

**Strategi Produser TVRI NTB Dalam Penyajian Berita Pada Tayangan Dialog
Sudut Pandang**

Oleh:

I Gusti Ayu Djulia Guswina¹, Rieka Yulita Widaswara², I Ketut Putu SuardanaInstitut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram^{1,2,3}Email: djulia@gmail.com¹, widaswara@gmail.com², ikp31suardana@gmail.com³**Abstract**

This research was conducted with the aim of finding out how the TVRI west nusa tenggara producer's strategy in presenting news on the Sudut Pandang dialogue shows the background of the number of viewers the Sudut Pandang dialogue shows an average of less than 20 viewers per day on YouTube, so researchers are interested in examining how the strategy Producer in presenting the Sudut Pandang dialogue news program on TVRI station. This study uses nonparticipatory observation methods, interviews and documentation with a descriptive qualitative approach. In this study, an analysis was carried out using interpersonal communication theory with a triadic communication pattern based on the concept of Pontoh and Novinati to TVRI Producers in presenting news on the Sudut Pandang dialogue. The results of this study are that the producer has a strategy in presenting news on Sudut Pandang where the first strategy is to make the theme as interesting as possible, maintain communication with colleagues and lastly continue to evaluate to find out the obstacles that occur. The producer's strategies are in accordance with the strategic concept, namely the planning stage, the production stage, and the evaluation stage. With these strategies, it is hoped that Producers will be able to develop new strategies that can increase the audience's interest in watching the Sudut Pandang dialogue.

Keywords: Producer, Presentation, News, Television, Mass Media**I. Pendahuluan**

Manusia dalam kehidupan sehari-hari memerlukan informasi yang berguna untuk mereka mendapatkan apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan. Manusia dalam memperoleh informasi dapat melalui media massa. Media massa dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu media cetak media elektronik dan media online atau media internet. Media massa mempunyai kelebihan dalam memberikan pengaruhnya dan mampu membentuk persepsi masyarakat dalam menerima informasinya (Kamaswara & Hirzi, 2022). Media massa diawali dengan berkembangnya media cetak seperti, surat kabar, koran, tabloit, menyajikan informasi mengenai seluruh aspek kehidupan sosial dan masyarakat yang butuh akan informasi yang dapat dipercaya.



Setelah selesainya era media cetak, konsumsi publik kini berubah menjadi media elektronik dan paling populer di masyarakat karena memiliki kelebihan menampilkan informasi melalui *audio* dan *visual*. Dengan kelebihan tersebut, sajian berita yang ditampilkan media elektronik melampau jauh melewati media cetak. Media elektronik merupakan media yang dalam penggunaannya memerlukan energi elektromekanis (Mayudho & Supriyanto, 2020). Media elektronik salah satunya berupa televisi. Televisi sesuai dengan fungsinya mampu memberikan informasi berita melalui *audio* dan *visual* yang dapat bersamaan dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu televisi memiliki jangkauan yang sangat luas, selain itu memberikan berbagai dampak terhadap masyarakat dikarenakan penyampaian informasinya sangat mudah tersebar dan diterima seluruh kalangan masyarakat.

Dengan kemajuan teknologi saat ini muncul berbagai macam industri pertelevisian yang bersaing pada berbagai industri di dalamnya seperti, industri hiburan dan berita yang saat ini hampir seluruh industri pertelevisian di Indonesia menjadikannya sebagai program unggulan. Saat ini setiap industri televisi saling bersaing dan berlomba dalam penyajian sebuah berita yang memiliki kualitas dan dapat menarik perhatian disetiap kalangan masyarakat. Pada setiap informasi yang disajikan, televisi membagi sajiannya menjadi dua yaitu, bidang redaksi berisi tentang berita dan pandangan masyarakat, sedangkan bidang usaha di isi oleh iklan. Berita adalah hasil wartawan berupa peristiwa atau sebagainya.

Di setiap berita yang dihasilkan oleh wartawan memiliki pesan dan makna di dalamnya. Sebuah berita memiliki informasi yang sama tetapi proses pemberitaan kepada masyarakat berbeda pada masing-masing industri pertelevisian. Itu terjadi karena disetiap industri pertelevisian memiliki strategi dalam mendapatkan perhatian dari penontonnya yang berguna untuk meningkatkan *rating* dan pendapatan instansi media tersebut. Di belakang layar siaran program televisi TVRI NTB memiliki tim redaksi dan produser yang berkompeten sesuai programnya masing-masing.

Setiap sumber daya manusianya (SDM) memiliki tugas dan peranan. Terdapat produser yang bertugas untuk mengkoordinasi dan mengontrol segala macam aspek



produksi yang meliputi pembuatan dan pengembangan ide melakukan pengecekan sebelum tahap produksi hingga tahap evaluasi.

Sudut Pandang adalah salah satu program unggulan yang diproduksi oleh stasiun TVRI NTB. Program berita Sudut Pandang pada stasiun TVRI NTB termasuk ke dalam berita *current affair* yang dimana berita Sudut Pandang merupakan jenis dialog yang membahas mengenai tokoh-tokoh besar di NTB yang mampu memberikan inspirasi kepada generasi muda dan memberikan semangat agar mencapai cita-cita mereka. Program berita ini menceritakan bagaimana perjalanan seorang tokoh dari latar belakang kehidupannya, seperti pendidikan, pengalaman dan bagaimana usaha mereka sehingga dapat sukses dan memberikan inspirasi kepada generasi muda di NTB. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kuswita, 2016) menyatakan bahwa penyajian tayangan program pendidikan matematika tidak semudah dalam menyajikan program televisi lainnya. Diperlukan strategi yang tepat dan format yang sesuai agar penyampaian pesan pendidikan dan juga meningkatkan minat. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk menjadikan produser TVRI NTB sebagai subjek penelitian dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi penyajian berita pada dialog sudut pandang.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif deskriptif. Dengan pengumpulan data melalui metode observasi nonpartisipatif, wawancara dan dokumentasi kepada produser sebagai objek untuk melihat strategi penyajian berita pada tayangan dialog sudut pandang dan melakukan wawancara kepada produser pada tanggal 13 September 2022 di TVRI NTB untuk menambah informasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Peneliti mewawancarai Produser dialog Sudut Pandang karena Produser memiliki tugas dan wewenang dalam mengontrol dan mengkoordinasi segala aspek pada produksi dialog Sudut Pandang. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Produksi & Penyiaran, Ketua Tim Produksi dan Penyiaran Berita Berkala, Ketua Tim Monitoring, Evaluasi, dan Pelaporan Penyiaran Berita, Presenter, dan para *staff* yang terlibat.

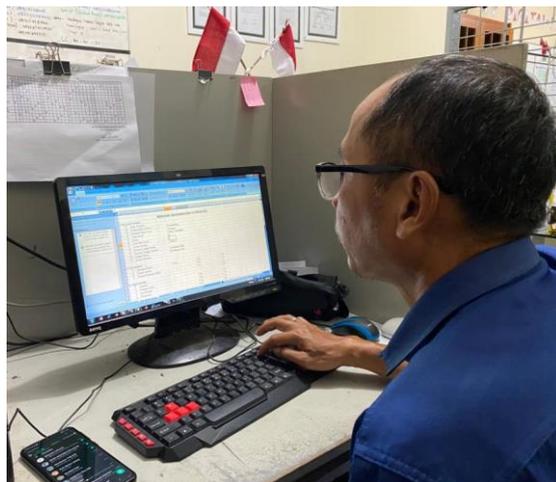


III. Pembahasan

1. Tayangan Dialog Sudut Pandang

Data yang diperoleh mendiskripsikan bahwa dialog sudut pandang merupakan dialog yang dikemas santai seperti podcast dengan durasi selama satu jam, biasanya proses penayangannya secara langsung atau jika ada kendala biasanya dilakukan produksi sebelum jadwal penayangan. Narasumber pada dialog sudut pandang itu tunggal atau satu. Produksi dialog sudut pandang dimulai pada tahap pembuatan izin produksi, rundown acara selama empat segmen, penyusunan rincian anggaran biaya, sinopsis hingga kerangka acuan kerja. Pemberkasan-pemberkasan yang sudah dibuat selama 3 hari sebelum proses produksi atau penayangan kemudian diserahkan kepada kepala stasiun untuk di tanda tangan guna sebagai persetujuan. Setelah semua izin disetujui oleh kepala stasiun, hal berikutnya dilakukan narasumber yaitu menghubungi tokoh yang akan diundang ke dialog sudut pandang.

Penyajian berita pada tayangan dialog sudut pandang segera di produksi yaitu dimulai dengan mempersiapkan rekan-rekan yang bertugas dimasing-masing posisinya Kemudian mempersiapkan ornamen-ornamen yang diperlukan ketika proses penayangan, posisi antara narasumber yang di undang dengan presenternya yang berada pada sudut ruangan dan penggunaan benda yang menjadi ciri khas Lombok yaitu penggunaan udeng bagi narasumbernya laki-laki. Pasca produksi dialog sudut pandang hal yang dilakukan adalah melakukan evaluasi dengan pimpinan berita dan rekan-rekan yang bertugas, membahas mengenai apa saja hambatan ketika proses penayangan. Beberapa hambatan yang informan hadapi biasanya terkait dengan narasumber yang di undang untuk dialog sudut pandang. Terkadang narasumber beberapa jam sebelum proses penayangan dimulai baru menginformasikan bahwa tidak dapat hadir jadi itu yang menjadi hambatan yang dihadapi oleh informan. Strategi Produser TVRI NTB dalam menyajikan berita pada tayangan dialog Sudut Pandang juga dilakukan dengan selalu berkoordinasi dengan rekan-rekan yang bertugas dalam proses penayangan dialog sudut pandang serta berkomunikasi kepada pimpinan berita untuk dilaksanakan proses penayangan dan proses produksi dialog sudut pandang.



Gambar 1. Foto Produser Membuat Izin Produksi dan Rundown

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa strategi produser dalam melakukan penayangan dialog sudut pandang yaitu sebagai tayangan informasi dan edukasi dengan strategi penayangan secara diskusi atau dialog santai, sedangkan penelitian oleh (Kuswita, 2016) dimana dalam penelitiannya penyajian tayangan berita program pendidikan matematika menggunakan strategi format sajian seperti *Lecturer*, Talks, Diskusi dan Drama untuk meningkatkan minat penonton terhadap pelajaran matematika.

2. Strategi Produser TVRI NTB Dalam Penyajian Berita Pada Tayangan Dialog Sudut Pandang

Strategi merupakan cara inividu atau kelompok yang digunakan dalam mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan bersama. Strategi adalah proses yang menentukan arah yang perlu di tuju oleh organisasi untuk memenuhi misinya (Zamzami & Sahana, 2021). Konsep strategi mengacu pada tahap persiapan atau perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staff, pengarahan ,pengawasan dan evaluasi. Keenam bagian ini harus mampu dilaksanakan agar tujuan yang sudah ditentukan bersama mampu tercapai.

Dialog sudut pandang merupakan dialog mengenai orang-orang yang sukses atau keberhasilan tokoh-tokoh yang diharapkan dapat memberikan motivasi bagi generasi muda agar terinspirasi dari kesuksesan tokoh tersebut. Dialog sudut pandang dimulai dengan membahas masa kecil tokoh, pendidikan dan perjalanan karir atau pekerjaan



sehingga sukses seperti saat ini. Contohnya menjadi manager, Kepala Dinas, pejabat dan lain-lain, sehingga dapat menginspirasi anak-anak muda agar semangat dalam mencapai kesuksesan.

Dari penjelasan di atas beberapa strategi dilakukan oleh produser dialog Sudut Pandang antara lain : Melakukan Rapat Redaksi untuk Membahas Agenda Setting. Strategi penyajian dimulai dengan adanya rapat redaksi yang membahas mengenai perencanaan atau agenda setting. Agenda setting merupakan teori komunikasi yang digunakan media massa dan memiliki peran untuk memberikan pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi asumsi dan sikap masyarakat melalui penentuan terhadap peristiwa atau fenomena yang dianggap penting. Teori agenda setting membahas mengenai media massa yang memiliki peran cukup signifikan agar masyarakat dapat terbiasa terhadap berita atau informasi yang disampaikan oleh media massa sehingga dalam kesehariannya menjadi sebuah bahan pembicaraan (Ritonga, 2018). Agenda setting di TVRI NTB dilakukan untuk menentukan konsep berita dari informasi terbaru atau yang sedang hangat dibahas dan menjadi pembicaraan masyarakat yang terjadi di wilayah TVRI NTB. Agenda setting dialog sudut pandang, dimulai pada penentuan tema, narasumber, kru yang bertugas hingga presenter. Biasanya sebelum siaran dialog Sudut Pandang dimulai, produser akan mengecek segala komponen atau teknis acara yang akan disiarkan.

Tahap perencanaan diawali dengan memutuskan dan menyepakati mengenai keperluan yang dibutuhkan oleh organisasi sehingga pemanfaatan sumber daya menjadi lebih efektif. Sedangkan ketika pada tahap perencanaan tidak dapat menentukan tujuan yang jelas, maka organisasi tersebut tidak dapat memanfaatkan sumber dayanya secara efektif. Pada tahap perencana juga perlu mengetahui kondisi organisasi saat ini seperti halnya informasi mengenai keuangan dan data statistik pada organisasi agar dapat menyusun rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Tahap perencanaan juga digunakan sebagai tahap menganalisis tantangan dan peluang, untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan organisasi perlu menganalisis tantangan dan peluang yang ada di lingkungan eksternal maupun internal untuk dapat mengantisipasi permasalahan-permasalahan yang ada sehingga segala sesuatunya dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.



Membuat strategi lain atau tambahan dalam proses perencanaan sangat perlu di buat, jika tujuan utama yang kita buat tidak dapat terealisasikan maka ada strategi-strategi lain yang paling mendekati dengan tujuan utama dapat digunakan sebagai penggantinya agar tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai. Tahap perencanaan ini dilakukan agar proses produksi dialog Sudut Pandang berjalan terstruktur sehingga proses produksi mampu berjalan sesuai rundown yang telah dirancang saat persiapan. Melakukan Kontrol Terhadap Kru yang Bertugas dan Visual Penayangan. Selanjutnya pada tahap penayangan dialog Sudut Pandang, produser mengontrol kru yang bertugas di bagiannya masing-masing. Kru yang melaksanakan penayangan sudah disiapkan sebelumnya oleh produser. Pada proses ini, produser mendata dan mengontrol kru yang terlibat dalam proses produksi dialog sudut pandang. Strategi ini dilakukan produser agar proses produksi mampu berjalan dengan lancar sesuai waktu dan rundown yang telah disusun. selain itu, tahap ini juga memudahkan produser untuk fokus mengawasi proses produksi yang ada di dalam studio seperti posisi narasumber, presenter, suara, visual seperti posisi kamera dan meminimalisir hambatan-hambatan yang terjadi pada tahap produksi dialog sudut pandang. Selain persiapan kru oleh produser ketika penayangan berlangsung, secara visual juga disiapkan strategi oleh produser. Strategi tersebut berupa posisi penayangan mengambil posisi sudut dengan dilengkapi atau dihiasi dengan pernik-pernik yang santai layaknya sedang berinteraksi di kafe dan ciri khas bagi narasumber dan presenter laki-laki biasanya digunakan udeng khas Lombok yang menjadikannya ciri khas dari dialog Sudut Pandang tersebut. Posisi dekorasi pada tayangan Sudut Pandang mengambil posisi menyudut karena, setiap orang mempunyai sudut pandang atau pemikirannya tersendiri sehingga cocok dengan nama tayangan yang gunakan. Posisi kamera yang digunakan ada 3 yaitu, kamera 1 digunakan untuk mengambil gambar presenter, sedangkan kamera 2 digunakan untuk mengambil gambar keduanya atau posisi dari presenter dan narasumbernya, kamera 3 digunakan untuk mengambil gambar narasumbernya. Evaluasi Pasca Produksi dan Penayangan Dialog Sudut Pandang. Setelah proses penayangan atau proses produksi sudah dilaksanakan, produser akan melakukan evaluasi terkait penayangan dan produksi dialog Sudut Pandang. Evaluasi ini dilakukan ketika rapat redaksi dan biasanya hasil evaluasi langsung di informasikan kepada Ketua Tim



Perencanaan dan Pengendalian Produksi & Penyiaran terkait apakah narasumber hadir atau ada beberapa pergantian narasumber akibat beberapa kendala dan lain hal sebagainya. Dengan adanya tahap evaluasi, kendala pada proses perencanaan hingga tahap produksi diminggu selanjutnya dapat diminimalisir, mampu menentukan strategi-strategi baru yang dapat diterapkan, meningkatkan kualitas produksi dialog sudut pandang minggu berikutnya dan menjaga komunikasi antara produser dengan semua yang terlibat dalam proses produksi.

Berkaitan dengan menjaga komunikasi dalam proses penyajian program dialog Sudut Pandang, produser dan rekan tim yang terlibat harus berkomunikasi secara baik agar proses penyajian penayangan sesuai dengan rundown yang sudah disusun. Produser memiliki peran penting dalam mengarahkan timnya agar sukses menjalankan tugasnya masing-masing. Strategi-strategi tersebut berkaitan dengan konsep komunikasi interpersonal (Maulinda & Aslinda, 2022). Konsep komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang sering terjadi antara produser Sudut Pandang dengan timnya. Komunikasi interpersonal adalah salah satu bentuk dari komunikasi pribadi. Komunikasi interpesonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun nonverbal (Pontoh, 2013). Komunikasi interpersonal juga dapat digunakan seorang produser untuk dijadikan sebagai pengarah agar timnya berjalan sesuai dengan tugas yang sudah ditentukan. Namun pola komunikasi yang digunakan pada strategi produser dalam proses penyajian berita yaitu mengarah ke pola komunikasi triadik. Komunikasi triadik adalah komunikasi yang terjadi antara tiga orang atau lebih dan seluruh pelaku komunikasinya melakukan interaksi. Teori komunikasi triadik menurut (Novianti, 2019) menjelaskan bahwa komunikasi triadik merupakan komunikasi yang dapat merubah sifat, pendapat dan tingkah laku seseorang. Komunikasi triadik memiliki persamaan arti dengan komunikasi diadik, hanya saja komunikasi triadik memiliki perbedaan dalam jumlah anggotanya, komunikasi diadik hanya melakukan komunikasi dengan 2 anggota secara langsung sedangkan komunikasi triadik melakukan komunikasi dengan 3 orang secara langsung yaitu satu orang komunikator dan dua komunikan (Sahabuddin, 2017). Dalam Komunikasi kelompok dan komunikasi massa



biasanya lebih cenderung menggunakan komunikasi triadik dalam proses komunikasinya.

Komunikasi triadik dalam praktiknya dilakukan ketika persiapan perencanaan, produser berkomunikasi kepada timnya ketika rapat redaksi mengenai persiapan apa saja yang di butuhkan pada dialog Sudut Pandang, kemudian setelah proses penayangan produser dan timnya harus saling berkomunikasi agar proses penayangan mampu tayang sesuai dengan perencanaan yang sudah ditentukan sejak awal. Strategi-strategi penyajian dialog Sudut Pandang pada tahap persiapan hingga tahap penayangan mampu berjalan sesuai dengan yang telah ditentukan jika antara produser dan timnya mampu berkomunikasi dengan baik. Jika komunikasi tidak berjalan baik antara produser dengan timnya maka perencanaan strategi-strategi tersebut tidak akan berjalan secara maksimal.

IV. Penutup

Strategi-strategi yang dilakukan tim produser sesuai dengan konsep strategi yang sudah dijabarkan dimulai pada tahap perencanaan dengan membuat sinopsis yang mengangkat tema yang *up to date* sehingga dapat menarik perhatian penonton dengan tujuan untuk dapat memotivasi masyarakat yang sedang menonton acara tersebut. Kemudian setelah proses perencanaan, selanjutnya masuk ke tahap produksi dengan melakukan penyusunan *staff* yang sudah dilakukan jauh sebelum waktu penayangan, pengawasan dan kordinasi antara produser dengan rekan timnya. Setelah produksi, tahap berikutnya yaitu tahap evaluasi yang dilakukan oleh wakil pimpinan redaksi atau produser sudut pandang guna membahas terkait kegiatan produksi yang dilakukan oleh tim produser di studio maupun di luar ruangan. Dan yang terakhir yaitu menjaga komunikasi antara produser dengan tim yang bertugas ketika proses penayangan maupun proses produksi dialog Sudut Pandang. Saran kepada produser sudut pandang yaitu produser harus lebih mengembangkan strategi-strategi baru yang dapat meningkatkan minat penonton dalam menyaksikan dialog Sudut Pandang. Tetap saling menjaga komunikasi antara produser dengan timnya agar pekerjaan atau strategi-strategi yang sudah ditentukan pada tahap perencanaan mampu berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan.

**Daftar Pustaka**

- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal Walisongo*, 20-21.
- Kamaswara, D., & Hirzi, A. T. (2022). Hubungan Pemberitaan di Media Online dengan Pembentukan Opini pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 38-39.
- Kuswita, H. (2016). Strategi Penyajian Program Pendidikan Matematika untuk Sekolah Dasar di Televisi Edukasi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3-4.
- Maulinda, D., & Aslinda, C. (2022). Komunikasi Interpersonal Orang Tua Pengguna Facebook dalam Motivasi Prestasi Anak di Desa Sedinginan. *Journal Of Social Media And Message*, 50-51.
- Mayudho, I., & Supriyanto, A. (2020). Penggunaan Pembelajaran Media Elektronik untuk Media Pendidikan. *Seminar Nasional*, 92-93.
- Novianti, E. (2019). *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Pontoh, W. (2013). Peranan Komunikasi Interpersonal Guru Dalam Meningkatkan Pengetahuan Anak. *Acta Diurna*, 1-2.
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *SIMBOLIKA*, 32-41.
- Sahabuddin, C. (2017). Hubungan Komunikasi Belajar Mengajar Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Kabupaten Majene. *Jurnal Papatuzdu*, 18-19.
- Suardana, I. K. P. (2020). Resolution of Journalistic Ethics on Media Disruption Era. *Media Bina Ilmiah*, 14(8), 3015-3026.
- Suardana, I. K. P. (2021). Jurnalisme Hindu Di Era Disrupsi Media. *COMMUNICARE*, 2(2).
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 623-632.
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 8-9.