

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kerangka Teori

Teori merupakan seperangkat preposisi yang terintegrasi secara sintaksis (yaitu yang mengikuti aturan tertentu yang dapat dihubungkan secara logis atau dengan lainnya dengan data dasar yang dapat diamati) dan berfungsi sebagai wahana untuk meramalkan dan menjelaskan fenomena yang diamati.²⁵

1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal, atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh para praktisi.²⁶ Strategi pada hakekatnya adalah penentuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Cultip, Center, dan Broom²⁷, perencanaan strategi (*strategic planning*) meliputi kegiatan:

- a. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program
- b. Menentukan identifikasi khalayak
- c. Menetapkan kebijakan untuk strategi yang akan dipilih
- d. Memutuskan strategi yang akan digunakan

²⁵ L. Meleong. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung: 2002. Hlm.. 34-35

²⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta:Raja Grafindo,2013),61.

²⁷ F Wiliam dan Glueck Laurence, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 1998),216.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi juga terdiri dari beberapa jenis, yaitu:

1. Strategi Stabilitas

Strategi Stabilitas adalah strategi yang dilakukan organisasi atau perusahaan bila perusahaan tetap melayani masyarakat dalam sektor produk atau jasa dan sektor fungsi yang serupa sebagai yang ditetapkan dalam batasan bisnis yang dijalankan.

2. Strategi Ekspansi

Strategi Ekspansi adalah strategi yang dilakukan organisasi atau perusahaan bila perusahaan memfokuskan keputusan strateginya pada peningkatan ukuran dalam langkah kegiatan yang sekarang atau yang telah ada.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan strategi adalah sebagai berikut:

- 1) *Credibility* (Kredibilitas), komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan *respect*.
- 2) *Context* (Konteks), menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial. Pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap yang partisipatif. Komunikasi diperlukan untuk mendukung lingkungan sosial melalui pemberitaan media massa.
- 3) *Content* (Isi), pesan yang menyangkut kepentingan orang banyak atau publik sehingga informasi yang diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
- 4) *Clarity* (Kejelasan), pesan yang disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara pemberi dan penerima pesan paham akan isi pesan yang jelas.
- 5) *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi), komunikasi adalah proses yang berkelanjutan dengan berbagai macam variasi dalam penyampaian pesannya. Dengan demikian akan mempermudah proses belajar dalam menyampaikan pesan agar dapat terus berkelanjutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 6) *Channels* (Saluran), menggunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran
- 7) *Capability of Audience* (Kapabilitas Khalayak), memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dapat menjadi efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan mengembangkan pengetahuan.²⁸

Penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam setiap program siaran. Sebab jika penetapan strategi salah atau keliru maka jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan bisa gagal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Adapun strategi yang dijalankan dalam perencanaan program harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut²⁹:

- a. Menetapkan komunikator

Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, jika proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran.

- b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Masyarakat sebagai makhluk sosial, sangat peka dengan hal-hal yang bersifat persuasi, propaganda, agitasi, dan perang urat syaraf. Hal ini disebabkan karena manusia memiliki kebebasan untuk memilih yang terbaik menurut pikiran dan pengalamannya. Untuk mengetahui dan memahami segmentasi masyarakat, para peneliti sering kali memulai dengan cara memetakan karakteristik masyarakat.

²⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Komunikasi* (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2005),113-114.

²⁹ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta:Raja Grafindo,2013),108-120.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi, isyarat, dan warna sampai pada simbol-simbol yang dimodifikasi melalui radio, televisi, telegram, dan satelit.

d. Memilih media dan saluran komunikasi

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Isi pesan maksudnya ialah kemasan pesan yang ditujukan untuk masyarakat luas dan kemasan pesan untuk komunitas tertentu. Untuk masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk komunitas tertentu digunakan media selebaran atau saluran komunikasi kelompok.

Dari uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah suatu usaha dan proses dalam penyampaian pesan dalam memilih alternatif yang diambil dan merencanakan, manajemen mengelola suatu program yang sistematis guna mencapai tujuan organisasi yang diinginkan.

2. Strategi Produser

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.³⁰

Menurut Morissan, Produser adalah orang yang bertanggung jawab mengubah ide atau gagasan kreatif dalam konsep yang praktis dan dapat

³⁰ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: Rosdakarya, 2011).Hlm.32

dijual. Produser harus memastikan adanya dukungan keuangan bagi terlaksananya produksi program televisi, serta mampu mengelola keseluruhan proses produksi termasuk melaksanakan penjadwalan. Produser ikut terlibat dalam pengambilan keputusan setiap harinya. Selain itu, produser juga harus mampu menerjemahkan keinginan dan pandangan para pendukung modal (investor) klien, atasan dan juga audien dalam setiap proses produksinya.³¹

Produser adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap perencanaan suatu program siaran dan harus mempunyai kemampuan berpikir dan menuangkan ide dalam suatu tulisan atau proposal untuk suatu program acara secara baik dan sistematis, serta mempunyai kemampuan untuk memimpin dan bekerja sama dengan seluruh kerabat kerja dan unsur-unsur produksi terkait.³²

Dalam menentukan strategi pengelola media penyiaran haruslah memiliki strategi yang tepat, yang merupakan suatu proses atau kegiatan untuk mencapai tujuan melalui kerjasama dengan orang-orang lain.

Strategi juga merupakan keseluruhan tindakan yang ditempuh organisasi untuk mencapai sasarannya, atau dengan kata lain strategi merupakan pengelolaan yang memungkinkan satu perusahaan mencapai sasaran. Hal ini juga berlaku untuk perusahaan media, strategi perusahaan menjadi ke individu atau wartawan atau reporter.

Untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan, penentuan strategi yang baik sangat diperlukan. Demikian halnya dibidang media penyiaran, strategi yang diperlukan yaitu:³³

- a. Berpikir seperti pemirsa. Pengelola media penyiaran berada dalam bisnis dengan dua klien yang berbeda, yaitu: pemirsa dan pemasang iklan. Tanpaada pemirsa yang mengikuti siaran maka pengelola media penyiaran tidak akan pernah berhasil untuk menarik peminat pemasang iklan.

³¹ Morissan, M.A, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*.

³² Andi Fachruddin. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. (Jakarta:Kencana,2012). Hlm.60

³³ Morissan, *Media Penyiaran*, Jakarta; Ramdina Prakarsa, 2003, hal.72

- b. Pengelola media penyiaran harus menganggap waktu siaran bernilai penting setiap detiknya dan harus menggunakan setiap detik siaran itu dengan mendayagunakan kemampuan dalam menjangkau pemirsa. Media penyiaran harus menyaksikan dan mendengarkan siarannya sendiri, menerima kritik dan melakukan perbaikan setiap hari.
- c. Pengelola media penyiaran berkompetisi untuk merebut waktu orang lain agar mau menyaksikan acara yang disuguhkan. Oleh karena itu, pengelola media penyiaran harus bisa membuat/memproduksi program-program acara yang mampu menarik minat pemirsa.

Keberhasilan suatu program bergantung pada perencanaan dan pelaksanaan strateginya. Namun, perlu diingat bahwa dalam pembuatan strategi- strategi penyiaran harus tetap berpedoman pada undang-undang penyiaran dan kode etik yang berlaku sehingga tidak akan menimbulkan penyimpangan- penyimpangan yang dapat merugikan berbagai pihak.

Berdasarkan pengertian strategi diatas, hal tersebut sesuai dengan strategi yang dimiliki oleh produser program berita Detak Sumbar, dimana produser telah merancang dari awal strategi apa yang ada pada proses pembuatan berita Detak Sumbar. Sehingga strategi inilah yang nanti akan meningkatkan kualitas suatu program.

Dalam sebuah organisasi, strategi adalah suatu hal yang jelas tak terpisahkan dari manajemen. Menurut Siagian, manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain. Sedangkan George R. Terry menjelaskan bahwa: *“management is the accomplishing of a predetermined objectives through the efforts of other people”*. Terry membagi empat fungsi dasar manajemen, yaitu *planning, organizing, actuating, controlling*.

Sedangkan menurut Friedrich W. Taylor Manajemen Produksi POAC merupakan sebuah seni menyelesaikan pekerjaan melalui strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



yang dimiliki oleh seseorang. Sebab sebuah program Detak Sumbar dapat menghasilkan kualitas yang baik apabila strategi dari sang produser untuk menayangkan berita terkonsep secara rapi, dan itu tentunya melalui proses manajemen yang terorganisir.

Manajemen adalah suatu 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.³⁴

Kegiatan yang dilakukan oleh manajemen dalam sistem penyiaran meliputi sebagai berikut:

1. Perencanaan (Planning)

Dalam dunia penyiaran, perencanaan merupakan unsur yang sangat penting karena siaran memiliki dampak yang sangat luas di masyarakat. Kesamaan pandangan, sikap dan tindak dalam pelaksanaan di lapangan³⁵. Perencanaan menjadi pegangan setiap pimpinan dan pelaksanaan untuk dilaksanakan. Dengan demikian, melalui perencanaan dapat dipersatukan Pimpinan harus mengetahui secara pasti tujuan jangka panjang, untuk kemudian menentukan rencana jangka panjang menengah dan di atas perencanaan jangka panjang menengah ini, ia harus menentukan perencanaan jangka pendek. Perencanaan jangka pendek ini harus dirinci berdasarkan skala prioritas, mana yang harus dikerjakan terlebih dahulu dan secara bertahap serta terencana melaksanakan tahap-tahap berikutnya sampai tujuan jangka pendek itu dapat tercapai sepenuhnya.³⁶

³⁴ Terry George R, Lesli W Rue. 2003. Dasar-dasar Manajemen. Jakarta : PT Bumi 2003 hal 1

³⁵ JB. Wahyudi.1994. Dasar-dasar Manajemen Penyiaran. Jakarta : PT GramediaPustaka Utama hal 70

³⁶ *Ibid, hal 71*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, serta wewenang dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan yang utuh dan bulat dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.³⁷

Menurut Willis dan Aldridge (1991) stasiun penyiaran pada umumnya memiliki empat fungsi dasar dalam struktur organisasi yaitu:

- a) Bagian teknik : bertanggung jawab untuk menjaga kelancaran siaran. Suatu siaran tidak akan dapat mengudara tanpa adanya peralatan siaran yang memadai. Bagian teknik dipimpin oleh teknisi yang terdapat pada stasiun penyiaran.
- b) Bagian program : stasiun penyiaran memiliki tugas utama menyediakan berbagai acara yang akan disuguhkan kepada audien. Acara itu dapat diproduksi sendiri, diproduksi pihak lain atau membeli program yang ditawarkan pihak lain.
- c) Bagian pemasaran atau penjualan: bertugas untuk menjual program kepada pemasang iklan. Staf bagian penjualan akan selalu berkoordinasi dengan bagian program. Kerja sama kedua bagian ini akan menghasilkan berbagai kesepakatan untuk mengatur waktu siaran yang biasanya sangat rinci yang dihitung berdasarkan detik.

3. Actuating (Pengarahan dan Pemberian Pengaruh)

Fungsi mengarahkan dan memberi pengaruh atau memperngaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi untuk bersedia mengikutinya.³⁸

- a) Motivasi : keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya terkait sangat erat dengan tingkatan derajat kepuasan

³⁷ Sondang P. Siagian. 1992. Fungsi-Fungsi Manajerial. Jakarta: Bumi Aksara 1992 hal 82

³⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group) hal 154

karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka kemungkinan semakin besar karyawan memberikan kontribusi terbaiknya untuk mencapai tujuan stasiun penyiaran bersangkutan.

- b) Komunikasi : faktor yang sangat penting untuk dapat melaksanakan fungsi manajemen secara efektif. Komunikasi adalah cara yang digunakan pemimpin agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana stasiun penyiaran bersangkutan.
 - c) Kepemimpinan : merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mempengaruhi orang-orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran. Pemimpin yang berhasil atau sering disebut dengan pemimpin yang efektif mempunyai sifat-sifat atau kualitas tertentu yang diinginkan seperti kharisma, berpandangan kedepan, dan berkeyakinan diri.
 - d) Pelatihan : perusahaan memilih karyawan biasanya karena mereka memiliki pengalaman atau latar belakang dan keahlian untuk melaksanakan suatu tanggung jawab tertentu. Namun demikian, karyawan tetap membutuhkan pelatihan karena berbagai alasan, misalnya pembelian peralatan baru dan penerapan prosedur baru pada penyiaran.
4. Pengawasan (Controlling)

Menurut Fayol dalam Wahyudi pengawasan adalah langkah pengujian, apakah segala berlangsung sesuai dengan rencana yang telah ditentukan, dengan intruksi yang telah diberikan, dan dengan prinsip-prinsip yang telah digariskan. Dalam dunia penyiaran, akan lebih tepat bila system kontrol dilakukan secara pengendalian oleh semua pimpinan di setiap ingkatan. Hal ini mengingat outputs siaran memiliki dampak sangat luas di masyarakat. Dengan kata lain, pengawasan preventif jauh lebih tepat untuk diterapkan. Kesalahan dapat diketahui secara dini dan diperbaiki sebelum materi itu disiarkan, akan jauh lebih baik bila kesalahan itu diketahui saat materi itu sedang disiarkan.³⁹

³⁹ JB. Wahyudi.1994. Dasar-dasar Manajemen Penyiaran. Jakarta : PT GramediaPustaka Utama, hal:97

Menurut Tommy Suprpto dalam bukunya yang berjudul “Berkarir dibidang Broadcasting” mengatakan ada beberapa indikator tugas pokok seorang produser di dalam struktur organisasi pertelevisian antara lain yaitu:

- a. Menciptakan dan mengembangkan ide untuk produksi acara Radio dan Televisi
- b. Membuat desain kreatif
- c. Menentukan tim kreatif
- d. Menentukan satuan kerja produksi
- e. Bekerjasama dengan pengarah acara memilih dan menentukan pengisi acara
- f. Menyusun anggaran biaya produksi
- g. Melakukan koordinasi promosi dan publikasi
- h. Melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani.⁴⁰

Berdasarkan pengertian diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa produser adalah seseorang yang menciptakan program televisi melalui idenya serta memiliki wewenang dan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan dalam sebuah proses produksi program yang bersangkutan. Produser dalam penelitian ini adalah orang yang bertanggung jawab terhadap seluruh pelaksanaan produksi program Berita Detak Sumbar.

3. Manajemen Penyiaran

Saat menghadapi tingkat persaingan yang tinggi, sebuah program berita harus memiliki manajemen khusus agar tayangan dapat berjalan dengan lancar dan disukai oleh pemirsanya. Manajemen adalah proses yang khas terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya

⁴⁰ Drs. Tommy Suprpto, M.S. *Berkarir Di Bidang Broadcasting*. (Yogyakarta.CAPS.2013). Hlm 61-62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manusia dan sumber-sumber lainnya.⁴¹ Dalam proses pelaksanaannya, manajemen mempunyai tugas-tugas khusus yang harus dilaksanakan. Tugas-tugas itu adalah yang biasa disebut sebagai fungsi-fungsi manajemen. Menurut George R. Terry terdapat empat fungsi manajemen, yang dalam dunia manajemen dikenal sebagai *POAC*, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan atau pengarahan), dan *controlling* (pengendalian).

4. Komunikasi massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk⁴². Ada bermacam-macam bentuk komunikasi massa dimana komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar) sangat *heterogen* dan menimbulkan efek tertentu.⁴³

Komunikasi massa diadopsi dari istilah Bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi massa). Artinya komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* dapat diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass*⁴⁴.

Komunikasi masa adalah studi ilmiah tentang media masa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka.⁴⁵ Berdasarkan beberapa pengertian yang dipaparkan diatas, penulis paham bahwa komunikasi

⁴¹ Terry, George R, Lesli W Rue. 2003. Dasar-dasar Manajemen. Jakarta : PT Bumi 2003. Hal.1

⁴² Jhon vivian, Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan (Jakarta : Kencana, 2008), hlm. 450.

⁴³ Ardianto, Ervinaro, Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Bandung: Simbiosis, 2004)

⁴⁴ Wiry anto, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta : 2004), hlm. 69

⁴⁵ Nurudin, M.Si. Pengantar Komunikasi Massa, Edisi 1, cetakan ke-2 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

massa berfungsi menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Komunikasi massa memiliki komunikan yang bersifat heterogen. Dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal jenis kelamin, usia, agama, ideology, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini komunikasi dilakukan dengan menggunakan media massa elektronik berupa televisi yang dikenal dengan Padang Televisi dalam Siaran Berita Detak Sumbar di Padang Televisi ditujukan kepada pemirsanya yang tersebar di berbagai daerah yang anonym dan heterogen.

5. Televisi

Televisi terdiri dari dua suku kata, yaitu “tele” yang berarti jauh dan “vision” yang berarti penglihatan. Televisi adalah salah satu bentuk media massa elektronik bersifat audiovisual yang mempunyai daya tarik yang kuat, disebabkan unsur-unsur kata, musik, dan sound effect sehingga menimbulkan pesan yang mendalam bagi pemirsanya dalam usaha untuk mempengaruhi khalayak dengan mengubah emosi dan pikiran pemirsanya.⁴⁶

Televisi mempunyai fungsi terhadap masyarakat, yaitu memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi masyarakat melalui kendali atau kontrol sosial. Dalam hal ini televisi akan memberikan pengaruh-pengaruh dalam kehidupan manusia. Dampak atau efek komunikasi tersebut dapat dilihat dari setiap perubahan yang terjadi di dalam dari penerima, yang menerima pesan-pesan dari suatu sumber berita.⁴⁷

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi

⁴⁶ Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Bdg: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 5

⁴⁷ Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa* cet. Ke-1 (Jkt: PT.Grasindo,2000), hlm.39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi menjadi candu. Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita ingin menjalani hidup ini. Ringkasnya, televisi mampu memasuki relung kehidupan kita lebih dari yang lain.⁴⁸

6. Jurnalistik Media Televisi

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa media massa yang digunakan untuk menyampaikan kepada khalayak luas yang juga saat ini yang paling efektif adalah televisi, daya jangkauannya yang luas, cepat dan televisi juga sangat populer dimasyarakat dan juga sudah menjadi barang umum yang mudah sekali dijumpai dimana saja.

Karena kedekatan masyarakat terhadap tv, setiap stasiun televisi menampilkan program-program acara dan tampilan yang semenarik mungkin untuk menarik perhatian masyarakat. Jurnalistik adalah seni atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengelola, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalaknya⁴⁹.

Dalam penelitian ini jurnalistik media televisi mendapat peran penting di mana Siaran berita Detak Sumbar di Padang Televisi merupakan hasil dari stasiun televisi, stasiun televisi yang dimaksud adalah Padang Televisi.

7. Berita

Menurut Mitchel V. Charnley berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas.⁵⁰ Secara umum Berita adalah informasi yang penting dan menarik bagi khalayak dan audien.⁵¹

⁴⁸ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jkt: Kencana Prenada,2010), hlm. 1

⁴⁹ Suhandang , Kustadi, *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi Produk dan Kode Etik*(Bandung:Nuansa 2004), hlm23

⁵⁰ Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Bdg: PT. Rosdakarya, 2003), hlm. 22

⁵¹ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jkt: Kencana Prenada,2010), h. 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Jenis Berita

Berita umumnya dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu hard news, soft news, dan investigative reports.⁵²

1) Hard News

Hard news (berita berat) adalah berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi. Reporter yang pandai bahkan seringkali menginformasikan berita tersebut lebih awal sebelum kebijakan itu diturunkan. Tentu dengan mengetengahkan sumber-sumber yang dapat meyakinkan pemirsa. Misalnya, tentang adanya isu pergantian pejabat atau adanya kenaikan harga. *Hard news* juga termasuk kejadian internasional, keadaan masyarakat, masalah ekonomi, kriminal, kerusakan lingkungan maupun berita-berita tentang ilmu pengetahuan.

2) Soft News

Soft news (berita ringan) seringkali disebut dengan feature yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. Berita-berita semacam ini seringkali menitikberatkan pada hal-hal yang dapat menakutkan atau mengherankan pemirsa. Ia juga dapat menimbulkan kekhawatiran bahkan ketakutan atau mungkin juga menimbulkan simpati. Objeknya bisa manusia, hewan, benda, tempat atau apa saja yang dapat menarik perhatian pemirsa. Misalnya tentang lahirnya hewan langka di kebun binatang, anjing menggigit majikannya atau masyarakat kecil mendapatkan lotere milyaran rupiah.

3) Investigative Reports

Investigative reports atau disebut juga laporan penyelidikan (investigasi) adalah jenis berita yang eksklusif. Datanya tidak bisa diperoleh dipermukaan tetapi harus dilakukan berdasarkan

⁵² Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Bdg: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 40

penyelidikan. Sehingga penyajian berita seperti ini membutuhkan waktu yang lama dan tentu akan menghabiskan energi reporternya.

b. Nilai dan Kualitas Berita

Menurut Mancher dan Charnley untuk menguji apakah suatu informasi layak menjadi berita, maka berikut nilai dan kualitas berita yang menjadi aspek penting menentukan sebuah berita.⁵³

1) Nilai Berita:

a. *Timeless* (waktu yang tepat)

Menyangkut tentang peristiwa yang baru-baru ini terjadi atau aktual.

b. *Proximity* (kedekatan)

Suatu peristiwa yang berhubungan dengan lokasi, pertalian ras, profesi, kepercayaan, kebudayaan maupun kepentingan yang terkait lainnya.

c. *Prominence* (orang yang terkemuka)

Semakin seseorang itu terkenal maka semakin menjadi bahan berta yang menarik pula.

d. *Consequence* (konsekuensi atau akibat)

Segala tindakan atau kebijakan, peraturan, perundangan dan lain-lain yang dapat berakibat merugikan atau menyenangkan orang banyak merupakan bahan berita yang menarik.

e. *Conflict* (konflik atau masalah)

Konflik memiliki nilai berita yang sangat tinggi karena konflik merupakan bagian dalam kehidupan. Di sisi lain berita sangat berhubungan dengan peristiwa kehidupan.

f. *Development* (pembangunan)

Menyangkut berita-berita mengenai keberhasilan pembangunan dan kegagalan pembangunan. Dua sisi dari pembangunan tersebut memiliki daya tarik jika diberitakan.

⁵³ Askurifai Baksin, Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), hlm.50-52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

g. *Dissaster end Crimes* (bencana dan kriminal)

Dua peristiwa berita yang pasti akan mendapatkan tempat bagi para pemirsa atau penonton. Berita-berita semacam gempa bumi, tanah longsor, kebakaran, pemerkosaan dan berita lainnya yang menyangkut masalah keselamatan manusia.

2) Kualitas Berita:

a. *Accurate*

Sebelum berita tersebut disebarluaskan harus dicek dulu ketepatannya.

b. *Properly attributed*

Semua saksi atau narasumber harus punya kapabilitas untuk memberikan kesaksian atau informasi tentang yang diberitakan.

c. *Balace and fair*

Semua narasumber harus digali informasinya secara seimbang

d. *Objektive*

Penulis berita harus objektif sesuai dengan informasi yang didapat dari realitas, fakta, dan narasumber.

e. *Brvity*

Materiberita harus ditulis secara ringkas, padat, dan langsung sehingga mudah dipahami.

f. *Clarity*

Kisah beritanya jelas, langsung, dan menarik.

2. Padang Televisi

Salah satu stasiun televisi lokal yang memiliki program berita sebagai andalannya yaitu Padang Tv. Sejak 1 Maret 2007 Padang Tv terus berupaya eksis. Walau masih berusia sembilan tahun namun Padang Tv dengan semangat kebersamaannya justru mampu mendapat respon yang cukup baik di tengah masyarakat Sumatra Barat. Padang Tv merupakan salah satu stasiun televisi lokal yang menyajikan program hiburan dan informasi kepada masyarakat dan berdasarkan hasil Polling Lembaga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Survei Indonesia (LSI) Padang TV ditempatkan sebagai Televisi Terpopuler di Sumatra Barat.⁵⁴

Padang Tv diterima dan mendapat respon cukup bagus dari masyarakat. Hal ini semua tak terlepas dari kemampuan Padang Tv menampilkan sejumlah program khususnya divisi *News* penuh kontens lokal, salah satunya yaitu, Detak Sumbar.⁵⁵

3. Detak Sumbar

program berita *hard news* dan *soft news* yang berkonten lokal. Pengemasan berita Detak Sumbar dalam bentuk *package*, *indoor*, *LIVE*, dan dipandu oleh seorang presenter untuk membaca Lead berita. Program berita ini berdurasi 30 menit dan ditayangkan setiap hari senin sampai dengan jumat pukul 19.00 WIB. Selain karena pengemasannya yang menarik, Detak Sumbar juga satu-satunya siaran berita televisi lokal Sumbar yang tetap tayang pada saat bencana alam gempa bumi di Sumatra Barat tahun 2009 silam dan kehadiran TV lokal memang memiliki peran penting dan strategis dalam mengubah ketidakseimbangan fungsi media televisi swasta nasional mengangkat isu-isu dan budaya lokal. Keberadaan televisi lokal diharapkan dapat menampilkan budaya lokal yang beragam dan unik dari masing-masing daerah serta informasi mengenai peristiwa di daerah yang tidak tersentuh oleh media nasional, seperti pada segment *softnews* berita tentang kesenian budaya minang yang diadakan pada tanggal-tanggal tertentu juga menjadi salah satu strategi produser untuk mempertahankan *audience* nya. Berbagai informasi tentang daerah yang tidak terekspos oleh media nasional inilah yang menjadi kekuatan daya tarik televisi lokal. Kebudayaan adalah tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna dan diwariskan dari generasi kegenerasi, melalui usaha individu dan kelompok. Kebudayaan sendiri terbentuk melalui proses, suatu proses yang diawali oleh adanya usaha-usaha anggota masyarakat dalam menemukan cara-cara penyelesaian masalah

⁵⁴ Company Profile Padang Television (Power Point) 2015

⁵⁵ Company Profile Padang Television (Power Point) 2015

sehingga ditemukan suatu cara terbaik serta teruji keandalannya dan diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya.⁵⁶ Budaya merupakan landasan komunikasi, bila budaya beraneka ragam maka beraneka ragam pula praktik-praktik komunikasinya. Salah satu praktik komunikasi adalah melalui media massa yang berfungsi sebagai media informasi dan edukasi melalui berita yang menyajikan berita tentang budaya yang aktual dan objektif sehingga budaya tidak melenceng dari keasliannya sehingga melalui media massa, budaya tetap terjaga kelestariannya. Media dan budaya merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena sejatinya mereka memiliki suatu hubungan yang saling mempengaruhi. Budaya memiliki dua pengertian dalam pembahasan ini. Budaya bisa diartikan sebagai konten yang diproduksi oleh media. Media dan budaya merupakan kajian yang memiliki daya tarik tersendiri. Daya tarik dalam kajian ini terletak pada bagaimana media tersebut mempengaruhi media dalam memproduksi kontennya. McQuail Dalam pembahasannya tentang teori “Media dan Budaya” seperti berikut:

a. The Question of Quality

Perkembangan media massa yang begitu cepat akan berkolerasi dengan budaya yang ada di masyarakat.

b. Communication Technology Effect

Kemajuan teknologi berkembang begitu cepat dan pesat belakangan ini, dimana kemajuan ini dibarengi dengan kecepatan dalam proses penyampaian dan penerimaan informasi.

c. Commodification of Cultures

Tema ini merupakan hasil dari pemikiran kaum marxims yang mencoba mengkritisi media sebagai suatu industri yang menghasilkan kedadaran palsu pada kelas pekerja. Sehingga lahir teori komodifikasi yang menyebutkan bahwa objek komodifikasi dengan memperoleh nilai tukar, daripada hanya memelih nilai guna secara intrinsik.

⁵⁶ Saeful, Asep 2008. *Komunikasi Politik Indonesia*, Bnadung: PT Remaja Rosdakarya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Globalization

Perkembangan teknologi, globalisasi, dan budaya merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Ketika terjadi globalisasi informasi secara besar-besaran diantara publik diseluruh dunia, yang diikuti dengan perubahan budaya.

e. Policy for Cultur diversity

Globalisasi yang tidak dapat dibendung di era informasi seperti ini akan menimbulkan suatu dampak biasanya budaya yang ada didalam masyarakat. Maksudnya adalah tidak adanya pembatas yang nyata antara suatu budaya dengan budaya lain ditengan keberagaman yang ada.

f. Cultural Identity

Media massa sebagai suatu industri yang memproduksi budaya secara massal, ditakutkan akan menimbulkan keracunan budaya, dalam artian, hilangnya batas-batas tegas yang menjadi pagar bagi identitas masing-masing budaya

g. Kinerja media dalam satu pasar akan berpengaruh pada kinerja ditempat lain.

h. Iklan pada media yang khusus akan mendorong keragaman program acara.

oleh sebab itu Detak Sumbar dijadikan sebagai program siaran berita unggulan televisi lokal di Sumatra Barat berdasarkan hasil Polling Lembaga Survei Indonesia (LSI).⁵⁷

10. Meningkatkan Kualitas program Berita Detak Sumbar

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, layanan, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi keinginan dan tujuan.⁵⁸ Lalu *The International Standars Organization* (ISO) berpendapat bahwa kualitas adalah totalitas karakteristik dari produk

⁵⁷ Company Profile Padang Televisi (Power Point) 2015

⁵⁸ Goets & Davis, 1994

atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Kualitas dari program berita Detak Sumbar berdasarkan warning dari KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) untuk sumatra barat cukup baik dibandingkan televisi lokal yang ada didaerah lain yang standart provinsinya sama, misalnya jambi, Bengkulu dan riau.⁵⁹

B. Kajian Terdahulu

Tabel: 2.1 Kajian terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1	Strategi produser dalam meningkatkan rating program music dahsyat	Untuk mengetahui bagaimana strategi produser dalam meningkatkan rating program agar tidak kalah saing dengan program sejenis.	Metode deskriptif kualitatif	Hal yang dilakukan produser dalam meningkatkan rating program musik Dahsyat melalui konten acara yang berbeda untuk setiap harinya dalam satu minggu.	Skripsi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (2011)
2	Strategi Surat kabar harian riau pos dalam meningkatkan kualitas isi berita.	Untuk mengetahui bagaimana strategi surat kabar tersebut dalam meningkatkan kualitas isi berita tersebut	Metode deskriptif kualitatif	Dari hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa surat kabar harian Riau Pos ternyata ‘mampu’ meningkatkan kualitas isi berita ditengah perkembangan	Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi /jurnalistikFakultas Dakwah dan Ilmun Komunikasi UIN Sultasn Syarif kasim, riau (2010)

⁵⁹ Wawancara bersama bpk Dino selaku kepala KPID Sumatra Barat 2016

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			media yang ketat dengan menggunakan berbagai macam strategi baik dari SDM (Sumber Daya Manusia atau sarana dan prasarana.		
3	Strategi Padang Tv Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal	untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Padang TV, dalam mempertahankan eksistensinya sebagai sebuah televisi lokal.	metode kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mempertahankan eksistensiyadalam industri penyiaran lokal, Padang TV menjalankan berbagai strategi diantaranya, 1) Melakukan strategi program TV, 2) Melakukan segmentasi, targetting, dan positioning dalam merebut pasar audien, 3) Pemanfaatan teknologi internet (media baru), 4) Memperbanyak event-event dan program-program off air serta membentuk komunitas penonton. 5) Memperbanyak	Skripsi jurusan ilmu komunikasi Fak. Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Andalas Padang (2014)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			<p>event-event dan program-program off air, 6) Membentuk komunitas penonton padang TV,7) Melakukan strategi pemasaran program, 7)Mendirikan TV anak jaringan di daerah lain 8) Dan hal yang juga sangat berpengaruh terhadap eksistensi Padang TV karena Padang TV berada di bawah naungan Jawa Pos Grup yang merupakan korporasi media terbesar di Indonesia</p>		
4	Strategi Produser Dan Tim Produksi Di Sindo TV Dalam Meningkatkan Kualitas Program Berita Sindo At Noon	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dimiliki produser dan tim produksi pada program berita sindoo at noon yang digunakan untuk meningkatkan	Deskriptif kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dimiliki produser dan tim produksi memang digunakan untuk meningkatkan kualitas. Hasil wawancara dengan produser menunjukkan bahwa strategi</p>	<p>ilmu komunikasi Fak. Ilmu sosial dan Ilmu polotik Universitas Andalas Padang (2014)</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>kualitas program Sindoo at noon. Sehingga dapat melihat peran produser dalam memainkan strategi dan bagaimana strategi itu sendiri yang menghasilkan sebuah kualitas dari program berita yaitu Sindoo at noon.</p>		<p>yang ada adalah penentuan segmentasi acara Sindoo at noon mulai dari menentukan isi segmen awal hingga segmen akhir, dimana semuanya diatur sedemikian rapi agar strategi dapat berjalan dengan baik dalam hal meningkatkan kualitas.</p>
--	---	--	--

Berdasarkan kajian terdahulu di atas, maka terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian penulis antara lain:

1. Lokasi penelitian
2. Teori yang digunakan
3. Objek penelitian
4. Subjek penelitian
5. Hasil penelitian

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah serangkaian konsep dan kejelasan hubungan antar konsep tersebut yang dirumuskan oleh peneliti berdasar tinjauan pustaka, dengan meninjau teori yang disusun dan hasil-hasil penelitian yang terdahulu yang terkait. Kerangka pikir ini digunakan sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti yang diangkat. Atau, bisa diartikan sebagai mengalirkan jalan pikiran menurut kerangka logis (construct logic) atau kerangka konseptual yang relevan untuk menjawab penyebab terjadinya masalah. Untuk membuktikan kecermatan penelitian, dasar dari teori tersebut perlu diperkuat hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan. Detak Sumbar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah program unggulan yang ada di Padang Televisi, dan hal ini tidak terlepas dari bagaimana strategi produser dan juga kerja sama tim menejemen redaksi Padang Televisi yang membantu memproduksi sebuah program berita yang berkualitas. Secara umum dapat dilihat dari gambar berikut ini:

(Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian)

