai disiarkan kepada masyarakat berkaitan dengan manajemen pemberitaan. Mencari bahan lalu menyusunnya menjadi sebuah berita merupakan tugas utama seorang wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers.

Setiap tulisan mengenai pemberitaan mulai dari gagasan, pengembangan, sampai pada naskah akhir, merupakan hasil dari beberapa tingkat keputusan. Mantan seorang wartawan *Wall Street Journal* Ronald Buel mengatakan bahwa jurnalisisme mempunyai lima lapisan keputusan:¹⁷

1. Penugasan : menentukan apa yang layak diliput dan mengapa?

¹⁷ Luwi Ishwara., *Jurnalisme Dasar*, (Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara,2008), hlm.92

2. Pengumpulan : menentukan bila informasi yang dikumpulkan itu cukup?
3. Evaluasi : menentukan apa yang penting dimasukkan dalam berita?
4. Penulisan : menentukan kalimat apa yang perlu digunakan?
5. Penyuntingan : menentukan berita mana yang perlu diberi judul utama, berita mana yang mau dipotong, dan informasi mana yang perlu dirubah.

Mencari berita (*news hunting*, *news getting*, *news gathering*) disebut juga meliputi bahan berita sebagai salah satu tahap penyusunan naskah berita (*news processing*), proses perencanaan berita (*news planning*), proses penulisan naskah (*news writing*), dan proses penyuntingan naskah (*news editing*).

Setelah materi berita hasil liputan terkumpul, wartawan menulisnya dalam bentuk naskah. Lalu, naskah yang sudah ditulis tersebut harus disunting dari segi redaksional (bahasa) dan substansi (isi). Hal ini disebut dengan *news editing*. *Editing* adalah suatu proses memeriksa ulang tulisan agar tulisan tersebut sempurna, apapun yang menyangkut ejaan, kelengkapan data, efektivitas kalimat, gaya bahasa, dan lain sebagainya. Orang yang melakukan proses *editing* (menyunting naskah) disebut editor atau redaktur.

Secara redaksional, tugas editor adalah memeriksa setiap kalimat agar mudah dipahami dan tidak rancu (mempunyai arti, logis, ejaannya benar). Sedangkan secara substansial, tugas editor adalah memperhatikan data-data dan

fakta-fakta agar tetap terjaga kebenarannya. Pada dasarnya kegiatan menyunting mencakup hal-hal berikut ini:

1. Mengedit berita untuk diperbaiki
2. Memperbaiki kesalahan yang faktual
3. Menyesuaikan gaya bahasa yang logis
4. Memperbaiki keabsahan ejaan (tata bahasa, tanggal, tanda baca, nama, alamat, presentase, dan sebagainya)
5. Meringkas kalimat yang memiliki kejelasan makna serupa menjadi satu kalimat
6. Menghindari unsur seksualitas, penghinaan, atau apapun yang berbau unsur sara
7. Membuat judul yang menarik untuk dibaca
8. Memberikan keterangan pada gambar yang bersangkutan dengan cerita yang disunting

Dalam proses penulisan naskah berita, bagian *editing* merupakan kegiatan pengelolaan hasil dari sebuah liputan (*news processing*) lalu tahap perencanaan berita (*news planning*) dilanjutkan dengan peliputan peristiwa di lapangan (*news gathering*), dan yang terakhir proses penulisan bahan-bahan berita menjadi sebuah berita (*news writing*). Ketika proses *editing* sudah dilakukan, maka selanjutnya adalah tahap menyiapkan sebuah berita.

4) Hubungan Media Massa dengan Manajemen

Setiap pers pasti mempunyai sebuah manajemen tertentu yang diterapkan di organisasinya. Pengorganisasian kerja pers tidak hanya melakukan sebuah produksi berita namun juga mencakup pekerjaan administrasi sebuah

perusahaannya, produksi siarannya, serta penjualan atau pemasaran, dan mencari pemasukan dari iklan.¹⁸

Maka, pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dua sudut pandang tentang media massa. Pertama, sebagai sebuah produk dari suatu perusahaan, dalam prosesnya melibatkan modal, sumber daya manusia, dan teknologi. Produk yang disajikan oleh media massa adalah berita yang dilengkapi dengan gambar merupakan hasil dari sebuah proses jurnalistik. Kedua, sebagai suatu organisasi atau perusahaan. Seperti uraian di atas, media massa juga mencakup pekerjaan administrasi perusahaan. Selain itu, media massa juga melaksanakan aktivitas organisasi dan kepemimpinan. Dengan kata lain, kepemimpinan yang dimaksud ialah seluruh aktivitas pemimpin disemua jajaran manajemen.

b) Media Pemberitaan

1) Pengertian Media Pemberitaan

Radio merupakan media komunikasi yang muncul pada era telekomunikasi. Radio menjadi salah satu media yang menghasilkan sebuah suara kemudian dipancarkan oleh gelombang elektromagnetik melalui udara. Radio dalam sehari-hari berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi. Suara yang didengar dari pesawat radio merupakan hasil perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio,

¹⁸ Septiawan Santa K., *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: PT. Pustaka Obor Indonesia, 2005), hlm.186

kemudian diubah melalui penguat suara sehingga menghasilkan bunyi yang bisa didengarkan. Suara yang dapat didengarkan dari pesawat radio tidak hanya berisi tentang pemberitaan saja namun juga bisa berisi tentang hiburan, seperti musik, humor, talkshow, dan lainnya.

Berita adalah sesuatu yang terjadi saat ini maupun sesuatu yang akan (segera) terjadi, serta belum didengar atau dibaca oleh orang. Isi dari suatu dapat berupa gagasan atau pendapat yang telah diucapkan, dapat juga berupa suatu peristiwa.

Berita adalah sesuatu yang terjadi saat ini maupun sesuatu yang akan (segera) terjadi, serta belum didengar atau dibaca oleh orang. Isi dari suatu dapat berupa gagasan atau pendapat yang telah diucapkan, dapat juga berupa suatu peristiwa. Unsur-unsur berita yang harus ada di radio adalah ketepatan waktu (timeliness), langkah pemerintahan (government action), masalah pembangunan (development issues), nama-nama (names), olahraga (sports), pertemuan (meetings), cuaca (weather), kedekatan (nearness), konflik (conflict), dan peristiwa menarik (human interest).¹⁹

Berita radio adalah suatu laporan atas peristiwa atau kejadian yang penting dan menarik. Siaran berita berbeda dengan siaran informasi. Siaran berita menyajikan sajian fakta yang sudah diolah kembali sesuai dengan kaidah jurnalistik radio. Sedangkan siaran informasi

¹⁹ Hasan Asy'ari Oramahi, *Jurnalistik Radio*, (Jakarta: PT. Penerbit Erlangga, 2012), hlm.2

yang dikajikan tidak selalu bersumber dari sebuah fakta yang terjadi di lapangan namun tetap dikerjakan sesuai dengan kaidah jurnalistik.

Berita radio berupa informasi yang dapat menarik audien radio yang bersangkutan sebanyak mungkin. Contohnya, jika audien radio merupakan para eksekutif muda, maka berita yang disiarkan di radio adalah berita yang bersangkutan dengan informasi yang mereka butuhkan misalnya informasi tentang peraturan ekonomi baru yang dikeluarkan pemerintah atau bisnis dan sebagainya.

Format penyajian berita radio ada dua macam. Pertama, siaran langsung adalah penyiar memperoleh sebuah fakta atau kejadian di lapangan dan saat itu juga bersamaan dengan melaporkan dari lokasi. Kedua, siaran tunda adalah penyiar memperoleh sebuah fakta atau kejadian di lapangan kemudian kembali ke studio untuk mengelolanya terlebih dahulu sebelum disiarkan di radio.

Suara dalam pemberitaan radio merupakan sesuatu hal yang penting. Ada tiga elemen suara yang harus terdengar oleh pendengar, yaitu; recording (rekaman) wawancara dengan informan, recording (rekaman) rekaman atmosfer ialah suara asli dari peristiwa yang terjadi, dan narasi yang diucapkan oleh penyiar.

Berita yang banyak diminati oleh pendengarnya adalah berita yang mengenai kepentingan pendengar atau memiliki dampak secara langsung kepada pendengar. Dengan kata lain, perlu diupayakan bagaimana suatu

peristiwa, pernyataan, kebijakan memiliki dampak terhadap pendengar. Dan perlu adanya semacam penjelasan tambahan agar berita tersebut memiliki daya tarik untuk didengarkan. Jika berita itu memang sesuatu hal yang penting, maka tentu saja pendengar berminat unruk mendengarkannya secara lengkap dan seksama daripada hanya mendengarkan sepenggal kalimat saja.

2) Jenis – Jenis Pemberitaan Radio

Jenis – jenis pemberitaan radio dapat dibagi menjadi dua, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).²⁰

(a) Berita Keras (*Hard News*)

Berita keras atau *hard news* merupakan segala informasi yang penting dan menarik dan harus secepatnya disiarkan agar dapat segera diketahui khalayak audiens.

Radio besar pada umumnya menyiarkan beberapa kali program berita dalam satu hari, misalnya pada pagi hari, siang hari, dan tengah malam. Bahkan ada beberapa radio yang menyiarkan program berita beberapa kali dalam satu hari meskipun durasinya singkat sekitar kurang lebih 3 menit. Media radio biasanya menyajikan berita keras secara reguler yang disiarkan dalam suatu program berita.

Berita keras (*hard news*) disiarkan dalam suatu program berita yang memiliki durasi mulai dari beberapa menit hingga program

²⁰ Morissan, M.A, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: PT. Prenada Media Group), hlm.219

berita yang memiliki durasi 30 menit, atau bahkan satu jam. Suatu program berita terdiri atas beberapa berita keras atau dengan kata lain merupakan kumpulan dari beberapa jenis berita keras. Dalam hal ini berita keras dibagi menjadi beberapa jenis berita yaitu: *straight news*, *features*, dan *infotainment*.

(1) *Straight News*

Berarti “berita langsung”, adalah berita yang singkat, padat, dan jelas dengan hanya menyiarkan hal terpenting dari berita yang mencakup 5W +1H (*who, what, where, when, why, dan how*) terhadap suatu kejadian yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (*deadline*) karena jika terlambat disiarkan kepada pendengar maka beritanya akan cepat basi.

(2) *Feature*

Ketika kita mendengarkan suatu program berita yang ringan contohnya informasi mengenai makanan dan minuman yang kekinian, tempat liburan yang seru, berita semacam inilah disebut *feature*. Dengan begitu, *feature* ialah berita yang sifatnya ringan namun memiliki sisi yang menarik untuk disiarkan. Yang dimaksud “menarik” disini adalah informasi yang unik, lucu, aneh, membuat penasaran, menimbulkan kekaguman, dan lain sebagainya. Namun, pada dasarnya berita seperti ini dapat disebut sebagai *soft news* karena

tidak terikat dengan waktu tetapi karena durasi siarannya singkat (kurang dari lima menit) dan berita ini menjadi bagian dari program berita, maka *feature* dimasukkan kedalam jenis *hard news*.

(3) *Infotainment*

Berasal dari dua kata, yakni *information* yang memiliki arti informasi dan *entertainment* yang memiliki arti hiburan, namun perlu digaris bawahi bahwa *infotainment* bukan sebuah berita tentang hiburan ataupun berita yang memberikan hiburan. *Infotainment* sendiri artinya adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal oleh masyarakat (*celebrity*) seperti artis dan aktor, mereka lah yang bekerja pada industri hiburan. *Infotainment* merupakan salah satu *hard news* yang harus segera disiarkan. Pada program berita reguler biasanya menyiarkan berita mengenai kehidupan *selebritis* yang biasanya disiarkan pada akhir segmen karena *infotainment* ini terpisah dan khusus menyiarkan berita mengenai kehidupan *selebritis* saja. Tiga bentuk infotainment radio yang populer di Indonesia adalah:

Info-entertainment artinya adalah penyampaian informasi dari dunia hiburan dengan diselingi pemutaran lagu-lagu. Durasi pemutaran lagu sama

dengan durasi pembacaan narasi, walaupun liriknya tidak saling berkaitan.

Infotainment artinya adalah penyampaian informasi, promosi, dan sejenisnya dari dunia hiburan dimana lagu-lagunya menyatu dengan topik yang diperbincangkan. Proporsi keduanya seimbang dengan saling mendukung.

Information and entertainment artinya adalah penyampaian informasi khususnya berisi tentang berita yang aktual dan dilengkapi dengan perbincangan yang tidak selalu dari dunia hiburan, diselingi dengan iklan, lagu, dan lainnya.

(b) Berita Lunak (*Soft News*)

Berita lunak atau *soft news* adalah informasi yang menarik dan penting untuk disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun sifatnya tidak harus segera ditayangkan. Berita *soft news* ini masuk kategori yang disiarkannya pada satu program sendiri di luar program berita. Berita keras dibagi menjadi beberapa jenis berita, yaitu: *current affair*, *magazine*, dan *talk show*.

(1) *Current Affair* (Persoalan Kekinian)

Adalah program yang menyiarkan informasi terkait dengan sesuatu berita penting yang muncul sebelumnya tetapi dibuat secara detail. Dengan demikian, *current affair* juga terikat dengan waktu

penyiarkannya namun tidak seketat *hard news*, batasan waktunya adalah selama berita tersebut masih mendapat banyak perhatian dari masyarakat maka *current affair* masih layak untuk disiarkan. Contohnya, program yang menyiarkan tentang kehidupan masyarakat setelah terkena bencana tsunami.

(2) *Magazine* (Majalah)

Disebut *magazine* karena tema yang disiarkan hampir mirip dengan tema-tema yang terdapat di dalam majalah. *Magazine* ialah suatu program berita yang menyiarkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *futures* dengan durasi yang lebih lama. Sama halnya dengan *current affair*, *magazine* juga disiarkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita. *Magazine* lebih menonjolkan pada hal yang membuat menarik daripada hal penting. Durasi *magazine* kurang lebih 30 menit atau satu jam dan terdiri hanya satu topik atau beberapa topik.

(3) *Talk Show* (Perbincangan)

Adalah program yang menyiarkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik yang dipandu dengan penyiar radio. Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berkaitan langsung dengan kejadian atau topik yang diberbincangkan atau bisa juga mereka yang ahli dalam masalah

yang sedang dibicarakan. Tiga bentuk *talk show* yang banyak digunakan di stasiun radio adalah:

One-on-one-show, yaitu bentuk perbincangan saat penyiar dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan posisi dua mikrofon terpisah tetapi tetap di ruangan yang sama.

Call in show, yaitu bentuk perbincangan yang hanya melibatkan telephone dari pendengar. Penyiar radio menentukan topik terlebih dahulu, serta memberikan contoh berdasarkan pengalaman yang sudah dialami oleh penyiar, kemudian pendengar diminta untuk memberikan respons berdasarkan pengalamannya masing-masing. Namun, yang perlu digaris bawahi adalah tidak semua respons pendengar layak disiarkan sehingga perlu diadakan penyeleksian terlebih dahulu.

Panel discussion, penyiar sebagai pewawancara sekaligus moderator hadir bersama sejumlah narasumber.

Program dalam kategori berita keras (*hard news*) dapat dibedakan dengan berita lunak (*soft news*) berdasarkan sifatnya sebagaimana dijelaskan dibawah ini:

Berita Keras (Hard News)	Berita Lunak (Soft News)
Peristiwa yang sudah terjadi dan aktual	Tidak mesti peristiwa yang sudah terjadi dan

	tidak mesti aktual
Peristiwa harus segera disiarkan	Tidak harus disiarkan segera
Mengutamakan informasi terpenting	Menekankan pada detail
Tidak menekankan sisi <i>human interest</i>	Sangat menekankan sisi <i>human interest</i>
Laporan bersifat singkat	Laporan bersifat mendalam
Teknik penulisan menggunakan piramida tegak	Teknik penulisan menggunakan piramida terbalik
Disiarkan dalam program berita	Disiarkan dalam program lainnya

Tabel 1.1

3) Jangkauan Siaran Pemberitaan Radio

Jangkauan siaran pemberitaan radio dapat dibagi menjadi menjadi stasiun lokal, stasiun nasional, dan stasiun jaringan. Jangkauan ini merupakan faktor yang penting untuk mengetahui dimana suatu berita harus disiarkan kepada masyarakat karena terkait dengan wilayah yang dimiliki.²¹

(a) Stasiun Lokal

Stasiun lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup hanya satu wilayah kota atau kabupaten saja. Undang-Undang

²¹ Ibid., hlm.112

Penyiaran menyatakan bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. Ini berarti syarat atau kriteria suatu stasiun dikategorikan sebagai penyiaran lokal adalah lokasi sudah ditentukan dan jangkauan siaran terbatas. Berita yang disiarkan di stasiun lokal ini adalah berita yang hanya menyangkut satu kota atau kabupaten karena jangkauannya kecil. Misal, kebakaran terjadi di Wonokromo Surabaya, maka disiarkannya di stasiun lokal kota Surabaya.

(b) Stasiun Nasional

Stasiun nasional merupakan stasiun radio yang menyiarkan beritanya ke sebagian besar wilayah negara namun hanya dari satu stasiun penyiaran saja. Di Indonesia hingga tahun 2007 terdapat 10 stasiun radio berlokasi di Jakarta yang melakukan siaran secara nasional. Stasiun nasional menyebarluaskan program siarannya melalui berbagai stasiun pemancar yang dibangun di berbagai daerah. Melalui stasiun nasional, berita dapat disiarkan ke hampir seluruh wilayah negara secara serentak.

(c) Stasiun Jaringan

Sistem penyiaran jaringan pertama kali diterapkan di AS dimana sejumlah stasiun radio lokal juga bergabung untuk menyiarkan program secara bersama-sama.

Pada awalnya berbagai stasiun radio memiliki wilayah siaran yang terbatas di wilayahnya dan hanya bisa melayani masyarakatnya masing-masing dapat melakukan siaran secara bersama sehingga membentuk wilayah siaran yang jangkauannya lebih luas.

Stasiun jaringan juga disebut dengan stasiun induk, yaitu stasiun penyiaran yang hanya menyediakan program saja. Pada dasarnya stasiun induk memang tidak bisa menyiarkan berita tanpa bekerja sama dengan stasiun lokal yang sudah memiliki wilayah siaran.

2. Kajian Teori

a) Pengertian Teori PDCA

PDCA "*Plan, Do, Check, Act*" (Rencanakan, Kerjakan, Cek, Tindak lanjut), adalah proses pemecahan masalah empat langkah iteratif yang umum digunakan dalam pengendalian kualitas. PDCA dikemukakan pertama kali oleh Walter Shewhart beberapa puluh tahun yang lalu, maka PDCA juga dikenal sebagai "siklus Shewhart". Namun seiring berjalannya waktu, PDCA mengalami perkembangan sehingga disebut dengan "siklus Deming", karena Deming adalah orang yang mempopulerkan penggunaannya dan memperluas penerapannya. Tetapi Deming sendiri selalu menyebut bahwa metode ini sebagai siklus Shewhart, berasal dari nama Walter A. Shewhart

yang dianggap sebagai bapak pengendalian kualitas statistis.²²

Perusahaan memerlukan cara untuk menilai bagaimana sistem manajemen secara keseluruhan, dengan kata lain bagaimana sistem manajemen tersebut mempengaruhi setiap proses dan setiap karyawan serta diperluas pada setiap produk dan pelayanan. Pengendalian proses pelayanan adalah sebuah pertanda untuk memperbaiki kualitas pelayanan, tetapi hal tersebut tergantung pada kondisi dari organisasi, kepemimpinan, dan komitmen.

Konsep PDCA ini merupakan sebuah pedoman bagi setiap manajer untuk proses perbaikan kualitas secara terus menerus tanpa berhenti tetapi juga meningkat pada keadaan yang lebih baik dan dilaksanakan diseluruh bagian organisasi. Pengidentifikasian masalah yang akan diatasi dan pencarian sebab-sebabnya serta penentuan tindakan koreksinya harus berdasarkan pada fakta yang ada. Hal ini bermaksud untuk menghindari adanya unsur subyektivitas dan pengambilan keputusan yang terlalu cepat serta pengambilan keputusan yang bersifat emosional. Selain itu, juga bisa untuk memudahkan identifikasi masalah yang akan dipecahkan dan sebagai penentuan perbaikan selanjutnya, perusahaan harus menetapkan standar pelayanan.

Kualitas saat ini sudah tidak diartikan sebagai sebuah pengertian tradisional dimana kualitas hanya dipahami sebagai pemenuhan terhadap suatu persyaratan, melainkan dikaitkan sebagai suatu

²² G Hendra, Poerwanto. *Manajemen Kualitas*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm.27

produk atau hasil yang dapat memuaskan konsumen dan memajukan suatu perusahaan. Ketika sebuah perusahaan dibangun maka berbagai macam tahapan atau proses harus dilalui, seperti perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*do*), pengawasan tidak luput dari sebuah penjagaan kualitas agar dapat menghasilkan hasil yang optimal. Tahapan dalam penjagaan kualitas supaya tetap terjaga pada standart yang sudah ditentukan menjadi sebuah penekanan yang penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan. Tahapan tersebut diantara adalah perencanaan dimana dibutuhkan sebuah prosedur perencanaan kualitas, tahap pelaksanaan diperlukan sebuah jaminan kualitas, tahap evaluasi diperlukan pengontrolan terhadap kualitas, dan tahap penjagaan serta pengembangan mutu.

Untuk menciptakan sebuah produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen tidak harus mengeluarkan biaya yang mahal. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah program peningkatan kualitas yang baik, misalnya dengan menerapkan sebuah program PDCA (*Plan, Do, Check, Act*).

b) Manfaat Teori PDCA

- 1) Untuk menyelesaikan dan mengendalikan suatu permasalahan dengan sistematis
- 2) Untuk memudahkan pemetaan wewenang dan tanggung jawaab dari sebuah unit perusahaan
- 3) Meminimalisir pemborosan di tempat kerja
- 4) Meningkatkan produktivitas

- 5) Sebagai pola kerja dalam perbaikan suatu sistem di sebuah unit perusahaan
- 6) Untuk kegiatan continuous improvement dalam rangka memperpendek alur kerja.

c) Proses Teori PDCA

Dalam ilmu manajemen, ada konsep problem solving yang bisa diterapkan di sebuah perusahaan yaitu menggunakan pendekatan PDCA sebagai proses penyelesaian sebuah masalah yang terjadi. Dalam bahasa pengendalian kualitas, PDCA ini dapat diartikan sebagai proses penyelesaian dan pengendalian masalah dengan sistematis. Proses PDCA dapat dijelaskan sebagai berikut ini:²³

1) P “Plan” (Rencanakan)

Artinya adalah merencanakan sasaran (*goals* = tujuan) dan proses apa yang dibutuhkan untuk menentukan hasil yang sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan oleh suatu perusahaan. Plan ini harus diterjemahkan secara detail dan per sub-sistem.

Perencanaan dilakukan untuk mengidentifikasi sasaran dan proses dengan mencari tahu hal-hal apa saja yang bermasalah kemudian mencari solusi untuk memecahkan masalah tersebut. Tahapan yang perlu diperhatikan adalah mengidentifikasi sebuah kinerja untuk menghasilkan hasil yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Kemudian

²³ Alwan-Effendi, *Manajemen-Mutu-Pendidikan*. Jakarta : Media Akademi, 2008

mendeskripsikan proses dari awal hingga akhir yang akan dilakukan. Memfokuskan pada peluang peningkatan mutu, dengan cara memilih salah satu sebuah masalah yang akan diselesaikan terlebih dahulu. Identifikasikanlah akan penyebab masalah tersebut. Menentukan sasaran dan proses yang dibutuhkan untuk memberikan hasil yang sesuai dengan spesifikasi.

Tahap perencanaan ini mengacu terhadap peluang perbaikan atau cara-cara mencapai sebuah peningkatan.

2) D “Do” (Kerjakan)

Artinya adalah melakukan proses yang telah ditetapkan sebelumnya. Ukuran-ukuran proses ini telah ditentukan dalam tahap *plan*. Dalam konsep *do*, kita harus sungguh-sungguh dalam menghindari penundaan karena semakin kita menunda pekerjaan maka waktu yang digunakan semakin terbuang sia-sia dan membuat pekerjaan semakin bertambah banyak.

Implementasi proses. Dalam langkah ini yaitu melakukan rencana yang telah disusun sebelumnya dan memantau saat proses pelaksanaan dalam poyek uji coba.

Mengacu pada penerapan dan pelaksanaan aktivitas yang sudah direncanakan sebelumnya.

3) C “Check” (Cek)

Artinya adalah melakukan pengecekan terhadap proses dan melaporkan apa saja hasilnya. Kita mengecek kembali apa yang sudah dikerjakan sebelumnya, apa sudah sesuai

dengan standar yang sudah ditentukan oleh perusahaan atau masih ada kekurangan.

Mengevaluasi proses serta hasil terhadap sasaran dan melaporkan hasilnya, dua hal tersebut yang perlu diperhatikan.

Teknik yang digunakan adalah observasi dan survei. Apabila masih menemukan sebuah kelemahan maka disusunlah rencana perbaikan untuk pelaksanaan yang selanjutnya. Dan jika gagal maka cari pelaksanaan lain, namun jika berhasil maka dilakukan sebagai rutinitas.

Mengacu kepada verifikasi apakah penerapannya sudah sesuai dengan rencana peningkatan dan perbaikan yang diinginkan.

4) A “Act” (Menindaklanjuti)

Artinya adalah melakukan evaluasi total terhadap hasil sasaran dan proses dan menindaklanjuti dengan perbaikannya. Jika ternyata apa yang sudah dikerjakan masih ada yang kurang maka segera melakukan action untuk memperbaikinya.

Menindaklanjuti hasil untuk melakukan perbaikan yang dibutuhkan. Ini berarti meninjau seluruh langkah dan memodifikasi proses untuk memperbaikinya sebelum implementasi berikutnya.

Menindaklanjuti hasil, ini berarti melakukan standarisasi perubahan seperti mempertimbangkan area mana saja yang mungkin diterapkan, merevisi proses yang sudah diperbaiki, melakukan modifikasi standart, prosedur dan kebijakan yang sudah ditentukan, mengkomunikasikan dengan seluruh staff yang ada, mengembangkan

rencana yang jelas, dan mendokumentasikan proyek. Selain itu, juga diperlukan melihat perubahan dengan melakukan pengukuran dan pengendalian proses secara sistematis.

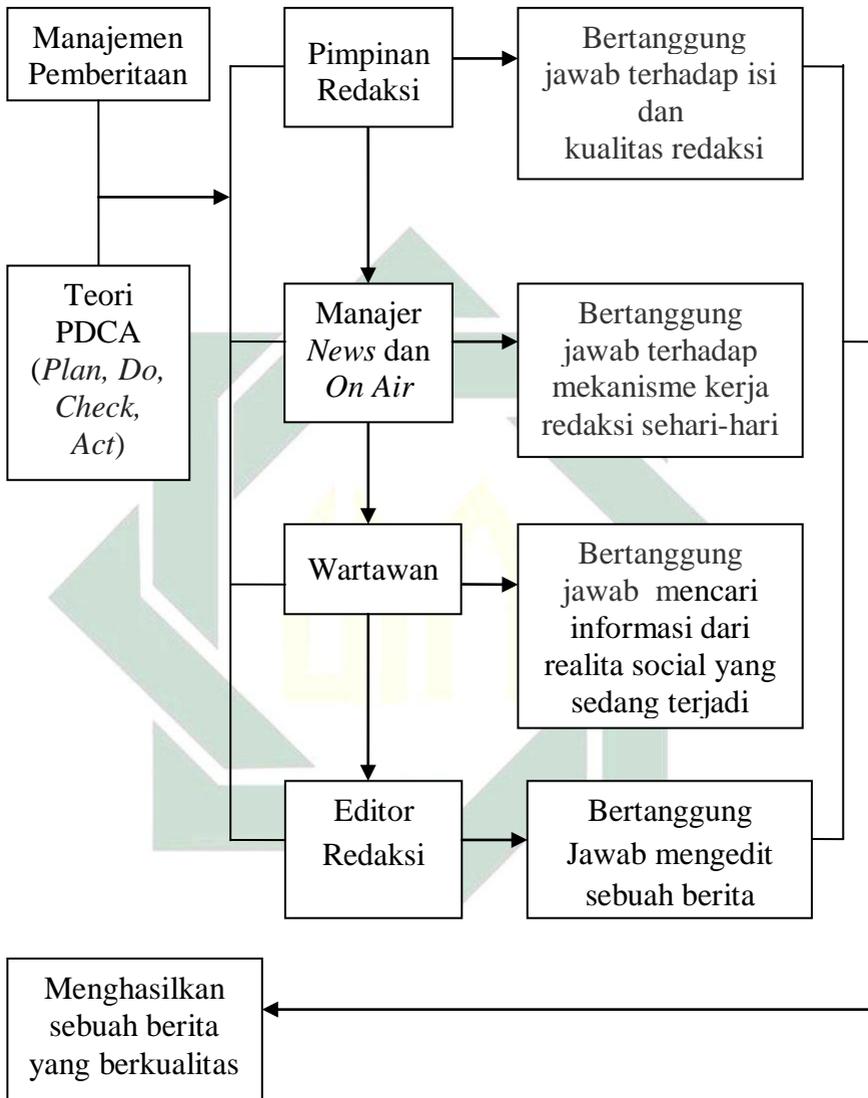
Keempat proses PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) di atas adalah satu siklus yang saling berinteraksi satu sama lain dan tidak bisa terputus. Siklus PDCA sudah seharusnya digunakan untuk meningkatkan suatu sistem manajemen mutu (kinerja perusahaan) secara terus menerus. Jadi, PDCA merupakan suatu proses yang berkelanjutan dan berkesinambungan. Jika hasilnya sudah sesuai dengan mutu yang ditentukan sebelumnya maka proses tersebut dapat digunakan hingga di masa mendatang. Namun jika hasilnya belum sesuai dengan mutu yang ditentukan sebelumnya maka harus segera diperbaiki untuk masa mendatang. Pada dasarnya, proses yang sesungguhnya tidak hanya berhenti sampai di *act* saja, tetapi merupakan sebuah proses yang kontinu dan berkesinambungan sehingga kembali lagi pada langkah awal dan seterusnya.

3. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan pemetaan (*mind mapping*) untuk menggambarkan alur pikir peneliti yang sedang melakukan penelitian. Tentunya kerangka pemikiran mempunyai esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar.

Kerangka pikir akan dijadikan tolak ukur penelitian di lapangan yang disesuaikan dengan rumusan bermasalah. Selain itu kerangka pikir juga berfungsi untuk menghindari kerancuan penafsiran tentang manajemen pemberitaan pada program berita Suara Surabaya.

Kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu mengenai suatu konsep yang akan memberikan penjelasan terhadap manajemen pemberitaan dengan menggunakan teori PDCA (*Plan, Do, Act, Plan*). Hal tersebut bertujuan agar berita yang dihasilkan menjadi berita yang berkualitas. Untuk mengetahui manajemen pemberitaan yang ada di Radio Suara Surabaya maka perlu diketahui bagaimana pola manajemen PDCA yang diterapkan oleh pimpinan redaksi, manajer *news* dan *on air*, editor redaksi, serta wartawan dalam menjalankan wewenang masing-masing disetiap harinya



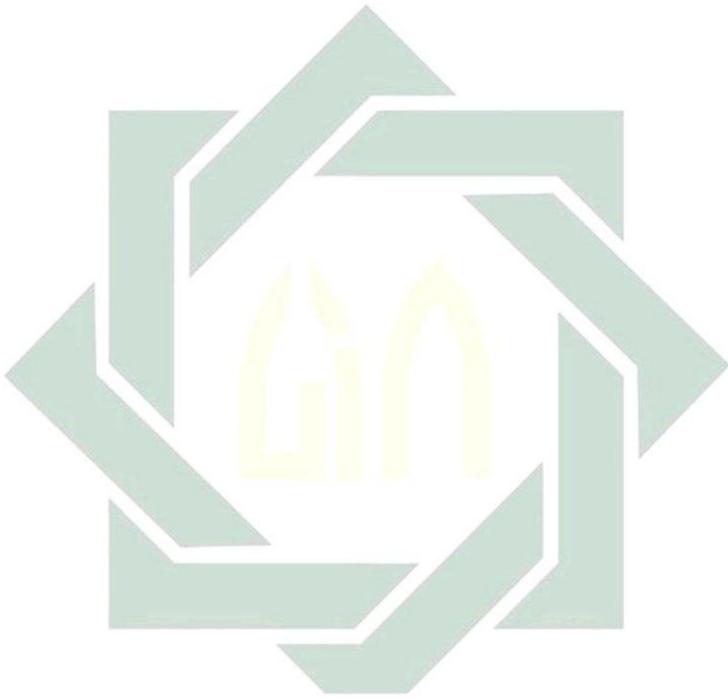
B. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka atau penelitian terdahulu memiliki kegunaan untuk mengungkapkan persamaan dan perbedaan penelitian-penelitian yang serupa dengan penelitian yang akan dilakukan.

1. Strategi Pemberitaan Koran Tribun Timur Dalam Mempertahankan Pasar Di Sulawesi Selatan. Oleh mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang bernama Muhlis pada tahun 2009. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam skripsi ini dengan skripsi yang akan peneliti tulis, yaitu persamaannya sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan sama-sama tentang pemberitaan. Namun perbedaannya, skripsi di atas meneliti strategi komunikasi efektif sedangkan peneliti meneliti manajemen pemberitaan. Selain itu, skripsi di atas meneliti pemberitaan koran, sedangkan peneliti meneliti pemberitaan radio.
2. Strategi Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Meningkatkan Kualitas Isi Berita. Oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2011. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan sama-sama ingin mengetahui kualitas isi berita. Akan tetapi, jika penelitian di atas lebih kepada bagaimana strategi pemasaran pada koran, dalam penelitian yang peneliti lakukan memilih sisi yang berbeda, yakni dari segi manajemen pemberitaan pada radio.
3. Akurasi Dalam Jurnalisme Warga Pada Radio Suara Surabaya. Oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Petra yang bernama Desi Yoanita pada tahun 2014. Persamaannya adalah sama-

sama meneliti radio Suara Surabaya. Namun perbedaannya, jurnal di atas meneliti tentang akurasi dalam jurnalisme sedangkan skripsi yang peneliti lakukan meneliti tentang manajemen pemberitaan. Selain itu fokus penelitian ini pada Radio Suara Surabaya, sedangkan peneliti hanya fokus pada program Berita Suara Surabaya.

4. Pergeseran Peran dan Fungsi Radio Suara Surabaya. Oleh Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga yang bernama Seto Herwandito pada tahun 2018. Persamaannya adalah sama-sama meneliti Radio Suara Surabaya. Namun perbedaannya, jurnal di atas meneliti tentang pergeseran peran dan fungsi sedangkan skripsi yang peneliti lakukan meneliti tentang manajemen pemberitaan. Selain itu fokus penelitian ini pada Radio Suara Surabaya, sedangkan peneliti hanya fokus pada program Berita Suara Surabaya.
5. Bagaimana Strategi Komunikasi Efektif Radio Suara Surabaya (SS) FM dalam Program Renungan Fajar. Oleh mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di Universitas UIN Sunan Ampel Surabaya yang bernama Rizki Amilia pada tahun 2016. Persamaannya adalah sama-sama meneliti radio Suara Surabaya. Namun perbedaannya, skripsi di atas meneliti strategi komunikasi efektif sedangkan skripsi yang peneliti lakukan meneliti tentang manajemen pemberitaan. Teori yang digunakan penelitian tersebut adalah strategis komunikasi efektif sedangkan yang peneliti lakukan menggunakan teori PDCA.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan manajemen. Sebuah pendekatan yang melihat proses pemberitaan yang dikelola oleh lembaga pemberitaan, yaitu Radio Suara Surabaya. Melalui pendekatan ini pula, peneliti dapat mencermati bagaimana sebuah informasi dapat dikelola menjadi berita dengan melalui tahapan-tahapan manajemen yang baku.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deksriptif kualitatif. Sebuah penelitian yang datanya diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Data yang dihasilkan tentunya berbentuk deskriptif. Dengan data itu, peneliti dalam sajian datanya akan mendeskripsikan proses atau tahapan radio Suara Surabaya dalam mengelola informasi menjadi berita, sehingga menjadi sebuah produk atau program pemberitaan yang layak.

B. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah *crew* pada program Berita Suara Surabaya yang terdiri dari pimpinan redaksi, manajer *news* dan *on air*, editor, serta wartawan. Penelitian ini terfokus pada manajemen pemberitaan sehingga peneliti memilih mereka karena mereka yang dapat memberikan data mengenai strategi manajemen pemberitaan.

2. Objek Penelitian

Objek yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah media massa. Alasan pemilihan obyek adalah peneliti ingin mengetahui manajemen pemberitaan.

3. Lokasi Penelitian

Radio Suara Surabaya. Jl. Wonokitri Besar No.40C, Pakis, Kec. Sawahan, Kota SBY, Jawa Timur 6025.

Peneliti memilih lokasi tersebut karena Suara Surabaya menjadi radio pertama di Indonesia yang sejak awal kelahirannya secara sadar menerapkan format 'Radio News atau Informasi'. Selain itu, Suara Surabaya memiliki konsep yang berbeda dengan radio lainnya. Radio pada umumnya memakai headline yang mengandung kontroversi sehingga pendengarnya penasaran dengan berita tersebut sedangkan Suara Surabaya memakai hideline yang bersifat positif tapi tetap bisa menarik minat pendengarnya. Sehingga ada manajemen yang digunakan oleh Suara Surabaya dalam menyiarkan berita yang berkualitas. Hal itu yang membuat peneliti tertarik untuk memilih lokasi tersebut.

C. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang diambil lebih bersifat selektif. Sumber data yang digunakan tidak sebagai yang mewakili informasinya. Karena pengambilan sumber data didasarkan atas berbagai pertimbangan tertentu, maka pengertiannya sejajar dengan jenis data yang dikenal sebagai *purposive sampling*. Dengan kecenderungan peneliti untuk memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara

mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data.

1. Sumber Data Primer

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan mengamati atau mewawancarai. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis, perekaman, pengambilan foto.²⁴

Meliputi informan yang terdiri dari Tim Program Berita Suara Surabaya, yaitu direktur utama, pimpinan redaksi, redaktor pelaksana, wartawan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data data yang didapat oleh sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat surat pribadi, buku harian, notula rapat perkumpulan, sampai dokumen dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah.²⁵

Data sekunder yang digunakan peneliti dalam kajian ini adalah website resmi Radio Suara Surabaya, brosur, dokumentasi, jurnal kode etika media massa, dan sejenis lainnya.

D. Tahap-tahap Penelitian

1. Tahap Pra-Lapangan

Empat tahap dipilih peneliti ditambah dengan satu pertimbangan yang perlu dipahami. Kegiatan dan pertimbangan tersebut diuraikan sebagai berikut:

a) Pemilihan Lapangan Penelitian

²⁴ J.Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm.157

²⁵. Ibid., hlm.159

Dalam menentukan lapangan penelitian kita harus mempelajari dan mendalami focus serta rumusan lapangan penelitian.

Dalam memilih dan menentukan lapangan penelitian, peneliti memilih tempat yang merupakan stasiun radio di Surabaya yang memiliki manajemen berbeda dengan stasiun radio lainnya yaitu radio Suara Surabaya.

b) Menjajaki dan Menilai Lapangan

Peneliti harus membaca kondisi daerah tempat penelitian dan mempunyai gambaran tentang geografi, demografi, sejarah, tokoh-tokoh, adat istiadat, konteks kebudayaan, kebiasaan-kebiasaan, agama, pendidikan, mata pencaharian, dan sebagainya.²⁶

Crew radio Suara Surabaya terdiri dari berbagai macam karakter yang berbeda-beda sehingga dalam proses penelitian di lapangan peneliti harus menyesuaikan situasi dan kondisi terlebih dahulu agar penelitian berjalan dengan lancar dan kondusif.

c) Memilih dan Memanfaatkan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam memilih informan, peneliti harus memilih informan yang jujur, taat pada janji, suka berbicara, dan memiliki pandangan tertentu tentang fenomena yang ada.²⁷

Dalam penelitian ini, peneliti memilih pimpinan redaksi, manajer *news* dan *on air*, editor redaksi, serta wartawan sebagai informan.

d) Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

²⁶ Ibid., hlm.130

²⁷ Ibid., hlm.132

Sebelum melakukan peneliti, peneliti sejauh mungkin sudah menyiapkan segala alat dan perlengkapan penelitian yang diperlukan sebelum terjun ke dalam kancah penelitian seperti bullpen, kamera, book note, tape recorder dan lainnya untuk memudahkan proses dokumentasi.²⁸

Perlengkapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah book note untuk mencatat kegiatan atau peristiwa yang dilihat, kamera untuk mengambil gambar peristiwa, dan recorder untuk merekam informasi dari narasumber.

e) Persoalan Etika Penelitian

Persoalan etika akan timbul apabila peneliti tidak menghormati, tidak mematuhi dan tidak mengindahkan nilai-nilai masyarakat dan pribadi. Dalam menghadapi persoalan etika tersebut, peneliti hendaknya mempersiapkan diri baik secara fisik, psikologis, maupun mental.²⁹

Dalam penelitian ini, peneliti mempersiapkan mental. Apapun yang ditulis tidak mengandung kebohongan dari sumber terpercaya dan tidak akan menuliskan sesuatu yang menyebabkan konflik.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

a) Memahami Latar Peneliti dan Persiapan Diri

Peneliti hendaknya mengenal adanya latar terbuka dan tertutup. Selain itu peneliti juga harus tau bagaimana cara menempatkan diri sebagai peneliti yang dikenal atau tidak. Dalam hal ini peneliti harus menyesuaikan penampilan dengan latar penelitian, seperti pakaian dan tingkah laku,

²⁸ Ibid., hlm.133

²⁹ Ibid., hlm.135

hubungan akrab antara subjek dan peneliti alangkah baiknya harus dibina.³⁰

Sebelum melakukan penelitian di lapangan, peneliti belajar mengenai dunia radio agar ketika penelitian ini berlangsung peneliti memahami apa yang dimaksud oleh informan dan dapat saling bekerja sama. Hal ini akan sangat berguna bagi peneliti dalam menggali informasi.

b) Memasuki Lapangan

Tahap ini peneliti harus dapat membina keakraban hubungan dengan informan sehingga seolah tidak ada dinding pemisah diantara keduanya. Menggunakan bahasa atau penyesuaian bahasa yang digunakan narasumber dan peneliti tidak dianjurkan untuk menduga dalam tahap ini karena peneliti harus mengetahui secara pasti mengenai suatu ungkapan, peristiwa, atau kejadian yang diketahuinya.³¹

Peneliti akan sering bertemu dan berkomunikasi dengan informan, sehingga akan timbul keakraban antara peneliti dengan informan.

3. Tahap Penulisan Laporan

Meliputi kegiatan penyusunan hasil penelitian dari semua rangkaian kegiatan pengumpulan data sampai pemberian makna data. Setelah itu melakukan konsultasi hasil penelitian dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan perbaikan atau saran demi kesempurnaan proposal.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sebagaimana pada umumnya dalam mengumpulkan sebuah data penelitian membutuhkan beberapa metode yang harus dilakukan karena metode merupakan salah satu

³⁰ Ibid., hlm.138

³¹ Ibid., hlm.140

cara yang harus ditempuh dalam rangka untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh data kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Teknik Observasi / Pengamatan

Metode observasi yaitu mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis dan terjun langsung terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian.³²

Pengamatan dilakukan saat rapat redaksi, saat siaran berlangsung, dan saat redaktur bekerja.

2. Teknik Wawancara / Interview

Metode wawancara yaitu sebuah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh data dan informasi dari yang diwawancarai.³³ Dengan metode ini peneliti mengumpulkan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung untuk mendapatkan informan atau keterangan yang berhubungan dengan tema.

Wawancara ini akan dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Setelah itu peneliti akan mengumpulkan dan mengklarifikasikan data yang diperoleh, sehingga peneliti akan melakukan wawancara berkali-kali dengan subyek dalam penelitian ini.

Wawancara ini dilakukan bersama informan terpercaya pimpinan redaksi, manajer *news* dan *on air*, editor redaksi, serta wartawan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data historis yang berisi data social dan fakta dokumentasi.

Peneliti mengumpulkan data visual berupa foto-foto / gambar dan sebagainya yang dianggap

³² Ibid., hlm.45

³³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Mahasatya, 1998), hlm.146.

berhubungan dengan manajemen pemberitaan program Berita Suara Surabaya.

F. Teknik Validitas Data

Dalam teknik validitas data, peneliti memilih menggunakan teknik ketekunan pengamatan. Ketekunan pengamatan adalah mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memustikan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

Peneliti mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap factor-faktor yang menonjol. Kemudian peneliti menelaah secara rinci sampai pada satu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh factor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa.³⁴

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.³⁵ Pendekatan ini bertujuan untuk menjelaskan dengan menyederhanakan data. Setelah peneliti melihat dokumenasi dan melakukan wawancara serta observasi yang dilengkapi dengan data / dokumentasi maka langkah selanjutnya adalah menganalisa dan menginterpretasikan data dengan literature. Penelitian ini menggunakan model alir yang terdiri dari tiga alur, yakni:

³⁴ Melliong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Posda Karya, 2004), hlm.329-330

³⁵ Masri Singarimbun, dkk, *Metode Penelitian Survey*, Cet I, (Jakarta: P3ES, 1998), hlm.263

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

Disini peneliti memilih data yang diperoleh terfokus dengan manajemen pemberitaan pada program Berita Suara Surabaya. Data yang terkumpul dibuat menjadi ringkas dengan menggolongkan mengkategorikan data agar mudah diolah dan dibaca.

2. Penyajian Data

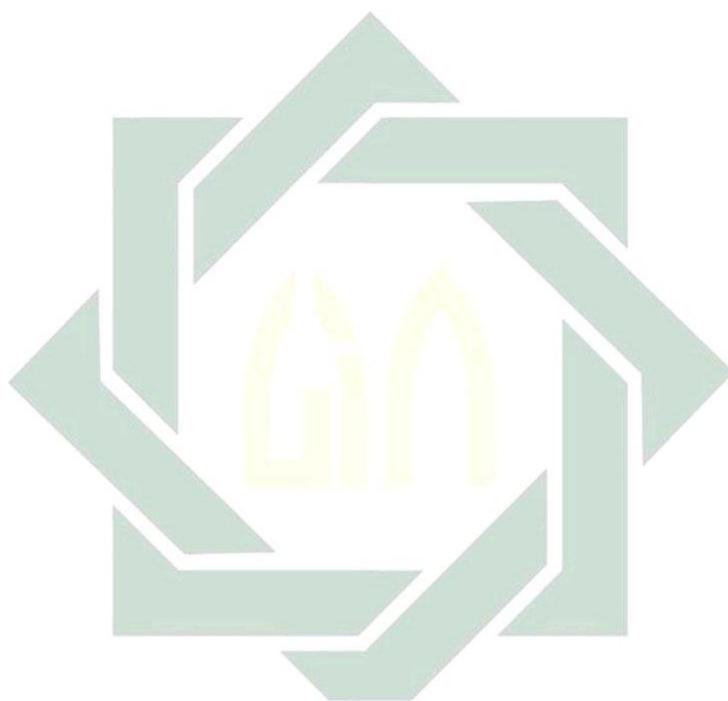
Sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Data disajikan secara naratif, disini peneliti akan memaparkan secara rinci manajemen pemberitaan pada Program Suara Surabaya.

3. Penarikan Kesimpulan

Disini peneliti mulai mencari arti dari data-data yang dikumpulkan, menyimpulkan dan menverifikasi data yang ada dengan mengecek keabsahan data melalui teknik ketekunan pengamatan.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak sekedar mencari data-data yang terkait dengan manajemen pemberitaan saja namun peneliti juga harus mencari artinya sehingga hasil yang didapat bisa dipertanggung jawabkan keabsahan data-datanya.



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Sejarah Radio Suara Surabaya

Pada tanggal 11 Juni 1983 Radio Suara Surabaya (SS) mengudara untuk yang pertama kali bertepatan di momentum gerhana matahari total, menempati frekuensi FM 100,55 Mhz.

Dari awal SS menerapkan format siaran jurnalisme radio, dan telah menjadi radio swasta pertama di Indonesia yang berkonsep radio informasi, di tengah-tengah dominasi radio musik dan sandiwara radio. Siarannya berfilosofi “*News Interaktif Solutif*”. *News* adalah fokus produksi informasi. *Interaksi* adalah bermakna pola komunikasi yang multi arah. Sedangkan *solutif* berorientasi dampak siaran yang wajib bermanfaat.³⁶

Tahun 1994, Radio Suara Surabaya mengembangkan siaran interaktif berbasis jurnalistik yang beberapa tahun kemudian diberi nama sebagai “*citizem journalism*”. Pendengar yang secara sukarela menjadi reporter dan informan jumlahnya kurang lebih sekitar 330.000 di tahun 2009. Ruang lingkup dan dampak siarannya melampaui peran radio secara konvensional.

Radio Suara Surabaya terkenal karena menjadi penggerak partisipasi publik, sumber solusi permasalahan publik, penggalang kekerabatan sosial, dan inspirator kebijakan kota. Dengan begitu

³⁶ Arifin BH, Suara Surabaya, Bukan Radio, (Surabaya: Buku Suara Surabaya, 2010), hlm. vii

masyarakat menyebut SS sebagai alun-alun komunikasi dan demokratisasi publik.

Pada tahun 1999, Radio Suara Surabaya mengaplikasikan konvergensi radio siaran dengan internet melalui portal *news* www.suarasurabaya.net. Melalui fasilitas *radio online* siaran SS menjadi mengglobal. Aplikasi tersebut juga memunculkan *radio on demand*, berupa dokumentasi auditif siaran yang sewaktu-waktu dapat diakses kembali. Pada tahun 2001, SS bersiaran selama 24 jam sehari dan menimbulkan respon aktif para pendengar dari seluruh dunia semakin kerap.

Kesuksesan yang telah berhasil dicapai oleh Radio Suara Surabaya tidak semudah membalikan telapak tangan. Dibalik kesuksesan tersebut selalu ada proses dan konteks. Dalam meraihnya perlu sebuah perjalanan panjang yang penuh dengan lika-liku. Terkadang harus melewati jalan yang terjal dengan serentetan halangan. Harus merasakan lelah terlebih dahulu namun terkadang juga merasakan perasaan yang asik dan seru.

Radio Suara Surabaya juga hampir sama dengan radio pada umumnya yang memiliki sebuah keterbatasan dan kekurangan. Dimulai dari sesuatu yang serba sedikit: ruangan, tenaga kerja, dan juga uang. Meskipun memiliki keterbatasan tetapi itu tidak membuat pasrah para pengelolanya, justru keterbatasan tersebutlah yang membuat semakin menambahkan kreatifitas. Langkah yang harus dipecahkan adalah bagaimana cara mengelolah keterbatasan tersebut.

“Format *news* atau informasi yang di usulkan Soetojo Soekomihardjo terhadap radio yang baru berdiri juni 1983 itu bukanlah sesuatu yang aneh. Bahkan, sebuah keniscayaan bagi radio. Padahal, di tahun-tahun itu, radio swasta hanya menyiarkan musik,

dan format berita hanya di dominasikan oleh RRI. Menjadi perhatian yang menarik karena sementara radio swasta jaman itu sangat jauh dari dunia jurnalistik, SS justru masuk kesana,” Errol Jonathans.³⁷

2. Visi dan Misi Radio Suara Surabaya³⁸

a) Visi

Suara Surabaya adalah sumber pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi. Suara Surabaya beranggapan, jika orang yang tidak mempunyai visi tidak akan dapat mewujudkan harapan besar. Tanpa visi sulit mengubah suatu rencana besar menjadi kenyataan. Kekuatan bisa membangkitkan antusiasme orang, menyalurkan energi serta mengubah impian menjadi kenyataan masa depan.

b) Misi

- Suara Surabaya, perusahaan media massa yang dituntut berkembang dengan mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.
- Suara Surabaya, sentra informasi tentang Surabaya dan Jawa Timur.
- Suara Surabaya, menyelenggarakan berbagai kegiatan pemberdayaan proses demokratisasi masyarakat.
- Suara Surabaya, sumber kehidupan dan kesejahteraan seluruh unsur karyawan yang bekerja untuk kemajuan bersama.

³⁷ Ibid, hlm.17-18

³⁸ Hasil wawancara dengan *Manager New Media*, Eddy Prastyo, 29 November 2019

3. Struktur Organisasi Radio Suara Surabaya

Dalam upaya operasional maka pihak pengelola Radio Suara Surabaya membuat susunan kepengurusan radio. Hal tersebut bertujuan agar tercipta suasana kerja secara *profesional* karena jika tidak dibentuk struktur organisasi maka akan terjadi kesulitan untuk berkoordinasi.

Adapun struktur organisasi yang sudah ada dalam Radio Suara Surabaya, yaitu:

<i>President Director</i>	: Errol J.
<i>Administration Director</i>	: Rommy F.
<i>Business Director</i>	: Deddy W. Widodo
<i>Operational Director</i>	: Errol Jonathan S.
<i>HRD & GA MAN (PLH)</i>	: Rudy H.
<i>FIN & Acc. Manager</i>	: Punjung
<i>Promotion Manager</i>	: Irma
<i>Sales Manager For SS</i>	: Iwan Adi
<i>Marketing Support SPV</i>	: Rara
<i>On Air Manager</i>	: Meinara Iman
<i>News Manager</i>	: Meinara Iman
<i>Engineering Manager</i>	: Bagoes A.
<i>New Media Manager</i>	: Eddy P.
<i>Bussines DEV MAN</i>	: Rudy Hartanto
<i>Chief Editor</i>	: A. Zainal Alim
<i>Marketing Manager</i>	: Agung P.

4. Segmentasi Pendengar Suara Surabaya³⁹

Berdasarkan usia, yang paling sering mendengarkan adalah umur 30 sampai 39 tahun. Kalau berdasarkan jenis kelamin, laki – laki yang lebih sering mendengarkan daripada perempuan. Dan di antara

³⁹ Suara Surabaya 100.00 FM (<http://www.radiojatim.com/index.php>. Diakses 18 November 2019, pukul 00:49)

banyaknya status pekerjaan, karyawan swasta dan wiraswasta yang paling sering mendengarkan.

5. Program Acara di Radio Suara Surabaya⁴⁰

Waktu Siaran	Nama Program
00:00-00:15	Berita Suara Surabaya
00:15-05:00	Kelana Kota
05:00-05:30	“Renungan Fajar”
05:30-06:00	Kelana Kota
06:00-06:15	Berita Suara Surabaya
06:15-08:05	Wawasan
08:05-08:20	Jaring Radio
08:20-09:00	Wawasan
09:00-10:00	Honda Safety Riding
10:00-12:00	Kelana Kota
12:00-13:00	Healthy Life Style
13:00-13:15	Berita Suara Surabaya
13:15-15:00	Kelana Kota
15:00-16:00	Talkshow Pariwisata
16:00-17:05	Kelana Kota
17:05-17:20	Jaring Radio
17:20-19:00	Kelana Kota
19:00-20:00	Talkshow Pariwisata
20:00-20:45	Kelana Kota
20:45-20:55	Jaring Radio
20:55-21:00	Kelana Kota
21:00-22:00	Klinik Psikologi
22:00-00:00	Jazz Traffic

Tabel 1.2

⁴⁰ suarasurabaya.net (<http://www.suarasurabaya.net/radio/>). Diakses 18 November 2019, pukul 21:30)

6. Daerah Jangkauan Radio Suara Surabaya

Saat ini Radio Suara Surabaya dapat didengarkan sampai radius 75.000 km terhitung dari kawasan studio siaran SS di Jl. Wonokitri Besar No. 40 C Surabaya.

7. Profile Radio Suara Surabaya⁴¹

Nama Perusahaan : PT. RADIO FISKARIA JAYA
SUARA SURABAYA
Sebutan Udara : Suara Surabaya
Frekuensi : 100 FM
Alamat Kantor : Jl. Wonokitri Besar 40 C
Surabaya 60256
Telephone : 0315683733
Fax : 0315683733
Website : www.suarasurabaya.net
Twitter : @e100ss
Facebook : E100
Waktu Siaran : 24 jam

8. Logo Suara Surabaya⁴²



Gambar 1.1

⁴¹ Suara Surabaya 100.00 FM (<http://www.radiojatim.com/index.php>. Diakses 18 November 2019, pukul 20:40)

⁴² www.suarasurabaya.net (<http://www.suarasurabaya.net/radio/>. Diakses 18 November 2019, pukul 23.45)

9. Profile Program Berita Suara Surabaya⁴³

Berita Suara Surabaya merupakan program yang menyajikan sebuah berita hasil karya team pemberitaan Suara Surabaya. Program Berita Suara Surabaya terlahir karena inisiatif team pemberitaan Suara Surabaya dalam menyikapi kebijakan pemerintah yang memberikan keluasaan kepada radio-radio swasta untuk tidak menyiarkan siaran RRI. Jadi perlu diketahui sejak awal berdirinya radio swasta yang tergabung dalam Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) sampai pada tahun 90an ada sebuah kebijakan dimana radio-radio non RRI harus menyiarkan tiga belas kali siaran berita yang ditayangkan oleh RRI. Mulai jam 06.00, 09.00, 11.00, 13.00, dan seterusnya sampai dengan jam malam.

Maka dengan adanya kebijakan tersebut, Suara Surabaya memutuskan untuk membuat program Berita Suara Surabaya sebagai pengganti siaran berita yang ditayangkan oleh RRI.

Program Berita Suara Surabaya terdiri dari beberapa karya tulis berita yang terbagi dalam berita nasional, regional, olahraga, internasional, dan ekonomi. Untuk jumlahnya sangat bervariasi, tergantung pada kedalaman dan ketersediaan materi.

Program Berita Suara Surabaya menjadi sebuah media kawan-kawan reporter untuk menampilkan karya terbagus mereka yang paling terbaru pada hari itu. Program Berita Suara Surabaya memiliki jadwal siarakan tiga kali dalam sehari yaitu jam 6 pagi, 1 siang, dan 12 malam dengan durasi maksimal 15 menit dalam satu kali siaran.

⁴³ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 23 Desember 2019

Ketiga jadwal tersebut merupakan jam-jam utama yang memiliki pendengar terbanyak. Jam 6 pagi merupakan jam para pendengar mendengarkan radio untuk mengetahui berita terbaru dan info lalu lintas sebagai teman saat perjalanan menuju ke kantor. Jam 1 siang merupakan jam istirahat bekerja, pada saat itu juga pendengar bisa memiliki waktu luang untuk mendengarkan radio. Dan jam 12 malam merupakan siaran yang menyiarkan rekapan keseluruhan berita yang disiarkan Suara Surabaya pada hari itu.

10. Profile Informan⁴⁴

Informan adalah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam memilih informan, peneliti harus memilih informan yang jujur, taat pada janji, suka berbicara, dan memiliki pandangan tertentu tentang fenomena yang ada. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah *crew* pada program Berita Suara Surabaya yang terdiri dari pimpinan redaksi, manajer *news* dan *on air*, editor redaksi, serta wartawan. Penelitian ini terfokus pada manajemen pemberitaan sehingga peneliti memilih mereka karena mereka yang dapat memberikan data mengenai strategi manajemen pemberitaan.

a)

Nama : Meinara Iman Dwiharianto
Umur : 54 tahun
Tempat Tanggal Lahir: Surabaya, 03 Mei 1965
Jenis Kelamin : Laki – laki
Tanggal Wawancara : 21 November 2019

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Wartawan, Baskoro, 19 November 2019. Wawancara dengan Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, 21 November 2019. Dan wawancara dengan *Manager New Media*, Eddy Prastyo, 29 November 2019. Wawancara dengan Editor Redaksi, Dini, 23 Desember 2019.

Jam : 17.18 WIB
Durasi : 45 menit
Jabatan : *Manager News dan On Air*

b)

Nama : Agung Hari Baskoro
Umur : 24 tahun
Tempat Tanggal Lahir: Mojokerto, 30 September 1995
Jenis Kelamin : Laki – laki
Tanggal Wawancara : 19 November 2019

Jam : 20.31 WIB
Durasi : 1 jam 15 menit
Jabatan : Wartawan

c)

Nama : Eddy Prastyo
Umur : 42 tahun
Tempat Tanggal Lahir: Jakarta, 23 Agustus 1977
Jenis Kelamin : Laki – laki
Tanggal Wawancara : 29 November 2019

Jam : 14.00 WIB
Durasi : 50 menit
Jabatan : *Manager New Media (Pimpinan Redaksi)*

d)

Nama : Keumala Fauzan Andini
Umur : 26 tahun.
Tempat Tanggal Lahir: Jakarta, 31 Desember 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 23 Desember 2019

Jam : 13.35 WIB
Durasi : 35 menit
Jabatan : Editor Redaksi

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara menunjukkan ada tahapan dalam Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya, yaitu:

1. Perencanaan Berita

a) Penentuan Isu

Di Radio SS, berita yang akan disiarkan merupakan berita yang sebelumnya harus direncanakan terlebih dahulu, salah satunya dalam merencanakan isu yang akan dibahas. Perencanaan tersebut dilakukan saat rapat redaksi berlangsung. Meinara Iman selaku *manager news* mengatakan bahwa:

“Rapat redaksi wajib dilaksanakan setiap hari, semua team kumpul di ruang rapat. Namun, kita juga pernah melakukan koordinasi melalui grup whatsapp karena waktu itu situasinya tidak memungkinkan untuk rapat di ruangan dan untuk mengefisiensikan waktu. Ketika rapat berlangsung kita membahas tentang isu-isu apa saja yang sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat, isu itulah yang akan diangkat untuk menjadi sebuah berita yang akan disiarkan di radio SS”⁴⁵

Saat rapat redaksi berlangsung yang memimpin adalah pimpinan redaksi dan dihadiri oleh seluruh team beritaan. Meinara Iman menjelaskan:

“Isu yang disiarkan di Radio SS secara mutlak menjadi tanggung jawab pimpinan redaksi namun perlu diketahui bahwa para staf

⁴⁵ Wawancara, Manajer News dan On Air, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

newsroom dan wartawan juga wajib menyampaikan ide-idenya kepada *manager news dan on air*. Rapat redaksi ini dihadiri oleh seluruh team beritaan.”⁴⁶

Dalam memilih isu pemberitaan, Radio SS selalu melihat kejadian atau peristiwa yang sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat sehingga menarik banyak perhatian pendengarnya. Errol Jonathans selaku direktur utama ikut terlibat dalam penentuan rencana isu yang akan diangkat menjadi berita. Meinara Iman menjelaskan:

“Pak Errol sebagai direktur juga ikut terlibat dalam rapat perencanaan isu. Beliau dimintai pendapat dan saran mengenai rencana yang telah disusun oleh team pemberitaan dan juga memberikan arahan agar pemberitaan di Radio SS ini sesuai dengan rencana diawal dan tidak nyeleneh dengan visi dan misi. Dengan begitu target pendengar akan sesuai dengan segmentasi radio SS”⁴⁷

b) *Penyiapan Hunting*

Selain perencanaan isu, wartawan juga mempunyai perencanaan sebelum turun untuk liputan di lapangan. Ada dua perencanaan yaitu, liputan reguler dan liputan agenda setting. Mengenai dua perencanaan tersebut, Baskoro sebagai wartawan Radio SS mengatakan:

⁴⁶ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

⁴⁷ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

“Liputan reguler, sederhana dan tidak terlalu banyak perencanaan, mencari tahu lagi ada isu apa dan mencari tahu **press release** atau konferensi pers dimana, lalu didatangi, dicari secara mendalam isu apa yang berbeda dengan media-media lain, itu yang akan diambil sebagai bahan berita. Kalau liputan agenda setting, perencanaan yang dibuat sangat detail, dimulai dari penentuan narasumbernya siapa saja, lokasinya dimana, kira-kira kendala apa yang akan terjadi, dan harus menyiapkan data awal untuk bekal ilmu saat turun lapangan atau saat wawancara dengan narasumber”⁴⁸

c) Penentuan *Angle* Berita

Sebelum proses peliputan di lapangan (*hunting*), harus menentukan *angle* berita terlebih dahulu. Ada dua cara yang dilakukan wartawan dalam menentukan *angle* berita. Yang pertama saat sebelum peliputan, saat rapat redaksi lah *angle* berita apa yang nantinya akan diambil dan kemudian disepakati bersama. Yang kedua saat sesudah liputan, penentuan *angle* berita dilakukan saat peliputan berlangsung di lapangan dan harus pandai dalam mencari *angle* berita yang belum umum dipakai oleh media lainnya. Baskoro menjelaskan:

“Dalam penentuan *angle* berita, ada dua cara. Yang pertama sebelum peliputan bisa ditentukan *angle* beritanya dan yang kedua setelah peliputan baru bisa ditentukan *anglenya*. Kalau sebelum liputan, wartawan

⁴⁸ Wawancara, Wartawan, Baskoro, tanggal 19 November 2019

harus memahami betul isu apa yang sedang terjadi dan data apa saja yang sudah didapatkan, setelah itu *angle* berita ditentukan bersama-sama. Kalau setelah liputan biasanya terjadi karena *angle* yang ditentukan sebelum liputan itu ternyata saat dilapangan sudah umum dan banyak yang menggunakan, maka kita harus menggali lebih dalam saat proses liputan berlangsung. Kita berharap ada *angle* menarik yang akan muncul ketika liputan berlangsung, akhirnya kita jadikan *angle* berita.”⁴⁹

d) Penyiapan *presenting report*

Dan perencanaan yang terakhir adalah menyiapkan emosional *announcer* dalam menyampaikan sebuah berita, atau yang sering disebut dengan *presenting report*. Eddy Prastyo sebagai pimpinan redaksi menjelaskan:

“*Presenting report* merupakan perencanaan yang tidak boleh luput untuk dibahas. Unsur *presenting* seperti intonasi, *speed*, *pause*, penekanan, artikulasi inilah yang memainkan emosional pendengarnya. Bagaimana kekuatan *announcer* itu mampu untuk menyentuh unsur emosional pendengarnya. Ketika beritanya sudah bagus, informatif, dan membawa *impact* maka seorang *announcer* jangan sampai gagal dalam membawakan berita tersebut. Misalnya, *announcer* mau membawakan berita yang ingin membuat emosional pendengarnya seperti apa, apakah senang, sedih, marah,

⁴⁹ Wawancara, *Manager New Media*, Eddy Prastyo, 29 November 2019

kecewa, takut. Kalau berita yang akan disampaikan merupakan berita pada tragedi bencana alam, maka emosional yang harus dibawakan adalah sedih agar pendengar juga ikut merasakannya. Karena radio itu bersifat personal seakan-akan aku berbicara sama kamu, maka yang harus ditekankan adalah emosionalnya. Itu yang menjadikan radio lebih unggul dari media lainnya, jadi radio itu tidak hanya menyampaikan sebuah berita saja tapi juga harus bisa membuat pendengarnya ikut merasakan. Di Radio SS ini untuk menentukan sebuah tujuan pemberitaan itu ada 2, pertama dari segi konten berita dan kedua dari segi emosional *announcer*, kedua hal itu harus jadi satu paket. Jika tidak, maka bisa dikatakan gagal. Jadi kedua hal tersebut perlu sekali dalam proses perencanaan”⁵⁰

2. Proses Produksi

a) *Hunting*

Dalam meliput berita (*hunting*), wartawan yang ada di Radio SS bekerja sesuai dengan pos peliputan yang sudah ditentukan berdasarkan *basic* yang dimiliki. Namun di waktu tertentu, wartawan juga boleh meliput berita yang bukan pos peliputannya. Semua itu tergantung situasi dan kondisi yang terjadi. Maka, wartawan di Radio SS harus menguasai semua pos liputan yang ada. Meinara Iman mengatakan:

“Setiap wartawan bekerja berdasarkan pos beritanya masing-masing. Pos tersebut

⁵⁰ Wawancara, *Manager New Media*, Eddy Prastyo, 29 November 2019

ditentukan sesuai dengan *basic* yang dimiliki oleh wartawan agar mempermudah dalam proses peliputan. Namun, ada kemungkinan tiba-tiba salah satu wartawan tersebut lokasinya yang ada paling dekat dengan kejadian, maka wartawan tersebut yang akan ditugasi meliput berita meskipun bukan termasuk pos beritanya. Jadi wartawan di radio SS harus fleksibel banget, tetapi tanggung jawab utamanya tetap berada di pos berita masing-masing.”⁵¹

Baskoro menambahkan:

“Setiap wartawan di SS memiliki pos peliputan masing-masing berdasarkan *basic* yang dimiliki. Ada pos ekonomi, kriminal, pendidikan, pemkot, pemprov, kesehatan, budaya, dan lain sebagainya. Namun sebagai wartawan di SS harus belajar agar bisa menguasai semua pos peliputan, jadi saat liputan tidak selalu di posnya masing-masing, sewaktu-waktu juga harus siap liputan di pos mana saja, tergantung situasi dan kondisinya. Tetapi setiap wartawan tetap harus bertanggung jawab pada pos liputannya masing-masing.”⁵²

Penentuan saat wartawan bekerja memang disesuaikan dengan *basic* yang dimiliki akan tetapi ada kalanya juga dilakukan pergantian pos peliputan, hal tersebut bertujuan untuk

⁵¹ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

⁵² Wawancara, Wartawan, Baskoro, 19 November 2019

mengembangkan pengetahuan jurnalis sehingga banyak pengalaman yang akan didapatkan. Baskoro mengatakan:

”Diadakan pergantian pos peliputan itu pasti. Untuk kapannya pergantian dilakukan itu tergantung dari kebijakan pihak pimpinan redaksi, bisa satu tahun, enam bulan, atau bahkan hanya satu bulan saja. Yang jelas pasti akan di *rolling*. Tujuannya agar memiliki pengalaman dan tanggung jawab yang baru dan tidak dibiarkan berada di zona nyaman terus. Karena jika tidak di *rolling* dan tetap berada di satu pos liputan maka wartawan akan merasa terlalu dekat dengan narasumber, jika sudah seperti itu yang ditakutkan adalah pembiasaan informasi.”⁵³

Seorang wartawan yang ada di Radio SS tidak hanya mencari berita saja, dia juga bertanggung jawab atas berita yang sudah dia dapatkan. Sehingga wartawan Radio SS juga dibekali ilmu *editing* dengan tujuan agar mereka tidak asal-asalan dalam mencari berita tapi juga memikirkan apakah informasi yang didapat sudah layak untuk disiarkan. Sehingga dalam proses *editing*, tidak ada kesalahan lagi saat proses *hunting* yang sudah terjadi. Baskoro menambahkan:

“Wartawan akan mendapatkan informasi dari pos beritanya. Saat tahap pengerjaan ini kita juga dibekali menjadi editor jadi kita tidak hanya mencari berita saja tapi juga harus membuat berita. Artinya kita itu tidak hanya

⁵³ Wawancara, Wartawan, Baskoro, 19 November 2019

berperan menjadi wartawan saja tetapi harus berperan menjadi seorang editor juga sehingga kita tidak asal-asalan dalam mencari sebuah informasi namun kita juga harus memikirkan apakah informasi yang didapatkan tersebut sudah sesuai dengan kode etik jurnalistik”⁵⁴

b) *Editing*

Dalam proses *editing*, Radio SS memiliki cara tersendiri dalam pemilihan *headline news* yang akan disiarkan. Cara tersebut berbeda dengan radio pada umumnya dan yang membedakan adalah selain berdasarkan pada 5W + 1H ditambah juga dengan 1W sehingga menjadi 6W + 1H, yaitu *what, where, who, when, where, what effect and how*. Perbedaannya terletak di *what effect*. Artinya, Radio SS juga mempertimbangkan efek atau dampak apa yang akan terjadi ketika berita itu disiarkan. Meinara Iman mengatakan:

“Dalam menentukan *headline news* radio SS ini mempunyai cara tersendiri, yaitu berdasarkan dengan 6W + 1H (*what, where, who, when, where, what effect and how*) kuncinya berada disitu, tapi *what effect* yang lebih diutamakan karena itu yang membuat Radio SS berbeda dengan yang lain. Maksud dari *what effect* adalah apa efek atau dampak yang akan terjadi ketika berita itu disiarkan”⁵⁵

Ketika berita sudah selesai diedit, maka tahap selanjutnya adalah mengurutkan berita mana yang

⁵⁴ Wawancara, Wartawan, Baskoro, 19 November 2019

⁵⁵ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

akan disiarkan pertama kali sampai berita yang terakhir disiarkan. Dini menjelaskan:

“Jam siarannya kan jam 1 siang ya, jadi yang *shift* jam 9 pagi seperti saya itu datang langsung mengerjakan di aplikasi *news production*. Di aplikasi tersebut ada semacam *form* yang berisikan tentang *list* pemberitaan seperti berita nasional, regional, internasional, olahraga, dan ekonomi nah berita itu yang harus diurutkan. Dan diusahakan satu jam setengah harus sudah beres.”⁵⁶

c) *Announcer* menyiarkan berita

Saat proses produksi, bukan hanya wartawan saja namun *announcer* juga ikut berperan dalam proses produksi ini. Peran *announcer* juga memiliki nilai penting dalam menyampaikan sebuah berita yang menggunakan emosional. Sehingga ketika wartawan sudah bekerja dengan baik dalam proses produksi ini, maka *announcer* juga harus baik karena *announcer* bisa dikatakan sebagai ujung tombak. Bagaimana kekuatan *announcer* itu mampu untuk menyentuh unsur emosional pendengarnya, tidak hanya menyampaikan sebuah berita saja. Eddy Prastyo juga menjelaskan:

“Sebelum *announcer* menyiarkan berita di radio, pasti latihan dulu. Dibaca beritanya apa, emosional yang dikeluarkan seperti apa. Agar saat proses menyiarkan berita hasilnya *perfect* sesuai dengan rencana diawal. Namun terkadang, ya gak sering juga, kadang-kadang *announcer* masih kelupaan dalam memberikan emosional saat membacakan sebuah berita.

⁵⁶ Wawancara, Editor Redaksi, Dini, 23 Desember 2019

Walaupun sebelumnya sudah direncanakan dan latihan terlebih dulu. Biasanya terjadi karena *mood announcer* dibawa saat membacakan berita, jadi *feel* yang dirasakan kurang dapat. Seakan-akan berita itu hanya dibacakan saja tanpa emosional. Ini bisa dikatakan masalah. Tapi itu jarang, karena kan *announcer* disini sudah senior maksudnya jam terbangnya dia sudah tidak diragukan lagi. Jadi kalaupun itu terjadi, kita akan memberikan kode atau peringatan pada saat itu juga. *Announcer* pasti paham, jadi untuk segmen berikutnya sudah tidak bermasalah lagi, sudah aman sesuai dengan rencana awal.”⁵⁷

3. Evaluasi Pemberitaan

a) Evaluasi Proses Produksi

Setelah melakukan proses produksi, maka Radio SS mengadakan rapat evaluasi dalam melihat hasil dari proses produksi. Meinara Iman menjelaskan:

“Saya segera melakukan evaluasi. Setiap individu yang terlibat dalam pemberitaan saya cek satu persatu kinerjanya. Misalnya, kamu sebagai wartawan dalam beberapa hari ini ngapain aja atau *progres* apa saja yang sudah kamu hasilkan sebagai wartawan. Selain itu, saya juga menanyakan kendala apa saja yang terjadi. Setelah mengetahui penyebabnya, maka segera mencari jalan keluarnya.”⁵⁸

⁵⁷ Wawancara, *Manager New Media*, Eddy Prastyo, 29 November 2019

⁵⁸ Wawancara, *Manajer News dan On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

Radio SS melaksanakan rapat evaluasi setiap harinya, ketika rapat berlangsung tak jarang terjadi perdebatan namun itu bukan menjadi sebuah masalah. Semua menyadari bahwa pro dan kontra pasti terjadi, justru disini lah yang membuat satu sama lain menjadi dekat karena keterbukaan dalam berpendapat. Meinara Iman menambahkan:

“Tahapan evaluasi yang sudah saya lakukan berlangsung dengan baik. Meskipun terkadang terjadi perdebatan karena ada pro dan kontra, ya dimakhlumi saja namanya juga selera. Kejadian yang sering terjadi itu kadang bagi sudut pandang saya sudah oke, tapi bagi mereka tetap saja kurang menarik atau sebaliknya. Yang terpenting hasil akhirnya harus disepakati berdasarkan visi dan misi radio SS agar tidak keluar dari citra yang tlah dimiliki dan sesuai dengan segmentasi yang menjadi targetnya.”⁵⁹

Dini menambahkan:

“Kalau jamnya tidak menentu karena tergantung oleh situasi dan kondisi. Yang jelas sih biasanya kita itu saling mengkoreksi satu sama lainnya pada saat pengerjaan jadi kalau ada yang salah ya saat itu juga segera dibenerin. Misalnya, ini berita hasil *editing* siapa kok tulisannya *typo*, bahasanya tidak enak, tanggal kejadiannya salah, ayo semangat

⁵⁹ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

ya langsung dibenarkan. Biar hasil yang disiarkan itu *perfect*.”⁶⁰

Selain itu, evaluasi tak hanya dilakukan saat rapat saja. Ketika pada proses produksi, pimpinan redaksi selalu memantau dan apabila terjadi kekeliruan maka pimpinan redaksi melakukan evaluasi pada saat itu juga melalui ponsel. Model evaluasi seperti itu menurut pimpinan redaksi tidak menjadi sebuah masalah. Eddy Prastyo mengatakan:

“Kalau penyiar membacakan berita tidak menjiwai, hasilnya kurang enak didengar karena emosionalnya tidak keluar. Maka saya langsung telp penyiar tersebut, agar disegmen selanjutnya membacakan beritanya menggunakan emosional. Contoh lain, kalau misal editor kurang pas ngeditnya maka akan saya suruh edit ulang sebelum berita itu disajikan.”⁶¹

Ada beberapa kendala seorang wartawan yang di evaluasi saat proses produksi, Namun kendala ini tidak dijadikan sebuah masalah bagi wartawan, karena wartawan dituntut untuk pintar saat menghadapi apapun yang akan terjadi di lapangan. Baskoro menjelaskan:

“Yang paling sering terjadi oleh wartawan saat evaluasi proses produksi adalah pertama, susah menemui narasumber terutama jika isunya sensitive dan sedang terjadi sebuah kasus. Lalu yang kedua, susah mengakses narasumber

⁶⁰ Wawancara, Editor Redaksi, Dini, 23 Desember 2019

⁶¹ Wawancara, *Manager New Media*, Eddy Prastyo, 29 November 2019

misalnya, ketika mewawacarai sebuah perusahaan atau insitusi non pemerintah karena mereka bukan tokoh publik yang sering ditemui oleh wartawan jadi sekalinya ditemui itu susah diaksesnya. Yang ketiga, jadwal yang tidak menentu misalnya, saya sudah mengagendakan satu hari melakukan 3 peliputan ditempat berbeda dengan waktu yang berdekatan tapi tidak tumpuk namun karena jadwal tidak tentu maka yang tidak tumpuk tersebut akhirnya bisa menjadi tumpuk juga. Itu terjadi karena narasumber yang datang terlambat dan menunggu narasumber yang akan mengeluarkan pendapatnya tapi setelah ditunggu lama ternyata memilih enggan memberikan komentar apapun.”⁶²

Ada beberapa kendala yang dirasakan oleh editor redaksi, namun kendala ini tidak dijadikan sebagai alasan untuk tidak produktif. Bagi editor, selalu ada cara untuk mengantisipasi kendala ini. Dini menjelaskan:

“Kendalanya biasanya di teknis. Biasanya sih kayak internetnya lemot atau *error*. Atau mungkin mati listrik, waktu itu pernah sudah diedit beritanya terus tiba-tiba jeglek jadi filenya hilang semua dan harus ngulang dari nol lagi. Ngerjakannya harus buru-buru karena dikejar waktu siaran tapi tetap harus *profesional*. Pernah juga *software news productionnya* yang tiba-tiba *error* jadi harus ngerjakan di *microsoft word* lalu diprint

⁶² Wawancara, Wartawan, Baskoro, 19 November 2019

manual lagi gitu, padahal sebenarnya sudah ada *softwaranya* yang bisa langsung diakses tapi tiba-tiba *error*.”⁶³

Evaluasi seperti itu wajar-wajar saja bila ditindaklanjuti secara spontan, karena kesalahan yang terjadi berada dilingkup SS dan sifatnya *urgent*. Justru akan menjadi kesalahan apabila tidak segera ditindaklanjuti.

b) Evaluasi Kinerja *Crew*

Namun berbeda hal dengan evaluasi yang sifatnya menyeluruh, tidak hanya proses produksi saja tapi berpacu pada evaluasi kinerja keseluruhan *crew* pemberitaan dan berita yang sudah disiarkan. Proses menindaklanjuti butuh banyak orang didalamnya karena ada banyak faktor yang perlu di evaluasi. Evaluasi itu dikemas dalam bentuk FGD (*Focus Group Discussion*). Meinara Iman mengatakan:

“Radio SS juga melakukan evaluasi yang berskala menyeluruh yaitu evaluasi yang dikemas dalam bentuk FGD (*Focus Group Discussion*), waktunya tidak menentu jadi dilakukan secara berkala. Kadang ya 3 bulan, 6 bulan, pernah juga setahun. Dari FGD itulah kami apa mencoba untuk menggali mau mereka apa, selernya gimana, info-info yang disukai seperti apa, apakah berita yang selama ini disiarkan sudah sesuai dengan yang mereka harapkan, kira-kira apa kekurangannya, dll. Selain dilakukan untuk evaluasi, cara tersebut

⁶³ Wawancara, Editor Redaksi, Dini, 23 Desember 2019

juga bertujuan untuk mempertahankan eksistensi SS.”⁶⁴

4. Tindak Lanjut Evaluasi

a) Tindak Lanjut Evaluasi Proses Produksi

Di Radio SS untuk tahap menindaklanjuti ini tidak hanya setelah FDG saja, tahap menindaklanjuti bisa dilakukan pada proses pengerjaan dimulai. Eddy Prastyo menjelaskan:

“Ya kalau kesalahan saat pengerjaan bisa segera ditindaklanjuti, ya saya segera menindaklanjuti. Tidak pakai menunggu rapat evaluasi ataupun FDG. Misalnya ya itu tadi, kalau *announcer* di segmen pertama tidak sesuai dengan *plan* maka saya menindaklanjuti biar segmen kedua bisa sesuai dengan *plan*. Kan tidak masalah kalau begitu, justru bisa meminimalisir kesalahan. Kesalahan-kesalahan seperti itu kelamaan kalau menindaklanjutinya harus menunggu rapat eval ataupun FDG.”⁶⁵

Hal-hal yang biasanya ditindaklanjuti adalah hal yang lumrah, seperti berita yang disiarkan tidak sesuai yang dibutuhkan masyarakat ataupun berita yang disiarkan sudah sering didengar masyarakat. Namun sekecil apapun ketidakpuasan masyarakat terhadap berita di Radio SS, maka Radio SS akan segera bertindak. Meinara Iman mengatakan:

“Biasanya terjadi karena berita yang disiarkan sudah sering didengar dan terkadang juga karena berita yang disiarkan tidak sesuai

⁶⁴ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

⁶⁵ Wawancara, *Manager New Media*, Eddy Prastyo, 29 November 2019

dengan yang diinginkan pendengar. Sebenarnya kita memakhlumi hal itu terjadi, karena saya mengakui bahwa memuaskan banyak orang itu hal yang mustahil. Tapi kita selalu berusaha untuk membenahi apa yang tidak sesuai, harapannya agar kedepannya kesalahan tersebut tidak terulang kembali dan akan menyiarkan berita yang lebih baik dan menarik dari yang sebelumnya atau memang harus menghasilkan berita yang sesuai dengan apa yang pendengar butuhkan.”⁶⁶

b) Tindak Lanjut Evaluasi Kinerja *Crew*

Setelah tahap evaluasi, tahap selanjutnya adalah tahap menindaklanjuti evaluasi. Di Radio SS tahap menindaklanjuti adalah sesuatu hal yang bersifat wajib untuk dilaksanakan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Baskoro:

“Iya penting dan sangat perlu untuk ditindaklanjuti, bahkan wajib hukumnya. Itu dilakukan demi eksistensi Radio SS.”⁶⁷

Dini menambahkan:

“Setiap hari kita harus memiliki *progress*, misal hari ini salahnya a b c d jadi jangan sampai besoknya kesalahan itu terjadi lagi. Itulah pentingnya menindaklanjuti. Bekerja di SS tidak asal selesai tapi harus menghasilkan yang terbaik supaya tidak mengevaluasi hal yang sudah pernah menjadi kesalahan sebelumnya. Kesalahan sebelumnya harus

⁶⁶ Wawancara, *Manajer News dan On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

⁶⁷ Wawancara, Wartawan, Baskoro, 19 November 2019

dijadikan pelajaran kedepannya, agar tidak kesalahan yang terjadi keduakalinya”⁶⁸

Selama ini Radio SS menindaklanjuti berdasarkan hasil evaluasi yang sudah dilakukan. Kalau ada yang kurang atau salah segera diperbaiki dan kalau sudah benar segera dijadikan tonggak untuk perencanaan selanjutnya. Meinara Iman menjelaskan:

“Iya, pasti Radio SS akan menindaklanjuti dengan segera. Kalau ada kurangnya Radio SS menindaklanjuti dengan cara ATM (amati, tambah, modifikasi) berdasarkan evaluasi yang sudah dilakukan. Tadi sudah saya jelaskan kalau di Radio SS ada FGD untuk evaluasi keseluruhan. Jadi kita akan mengerti kurangnya dimana, apa yang perlu ditambahi, dan terakhir dimodifikasi. Tapi kalau ditahap evaluasi kita sudah mencapai goals, ya maka itu perlu dipertahankan sebagai patokan untuk langkah selanjutnya.”⁶⁹

Meinara Iman menambahkan:

“Ketika berita salah disiaran pertama, maka kita akan mengulang lagi berita tersebut dengan perbaikan yang sudah kita lakukan. Lalu disiarkan di program berikutnya, itulah bentuk tanggung jawab kami. Intinya jangan sampai salah lalu didiamkan, orang sudah

⁶⁸ Wawancara, Editor Redaksi, Dini, 23 Desember 2019

⁶⁹ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

kadung menerima info yang salah maka harus ada pembenaran yang dilakukan dengan secepatnya sebagai bentuk pertanggung jawaban.⁷⁰

Dalam pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan proses Manajemen Pemberitaan sebagai berikut:

1. Perencanaan berita

- Yang direncanakan : Penentuan isu, penyiapan *hunting*, penentuan *angle* berita, penyiapan *presenting report*.
- Yang merencanakan : Seluruh *crew* pemberitaan, yaitu direktur utama, pimpinan redaksi, *manajer news* dan *on air*, wartawan, editor, dan *announcer*.

2. Proses Produksi

- Yang dikerjakan : *Hunting*, *editing*, menyiarkan berita.
- Yang mengerjakan : Wartawan, editor, *announcer*.

3. Evaluasi pemberitaan:

- Yang dievaluasi :
 - Saat proses produksi adalah wartawan, editor, dan *announcer*.
 - Saat FDG adalah seluruh *crew* pemberitaan, yaitu direktur utama, pimpinan redaksi, *manajer news* dan *on air*, wartawan, editor, dan *announcer*.
- Yang mengevaluasi
 - Saat proses produksi adalah pimpinan redaksi, *manajer news* dan *on air*.
 - Saat FDG adalah pendengar.

4. Tindaklanjut Evaluasi:

- Yang ditindaklanjuti : Hasil dari evaluasi.

⁷⁰ Wawancara, Manajer *News* dan *On Air*, Meinara Iman, tanggal 21 November 2019

- Yang menindaklanjuti : Seluruh *crew* pemberitaan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

1. Temuan Peneliti

a) **Kebebasan Berpendapat *Crew* Pemberitaan SS Menjadi Penentu Keberhasilan Perencanaan Pemberitaan**

Pemberitaan yang ada di Radio SS mempunyai manajemen yang jelas dalam proses pembuatan sebuah berita, agar berita tersebut menjadi sebuah berita yang berkualitas. Proses perencanaan berita yang ada di radio SS merupakan hasil kinerja antara direktur utama, pimpinan redaksi, *manajer news*, redaktur pelaksana, *staf newsroom*, *staf gate keeper*, wartawan dan *announcer*.

Suasana yang terjadi di ruangan ketika rapat perencanaan pemberitaan adalah antara *crew* satu sama lain memiliki kebebasan dalam berpendapat atau bisa juga saling bertukar pendapat. Berpendapat boleh berbeda tetapi tetap merupakan satu kesatuan. Setiap *crew* memiliki hak untuk menghasilkan ide-ide meskipun berbeda tetapi tetap satu tujuan. Dan juga memiliki hak dalam penolakan pendapat atau gagasan, memberi tanggapan, saran, kritik, dan usul. Itu semua didasari bukan karena kehendak pribadi melainkan tujuan dari keberhasilan pemberitaan SS.

Tak jarang jika rapat berlangsung terjadi debat pro dan kontra, hal itu bukan menjadi sebuah masalah ketika dilakukan disertai dengan bukti dan alasan. Justru perdebatan tersebut yang dapat menjadikan *crew* satu sama lain menjadi dekat dan akrab. Perdebatan bisa terjadi karena setiap individu memiliki cara pandang masing-masing

dalam menentukan sebuah isu yang menarik, terkadang bagi si A isu tersebut sudah menarik namun bagi si B isu tersebut biasa saja. Dalam menyampaikan pendapat tersebut berdasarkan dengan pengetahuan setiap individu masing-masing, misalnya wartawan yang lebih paham bagaimana keadaan yang terjadi saat peliputan namun pimpinan redaksi juga lebih paham berita apa yang layak disiarkan di Radio SS berdasarkan segmentasi yang sudah menjadi target.

Dalam menentukan isu, SS seringkali dihadapkan pada persoalan-persoalan yang tidak dapat dipecahkan hanya dengan satu cara saja, tetapi perlu menggunakan banyak pengetahuan serta macam-macam cara pemecahan. Maka dari itu, Radio SS melakukannya dengan cara musyawarah. Musyawarah itulah yang dapat memberikan keputusan yang terbaik dalam menentukan isu.

Meskipun dalam keputusan akhir yang berwewenang adalah pimpinan redaksi namun tetap saja dalam prosesnya semua team pemberitaan wajib menyampaikan pemikirannya. Selain itu pimpinan redaksi juga menyadari bahwa kekuasaan yang ia dapatkan bukan untuk meraih tujuan pribadi dan bukan juga untuk mendapatkan nama, kekuasaan tersebut hanya untuk satu tujuan yaitu untuk mencapai misi dan visi Radio SS itu sendiri.

Sehingga dalam rapat perencanaan yang dilakukan oleh *crew* pemberitaan SS menghasilkan sebuah perencanaan yang lengkap dan terperinci serta membawa hasil terbaik berupa kesimpulan, kesepakatan, pemikiran alternatif, dan lain-lain

sebagai hasil sebuah perencanaan atas pemikiran bersama.

b) Proses Produksi Pemberitaan Ditentukan Oleh Komitmen dan Profesionalitas Crew Pemberitaan SS

Pada proses produksi ini Radio SS mengimplementasikan perencanaan pemberitaan, dengan kata lain membuat perencanaan menjadi sebuah tindakan. Karena tanpa tindakan nyata, rencana yang sebelumnya sudah direncanakan hanya akan menjadi sebuah imajinasi atau impian yang tidak akan pernah menjadi sebuah kenyataan.

Dalam proses produksi pemberitaan ini, setiap individu sudah diberikan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan *skill / basic* yang dimiliki, hal inilah yang dinamakan sebagai profesionalitas.

Di Radio SS setiap *crew* pemberitaan harus memiliki profesionalisme karena di dalam profesionalisme tersebut terkandung kepaiawaan atau keahlian dalam mengoptimalkan ilmu pengetahuan, *skill*, waktu, tenaga, sumber daya yang dilakukan saat proses produksi. Hal tersebut juga bertujuan agar bisa mengerjakan proses produksi dengan efisiensi waktu yang cepat dan tepat sehingga membuang waktu dengan sia-sia tidak akan terjadi.

Namun, bukan berarti setiap *crew* pemberitaan yang memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai atau disebut dengan profesionalitas tidak mau tau akan pekerjaan yang lainnya, tetap saja *team work* atau bekerjasama dalam satu *crew* pemberitaan itu juga berlaku.

Team work yang terjadi di Radio SS ini seperti antar wartawan saling membantu dalam proses peliputan. Sehingga tidak hanya meliput pada pos pemberitaan masing-masing *crew* saja, tapi juga memiliki hak untuk meliput pos pemberitaan yang lain. Selain itu, wartawan dalam mencari berita juga dibekali *basic* editor supaya editor tidak kesusahan dalam proses *editing*. Hal-hal seperti ini yang dapat membuat proses pemberitaan berjalan dengan cepat dan tepat.

Apabila pembagian pekerjaan sudah adil pada bidangnya masing-masing dan sudah sesuai dengan *skill / basic* yang dimiliki, maka dalam hal ini yang paling diutamakan oleh setiap *crew* adalah komitmen terhadap tanggung jawab masing-masing pekerjaannya.

Bagi radio SS setiap *crew* harus melakukan komitmen terhadap pekerjaannya masing-masing karena komitmen tersebut dapat menjamin keberlangsungan proses produksi. Selain itu, komitmen juga dapat menjadikan setiap *crew* SS lebih bertanggung jawab terhadap pekerjaannya dibandingkan dengan yang tidak mempunyai komitmen. *Crew* SS yang memiliki suatu komitmen, akan bekerja secara optimal sehingga dapat mencurahkan perhatian, pikiran, tenaga dan waktunya untuk pekerjaannya, sehingga apa yang sudah dikerjakannya sesuai dengan yang diharapkan oleh radio SS.

Disamping profesionalitas, komitmen yang dilakukan oleh *crew* SS dapat meningkatkan pandangan positif di dalam Radio SS. Pandangan positif tersebut meyakini bahwa setiap *crew* SS memiliki peran dan kedudukan yang sama-sama

penting di dalam Radio SS, dan bahwa setiap *crew* SS dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kemajuan Radio SS.

c) **Keterbukaan Sikap Radio SS (*Crew* / Kelembagaan) Menjadikan Proses Evaluasi Pemberitaan Berjalan dengan Baik**

Di Radio SS, proses evaluasi ini dapat dilakukan karena adanya keterbukaan *crew* / kelembagaan SS. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui pencapaian tujuan yang telah dilaksanakan. Selanjutnya, hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan kegiatan tindak lanjut atau untuk melakukan pengambilan keputusan berikutnya.

Evaluasi dilaksanakan dengan tujuan untuk mendeskripsikan kemampuan *crew*, mengetahui tingkat keberhasilan proses produksi, menentukan tindak lanjut hasil evaluasi, serta memberikan pertanggung jawaban atas kinerja yang telah dilakukan.

Dalam proses evaluasi, Radio SS memiliki cara tersendiri yang berbeda dengan radio lainnya. Proses evaluasi dilakukan dengan cara FGD (*Focus Group Discussion*). Evaluasi ini sifatnya menyeluruh dengan melibatkan pendengar untuk mendapatkan masukan, saran dan kritikan demi kemajuan program-program yang disiarkan.

Radio SS memilih FGD karena pengetahuan yang diperoleh dalam menggunakan sumber informasi dari berbagai latar belakang pengalaman tertentu dalam sebuah proses evaluasi, memberikan perspektif yang berbeda dibanding pengetahuan yang diperoleh dari komunikasi dua arah antara

crew pemberitaan dengan pendengar radio SS. Selain itu, FGD dinilai paling tepat dalam menggali permasalahan. FGD yang melibatkan masyarakat setempat dipandang sebagai cara yang paling sesuai.

Dengan cara FGD ini Radio SS bisa mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pendengarnya, bisa mengetahui bagaimana hasil berita yang selama ini disiarkan. Selain itu bisa juga dapat mengenal dan mendekati diri dengan semua pendengarnya. Maka dengan begitu bisa melahirkan inovasi-inovasi demi kualitas yang dihasilkan oleh Radio SS.

Pendengar yang di undang dalam FGD ini hanya sekitar 50 sampai 100 orang saja, dengan kriteria yang sudah ditentukan yaitu pendengar setia Radio SS yang berumur sekitar 25-45 tahun karena itu merupakan segmentasi target pendengar Radio SS.

Acara FGD ini dilakukan satu tahun sekali tepatnya setelah hari Raya Idul Fitri. Sehingga FGD ini dilakukan bersamaan dengan acara halal bi halal. Jadi selain proses evaluasi untuk mengetahui atau mengamati dan memahami kondisi kepribadian maupun kondisi fisik pendengar, acara ini juga bisa sebagai acara mempererat hubungan persaudaraan dengan sesama tim Radio SS maupun dengan perwakilan pendengar yang telah di undang. Acara FGD ini dimulai dengan ramah tamah dan makan bersama, setelah itu diadakan forum untuk menampung kritik dan saran dari pendengar yang nantinya akan dilanjutkan pada tahap menindaklanjuti.

Dengan adanya FGD ini Radio SS bisa saling terbuka dalam menyatukan pikiran atau pendapat pendengarnya dengan *crew* Radio SS sendiri.

d) Mempertahankan Eksistensi Menjadikan Daya Dorong untuk Menindaklanjuti Hasil dari Evaluasi

Setelah tahap evaluasi dilakukan maka hasilnya harus segera ditindaklanjuti. Bagi Radio SS menindaklanjuti adalah tahap yang wajib dilakukan demi eksistensi Radio SS di masyarakat.

Tindak lanjut merupakan kegiatan menindaklanjuti hasil dari evaluasi. Sebagai rangkaian pelaksanaan evaluasi, tindak lanjut pada dasarnya berkenaan dengan perencanaan yang akan dilaksanakan selanjutnya berdasarkan hasil evaluasi pemberitaan yang telah dilaksanakan.

Tindak lanjut yang akan dilaksanakan selanjutnya merupakan pelaksanaan keputusan *crew* pemberitaan tentang perbaikan maupun penyempurnaan yang akan dilaksanakan sebagai upaya peningkatan kualitas pemberitaan.

Ada 2 tindakan yang dilakukan untuk menindaklanjuti hasil dari evaluasi.

Yang pertama, jika yang dihasilkan oleh Radio SS sudah mencapai goalsnya atau sudah sesuai dengan yang diinginkan masyarakat maka menindaklanjutinya dengan cara menetapkan hal tersebut menjadi patokan untuk langkah kedepannya. Dan akan dijadikan sebagai SOP (*Standar Operasional Prosedur*) Radio SS.

Yang kedua, jika hasilnya belum sesuai dengan yang diinginkan masyarakat maka Radio SS menindaklanjuti dengan cara ATM (*amati,*

tambahi, dan modifikasi). Radio SS menyakini bahwa belajar dari kesalahan dapat membuat lebih baik untuk kedepannya. Sehingga pada tahap perencanaan berita selanjutnya Radio SS menindaklanjuti berdasarkan hasil dari evaluasi, agar tidak terjadi kesalahan yang kedua kalinya.

Dengan begitu Radio SS bisa menyiarkan berita yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat, hal tersebutlah yang dikatakan dengan mempertahankan eksistensi Radio SS.

Bagi Radio SS, mempertahankan eksistensi di jaman sekarang ini merupakan sesuatu hal yang wajib dilakukan. Mengingat pada jaman sekarang teknologi digital sudah menguasai seluruh pelosok negeri. Perkembangan zaman inilah yang harus dijadikan sebuah tantangan dan peluang, bukan sebuah hambatan.

Pada nyatanya keberadaan Radio SS tetap eksis di masyarakat meski saat ini adalah era internet. Hal ini dikarenakan di era internet yang banyak memberikan berita *hoax* dan informasi palsu, namun disinilah Radio SS mampu memberikan sebuah informasi yang *up to date* dan terpercaya sehingga mampu menjadi pencerah dan penunjuk informasi yang valid.

2. Perspektif Teori

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian penelitian di manajemen pemberitaan pada program Berita Suara Surabaya. Peneliti menemukan beberapa temuan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Setelah peneliti konfirmasi dengan Teori PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) yang menjadi acuan peneliti.

Pembahasan ini dilakukan dengan cara mengkonfirmasi temuan yang didapat di lapangan dengan teori yang digunakan oleh peneliti. Konfirmasi temuan dengan teori merupakan tahap untuk menentukan apakah teori tersebut masih relevan atau malah berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan. Adapun penjelasannya mengenai konfirmasi temuan dengan teori sebagai berikut:

PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) merupakan bagian dari teori manajemen strategi yang digunakan dalam pengendalian kualitas sebuah perusahaan. PDCA pertama kali dikemukakan di oleh Walter Shewhart beberapa puluh tahun yang lalu. Konsep PDCA ini merupakan sebuah pedoman bagi setiap manajer untuk proses perbaikan kualitas secara terus menerus tanpa berhenti tetapi juga meningkat pada keadaan yang lebih baik dan dilaksanakan diseluruh bagian organisasi. Kualitas yang dimaksud adalah kualitas yang diartikan sebagai suatu produk atau hasil yang dapat memuaskan konsumen dan memajukan suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan, peneliti setuju bahwa manajemen pemberitaan sejalan dengan teori yang digunakan sebagai pijakan oleh peneliti yaitu teori PDCA yang disesuaikan dengan konteks di lapangan.

Dalam PDCA ini dapat dikatakan bahwa proses manajemen berjalan dengan baik apabila telah melakukan tahapan perencanaan, proses pengerjaan, evaluasi, dan menindaklanjuti itu dilakukan secara benar oleh sebuah perusahaan.

Dalam aspek perencanaan dilakukan untuk mengidentifikasi sebuah kinerja agar menghasilkan hasil yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan memfokuskan pada peluang peningkatan kualitas mutu.

Setelah aspek perencanaan, aspek selanjutnya adalah aspek pengerjaan dimana dalam pengerjaan ini menjalankan rencana yang telah disusun dan memantau saat proses pengerjaan. Setelah pengerjaan dilakukan, maka selanjutnya dilakukan pengecekan. Pengecekan ini bertujuan untuk menemukan sebuah kelemahan atau keberhasilan yang terjadi pada proses pengerjaan. Setelah mengetahui kelemahan di tahap evaluasi, maka perlu menindaklanjuti perbaikan untuk perencanaan selanjutnya. Dan jika mengetahui keberhasilan, maka perlu menindaklanjuti sebagai rutinitas dalam perencanaan selanjutnya.

Dalam konteks Radio Suara Surabaya, proses-proses yang ada didalam asumsi teori PDCA itu menurut pandangan peneliti sudah bisa dikatakan berjalan dengan baik. Hal itu bisa dilihat dari aspek-aspek perencanaannya, produksinya, evaluasinya, menindaklanjutinya yang telah dilakukan oleh Radio SS.

Dalam hal ini Radio Suara Surabaya sesuai dengan teori PDCA yang sudah dijelaskan di atas. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan cara implementasi yang telah dilakukan Radio Suara Surabaya. Implementasi *plan* dalam Radio Suara Surabaya seperti perencanaan berita yang membahas tentang penetapan isu, penetapan *hunting*, penentuan *angle* berita, penyiapan *presenting report*. Dalam perencanaan berita yang telah dilakukan Radio SS tersebut, peneliti bisa menemukan temuan bahwasannya yang menjadi penentu keberhasilan perencanaan pemberitaan adalah kebebasan berpendapat *crew* SS.

Kemudian implementasi *do* dalam Radio Suara Surabaya seperti proses produksi yang meliputi *hunting*, *editing*, *announcer* menyiarkan berita. Dalam

proses produksi yang telah dilakukan Radio SS tersebut, peneliti bisa menemukan temuan bahwasannya yang menjadi penentu proses produksi pemberitaan adalah komitmen dan profesionalitas *crew* SS.

Lalu implementasi *chek* dalam Radio Suara Surabaya seperti evaluasi pemberitaan yang meliputi evaluasi proses produksi, evaluasi kinerja *crew*. Dalam evaluasi pemberitaan yang telah dilakukan Radio SS tersebut, peneliti bisa menemukan temuan bahwasannya keterbukaan sikap Radio SS (*crew* / kelembagaan) menjadikan proses evaluasi pemberitaan berjalan dengan baik.

Dan yang terakhir implementasi *act* dalam Radio Suara Surabaya seperti menindaklanjuti evaluasi proses produksi, menindaklanjuti evaluasi kinerja *crew*. Dalam menindaklanjuti evaluasi proses produksi yang telah dilakukan Radio SS tersebut, peneliti bisa menemukan temuan bahwasannya mempertahankan eksistensi menjadikan daya dorong untuk menindaklanjuti hasil dari evaluasi.

Dari temuan peneliti dan konfirmasi dengan teori yang digunakan peneliti menjadi landasannya, dapat ditarik kesimpulan bahwa teori PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) oleh Walter Shewhart yang digunakan peneliti sesuai dengan hasil penelitian yang penulis dapatkan di Radio Suara Surabaya mengenai manajemen pemberitaan.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara mengenai Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya dengan memakai teori manajemen PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) oleh Walter Shewhart, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

Manajemen Pemberitaan pada Program Berita Suara Surabaya dimulai dari tahap perencanaan pemberitaan seperti pengumpulan, pembahasan, dan sampai pada penentuan isu serta *angle* berita. Selain itu juga merencanakan emosional *announcer* yang meliputi *presenting report* dalam menyiarkan sebuah berita.

Lalu melakukan proses produksi, setiap individu sebelum mengerjakan tugas terlebih dahulu dibagi berdasarkan *jobdesc* dan *basic / skill* yang dimiliki. Selain itu dalam proses produksi juga harus sesuai dengan perencanaan yang sudah disepakati bersama diawal.

Setelah melakukan proses produksi, maka selanjutnya diadakan rapat evaluasi untuk membahas progress apa saja yang sudah dikerjakan serta kendala atau hambatan apa yang terjadi sehingga membuat berita yang disiarkan kurang menarik bagi pendengarnya. Selain rapat evaluasi yang dihadiri dengan *team* pemberitaan, evaluasi juga dilakukan dengan cara FGD (*Focus Group Discussion*) yang dihadiri dengan *team* pemberitaan dan beberapa pendengar Suara Surabaya. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa pada tahap evaluasi pemberitaan ini akan ditemukan kesalahan dan kebenaran dalam proses produksi.

Dan setelah tahap evaluasi dilakukan maka tahap yang terakhir adalah menindaklanjuti. Apabila diketahui bahwa

ada sesuatu masalah yang perlu ditindaklanjuti, maka Radio SS segera menindaklanjuti dengan cara memperbaiki kesalahan tersebut supaya kedepannya berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuannya. Dan apabila diketahui bahwa ada sesuatu hal yang sudah memenuhi tujuannya, maka Radio SS segera menindaklanjuti dengan cara menjadikan hal tersebut sebuah SOP (*Standar Operasional Prosedur*) Radio SS dalam merencanakan rencana kedepannya. Menindaklanjuti menjadikan sebuah tahap yang wajib dilakukan karena berguna untuk menjaga eksistensi Radio SS di kalangan pendengarnya.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang Manajemen Pemberitaan pada Program Suara Surabaya, maka dengan ini ada beberapa yang peneliti ingin rekomendasikan diantaranya sebagai berikut ini:

Bagi pendengar, dalam mendengarkan berita SS tidak hanya sekedar didengarkan begitu saja, diharapkan mampu memberitahu kepada orang disekelilingnya agar mengetahui informasi terkini dan tidak termakan informasi yang kebenarannya tidak bisa dipertanggung jawabkan dengan kata lain *hoax*.

Bagi pemilik media, khususnya radio SS untuk semakin meningkatkan kualitas berita yang disajikan sehingga menjadi lebih bermanfaat lagi bagi para pendengarnya.

Bagi peneliti selanjutnya, untuk dapat memfokuskan penelitian pada portal berita suarasurabaya.net.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Achmad, Abu dan Cholid, Narbuko. *Metode Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara, 2007.
- Alwan Effendi, *Manajemen-Mutu-Pendidikan*. Jakarta : Media Akademi, 2008
- Arifin BH, *Suara Surabaya, Bukan Radio*. Surabaya : Buku Suara Surabaya, 2010
- Asep, Syamsul M. Romli. *Kamus Jurnalistik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- A.W Widjaja, *Komunikasi, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara, 1993
- Djuroto Totok. *Majajemen Pemberitaan Pers*. Bandung : PT. Rosdakarya, 2004.
- G Hendra, Poerwanto. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Hafied, Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grasindo Persada, 2006.
- Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta, 2002).
- Hasibun Melayu S.P, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta : Sinar Grafika Offset, 1996.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika, 2011.

- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : Kencana, 2009.
- Moleong, Lexy J. *Metologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rodakarya, 2010.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bandung : Ghalia Indonesia, 1983.
- Sam Abede Pareno, *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita*, Surabaya: Papyrus, 2003
- Septiawan Santa K., *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : PT. Pustaka Obor Indonesia, 2005
- Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung : CV. Mandar Maju, 2011
- Soekartono, *Prinsip - Prinsip Manajemen dalam Media massa*, Mataram: Media – UBG, 201.

Jurnal :

- Aceng Abdullah dalam Dedi Irawan, *Manajemen Penerbitan Pers Surat Kabar Kampus Bahana Mahasiswa Universitas Riau Pekanbaru*, 2003.
- Alvionita, Bella. *Strategi Brand Image Hotel Oval Surabaya dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen*. Mahasiswa ILKOM Stikosa AWS, 2014.
- Andis Dwi Rochmadi, *Manajemen Program Berita Televisi “Kanal 22” Di Stasiun TVRI Yogyakarta*. Mahasiswa Prodi Televisi dan Film Institut Seni Indonesia, 2013.
- Dina Nurhanifa, *Manajemen Pemberitaan pada Radio Mahardhika FM Blitar*. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2007.

- Fuady, Muhammad E. 2002. “*Surat Kabar Digital sebagai Media Konvergensi di Era Digital*”, dalam jurnal Mediator Fikom Unisba Vol. 3, No. 1
- Intan Silvia Dewi, Askurifai. *Manajemen Pemberitaan Surat Kabar Lokal Kabupaten Ciajur Di Era Digital*. Mahasiswa Ilmu Jurnalistik, Universitas Islam Bandung, 2019.
- Luluq Intaniar, *Dinamika Manajemen Pemberitaan LPP RRI Mataram*. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Univeritas Islam Indonesia, 2017.
- Prihartono, Anton Wahyu. 2016. “*Surat Kabar dan Konvergensi Media*”. Dalam Jurnal Channel Prodi Ilmu Komunikasi Univerisitas Ahmad Dalam Yogyakarta Vol. 4, No. 1, April 2016
- Putra, Andi Eko Mandala. *Strategi Pemberitaan Rubrik Metro Harian Radar Selatan Dalam Menjaga Eksistensi Sebagai Media Lokal Kabupaten Bulukumba*, ILKOM UIN, 2017.
- Soekartono, *Prinsip – Prinsip Manajemen dalam Media Massa*. Widodo, Yohanes. Yogyakarta: Univeritas Atma Jaya.

Internet :

<https://sites.google.com/site/kelolakualitas/PDCA>

<http://www.radiojatim.com/index.php>

<http://www.suarasurabaya.net/radio/>

<https://tafsirq.com/13-ar-rad/ayat-11>