

**LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN**  
**MEKANISME JURNALISTIK TELEVISI DALAM PRODUKSI SIARAN**  
**BERITA DI METRO TV PALEMBANG**

**Disusun Oleh :**

**ROZIE PRATAMA**

**NIM 151910904**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BINA DARMA**

**2020**

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
 <b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Praktek Kerja Lapangan.....	5
1.3 Manfaat Praktek Kerja Lapangan.....	5
1.4 Tempat dan Waktu Praktek Kerja Lapangan .....	6
1.4.1 Tempat.....	5
1.4.2 Waktu .....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	7

**BAB II****TINJAUAN TEORITIS**

2.1 Definisi Jurnalistik .....	8
2.1.1 Jurnalistik Televisi .....	9
2.2 Definisi Berita .....	11
2.2.1 Ciri-Ciri Nilai Berita .....	13
2.2.2 Unsur Berita .....	13
2.2.3 Jenis – Jenis Berita .....	14
2.3 Mekanisme Jurnalistik Televisi .....	14
2.4 Televisi.....	18
2.4.1 Program Televisi .....	19
2.4.2 Program Siaran berita .....	20
2.5 Definisi Komunikasi .....	21
2.5.1 Proses Komunikasi.....	22
2.5.2 Fungsi Komunikasi .....	24
2.5.3 Tujuan Komunikasi .....	26
2.6 Komunikasi Massa.....	27
2.6.1 Karakteristik Komunikasi Massa .....	28
2.7 Media Massa .....	29
2.7.1 Jenis-Jenis Media Massa.....	30

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Metro TV Secara Umum.....	32
3.1.2 <i>Profile</i> METRO Biro Palembang .....	34
3.1.2 Struktur Organisasi Metro Tv Biro Palembang .....	35
3.2 <i>Profile</i> PT Media Televisi Indonesia METRO TV .....	36
3.3 Logo PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) .....	37
3.3.1 Arti Logo .....	38
3.3.2 Arti Logo Bidang Elips Emas .....	39
3.4 Visi dan Misi PT. Media Televisi Indonesia.....	40
3.4.1 Visi.....	40
3.4.2 Misi .....	40
3.5 Strategi PT. Media Televisi Indonesia.....	41
3.6 Target Pemirsa PT Media Televisi Indonesia .....	42

## **BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN**

4.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan .....	43
4.2 Pokok Kajian.....	45
4.2.1 Mekanisme Jurnalistik Televisi	
Dalam Produksi Siaran Berita.....	45
4.3 Pembahasan.....	46
4.3.1 Proses Pengambilan Gambar sebagai Sarana	

Memperkuat Berita.....	46
4.3.2 Proses Wawancara sebagai Tahap	
Pengumpulan Data Berita .....	48
4.3.3 Proses Penulisan Naskah Berita sebagai Sarana	
Memperjelas Gambar Berita .....	51
4.3.4 Proses Penyajian Berita atau Laporan di Televisi.....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 3.1 Logo Metro TV .....	30
Gambar 4.2 Fit and Propertest Partai PDI.....	49
Gambar 4.3 Wawancara di Loket Bus Lorena .....	49
Gambar 4.4 Wawancara Festival Lampion Suzhou.....	50
Gambar 4.5 Naskah Berita Metro Tv Biro Palembang.....	51
Gambar 4.6 Live Program Siaran Berita WideShot.....	53
Gambar 4.7 Live Program Siaran Berita WideShot.....	54
Gambar 4.8 Live Program Siaran Berita WideShot.....	54
Gambar 4.9 Live Program Siaran Berita Metro TV.....	55
Gambar 4.10 Live Program Siaran Berita Metro TV.....	55
Gambar 4.11 SNG ( Satelit News Gathering .....	56

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi dari manusia lain ke yang lainnya, komunikasi berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Komunikasi terdiri dari bermacam-macam di antaranya adalah komunikasi intrapersonal, interpersonal, komunikasi massa dan lain-lain. Untuk mencapai kemampuan yang efektif dalam melakukan komunikasi diperlukan proses pembelajaran, guna interaksi sosial dalam masyarakat.

Dengan berkembangnya teknologi, maka secara langsung dan tidak langsung teknologi komunikasi pun semakin canggih. Saat ini manusia sudah dapat berkomunikasi dengan menggunakan berbagai macam cara sekalipun terpisah jarak dan waktu. Untuk itu, dikenallah suatu media yang dapat menghantarkan informasi kepada khalayak dengan cepat dan mudah yang biasa kita kenal dengan media massa.

Jenis-jenis media massa yang hadir dalam kehidupan kita saat ini antara lain surat kabar, majalah, televisi, radio, film, dan internet. Namun dari semua media komunikasi yang ada, televisi lah yang mempunyai pengaruh paling besar dalam kehidupan manusia. Televisi dengan cepat menyampaikan informasi baik dari jarak dekat maupun jarak jauh.

Dasar utama teknologi pertelevisian ditemukan oleh Paul Nipkow pada tahun 1884 dengan melahirkan sebuah alat yang dinamakan televisi listrik.

Perkembangan teknologi pertelevisian saat ini sudah semakin pesat dampak siarannya menyebabkan seolah-olah tidak ada lagi batas antara satu Negara dengan Negara lainnya.

Seperti yang disebutkan diatas tujuan dari komunikasi adalah memberikan informasi. Televisi merupakan salah satu yang paling digemari masyarakat, sebab penyampaian informasi menjadi cenderung mudah mengena di masyarakat. Ini dikarenakan, media televisi menggunakan tehnik peyampaian dengan audio (suara), visual (gambar) dan teks (tulisan), sehingga masyarakat dapat lebih mudah memahami, tidak merasa bosan dan terhibur. Kelebihan televisi yang mampu menggabungkan ketiga unsur itulah yang menjadi kekuatan televisi dibandingkan dengan bentuk media yang lainnya.

Secara umum, media elektronik audio visual atau televisi menyampaikan informasi yang ditujukan kepada masyarakat luas. Karena ditujukan kepada masyarakat luas, maka informasi yang disampaikan haruslah informasi yang menyangkut kepentingan masyarakat luas, atau yang menarik perhatian mereka.

Maka stasiun televisi harus mengolah informasi ini melalui proses kerja jurnalistik, informasi yang diolah oleh stasiun televisi melalui proses kerja jurnalistik ini merupakan apa yang selama ini kita kenal sebagai berita. Secara umum, kita dapat menyebutkan bahwa media massa merupakan sarana untuk mengolah peristiwa menjadi berita melalui proses kerja jurnalistik.

Fungsi *Jurnalistik* atau *Pers* merupakan suatu pendukung dalam penyebaran informasi yang diperlukan dalam masyarakat sekaligus merupakan salah satu aspek penting didalam sebuah Media Komunikasi. Perkembangan

masyarakat yang modern menghendaki bahwa tiap-tiap badan dalam masyarakat perlu mengatur hubungannya dengan berbagai lapisan masyarakat agar tercapai hubungan yang serasi dan harmonis. Keadaan masyarakat modern sekarang sudah jauh berlainan dengan masyarakat di zaman-zaman yang lampau. Komunikasi dan informasi yang serba cepat membuat badan-badan dalam masyarakat tergantung satu sama lain. (Bonar dalam bukunya yang berjudul “*Hubungan Masyarakat*”; (1973).

Di Indonesia sendiri kemajuan dalam bidang pertelevisian (broadcast) ditandai dengan banyak bermunculannya stasiun televisi swasta. Namun masih minimnya stasiun televisi yang memfokuskan program acaranya untuk menyajikan informasi berita, banyak dari televisi di Indonesia yang mengutamakan program acara yang merujuk pada hiburan seperti halnya sinetron.

Diantara sekian banyak stasiun televisi swasta, Metro TV merupakan salah satu stasiun televisi yang memusatkan program acaranya pada siaran warta berita yang menyajikan berita dan informasi yang aktual, penting, terpercaya dan menyebarkan informasi mengenai peristiwa terbaru dan perkembangan peristiwa yang sedang terjadi keseluruh pelosok Indonesia. Namun seiring perkembangannya stasiun televisi ini, juga memasukkan unsur hiburan dalam program-programnya meski tetap dalam koridor news.

Penulis mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan praktek kerja lapangan di Metro TV Biro Palembang, penulis memilih Metro TV karna stasiun televisi ini merupakan stasiun televisi pertama yang fokus mengutamakan berita

ketimbang hiburan, memiliki struktur organisasi yang sangat luas dan memiliki biro yang tersebar di setiap propinsi di Indonesia, Palembang salah satunya.

Metro TV adalah perusahaan bergerak dalam media massa yang terlibat dalam kegiatan Jurnalisme yang aktif. Berbagai macam segi jurnalistik ditetapkan oleh Metro TV, dalam memberikan informasi, pemberitaan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai keberadaan pemberitaan, informasi yang dihasilkan, dan kontribusi perusahaan. Tanpa disadari, pihak eksternal telah mengenal perusahaan tersebut, baik melalui informasi yang dihasilkan maupun cara kerja karyawan, sehingga tanpa disadari *image* telah terbentuk, baik pada hasil, maupun pada karyawan.

Berhubungan dengan konsentrasi jurnalistik yang sedang di tempuh oleh penulis, penulis ingin lebih dalam memahami bidang broadcasting dan jurnalistik di Metro TV yang dipandang sebagai stasiun televisi yang memiliki kualitas dalam penyajian dan pemilihan berita di setiap programnya.

Maka dari itu, Penulis memutuskan untuk membuat laporan praktek kerja lapangan (PKL) ini dengan judul **“Mekanisme Jurnalistik Televisi Dalam Produksi Siaran Berita Di Metro Tv Biro Palembang”**.

## **1.2 Tujuan Praktek Kerja Lapangan**

Adapun tujuan dari Praktek Kerja Lapangan ini adalah sebagai berikut :

- (1) Memenuhi persyaratan kurikulum Prodi Ilmu Komunikasi & Konsentrasi Jurnalistik Universitas Bina Darma Palembang.

- (2) Untuk mengetahui proses kerja dalam bidang pertelevisian broadcasting dan jurnalistik di Metro TV Palembang
- (3) Untuk mengetahui proses peliputan jurnalistik televisi di Metro TV Biro Palembang
- (4) Untuk mengetahui proses produksi program acara berita di Metro TV Biro Palembang
- (5) Menanamkan sikap profesionalisme pada mahasiswa agar nantinya siap untuk memasuki dunia kerja
- (6) Menyiapkan data yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas akhir

### **1.3 Manfaat Praktek Kerja Lapangan**

#### 1. Bagi Penulis

- (a) mengetahui proses kerja dalam bidang pertelevisian broadcasting dan jurnalistik.
- (b) mengetahui dan terlibat langsung dalam proses produksi pertelevisian, produksi program acara berita.
- (c) menjadi bahan acuan untuk bisa bertanggung jawab dalam dunia kerja, dan bekerja secara profesionalisme.

#### 2. Bagi Universitas

- (a) Sebagai masukan untuk mengevaluasi efektifitas kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan industri.
- (b) Sebagai masukan untuk penyempurnaan kurikulum di masa mendatang

### 3. Bagi Perusahaan

- (a) Merupakan sarana untuk menjembatani antara stasiun Tv dan Fakultas Ilmu Komunikasi Bina Darma Palembang
- (b) Dapat membantu tugas dan pekerjaan Stasiun TV sehari-hari selama melaksanakan praktek kerja lapangan

## 1.4 Tempat dan Waktu PKL

### 1.4.1 Tempat : Metro TV Biro Palembang

Taman Harapan Indah, Jl. Letda Abdul Rozak No.1, Duku,  
Kec. Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan  
301631.4.2      **Waktu** : 15 Desember 2019 s.d 28  
Februari 2020

## 1.5 Sistematika Penulisan

### **BAB I      PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II      TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian ini, di antaranya teori-teori dasar yang relevan dengan penelitian

sehingga mampu memecahkan permasalahan yang ada dan mencapai tujuan yang di inginkan.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini membahas tentang sejarah perusahaan dari tempat penelitian, menggambarkan secara umum struktur dari perusahaan tersebut.

### **BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN**

Bab ini membahas tentang hasil dari pelaksanaan kegiatan penelitian dan pembahasan tentang hasil dari pelaksanaan kegiatan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memberikan kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan yang telah di diuraikan mengenai mekanisme jurnalistik TV di Metro TV Biro Palembang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Definisi Jurnalistik**

Pengertian Jurnalistik definisi jurnalistik sangat banyak. Namun pada hakekatnya sama, para tokoh komunikasi atau tokoh jurnalistik mendefinisikan berbeda-beda. Jurnalistik secara harfiah, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau hal-hal pemberitaan. Kata dasarnya “jurnal” (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau “jour” dalam bahasa Prancis yang berarti “hari” (*day*) atau “catatan harian” (*diary*). Dalam bahasa Belanda *journalistik* artinya penyiaran catatan harian, istilah jurnalistik erat kaitannya dengan istilah pers dan komunikasi massa.

Pengertian jurnalistik dari berbagai literature dapat dikaji definisi jurnalistik yang jumlahnya begitu banyak, namun jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat mengenai apa saja yang terjadi di

dunia. Apapun yang terjadi baik peristiwa factual (fact) atau pendapat seseorang (opini), untuk menjadi sebuah berita kepada khalayak.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya: “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,” (2003:95) menyebutkan, Jurnalistik adalah teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarkanluaskannya kepada masyarakat’.

Erik Hodgins, redaktur majalah Time seperti yang dikutip Kustadi Suhandang

8

sana dengan benar, seksama dan cepat dalam rangka membela kebenaran dan keadilan berfikir yang selalu dapat dibuktikan. Pemimpin organisasi dan adapun menurut UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers, Pers / Jurnalistik adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Dari beberapa definisi diatas, penulis dapat menyimpulkan secara teknis jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.

### **2.1.1 Jurnalistik Televisi**

Jurnalistik media elektronik audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkauan siaran, kualitas suara, dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima di rumah-rumah. Dramatikal meliputi aspek nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan, aspek dramatik inilah yang tidak dipunyai media massa radio atau surat kabar.

Hal yang merupakan karakteristik dari sebuah televisi adalah News Productionnya yang harus menggunakan bahasa tutur, bahasa gambar, melukiskan tentang gambar dan atau melaporkan tentang gambar. Tentu saja penggunaan bahasa tutur ini sangat banyak implikasinya, terutama karena harus benar-benar sinkron antar gambar dan kata-kata dan atau kalimat.

Jurnalistik televisi ini merupakan kegiatan pengolahan dan penyiaran berita yang dilakukan melalui media televisi. Wartawannya juga tidak semata disebut sebagai jurnalis, mereka adalah broadcaster. Ada produser, peliput lapangan, ada juru kamera, ada editor gambar, dan ada news anchor (penyaji berita).

Jurnalistik televisi terbagi sebagai berikut :

- a) Reporter
- b) Camera Person/Cameraman
- c) Video Jurnalis

Dalam kajian jurnalistik televisi sudah pasti harus ada komitmen eye contact (kontak mata), antara reporter dan anchor (penyaji berita) dengan penonton. Jika diamati, dengan adanya kontak mata, maka proses komunikasi yang terjadi saat penyiaran akan lancar dan berhasil.

Berita televisi haruslah menarik, akurat, harus punya kapabilitas untuk memberikan kesaksian tentang informasi yang diberikan, semua narasumber harus digali informasinya secara seimbang, penulis harus sesuai dengan informasi yang di dapat dari realitas, fakta, dan narasumber.

Namun semakin berkembangnya zaman, maka semakin berkembang juga teknologi, lahirnya budaya televisi (audiovisual) mampu menggeser budaya media cetak. Media televisi membuat khalayak menjadi berkurangnya minat membaca, karena televisi selalu menghadirkan berita sensasional yang dapat memikat daya tarik khalayak.

## **2.2 Definisi Berita**

Definisi *News* (berita) mengandung kata *new* yang berarti baru. Secara singkat sebuah berita adalah sesuatu yang baru yang diketengahkan bagi khalayak pembaca atau pendengar, dengan kata lain, news adalah apa yang surat kabar atau majalah cetak atau apa yang para penyiar beberkan. Menurut beberapa ahli dibidang jurnalistik dan media massa definisi berita beraneka ragam, antara lain :

1. Menurut Spencer : Berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar dari pembaca.
2. Menurut Bleyer : Berita adalah sesuatu yang terasa ( baru ) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena itu ia

dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena berita dapat menarik pembaca - pembaca tersebut.

3. Menurut Maulsby : Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.
4. Menurut Hepwood : Berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting yang dapat menarik perhatian umum.
5. Menurut Assegaf : Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa ( baru ), yang dipilih oleh staff redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa, entah karena pentingnya, atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi – segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan.
6. Menurut Wahyudi : Berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan melalui media massa periodik.
7. Menurut Syarifuddin : Berita adalah suatu laporan kejadian yang ditimbulkan sebagai bahan yang menarik perhatian publik media massa.

Dari definisi-definisi di atas, penulis menyimpulkan pada prinsipnya berita merupakan laporan kejadian atau peristiwa atau pendapat yang menarik dan penting disajikan secepat mungkin kepada masyarakat luas. Menulis berita bukan

sekedar mencurahkan isi hati, sebuah berita harus dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, aktual, dan informatif.

### **2.2.1 Ciri-Ciri Nilai Berita**

Di antaranya adalah :

1. Objektif: berdasarkan fakta di sesuaikan dengan peristiwa tidak melebih-lebihkan, dan tidak memihak pada pihak manapun.
2. Berita itu tidak biasa : berita yang memang menarik banyak perhatian masyarakat dan tidak monoton.
3. Aktual: berita harus terbaru, belum "basi" atau sebuah kejadian yang baru terjadi.
4. Luar biasa: besar, aneh, janggal, tidak umum.
5. Informatif : berita yang benar-benar bisa menjadi informasi yang bermanfaat
6. Human interest : memberitakan tentang profile seorang tokoh atau bisa juga seseorang yang berdampak baik.
7. Penting: berpengaruh atau mempunyai dampaknya bagi orang banyak menyangkut orang penting/terkenal.

### **2.2.2 Unsur Berita**

- (1) *What* – Apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa pada sebuah berita?
- (2) *Who* – siapa yang terlibat di dalam peristiwa pada berita tersebut?
- (3) *Where* – di mana terjadinya peristiwa dalam berita tersebut?
- (4) *When* – kapan terjadinya peristiwa dalam berita tersebut?
- (5) *Why* – mengapa peristiwa itu terjadi?
- (6) *How* – bagaimana terjadinya peristiwa itu dalam sebuah berita?

### 2.2.3 Jenis – Jenis Berita

Pada umumnya berita dapat dikategorikan menjadi empat bagian yaitu :

1. *Hard News* (berita berat) merupakan berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi.
2. *Soft News* (berita ringan) merupakan berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. Berita ini sering kali juga disebut dengan feature.
3. *Investigative Reports* atau disebut juga laporan penyelidikan (investigasi) merupakan jenis berita yang eksklusif. Datanya tidak bisa diperoleh di permukaan, tetapi harus berdasarkan penyelidikan.
4. Warta berita (*straight news*) merupakan terjemah dari straight newscast atau spot newscast atau spot news, yaitu jenis berita yang merupakan laporan tercepat mengenai suatu peristiwa yang terjadi di masyarakat.

### 2.3 Mekanisme Jurnalistik Televisi

Berkembangnya jurnalistik televisi, jurnalistik di televisi muncul sebagai suatu laporan audiovisual dengan format film cerita. Materi tetap berupa fakta dan sama sekali tidak dimainkan kembali atau direkayasa seperti dalam doku drama. Namun, materi visual dari kejadian disusun sedemikian rupa dan diceritakan seperti sebuah film, sentuhan-sentuhan perasaan terjadi karena gambar peristiwa yang diambil lewat kamera sangat diperhatikan kontinuitas dan sudut

pengambilannya. Jadi, urutan peristiwa dan sajian gambar sungguh-sungguh menyentuh perasaan.

Sajian jurnalistik di televisi memerlukan bahan yang sangat lengkap, seperti rangkaian kejadian, wawancara dengan pelaku peristiwa, bahan-bahan penunjang yang lain, dan gaya narasi yang indah dan menyentuh.

Teknik reportase atau teknik peliputan berita merupakan hal mendasar yang perlu dikuasai para jurnalis. Namun, membahas teknik peliputan, berarti juga membahas bagaimana cara media bekerja, sebelum mereka memutuskan untuk meliput suatu acara, kegiatan atau peristiwa.

### **1. Rapat Redaksi**

1. Untuk mengkoordinasikan kebijakan redaksi dan liputan.
2. Untuk menjaga kelancaran komunikasi antar staf redaksi (komunikasi antara reporter, juru kamera, staf riset, redaktur, dan sebagainya).
3. Untuk memecahkan masalah yang timbul sedini mungkin (potensi hambatan teknis dalam peliputan, keterbatasan sarana/alat untuk peliputan, keamanan dalam peliputan, dan sebagainya)
4. Untuk menghasilkan hasil liputan yang berkualitas.

### **2. Peliputan di lapangan**

Setelah rapat redaksi selesai, para wartawan yang telah ditunjuk harus "turun ke lapangan" untuk mencari data sebanyak mungkin yang berhubungan dengan tema tulisan yang telah ditetapkan. Pihak yang menjadi objek peliputan disebut narasumber. Narasumber ini bisa berupa manusia, makhluk hidup selain

manusia, alam, ataupun benda-benda mati. Jika narasumbernya manusia, maka peliputan tersebut bernama wawancara.

Dalam dunia jurnalistik, wawancara adalah salah satu hal yang harus dilakukan seorang jurnalis untuk mengumpulkan data dan fakta suatu peristiwa untuk penulisan berita.

Fakta mengandung unsur 5W + 1 H :

What (apa), Who (siapa), Where (dimana), When (kapan), Why (mengapa), How (bagaimana).

### **3. Penulisan Naskah Berita**

Dalam elemen audio (suara) terkandung unsur penulisan (naskah) yang menggunakan prinsip-prinsip pemikiran verbal, oleh karena itu meskipun dalam media audio visual, unsur visual yang dominan, namun unsur verbal diperlukan untuk penyusunan naskah audionya. Naskah itu dapat menambah informasi atau kejelasan dari liputan visual yang muncul, jadi didalam jurnalistik televisi atau sebetulnya pada program televisi elemen audio diperlukan sebagai pelengkap informasi dari tayangan visual.

Yang lebih penting bagaimana menyusun dan menyajikan tayangan visual sehingga dengan menyaksikan visual saja penonton seolah-olah dibawa untuk menyaksikan peristiwa yang terjadi, jurnalistik televisi bertolak dari orientasi audio visual oleh sebab itu apa yang dilaporkan oleh reporter adalah berita atau informasi untuk mata dan telinga.

Penulis naskah berita perlu menghindari :

- a) angka-angka pecahan

- b) gelar-gelar yang panjang atau huruf ditengah nama
- c) Kalimat-kalimat panjang perlu juga dihindari

Beberapa ahli berpendapat penulisan berita atau informasi di televisi tidak tepat apabila menggunakan kalimat-kalimat panjang, idealnya setiap kalimat terdiri dari tidak lebih dari 15 kata, masalahnya bukan sekadar jumlah kata, melainkan kalimat yang panjang biasanya kesatuan pikirannya akan menjadi kabur. Oleh karena itu, yang penting menyusun kalimat dengan urutan logis satuan pikiran yang mengalir dengan runtut dari awal sampai akhir.

#### **4. Sajian Berita atau Laporan di Televisi**

Dalam hal ini hasil laporan yang dilakukan oleh reporter dan juru kamera televisi menjadi bahan utama dalam penyusunan berita. Oleh karena itu kehadiran reporter di tempat kejadian dirasa memberikan nilai lebih dan daya tarik yang kuat pada berita yang disampaikan. Dalam hal ini dikenal sistem ROSS dengan penyaji berita yang disebut newscaster karena ia juga pencari, penyeleksi, pengolah, dan penyusun berita.

ROSS singkatan dari:

1. *Reporter on the spot and on the screen :*

Reporter berada dilokasi kejadian dan muncul di televisi melaporkan sendiri kejadian itu.

2. *Reporter on the spot and off the screen :*

Reporter berada ditempat kejadian, tetapi gambarnya tidak muncul dilayar, hanya suaranya atau laporannya yang dibacakan.

3. *Reporter off the spot and on the screen :*

Reporter tidak berada ditempat kejadian, tetapi sebagai redaksi yang menyusun dan menyampaikan laporan dari sumber. Sumber berita lewat telepon, telex, facsimile dan muncul dilayar televisi.

4. *Reporter off the spot and off the screen :*

Reporter tidak berada di tempat kejadian dan tidak muncul dilayar televisi.

## 2.4 Televisi

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu tele (bahasa Yunani) yang berarti jauh, dan visi (videre berasal dari bahasa Latin) yang berarti penglihatan. Dengan demikian televisi yang dalam bahasa Inggrisnya *television* diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah penerima.

Pengertian televisi menurut Effendy dalam buku kamus komunikasi, (2003 :361) adalah media komunikasi jarak jauh dengan penayangan gambar dan pendengaran suara, baik melalui kawat maupun secara elektromagnetik tanpa kawat.

Sedangkan dalam buku Komunikasi Massa karangan Elvirano Ardianto, M. Si, Lukiat Komala, M Si, dan Siti Karlinah, M. Si, (2007:134) dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan

manusia. Televisi mengalami perkembangan secara dramatis, terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi dirumah dengan menggunakan wirelesscable yang membuka tambahan saluran televisi bagi pemirsa.

Dari definisi-definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa televisi merupakan media yang dapat melihat dari jauh. Melihat dari jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dan dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah penerima (televiiset).

#### **2.4.1 Program Televisi**

Kata "*program*" itu sendiri berasal dar bahasa inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah "*siaran*" yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.

Menurut kamus WJS Purwodarminto, pengertian program adalah acara, sementara kamus *Webster International volume 2* lebih merinci lagi, yakni program adalah suatu jadwal (*schedule*) atau perencanaan untuk ditindaklanjuti dengan penyusunan "butir" siaran yang berlangsung sepanjang siaran itu berada di udara. (Soenarto, 2007 : 1)

Dari pengertian diatas, peneliti memahami bahwa program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran/ stasiun televisi untuk

memenuhi kebutuhan audiencenya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu televisi atau radio.

#### **2.4.2 Program Siaran berita**

Yaitu program acara yang berisikan tayangan liputan berita – berita peristiwa terkini dan juga informasi lainnya seperti berita politik, budaya, kriminal, lalu lintas, olahraga, dan juga perkiraan cuaca yang dimana semua itu untuk disampaikan kepada audiens.

Program acara berita atau news program dibagi kedalam dua jenis yaitu :

1. *Hard News* : segala berita atau informasi yang penting dan menarik yang baru saja terjadi atau sedang terjadi yang harus segera langsung disiarkan karena sifat berita tersebut ialah harus segera diketahui oleh audiens.
2. *Soft News* : segala informasi atau berita peristiwa yang penting dan menarik serta ringan beritanya dan berita tersebut tidak harus segera disampaikan atau ditayangkan kepada audiens.

#### **2.5 Definisi Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *sama makna*. Jadi kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi

atau berlangsung selama ada kesamaan dan adanya hubungan timbal balik diantara kedua orang tersebut (Effendy, 2009: 9).

Berdasarkan dari definisi di atas, dapat dijabarkan bahwa komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) kepada orang lain (komunikan) bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku orang lain).

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya “Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik”, atau terlalu luas, misalnya “Komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikannya.

Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang dan atau diantara dua atau lebih dengan tujuan tertentu, sehingga dapat tercipta dengan baik apabila terjadi persamaan persepsi.

### **2.5.1 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Untuk melihat unsur-unsur komunikasi berikut beberapa unsur komunikasi menurut Cangara (2004):

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source, sender, atau encoder*.

#### 1. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam istilah asing pesan diterjemahkan dengan kata *message, content, atau information*.

#### 2. Media

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Saluran atau media komunikasi terbagi atas media massa dan media nir-massa. Nir-massa merupakan komunikasi tatap muka sedangkan media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan secara massal.

#### 3. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

#### 4. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. (Cangara, 2004:21-25).

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas, merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut tersebut oleh para ahli komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus.

Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu :

#### 1. Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis symbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu *system* kode verbal.

#### 2. Komunikasi *non verbal*

Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi *non verbal* mencakup semua rangsangan (kecuali rangsang verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Mulyana, 2000 : 237)

Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif ( sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya ) proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antara manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

### **2.5.2 Fungsi Komunikasi**

Menurut Onong U. Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek", menyatakan fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*) yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran, dan tingkah laku orang lain. serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain
2. Mendidik (*to educate*) yaitu sebagai sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertaint*) yaitu komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain
4. Mempengaruhi (*to influence*) yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikandan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy,1997;36)

Fungsi komunikasi adalah untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang akan tetapi dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang dengar (audiovisual), menyebabkan fungsi media massa telah mengalami banyak perubahan.

(hafied, 2011: 61)

Bila dilihat dari fungsi komunikasi yang telah dikemukakan diatas bahwa komunikasi tidak dapat dilepaskan dan memegang peranan penting dalam kehidupan manusia sehari-hari terutama dalam lingkungan kehidupan bermasyarakat.

### **2.5.3 Tujuan Komunikasi**

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain :

1. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasive bukan memaksakan kehendak.
2. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
3. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang

dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.

## **2.6 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Rakhmat, (2009 : 188) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner dalam Rakhmat, (2009 : 188) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut Rakhmat (Rakhmat, 2009 : 189) komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Dari definisi diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi massa itu pada dasarnya adalah proses penyampaian informasi yang menggunakan atau melalui media massa sebagai alat komunikasi yang pesannya ditujukan kepada khalayak luas.

### **2.6.1 Karakteristik Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi massa terdapat juga ciri-ciri khusus yang seperti yang dikatakan oleh Severin dan Tankard Jr dikaitkan dengan pendapat Devito, maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya, ciri-cirinya sebagai berikut :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator, dengan kata lain perkataan komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkan.

2. Komunikasi pada komunikasi massa melembaga

Yakni suatu institusi atau organisasi, oleh karena itu komunikatornya melembaga, mempunyai lebih banyak kebebasan.

3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Media ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, tidak ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri ini merupakan yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.

5. Komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi adalah khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen dalam keberadaannya secara terpecah-pecah, dimana satu sama lain tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak

pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal, jenis kelaminnya, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman hidup, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan sebagainya. (Effendy, 1984 : 23-24)

Mengenai karakteristik komunikasi Massa Wright berpendapat sebagai berikut:

“Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang kreatif, besar, heterogen dan anonim. Pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks melibatkan biaya besar” (Rakhmat, 1992: 189)

## **2.7 Media Massa**

Menurut Hafied Cangara (2006:122) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Istilah media massa merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekedar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh warga masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain. (NuraniSoyomukti,2010:198)

Dari definisi diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa media massa merupakan pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, buku, film, internet, dll.

### **2.7.1 Jenis – Jenis Media Massa**

Menurut buku pengantarilmu komunikasi (Nurani, 2010 :200)

Terdapat jenis-jenis media massa, yaitu :

1. Media Cetak, yang contohnya adalah surat kabar.

Yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. adalah iklan dan Pesan yang disampaikan memuat unsur
2. reproduksi utama : simbol verbal gambar dan warna
3. Relatif nyaman, mudah dibawa kemana-mana
4. Unsur urnpan balik yang ada juga bersifat verbal
5. Sumber kehidupan industri media cetak penjualan

2. Media audio, misalnya adalah radio.

Yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Unsur reproduksinya adalah suara
2. Secara relatif bisa dibawa kemana-mana
3. Tidak bisa dinikmati berulang-ulang alias tidak dapat didengar kernbali
4. Pesan bersifat serempak
5. Proses komunikasinya menggunakan unsur umpan balik, baik verbal dan non verbal.

### 3. Media audio-visual, misalnya Televisi.

Yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Unsur reproduksinya bersifat verbal, gambar, warna, suara dan gerakan.
2. Tidak *portable* karena tidak bisa dibawa kemana-mana
3. Pesan tidak bisa diulang karena tampilan pesan sekilas sehingga cepat berlalu.
4. Bersifat serempak

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **3.1 Sejarah Metro TV Secara Umum**

METRO TV adalah televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000, METRO TV merupakan salah satu

anak perusahaan dari MEDIA GROUP yang di miliki oleh Surya Paloh. Surya Paloh merintis usahanya di bidang pers sejak mendirikan surat kabar harian PRIORITAS, yang di bredel oleh pemerintah pada tanggal 29 Juni 1987 karena dinilai terlalu berani.

Pada tahun 1989, dia mengambil alih Media Indonesia, yang kini tercatat sebagai surat kabar dengan oplah terbesar setelah Kompas di Indonesia. Oleh karena kemajuan teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik. METRO TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, METRO TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya guna mencerdaskan bangsa. METRO TV terdiri dari 70% berita (*news*), yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita (*non news*) yang edukatif.

METRO TV dapat di tangkap secara teresterial di 280 kota yang tersebar di tanah air Indonesia yang di pancarkan dari 52 transmisi, mungkin tantangan terbesar bagi perusahaan pada tahap awal adalah kebutuhan untuk membangun

bulan. Meskipun ini adalah kerja keras pengalaman yang diperoleh sangat berharga dalam membangun tim yang solid *profesional* berpengalaman yang sudah diuji di bawah tantangan kondisi.

Perusahaan ini telah membawa gelombang baru dari gaya hidup dan kualitas program hiburan alternatif untuk melengkapi dominasinya di sektor berita industri. Ia telah merintis perspektif baru dan program *satu-of-a-kind* yang unik sekaligus meningkatkan cara informasi disajikan. produksi canggih dan bergaya dari METRO TV telah meniupkan kehidupan baru ke dalam industry pertelevisian, bahkan pemirsa paling cerdas memiliki pilihan melihat tidak ada duanya.

Keinginan untuk menjadi yang terbaik *drive* antusiasme perusahaan dan pendekatan multi-dimensi kebutuhan pemrograman. Ke depan untuk 2006, visi perusahaan adalah memiliki saat itu mencapai peringkat nomor satu untuk kualitas dan pengiriman berita serta tingkat loyalitas yang sangat tinggi dari kedua pemirsa dan pengiklan.

Perusahaan juga mengambil tanggung jawab perusahaan terhadap pemegang saham dan karyawan serius, meskipun konsisten dalam berkendara ke depan untuk mencapai tingkat yang signifikan pertumbuhan, keuntungan, untuk meningkatkan aset, kesejahteraan dan kualitas hidup karyawan METRO TV tetap penting.

Selain secara *ereksterial*, siaran METRO TV dapat tangkap melalui televisi kabel diseluruh Indonesia, melalui satelit Palapa 2 ke seluruh Negara – Negara ASEAN, termasuk di Hongkong Cina selatan India, Taiwan, Makau, Papua New Guinea, dan sebagian Australia serta Jepang. METRO TV juga memilii 19 buah mobil satelit untuk dapat menayangkan secara *live* kejadian – kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa 12 Buah mobil

SNG (*Satelit News Gathering*) dan 7 Buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*).

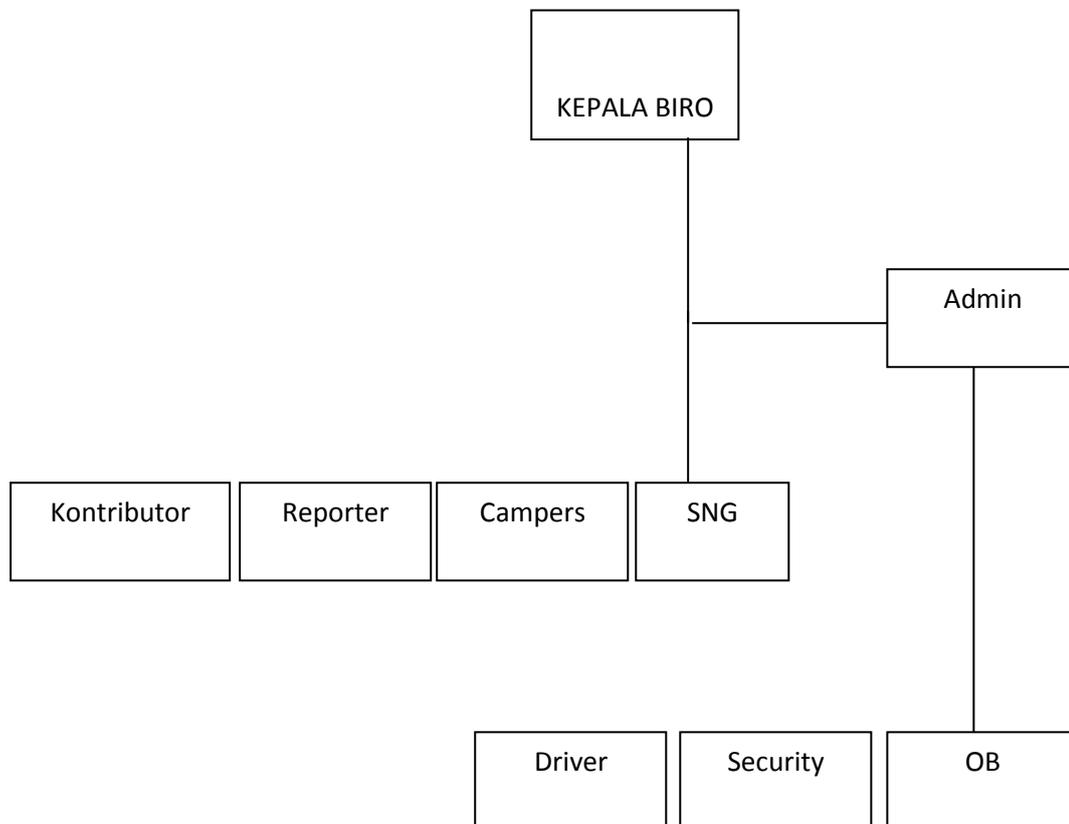
### **3.1.2 Profile METRO Biro Palembang**

Metro Tv Biro Palembang berdiri sejak 12 Desember 2012. Ini merupakan perwakilan yang berpusat di Jakarta, dan salah satu dari 7 (tujuh) Kantor Biro Metro Tv yang akan di seluruh Indonesia. Metro Tv Biro Palembang sendiri membawahi 5 (lima) Provinsi di sembangsel yaitu Sumsel, Lampung, Jambi, Bengkulu, dan Bangka Belitung. Dengan jumlah Team Liputan Organik dan 14 Kontributor.

Satu-satunya TV di Sumsel yang dilengkapi dengan Satelit News Gathering. Dengan adanya Satelit News Gathering itu membuat penayangan secara langsung berita yang diliputi di suatu daerah seperti Kejadian Peristiwa Pembakaran Polres OKU, Pembakaran Polsek Muara Rupit di Kab. Musi Rawas Utara, Pembakaran Lahan di Jambi, Pencarian Pesawat Air Asia Hilang di Belitung. Tidak hanya berita peristiwa Metro TV Biro Palembang juga menyiarkan secara langsung kegiatan atau event tahunan di wilayah Sumatera Bagian Selatan.

Dengan adanya kantor Biro Metro TV di beberapa wilayah Indonesia, dapat memberikan informasi cepat komprehensif dari berbagai wilayah di Indonesia.

### 3.1.3 Struktur Organisasi Metro Tv Biro Palembang



1. Kepala Biro : bertugas mengarahkan tugas dan tanggung jawab sejumlah wartawan, menentukan topik berita, dan memastikan proses peliputan crew sesuai tuntutan kantor pusat.
2. Admin : bertugas membuat proposal dan laporan seperti kegiatan live dan kegiatan kantor,serta melakukan negosiasi atau penjelasan kepada pihak-pihak terkait
3. Kontributor : bertugas mencari berita teraktual di daerah peliputan masing-masing, menulis naskah hasil liputan dan mengirimkan file hasil liputan ke kantor biro

4. Reporter dan Campers : bertugas melakukan peliputan di lapangan baik secara live maupun tapping
5. SNG : bertugas melakukan persiapan live, menghubungkan sinyal satelit ke kantor pusat dan tim lapangan dengan tim pusat serta mengoperasikan SNG selama live berlangsung.
6. Driver : bertugas mengantarkan reporter dan campers ke lokasi peliputan
7. Security : bertugas menjaga keamanan kantor serta ikut menjaga keamanan ketika live berlangsung
8. OB : bertugas menjaga kebersihan kantor, dan menjaga serta merawat peralatan kantor

### **3.2 Profile PT Media Televisi Indonesia METRO TV**

Profil perusahaan merupakan identitas perusahaan dimana didalamnya terdapat kejelasan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Alamat : Jl. Pilar Mas Raya Kav A – D, Kedoya, Kebon Jeruk Jakarta 11520

Telepon : (021) 58300077 (*Hunting*)

Fax : (021) 58300066 (*General*)

(021) 58302139 (*Redaksi*) 5

(021) 5816216 (*PR &Publicity*)

*Email* : webmetro@metrotvnews.com

*Website* : www.metrotvnews.com

Slogan : METRO TV Knowledge To Elevate

### 3.3 Logo PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Setiap perusahaan memiliki logo sebagai simbol dari identitas diri perusahaan agar dapat dikenal oleh masyarakat. Demikian pula dengan PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) memiliki logo dengan ciri khas tertentu.

Ciri khas METRO TV adalah simbol bidang elips emas kepala burung elang, dipertegas dengan Huruf M,E,T,R,,T,V berwarna biru seperti tampak dalam gambar 1.10 Berikut ini adalah gambar logo PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) :



**Gambar : 3.1 Logo Metro TV**

#### 3.3.1 Arti Logo

Logo METRO TV dirancang tampil dalam citraan tipografis sekaligus kecitraan gambar. Oleh karena itu komposisi visualnya gabungan antara tekstual

(diwakili huruf – huruf : M-E-T-R-T-V) dengan visual (Diwakili simbol bidang elips emas kepala burung elang). Elips emas dengan kepala burung elang pada posisi huruf “O” dengan pertimbangan kesamaan stuktur huruf “O” dengan elips emas, dan menjadi pemisah bentuk – bentuk teks M-E-T-R dengan T-V. Hal itu mengingat,dirancang agar pelihat akan menangkap dan membaca sekaligus melafalkan METR-TV sebagai METRO TV.

Logo MERTO TV dalam kehadirannya secara visual tidak saja dimaksudkan sebagai simbol informasi atau komunikasi METRO TV secara institusi, tetapi berfungsi sebagai sarana pembangunan *image* yang tepat dan cepat dari masyarakat terhadap institusi METRO TV.

Melalui tampilan logo.Masyarakat luas mendapatkan gerbang masuk, mengenal, memahami, serta meyakini visi, misi serta karakter METRO TV sebagai institusi. Logo METRO TV dalam rancang rupa bentuknya berlandaskan pada hal – hal berikut :

- Sempel (Tidak Rumit)
- Memberi kesan global dan modern
- Menarik dilihat dan mudah diingat
- Dinamis dan Lugas
- Berwibawa namun Familiar
- Memenuhi syarat – syarat teknis dan estesis untuk aplikasi print, elektronik dan filmis.
- Memenuhi syarat teknis dan estesis untuk metamorfosis dan animatif.

### **3.3.2 Arti Logo Bidang Elips Emas**

Sebagai latar dasar teraan kepala burung elang, merupakan proses metamorphosis atas beberapa bentuk, yaitu :

a. Bola Dunia

Sebagai simbol cakupan yang global dari sifat informasi, komunikasi dan seluruh kiprah operasional institusi METRO TV.

b. Telur Emas

Sebagai simbol *Bold* yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol kesempurnaan dan merupakan *image* suatu bentuk (institusi) yang secara struktur kokoh, akurat, dan artistik sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.

c. *Elips*

Sebagai simbol citraan lingkaran (*ring*) benda planet, tampil miring kekanan sebagai kesan bergerak, dinamis. Lingkaran (*ring*) planet sendiri sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit sesuatu yang erat berkaitan dengan citraan dunia elektronik dan penyiaran.

d. Elang

Simbol kewibawaan, kemandirian, keluasaan penjelajahan dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam, tangkas namun penuh keanggunan gerak hidupnya anggun.

### **3.4 Visi dan Misi PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)**

#### **3.4.1 Visi**

Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dengan stasiun televisi lainya dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

### **3.4.2 Misi**

Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika. Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas. Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawanya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

### **3.5 Strategi PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)**

Secara keseluruhan untuk selalu tampil ke depan sebagai televisi terbaik yang mampu mengatasi gejolak pasar, perhatian METRO TV sangat dicurahkan kepada:

1. Peningkatan dan pendayagunaan sarana operasi dan teknologi sehingga dapat memberikan berbagai kemudahan dan kenyamanan bagi pemilik pesawat televisi.
2. Penyajian program yang menarik dan memuaskan sesuai dengan kebutuhan pemirsa baik berupa hiburan, pengetahuan, informasi aktual dan akurat, serta

pengembangan kreativitas untuk melahirkan program-program acara baru yang menarik, memuaskan pemirsa dan dapat dipertanggung jawabkan.

3. Pemasaran iklan yang menunjang biaya operasional dengan tetap memperhatikan kepentingan masyarakat luas.

4. Peningkatan peran, kompetensi dan profesionalisme sumber daya manusia, melalui program pelatihan dan pemeliharaan motivasi kerja karyawan melalui berbagai perlindungan dan kesejahteraan.

5. Pengembangan usaha yang tetap berorientasi kepada kepentingan masyarakat baik berupa penyajian program hiburan, informasi dan pengetahuan serta program-program sosial.

### **3.6 Target Pemirsa PT Media Televisi Indonesia (METRO TV)**

METRO TV merupakan jaringan TV swasta nasional pertama di Indonesia yang menyajikan tayangan berita sebagai tayangan utama dalam penyiarannya, dengan rata-rata sekitar 70% tayangannya bersifat berita (*News*) dan memiliki persentase 30% tayangan non berita (*non news*). Sasaran pemirsa METRO TV adalah semua lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi berita yang hangat yang sedang menjadi pemberitaan di masyarakat.

Program METRO TV dirancang untuk mengakomodasi keluarga yang berpenghasilan menengah ke atas (target pemirsa AB 20+). Susunan program METRO TV hampir semua menyuguhkan tayangan berita yang dalam produksinya hampir semuanya dilakukan atau diproduksi sendiri. METRO TV memusatkan upayanya pada peningkatan kualitas produksi lokal, sementara di

saat yang sama secara selektif memperoleh hak untuk menyiarkan *content* asing, yang diyakini METRO TV sesuai dengan selera lokal.

#### **BAB IV**

#### **PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN**

#### 4.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan dimulai pada tanggal 1 Januari 2020 sampai dengan 28 Februari 2020. Waktu pelaksanaan PKL sudah berdasarkan prosedur yang telah ditentukan, yaitu sesuai dengan jam kerja Metro TV Biro Palembang. Adapun kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Kegiatan yang dilakukan penulis selama PKL berlangsung

No	Hari/Tanggal	Kegiatan
1	Rabu, 15 Januari 2020	Mempelajari tehnik-tehnik mengedit berita
2	Kamis, 16 Januari 2020	Mengikuti peliputan pemantauan ujian nasional di SMK Negeri 4 Palembang, dan belajar membuat naskah berita dari hasil liputan.
3	Jum'at, 17 Januari 2020	Mengikuti peliputan pemantauan kenaikan harga tiket bus LORENA menjelang bulan ramadhan dan lebaran.
4	Selasa, 21 Januari 2020	Mempelajari tehnik-tehnik mengambil gambar, dan komposisi gambar dengan kamera.
5	Rabu, 22 Januari 2020	Mengikuti live program siaran berita di sekitar lingkungan kantor Metro TV dan

		Mempelajari proses editing berita.
6	Kamis, 23 Januari 2020	Mengikuti peliputan pemantauan kenaikan harga sembako menjelang bulan ramadhan di pasar cinde Palembang dan belajar mengambil gambar di lokasi peliputan
7	Jum'at, 24 Januari 2020	Mengikuti live program siaran berita di benteng kuto besak Palembang, dan mengikuti peliputan boxing di PSCC Palembang.
8	Selasa, 28 Januari 2020	Mengikuti peliputan simulasi ujian nasional menggunakan system CBT, di SMP Negeri 1 Palembang, dan belajar mengambil gambar di lokasi peliputan
9	Jum'at, 1 Februari 2020	Mengikuti peliputan unjuk rasa memperingati hari buruh nasional, dan mengikuti live program siaran berita di simpang 4 lampu merah jalan radial.
10	Sabtu, 2 Februari 2020	Mengikuti live program siaran berita di sekitar lingkungan kantor Metro TV dan Mempelajari proses editing berita.
11	Selasa, 5 Februari 2020	Mengikuti peliputan pasca pemberhentian sementara PSSI ke kantor manajemen Sriwijaya FC di komplek PS Mall dan Mess

		Sriwijaya FC di sekip.
12	Rabu, 6 Februari 2020	Mengikuti peliputan pemantauan harga tiket menjelang hari libur di stasiun kertapati Palembang.
13	Kamis, 7 Februari 2020	Mengikuti peliputan kedatangan Kemendagri di KPU sumsel jakabaring Palembang.
14	Jum'at, 8 Februari 2020	Mengikuti peliputan dampak pemberhentian sementara PSSI di kantor manajemen Sriwijaya FC Palembang.
15	Sabtu, 9 Februari 2020	Mengikuti peliputan hiburan di festival lampion Suzhou di stadion PS Palembang.
16	Selasa, 12 Februari 2020	Mengikuti peliputan di lapas wanita Palembang dan belajar membuat naskah hasil liputan.
17	Rabu, 13 Februari 2020	Mengikuti peliputan Fit dan Propertest Partai PDI di hotel aston Palembang.
18	Kamis, 14 Februari 2020	Mengikuti peliputan lonjakan penumpang hari libur di bandara sultan Mahmud badarudin II Palembang.
19	Jum'at, 15 Februari 2020	Mempelajari teknik-teknik pembuatan naskah berita dan Mempelajari proses editing berita.

20	Sab'tu 16 Februari 2020	Mengikuti live program siaran berita editorial media local di kambang iwak Palembang, dan mengikuti peliputan audisi band yang diadakan Partai Nasdem.
----	----------------------------	--

## 4.2. Pokok Kajian

### 4.2.1 Mekanisme Jurnalistik Televisi dalam Produksi Siaran Berita

Dalam mekanisme jurnalistik televisi sangat penting memperhatikan aspek – aspek penting dalam cara kerja jurnalisnya, karna televisi menjadi sarana penyaji informasi kebenaran dan akurasi informasi, ialah menjadi penyampaian nilai-nilai atraktif. Peliputan berita adalah proses pengumpulan data dan informasi di lapangan yang dilakukan wartawan atau jurnalis. Proses ini bisa berupa pemantauan langsung dan pencatatan suatu peristiwa yang terjadi atau juga wawancara dengan sejumlah narasumber. Dalam peliputan umumnya jurnalis televisi melakukan perekaman atau pengambilan gambar dalam penyiaran televisi, peliputan umumnya dilakukan dengan kamera video yang merekam jalannya peristiwa. Dalam pelaksanaan peliputan berita, wartawan televisi hendaknya memiliki kesiapan mental serta sarana dan prasarana yang mendukung proses peliputan.

Dalam pembuatan program berita diperlukan berbagai element untuk dapat ditayangkan dan disebarluaskan kepada masyarakat luas. Beberapa element pokok

yang menjadikan suatu program berita bisa tayang adalah produser, koordinator liputan, reporter, kameraman dan editor.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Proses Pengambilan Gambar sebagai Sarana Memperkuat Berita**

Sebagai produk teknologi tinggi yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak kepada khalayak, proses pengambilan gambar di lapangan oleh jurnalis televisi di Metro TV Biro Palembang sudah memenuhi standar media audio visual atau media televisi. dilihat dari kualitas gambar yang dihasilkan dinilai sudah cukup baik, kamera menjadi mata pemirsa dalam melihat kejadian, dan dalam setiap pengambilan gambar hal-hal yang di anggap penting selalu menjadi sorotan kameraman atau camera person.

Pengambilan gambar yang terdiri dari :

1. LONG SHOT atau LS yang menunjukkan keseluruhan tubuh dari kepala sampai kaki.
2. VERY LONG SHOT atau VLS menunjukkan orang yang berada di tengah lingkungan sekitar. Dalam ukuran VLS ini lingkungan di sekitar orang itu terlihat lebih dominan. VLS akan menampilkan panorama yang memenuhi layar.
3. WIDE ANGLE atau sudut lebar adalah ukuran pengambilan gambar yang memasukkan keadaan sekeliling, jadi sudut lebar akan memberikan pandangan atas keseluruhan keadaan.

4. MEDIUM LONG SHOT atau MLS yang menunjukkan mulai dari bagian kepala sampai tepat dibawah lutut.
5. MID SHOT atau MS, yang menunjukkan mulai bagian kepala sampai pinggul. Ukuran MS berfungsi untuk menunjukkan siapa yang sedang melakukan aksi itu
6. MEDIUM CLOSE UP atau MCU, menunjukkan mulai bagian kepala sampai bahu. Ini merupakan standar pengambilan gambar dalam wawancara
7. CLOSE UP atau CU, memperlihatkan bagian kepala. Dalam merekam suatu gambar subjek yang ditengah melakukan aksi, maka CU berfungsi untuk memfokuskan sebuah aksi yang tengah dilakukan. Gambar CU merupakan elemen utama gambar televisi
8. BIG CLOSE UP atau BCU, menunjukkan gambar wajah yang memenuhi layar televisi. BIG CLOSE UP dan seterusnya, sementara ini stasiun televisi televisi tidak menggunakan ukuran yang terlalu detail semacam itu.( Morissan, MA. 2008, 97)

#### **4.3.2 Proses Wawancara sebagai Tahap Pengumpulan Data Berita**

Tugas jurnalis khususnya jurnalis di Metro TV Biro Palembang tidak bisa dilepaskan dari kemahiran wawancara, karena apapun peristiwanya, seorang jurnalis memerlukan bermacam-macam informasi untuk melengkapi hasil pengamatannya terhadap fakta yang diliputnya. Dari berita-berita yang telah ditayangkan, berita yang dihasilkan memang layak untuk ditayangkan dan berkualitas, hal ini sangat berkaitan dengan profesionalisme kerja wartawannya.

Wawancara merupakan bentuk reportase dengan cara mengumpulkan data berupa pendapat, pandangan, dan pengamatan seseorang tentang suatu peristiwa. Dalam proses wawancara yang terlibat dalam proses ini adalah Reporter dan Camera Person Metro TV Biro Palembang, Reporter bertugas untuk menyiapkan dan mengajukan pertanyaan kepada narasumber berkaitan dengan angle berita yang akan di ambil, dan Camera Person bertugas untuk mengambil atau merekam gambar saat reporter mengajukan pertanyaan kepada narasumber.

Hal-hal yang tidak boleh dilupakan dalam proses wawancara, yaitu :

- a. Identitas narasumber.
- b. Pendapat narasumber terhadap peristiwa.
- c. Kesan narasumber terhadap peristiwa.
- d. Terdapat unsur 5W+1H

Proses Wawancara di Metro TV Biro Palembang :



#### **4.2 Fit and Propertest Partai PDI – Narsum : Kader Partai PDI**



### **4.3 Wawancara di Loker Bus Lorena – Narsum : Petugas Loker**

Setelah melalui proses peliputan di lapangan seperti pengambilan gambar sebagai sarana memperkuat berita, proses wawancara sebagai tahap pengumpulan data sampai pada tahap editing gambar yang dilakukan oleh seorang editor. Tahap ini juga sangat penting karna diperlukan komunikasi antara camper, reporter, dan editor untuk mengakuratkan gambar dengan naskah, sebagai penentuan durasi berita dan penentuan alur dialog agar menjadi sebuah berita yang berkualitas.

#### **4.3.3 Proses Penulisan Naskah Berita sebagai Sarana Memperjelas Gambar Berita**

Menyajikan informasi dan berita di televisi perlu menghindari banyak hal yang rumit, karna penonton hanya memiliki kemungkinan dan kesempatan sekilas. Pada stasiun televisi Metro tv Biro Palembang, proses penulisan naskah berita yang akan di tayangkan sepenuhnya merupakan tanggung jawab repoter sebagai penulis naskah ketika merangkum semua data dari hasil liputan sebelumnya.

Naskah berita yang dibuat oleh repoter Metro TV Biro Palembang sudah memenuhi prinsip-prinsip penulisan naskah berita yang ideal, kualitas beritanya mempunyai isi yang sesuai dengan unsur-unsur 5W + 1H, tidak bertele-tele, menjelaskan secara akurat, dan membuat penonton mengerti alur berita yang

BELUM ADA TIKET TAMBAHAN DI STASIUN KERTAPATI  
(LEAD IN)  
STASIUN KERTAPATI PALEMBANG  
SUMATERA SELATAN BELUM MEMBUKA TIKET KERETA TAMBAHAN UNTUK MUDIK LEBARAN// NAMUN PENUMPUKAN PENUMPANG JUSTRU TERJADI AKIBAT ADANYA GANGGUAN SERVER PUSAT UNTUK PENUKARAN STRUK TIKET//  
  
(ROLL PKG)  
PEMBELIAN TIKET KERETA TAMBAHAN UNTUK MUDIK LEBARAN MULAI DIBUKA TANGGAL 11 MEI HARI INI/ DI BEBERAPA WILAYAH DI PULAU JAWA// NAMUN HAL INI BELUM TERJADI DI STASIUN KERETA API KOTA PALEMBANG SUMATERA SELATAN//  
PIHAK STASIUN MENYATAKAN BAHWA UNTUK MUDIK LEBARAN 2015 INI/ STASIUN KERTAPATI TIDAK MENAMBAH ARMADA KERETA APINYA// MENINGAT JUMLAH PENUMPANG MUDIK DARI TAHUN KE TAHUN DI WILAYAH INI/ JUMLAHNYA TIDAK SEBANYAK YANG DI PULAU JAWA// SEBAGAI ANTISIPASI PENAMBAHAN KUOTA PENUMPANG MUDIK/ PIHAK STASIUN HANYA MENAMBAH JUMLAH GERBONG SAJA// PEMBELIAN TIKET MUDIK PUN DI AKUI MULAI TERUS BERTAMBAH SETIAP HARINYA/ WALAU TIDAK SIGNIFIKAN//  
(S.O.T: SURADI/KEPALA STASIUN KERTAPATI)  
  
SEMENTARA ITU PENUMPUKAN YANG TERJADI DI STASIUN KERTAPATI HARI INI JUSTRU DIPADATI OLEH PENUMPANG YANG HENDAK MENGHABISKAN WAKTU LIBUR PANJANG AKHIR MINGGU INI// PENUMPUKAN TERJADI AKIBAT ADANYA GANGGUAN DARI SERVER PUSAT UNTUK PENUKARAN TIKET// DITAMBAH LAGI DENGAN BANYAKNYA PENUMPANG YANG BARU MENUKARKAN STRUK TIKET YANG TELAH MEREKA BELI DI MINI MARKET PADA BEBERAPA JAM SEBELUM KEBERANGKATAN// PADAHAL/ STRUK TIKET YANG TELAH DIBELI DI MINI MARKET MAUPUN JASA TRAVEL BISA LANGSUNG DITUKARKAN JAUH-JAUH HARI SEBELUM KEBERANGKATAN// AKIBAT GANGGUAN SERVER INI/ PIHAK STASIUN PUN MENGAMBIL KEBLIAKAN UNTUK MENGUNDUR WAKTU KEBERANGKATAN KERETA SELAMA 30 MENIT DARI WAKTU NORMAL//  
DARI PALEMBANG SUMATERA SELATAN/ AMANDA DASRUL/ RANI TARULIA/ METRO TV///  
END

dibacakan.

## 4.5 Naskah Berita Metro Tv Biro Palembang

### 4.3.4 Proses Penyajian Berita atau Laporan di Televisi

Dalam kegiatan produksi berita, setelah melewati proses peliputan dilapangan, proses editing, dan penulisan naskah tentunya menghasilkan sebuah berita yang akan ditayangkan sebagai informasi berita kepada khalayak. Di Metro TV Biro Palembang setelah semua team yang bekerja sudah melewati tahap itu semua, maka berita yang sudah di anggap layak tayang oleh Produser yang juga merangkap sebagai Kepala Biro bisa ditayangkan secara live oleh Reporter.

Unsur-unsur layak berita, yaitu:

1. Berita harus akurat
2. Berita harus lengkap, adil dan berimbang
3. Berita harus objektif
4. Berita harus ringkas dan jelas
5. Berita Harus Hangat

Metro TV Biro Palembang merupakan satu-satunya stasiun televisi nasional yang mempunyai fasilitas mobil SNG (*Satellite News Gathering*), dengan teknologi canggih yang dapat menyiarkan langsung peristiwa dari lokasi kejadian. Maka setelah melewati semua tahap –tahap penyajian berita untuk layak tayang, team yang bertugas mengoperasikan monitor di dalam mobil SNG merupakan seorang operator yang juga merangkap sebagai editor. Selain team operator yang ikut terlibat juga ada camper dan reporter sebagai pembaca berita saat live berlangsung.

Adapun evaluasi adalah tingkat akhir setelah team work bekerja, sebagai patokan untuk memperbaiki sajian berita berikutnya, bukan hanya memantau tetapi melihat kelemahan dan kelebihan selama proses laporan televisi mulai dari awal sampai akhir, hasil evaluasi itulah yang menjadi pegangan untuk memperbaiki sajian berita berikutnya.



**4.6 Live Program Siaran Berita WideShot – Jendela Nusantara**



**4.7 Live Program Siaran Berita WideShot – Jendela Nusantara**



**4.8 Live Program Siaran Berita WideShot – Jendela Nusantara**



**4.9 Live Program Siaran Berita Metro TV**



**4.10 Live Program Siaran Berita Metro TV**



**4.11 SNG ( Satelit News Gathering )**

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan selama hampir satu bulan penulis menyimpulkan bahwa mekanisme jurnalistik televisi di stasiun televisi Metro TV Biro Palembang, dalam proses peliputan yang dilakukan dengan standar profesionalisme jurnalis tv tentunya akan menghasilkan sebuah berita yang ideal untuk memberikan informasi dari berbagai peristiwa yang disampaikan kepada masyarakat seluas-luasnya. Jadi intinya, semua berita-berita yang layak tayang dalam program siaran berita di Metro TV tentunya telah melewati tahap-tahap kerja jurnalistik.

Dari tahap pra-produksi lalu masuk dalam tahap produksi sampai pada tahap akhir yaitu pasca-produksi, semua tahap inilah yang pada akhirnya menghasilkan sebuah sajian program siaran berita berkualitas yang berimbang dan menjadi sumber informasi berita yang akurat dan dapat dipercaya oleh khalayak.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1. Saran Akademis**

Perlunya bahan materi praktek lapangan untuk mahasiswa ilmu komunikasi yang berkonsentrasi pada jurnalistik, sehingga dengan ini dapat menambah pengetahuan serta dapat mengetahui apa yang sebenarnya dilapangan terjadi sekaligus menambah materi kuliah yang selama ini yang hanya didapat secara teori saja dan diterapkan secara praktek.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Semoga apa yang selama ini menjadi dasar dan landasan jurnalistik, baik kode etik ataupun mekanisme jurnalistik dapat semakin diterapkan dan menjadi landasan khususnya bagi jurnalis di Stasiun Televisi Metro TV Biro Palembang, Sumatera Selatan.

Serta untuk kedepannya berita-berita yang dihasilkan melalui mekanisme jurnalistik televisi semakin informatif guna memberikan informasi berita yang berkualitas untuk masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Onong Uchjana. 2001. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Askurifai, Baskin. *JURNALISTIK TELEVISI: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2006.

Effendy, Onong Uchjana. 1998. Hubungan Masyarakat Suatu Studi

Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia. Bogor.

*Ibid*, 1993, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*. Bandung : Mandar Jaya.

Sumadiria, AS Haris. *Jurnalistik Indonesia (menulis berita feature panduan praktis jurnalis profesional)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2005.

Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Prenada Media Group.

### SUMBER LAIN :

*Company Profile* Metro TV Biro Palembang

*Website* : [www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com)