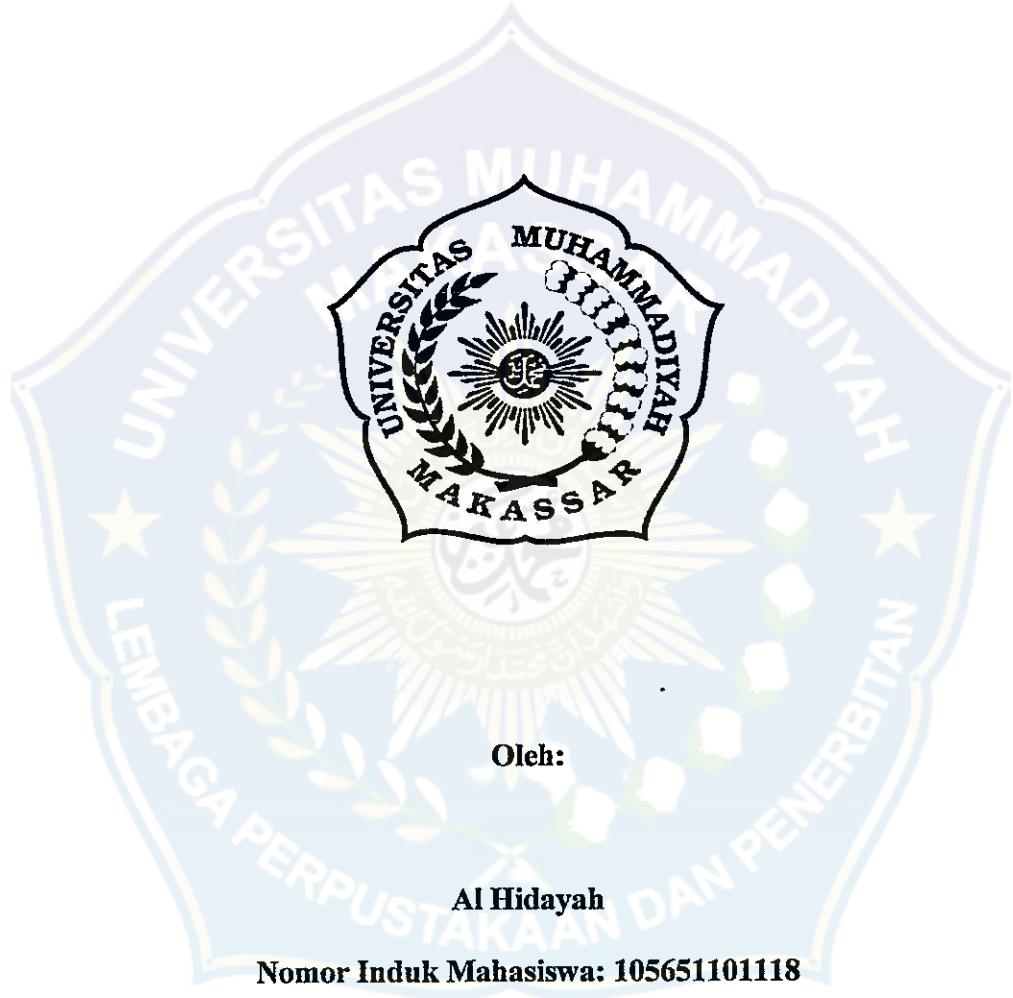


**SKRIPSI**

**STRATEGI iNEWS TV MAKASSAR DALAM MENARIK MINAT  
PENONTON PADA PROGRAM BERITA iNEWS SULSEL**



Oleh:

**Al Hidayah**

**Nomor Induk Mahasiswa: 105651101118**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2022**

## **SKRIPSI**

### **STRATEGI iNEWS MAKASSAR DALAM MENARIK MINAT PENONTON DALAM PROGRAM BERITA iNEWS SULSEL**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Dan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun dan Diajukan Oleh:

Al Hidayah

Nomor Induk mahasiswa : 10565 11011 18

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR

Judul Skripsi : Strategi iNews Tv0 Makassar Dalam Menarik  
Minat Penonton Pada Program Berita iNews Sulsel

Nama Mahasiswa : Al Hidayah

Nomor Induk Mahasiswa : 105651101118

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui:

Pembimbing I

Indah Pratiwi Manggaga, S.Sos, MA  
NIDN.0302018701

Pembimbing II

Dian Muhtadiah Hamna,S.IP.,M.I.Kom  
NIDN.0929078103

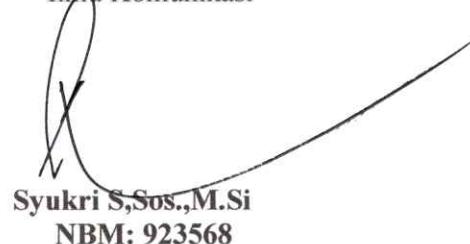
Mengetahui:

Dekan  
Fisipol Unismuh Makassar



Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos.,M.Si  
NBM: 730 727

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Syukri S,Sos.,M.Si  
NBM: 923568

## HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 094/FSP/A.4-II/XI/43/2022 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana (S.I.Kom) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi yang di laksanakan di Makassar pada hari Jumat tanggal 11 November 2022.

### TIM PENILAI

Ketua

Dr.Hj. Ihyani Malik, S.Sos.,M.Si  
NBM: 730 727

Sekretaris

Andi Lukur Prianto, S.I.P., M.Si  
NBM: 992 797

### PENGUJI

1. Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom

( )

2. Dian Muhtadiah Hamna, S.I.P., M.I.Kom

( )

3. Arni, S.Kom., M.I.Kom

( )

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Al Hidayah

Nomor Induk Mahasiswa : 105651101118

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 11 November 2022

Yang Menyatakan,

Al Hidayah

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya-lah saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Inovasi iNews tv Makassar Menarik Minat Penonton Dalam Program Berita iNews Sulsel". Shalawat dan salam kepada Rasulullah Saw. yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat beberapa pihak sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang tak hentinya mendoakan dan memberikan semangat yang sangat luar biasa
2. Bapak Syukri sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan dukungan kepada angkatan 2018 untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.

3. Ibu Indah Pratiwi M, S. Sos, M.A sebagai dosen pembimbing utama dan Ibu Dian Muhtadiah Hamna, S.I.P.,Kom selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Kepada pihak iNews Tv Makassar yang bersedia memberikan informasi dan data sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi nya

5. Sahabat saya lulu, mimi, fitri yang memberikan dukungan, semangat di saya down

Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa mengaruniakan rahmat dan hidayah-Nya kepada mereka semua. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Makassar, Agustus 2022

Al Hidayah

## ABSTRAK

**Al Hidayah. Strategi iNews Tv Makassar dalam menarik minat penonton pada program berita iNews Sulsel (Dibimbing oleh Indah Pratiwi M dan Dian Muhtadiyah Hamna)**

Hadirnya televisi lokal ini diharapkan mampu menyeimbangi arus televisi swasta nasional, terutama memberikan informasi dan membawa perubahan positif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh iNews Tv Makassar dalam meningkatkan minat penonton. Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deksriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan observasi dengan jumlah informan 3 orang. Hasil penelitian terdapat kesesuaian antara teori dan yang terjadi di lapangan Pengembangan strategi dalam mengembangkan program acara terdapat beberapa bagian (Naratama, 2008) yaitu target penonton menetapkan target penonton di atas 14 tahun dan tanpa membedakan jenis kelamin, bahasa naskah memperhatikan bahasa dari lead berita, format acara dasar menyusun berita yang akan ditayangkan mulai dari feature, sport,news , *punching line* isi konten yang memungkinkan untuk membuat kalimat sebuah ungkapan berupa pribahasa dirangkai sedemikian rupa oleh redaktur sekaligus produser, *gimmick and funfare* berupa sound effect , gambar, video yang mempertegas sebuah berita yang akan ditayangkan fungsinya untuk meyakinkan mendramatisir dan ekspresi wajah presenter yang harus meyakinkan para penonton di sesuaikan dengan konteks berita, dan *clip hanger* 3 cuplikan top story atau highlight sebelum presenter muncul di sertakan gambar. Dan sebagai penunjang dari menarik minat penonton yakni sosial media dimana berita-berita yang telah di tayangkan akan diupload kembali youtube, instagram dan facebook

**Kata Kunci :** *Strategi, program berita, minat penonton*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Konsep dan Teori .....	15
1. Strategi .....	15
2. Media Massa .....	18
3. Program Berita .....	19
4. Strategi Program Berita.....	22
C. Kerangka Pikir .....	26
D. Fokus Penelitian .....	27
E. Deskripsi Fokus .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	31
B. Jenis dan Tipe Penelitian .....	31
C. Sumber Data .....	32
D. Informan .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	33
F. Teknik Analisis Data .....	34
G. Teknik Pengabsahan Data .....	35

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	37
B. Hasil Penelitian .....	45
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian .....	33
Tabel 4.1 Rating and Share 17-19 juli 2022 .....	44
Tabel 4.2 Rating and Share 20-23 juli 2022 .....	44
Tabel 4.3 Rating and Share 24 Juli-26 Juli 2022 .....	44
Tabel 4.4 Data Pengikut iNews Sulsel pada Media Sosial iNews Sulsel (2022) .....	46
Tebel 4.5 Naskah Berita .....	59

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Survei televisi dengan pangsa pemirsa terbesar di Indonesia .....	5
Gambar 1.2 Survei rating berita di setiap channel .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Strategi Inews Tv Makassar dalam Menarik Minat Penonton. ....	27
Gambar 4.1 Kerangka Struktur Perusahaan .....	39
Gambar 4.2 Kerangka Struktur Manager Program dan Produksi .....	39
Gambar 4.3 Logo Inews tv Makassar .....	41
Gambar 4.4 Logo Program Berita iNews Sulse.....	43

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman sekarang ini juga berpengaruh terhadap media terutama televisi. Media sekarang ini yang banyak digunakan adalah media elektronik yang bisa dengan cepat untuk mendapatkan informasi. Dalam hal ini yang dimaksud adalah televisi, karena televisi dapat memberikan informasi secara lebih cepat dan terpercaya. Stasiun televisi setiap harinya pasti banyak menayangkan program-program yang jenisnya beragam. Pada dasarnya stasiun televisi banyak melakukan inovasi-inovasi dengan membuat program unggulan yang bisa untuk menarik minat penonton supaya mendapatkan jumlah iklan yang banyak. Hal itu dilakukan guna mendapatkan keuntungan (Riski, 2019).

Salah satu media massa yang paling berpengaruh pada saat ini adalah televisi. Televisi mampu membuktikan kehebatannya dalam menyampaikan sebuah informasi, mengatasi jarak, ruang dan waktu. Televisi sendiri mempunyai kelebihan yaitu dapat didengarkan dan juga dilihat, berbeda dengan media cetak yang hanya bisa dilihat saja juga media elektronik radio yang hanya bisa didengarkan. Ini merupakan salah satu kelebihan dari televisi, sehingga membuat televisi lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan media lainnya (Riski, 2019).

Televisi adalah salah satu media massa yang ikut berperan dalam menyajikan informasi-informasi yang menarik kepada masyarakat luas.

Televisi juga sebagai penemuan penting dalam bidang teknologi komunikasi yang telah lama hadir di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Kehadiran televisi akan terus bertambah dan meningkat dengan seiring berjalannya waktu. Sebagian besar masyarakat menganggap bahwa televisi bukan barang mewah lagi, tetapi sudah merupakan kebutuhan setiap orang dalam keluarga.

Saat ini televisi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian dan kehidupan manusia karena, beberapa orang menganggap bahwa televisi merupakan suatu cerminan perilaku masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu jenis media masa yang mampu memberikan informasi, edukasi, hiburan, dan sebagainya dengan berbagai sajian program acara dan informasi yang memenuhi kebutuhan masyarakat luas adalah televisi, karena televisi dapat memberikan informasi dengan bentuk audio visual (Setiawan, 2018).

Pada penelitian terdahulu yang di teliti oleh (Fajar Rizaldi 2021), yang berjudul “Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Budaya Sekar Gending di Channel Tv Bandung” , memiliki fokus peneliti yang membahas tentang mempertahankan program kebudayaan yang ada di program tersebut. Sedangkan penelitian yang saat ini peneliti lakukan berfokus membahas strategi iNews Tv Makassar yang di lakukan oleh iNews tv untuk meningkat minat penonton pada program berita tersebut sehingga di gunakan beberapa cara atau strategi untuk menunjang dan memenuhi syarat dalam meningkatkan hal tersebut

Selanjutnya, pada penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh (Novia Azalea Wahyuni 2018) yang berjudul “Strategi Sriwijaya Tv Dalam Mempertahankan Eksitensi Sebagai Tv Lokal”, yang berfokus lebih mengarah ke produksi dan pembelian program yakni bagian-bagian yang terjadi di sebuah produksinya. Sedangkan penelitian yang saat ini peneliti lakukan berfokus ke seluruh aspek untuk menjaga ke stabilan minat penonton dan lebih meningkat hal-hal yang harus di perbaharui

Secara umum, stasiun televisi terdiri atas televisi generalis dan televisi spesialis. Televisi generalis menyajikan program atau acara yang beragam, mulai dari program-program televisi yang menghadirkan hal-hal menarik untuk kalangan masyarakat dan menjaga eksitensi dengan tujuan mempertahankan dan mengembangkan program tersebut. Banyak siaran televisi lokal hingga regional yang ditayangkan di televisi membuat pesatnya persaingan di dunia pemberitaan untuk menarik perhatian pemirsa (Salko & Zebua, 2019)

**اْخِرُ صُنْ عَلَىٰ مَا يَنْفَعُكَ وَاسْتَعِنْ بِاللّٰهِ وَلَا تَغْرِبُ**

*“Bersemangatlah melakukan hal yang bermanfaat untukmu dan meminta tolongan kepada Allah, serta janganlah engkau malas.” (HR. Muslim, no. 2664)*

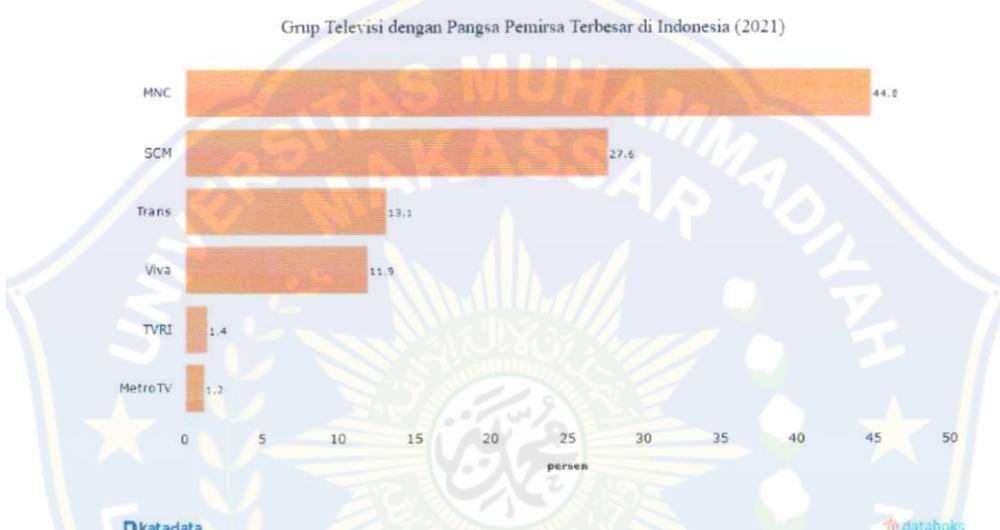
Makna dari hadis tersebut ialah giat bekerja merupakan ciri seorang muslim dalam mengajarkan umatnya untuk bekerja keras sebaliknya islam mencela umat yang malas, yang hanya mengantungkan hidupnya pada belas kasian dari orang maka bekerjalah dengan giat.

Dalam menayangkan sebuah program berita, televisi dianggap lebih efektif dan efisien. Melalui televisi, suara dan gambar dapat dipancarkan ke berbagai wilayah dengan mudah dan jarak yang tak terbatas, melalui siaran televisi ini akan lebih mudah dan lebih praktis dalam menjangkau komunikasi yang luas. Efektifitas dan efisien dari siaran televisi ini akan tercipta melalui seorang host yang mampu mengemas gaya berkomunikasi yang tepat dan cocok sesuai situasi dan kondisi acaranya. Peran televisi dinilai cukup mempunyai pengaruh kepada masyarakat karena masih banyak masyarakat yang mencari informasi melalui televisi.

Laju perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi khusunya pada media elektronik terutama televisi. Dimana stasiun televisi yang ada saat ini perkembangannya yang bukan hanya ditingkat nasional melainkan di tingkat Provinsi atau lokal. seperti iNews TV yang di naungi oleh MNC Group yang telah mencakup keseluruhan memiliki penonton tertinggi di tahun 2021

Grup Media Nusantara Citra (MNC) yang berisi **RCTI, MNC TV, GTV, dan iNews** menguasai pangsa penonton televisi Indonesia. Menurut data Nielsen, grup MNC memiliki pangsa pemirsa (*audience share*) sebesar 44,8% pada 2021, tertinggi dibanding grup televisi lainnya. Grup Surya Citra Media (SCM) berada di peringkat kedua. Grup yang terdiri dari SCTV dan Indosiar ini memiliki pangsa pemirsa 27,6%. Kemudian Grup Trans Corp yang memiliki Trans TV dan Trans 7 berada di peringkat ketiga dengan pangsa 13,1%. Diikuti grup Viva yang berisi ANTV dan TV One dengan pangsa 11,9%. Sedangkan stasiun televisi nasional TVRI hanya memiliki pangsa pemirsa 1,4%, dan Metro

TV lebih rendah lagi dengan pangsa 1,2%. Besarnya pangsa pemirsa grup MNC membuat mereka mendapat kue pendapatan iklan terbesar. Menurut laporan Nielsen, pada 2021 grup MNC berhasil meraup 48,5% dari total pendapatan iklan televisi Indonesia.



**Gambar 1.1 Survei televisi dengan pangsa pemirsa terbesar di Indonesia (Databoks, 2022)**

Kehadiran Televisi lokal memang memiliki peran penting dan strategis dalam mengubah ketidakseimbangan fungsi media Televisi swasta nasional seperti, MNC TV dalam mengangkat isu-isu dan berita lokal Haryati dalam (Taufli, 2014: 1) Keberadaan Televisi lokal diharapkan dapat menampilkan berita lokal yang beragam dan unik dari masing-masing daerah serta informasi mengenai peristiwa di daerah yang tidak tersentuh oleh media nasional

Seperti iNewsTV Makassar (sebelumnya bernama SUN TV Makassar) adalah stasiun televisi lokal yang berada di kota Makassar, Sulawesi Selatan. Menurut Harry Tanoesudibyo sebagai CEO MNC Group huruf “i” dalam iNewsTV artinya indonesia, dan “news” bahwa ini adalah TV berita yang

menyajikan berita 24 jam, dimana menjadi pelengkap untuk televisi-televisi yang sudah ada di Indonesia

iNewsTV merupakan stasiun televisi yang mengunggulkan program informasi, berita, maupun olahraga. Keunggulannya sebagai stasiun televisi berita, iNewsTV juga didukung oleh *news centre* dan *news gathering* terbesar di Indonesia. Bahkan, *news gathering* iNewsTV akan memasok program *news* di sejumlah stasiun televisi dan channel. iNewsTV juga mempersiapkan kemasan program dengan sentuhan-sentuhan kreatif yang sangat menarik bagi pemirsa di Indonesia. Menggabungkan berbagai konten lokal serta konten nasional

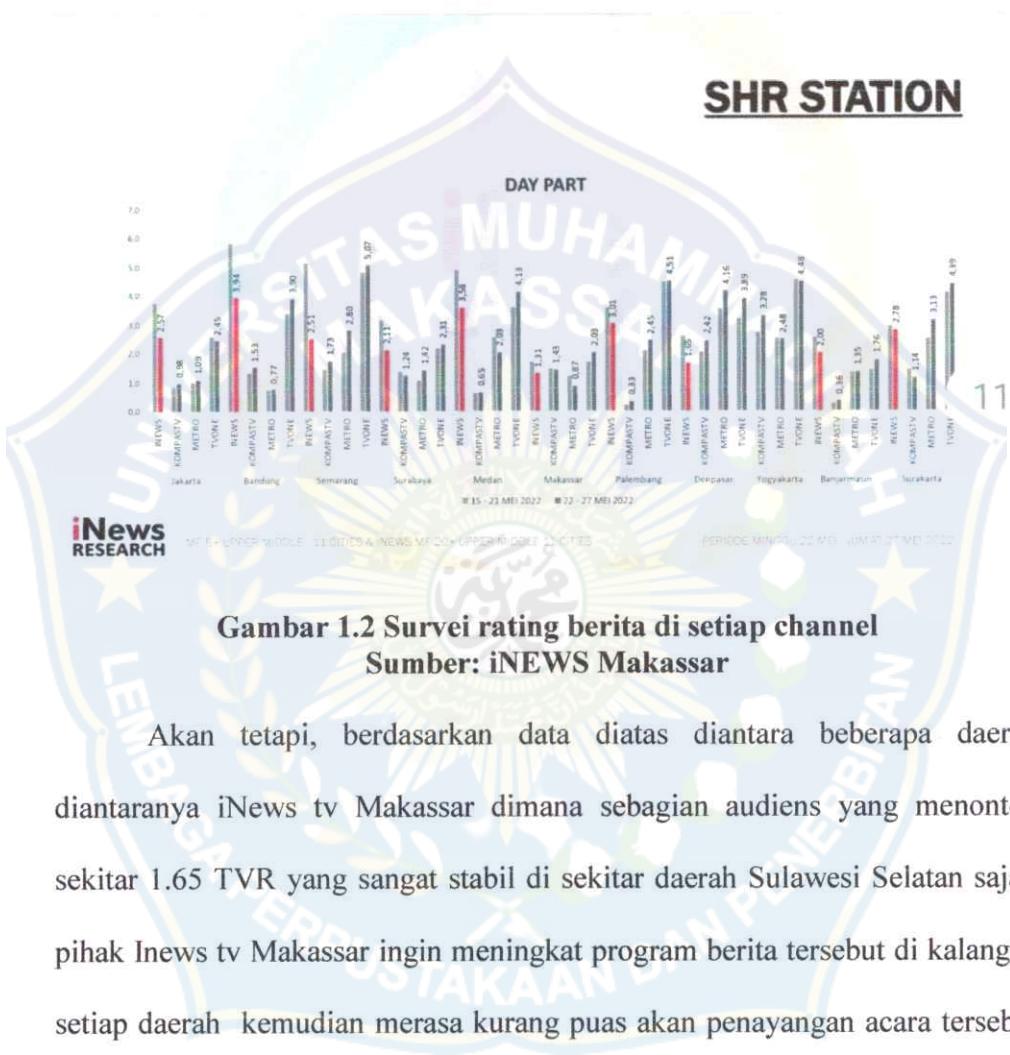
Salah satunya adalah program berita Inews yang menjadi daya tarik sebuah program berita berada pada isi berita yang ditampilkan. Isu berita terkini, memiliki dampak yang besar bagi masyarakat, menggugah emosi akan menarik perhatian penonton. Selain adanya kejelasan dalam penyampaian isi berita, hendaknya berita juga memperhatikan pada keberagaman isi yang ditampilkan dalam memenuhi kebutuhan selera penonton. Tidak kalah penting, isi berita juga harus memperlihatkan tidak adanya keberpihakan dan mengarahkan opini tertentu pada publik

Berdasarkan pembahasan di atas membuat peneliti tertarik untuk mengkaji Inovasi yang di lakukan Program Berita Inews Sulsel dalam mengembangkan program tersebut sebagai televisi lokal untuk bisa bertahan dan di minati masyarakat

Berdasarkan akun iNews Tv Makassar, minat masyarakat dalam menonton program berita inews Sulsel Program acara berita yang disajikan oleh stasiun televisi haruslah aktual, berkualitas, dan berupa fakta, hal ini dimaksudkan agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang akan membutuhkan informasi mengenai peristiwa yang terjadi.Semua stasiun swasta maupun publik yang memiliki program buletin atau berita seperti Inews Sulsel harus menayangkan berita-berita terbaru agar masyarakat tak tertinggal informasi atau mendapat informasi dari tempat lain, yang dilakukan iNews Sulsel agar masyarakat tetap menonton berita-berita update setiap harinya dan tidak ketinggalan salah satunya adalah media yg menjembatani seperti youtube Program berita. Inews Sulsel memiliki channel youtube dengan nama “inews makassar official”, hingga 2022 akun ini memiliki jumlah subscriber sebanyak 470 dan mengupload kembali siaran berita inews sulsel di channel youtube.

Facebook Program berita inews Sulsel memiliki media sosial dengan nama “inews makassar”, hingga 2022 akun ini memiliki jumlah sebanyak 1,8 rb pengikut dan iNews Sulsel memanfaatkan mengupload kembali siaran berita inews sulsel sosial media facebook

Dan juga Instagram memiliki 1.056 rb followers memiliki banyak fitur yang dapat di manfaatkan, instagram di gunakan untuk menyampaikan informasi malalui foto, video, dan story



**Gambar 1.2 Survei rating berita di setiap channel**

Sumber: iNEWS Makassar

Akan tetapi, berdasarkan data diatas diantara beberapa daerah diantaranya iNews tv Makassar dimana sebagian audiens yang menonton sekitar 1.65 TVR yang sangat stabil di sekitar daerah Sulawesi Selatan saja . pihak Inews tv Makassar ingin meningkat program berita tersebut di kalangan setiap daerah kemudian merasa kurang puas akan penayangan acara tersebut dikarenakan berita program Inews Sulsel yang masih belum maksimal diantara setiap daerah, hal ini menimbulkan minat penonton menjadi kurang, karena pada kondisi saat ini karakteristik penonton dari berbagai kalangan baik generasi muda, remaja dan orang tua yang memerlukan sesuatu yang menarik dengan konten-konten dalam suatu tayangan khususnya bidang pertelevisian yang merupakan salah satu sumber informasi bagi masyarakat.

Tayangan menarik dan informatif menjadi salah satu tolak ukur untuk meningkatkan minat penonton, hal ini menjadi tantangan bagi manajemen untuk mempertahankan eksistensi iNews TV dengan konstruksi strategi tayangan konten yang mudah diterima berbagai lini masyarakat. Berbagai cara perlu dilakukan oleh pihak manajemen dan crew iNews TV untuk meningkatkan minat penonton disamping kehadiran televisi digital yang tentu akan menambah daya saing. Hal ini mensinyalir akan mempersempit minat penonton televisi lokal terutama yang menawarkan tayangan yang kurang menarik.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat luas di Sulawesi Selatan, pihak manajemen dan crew iNews TV perlu membuat persiapan strategi dalam pelayanan *public information*, agar penonton tidak merasa jemu dengan tayangan-tayangan yang disajikan, terutama harus mempertimbangkan berbagai tingkat dan kalangan masyarakat yang akan menangkap dan menikmati tayangan iNews TV, sehingga tayangan-tayangan yang disajikan kepada masyarakat Sulawesi Selatan betul-betul menjadi edukasi tayangan yang informatif dan substantif.

Stasiun televisi lokal dituntut untuk peka dalam menyikapi akan kebutuhan tayangan program acara terhadap kebutuhan masyarakat setempat, hal ini sangat penting untuk kelangsungan hidup stasiun televisi lokal ke depan. Strategi untuk mewujudkan kepekaan tersebut, yaitu dengan menayangkan berita-berita yang menumbuhkan kepercayaan masyarakat lokal terlebih dahulu. Caranya dengan menyiarakan berita-berita yang sedang hangat di perbincangkan

Dengan demikian, sudah jelas bahwa diperlukannya strategi dalam sebuah program dalam acara pertelevisian terkhusus pada program berita inews Sulsel agar berita-berita yang di tampilkan mengandung informasi penting yang masyarakat butuhkan dan lebih meningkatkan minat penonton. Dan untuk semua kalangan seperti di dalam setiap berita dan akan di sisipkan jenis berita *soft news* dan *hard news* yang membuat sebagian orang khususnya bagi masyarakat yang berbeda karakter tetap menikmati tayangan berita yang di tampilkan

Oleh karena itu, untuk membantu dalam menarik minat masyarakat untuk menonton program inews sulsel diperlukan dengan adanya sebuah strategi dalam menjaga eksistensi terhadap program yang di buat Loyalitas pemirsa dalam menyaksikan tayangan televisi dengan strategi yang berkaitan dengan output yang telah dicapai terutama dalam pola pemikiran, metode atau teknik, dan kerja.

Strategi yang akan di lakukan yakni, sesuatu berita yang perlu di observasi yakni target penonton sehingga kita mengetahui tentang calon penonton yang akan di targetkan, dan yang kedua, format acara yang dalam pembuatannya di tuntut untuk memberikan ide-ide kreatif yang akan membumbui format acara, yaag ketiga *punching line* kalau di rasakan penonton sudah mulai jemu dengan yang telah di tayangkan di perlukan kejutan-kejuuan dalam berita seperti berita jenis *soft news*. Dari sebagian inovasi yang di lakukan di atas dapat menunjang minat masyarakat maka dari itu pentingnya strategi dalam program acara televisi menjadi penentu dalam sebuah keberhasilan suatu program.

Strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para penonton di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Strategi pada penelitian yang peniliti angkat merupakan strategi yang dibangun untuk meningkatkan pada program iNews Sulsel , strategi yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan ketetapan yang telah ditetapkan.

Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan dan mengetahui bagaimana tahapan yang akan di coba dalam strategi iNews tv untuk menarik minat penonton tentu membutuhkan strategi yang perlu direkonstruksikan oleh pihak manajemen dan crew iNews TV, maka dalam hal ini peniliti tertarik untuk memantik dalam penelitian dengan judul **Strategi iNews TV Makassar Dalam Menarik Minat Penonton Paada Program Berita iNews Sulsel.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan deskripsi latar belakang masalah yang telah dikemukakan penulis di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah tentang “Bagaimana strategi iNews Tv Makassar dalam Menarik Minat Penonton Pada Program Berita iNews Sulsel Program Berita iNews Sulsel?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana strategi iNews Tv Makassar Dalam Menarik Minat Penonton Pada Program Berita iNews Sulsel Program Berita iNews Sulsel?

### D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penilitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif, baik bermanfaat dari sisi teoritis maupun dari sisi praktisnya. Adapun dua manfaat tersebut, sebagaimana berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dalam segi keilmuan komunikasi, terutama bagi peminat media tentang proses strategi produser program di media televisi. Dan juga diharapkan dapat berguna bagi pengembangan studi komunikasi khususnya studi kasus tentang media massa.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna di masa yang akan datang. Dan juga dapat menjadi masukan bagi lembaga penyelenggara siaran televisi, terutama terkait dengan proses produksi program televisi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang digunakan penulis sebagai dasar dalam penyusunan proposal penelitian, tujuannya untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, juga sebagai pembanding dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis. Hal ini terlihat dalam penelitian terdahulu, bahwa lebih mengarah pada strategi menarik minat penonton. Berikut ini rincian terkait penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian penelitian penulis saat ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Syamsul Rijal (2019) Strategi produser dalam mempertahankan program siaran “PAOTERE” DI NEWS TV MAKASSAR	Kualitatif	Berdasarkan hasil yang di peroleh produser Paotere dalam mempertahankan menggunakan 9 elemen strategi kreatif. Dengan digunakan 9 elemen program Paotere mendapatkan rating/sharenya tinggi mencapai 10 % pada tahun 2018	Penelitian ini berfokus pada strategi kreatif produser dalam mempertahankan program Paotere di News TV Makassar dengan menggunakan sumber data berupa sumber primer dan sumber sekunder. Strategi yang diterapkan oleh produser program Paotere menggunakan 9 elemen strategi kreatif sedangkan di penelitian ini menggunakan teori dari Naratama
2.	Fajar Rizaldi Pratama (2021) Strategi keratif produser dalam mempertahankan program budaya Sekar Gending di Channel Tv Bandung	Kualitatif	Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti mengenai strategi kreatif produser. Produser program Sekar Gending lebih menekankan dan lebih dominan pada 3 strategi kreatif yaitu Format acara, Musik dan Fashion, Gimmick dan Funfare.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif produser program Sekar Gending di Channel TV Bandung dalam mempertahankan program kebudayaan sedangkan penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat penonton
3.	Sri Cahyani Putri Purwaningsih (2018) “Strategi Kreatif Produser Program Acara Wedang Ronde sebagai Program Unggulan di ADiTV Yogyakarta”	Kualitatif	Pada tahap pra produksi, strategi kreatif yang digunakan produser dalam menentukan judul program acara dengan nama Wedang Ronde karena identik dengan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Judul program juga disesuaikan dengan konten program Yogyakarta”	Penelitian ini mengambil fokus bagaimana strategi kreatif produser diterapkan pada program acara Wedang Ronde sebagai program unggulan di ADiTV Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
4.	Novia Azalea Wahyuni (2018) Strategi Sriwijaya Tv dalam mempertahankan eksistensinya sebagai Tv local	Kualitatif	Berdasarkan acaranya yang mengangkat masalah yang sedang hangat terjadi di masyarakat.	dengan teknik pengambilan data melalui wawancara dan observasi secara langsung maupun tidak langsung.Sedangkan penelitian ini juga menggunakan pendekatan dekskriptif kualitatif dengan 3 teknik observasi, wawancara dan dokumentasi

## B. Konsep dan Teori

### 1. Strategi

Dalam penelitian pada peneliti menjelaskan tentang strategi yang harus di capai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, strategi terletak pada suatu program yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar tercapainya tujuan sesuai dengan yang diharapkan. Bahkan strategi pada program iNews Sulsel harus dikembangkan sesuai teori yang ada, melainkan untuk dianggap bahwa strategi tersebut terkendali.

Strategi merupakan sebuah perencanaan dan managemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan, strategi ini tidak berfungsi sebagai peta yang hanya menunjukkan jalan arah saja, namun juga menunjukkan cara operasionalnya. Demikian juga strategi dalam berkomunikasi ini merupakan perencanaan dari sebuah komunikasi dan managemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam mencapai tujuan yang diinginkan strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana cara yang tepat untuk digunakan supaya tercapai komunikasi yang diinginkan.

Strategi dalam berkomunikasi harus didukung oleh teori yang berhubungan dengan strategi berkomunikasi, Sebab teori merupakan sebuah pengetahuan yang diperoleh berdasarkan pengalaman dan sudah diuji kebenarannya. Demikian juga strategi dalam komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi ini harus

bisa menunjukkan cara operasionalnya yang secara praktis untuk dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan yang digunakan bisa sewaktu-waktu berubah tergantung pada situasi dan kondisi. (Riski, 2019)

Dengan memahami beberapa definisi daripada ahli, maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu taktik atau cara untuk mencapai suatu tujuan dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangannya. Selain itu, 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 hanyamenunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2013)

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengjerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandungan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, di mana kapabilitas tersebut akan digunakan.

- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksplorasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khusunya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber-sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukungnya (Sofjan, 2017)

Tercakup di dalamnya mengenali dan menganalisa lingkungan, memformulasikan strategi, mengimplementasikan strategi dan melakukan evaluasi strategi yang menghasilkan strategi induk dan strategi yang di

lakukan sangat di usahakan dalam jangka panjang untuk merumuskan rencana strategi, namun dalam teknik penempatannya sebagai keputusan manajemen puncak secara tertulis terdapat di dalamnya. Strategi di wujudkan dalam bentuk perencanaan berskala besar di tuangkan dalam bentuk rencana strategis yang dijabarkan menjadi perencanaan operasional, kemudian pula dijabarkan pula dalam bentuk program (Taufiqurokhman, 2016)

## 2. Media Massa

Media massa televisi merupakan alat komunikasi yang dapat menjangkau masyarakat dalam jumlah besar dan luas. Komunikasi antara komunikator (organisasi media massa) dengan komunitas (khalayak) yang tersebar luas melalui saran media televisi

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal. Media massa pada awalnya dikenal dengan istilah pers yang berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti press. Secara harafiah pers berarti cetak, dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak (print publications). Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam arti luas adalah meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronika, radio siaran dan televisi siaran, sedangkan pers dalam arti

sempit hanya terbatas pada media massa cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita

Televisi sebagai salah satu media massa mempunyai fungsi dan kedudukan yang sama seperti halnya media massa lainnya, diantaranya sebagai sumber informasi, menghibur, mempengaruhi mendidik, dan control sosial.

Tiga fungsi utama media massa terhadap audiens yaitu:

- a. Media berfungsi untuk memberikan audien mengenai apa yang terjadi di sekitar mereka (*surveying the environment*)
- b. Melalui pandangan yang di berikan media terhadap berbagai hal yang terjadi, maka audien dapat memahami lingkungan sekitar secara lebih akurat (*correlations the environment part*)
- c. Pesan media berfungsi menyampaikan tradisi dan nilai-nilai sosial kepada generasi audiens selanjutnya (*transmit social norms and customs*). (Morissan, 2013)

### 3. Program Berita

Menurut M. Neal & Suzzane mengatakan dalam bukunya News Reporting & Writing, menyebutkan bahwasannya berita adalah laporan dari peristiwa yang sudah terjadi yang melingkupi kecendrungan, kondisi, situasi dan interpretasi dari suatu peristiwa. Secara sederhana berita sebagai sumber informasi harus memenuhi dua aspek, yaitu Aspek Penting dan aspek Menarik :

- a. Aspek Penting

- 1) Nyawa Manusia, nyawa adalah harta paling berharga bagi manusia sehingga jika ada berita mengenai nyawa manusia yang terancam akan dapat menarik audiens.
- 2) Uang, berita mengenai naik turunnya uang juga menjadi salah satu patokan berita yang menarik, karena bagi masyarakat berita mengenai uang termasuk berita yang penting untuk diketahui.
- 3) Gangguan, Penonton juga akan terpengaruh dengan berita tentang hal-hal yang dapat mengganggu dan mempengaruhi pikiran dan aktifitas mereka. Audien akan lebih peka terhadap berita yang menurut mereka berita itu dapat mengganggu dan membebankan pikiran mereka

b. Aspek Menarik

Yang dimaksud dengan berita unik atau aneh yakni, sebuah berita yang di luar kelaziman pada umumnya dan sebuah fenomena yang dapat menarik fokus mata audien, misalnnya berita mengenai hewan berkaki lima, seorang ibu yang melahirkan delapan bayi dan lain sebagainnya. Sebuah berita yang menarik ini juga harus mempengaruhi pemirsa seperti berita yang di contohkan diaatas, karena berita yang terkesan ringan ini biasannya di sukai oleh penonton bahkan sampai menghubungi stasiun televisi yang menayangkan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut (Maulana, 2016)

Dalam pembuatan program menentukan khalayak mana yang akan dituju oleh stasiun televisi, atau karakter audiens yang dituju,

sehingga nantinya program yang ditawarkan akan mengikuti dinamika khalayak sasaran yang dituju. Untuk itu perlu dilakukan analisis pada khalayak terhadap keinginan serta kebutuhan khalayak, karakteristik yang dibuat, struktur persaingan pasar, dan karakter audiens serta opini masyarakat. Dengan demikian, program yang disajikan mampu meningkatkan daya tarik masyarakat. Analisis pada khalayak tersebut dapat diperoleh dari data-data akurat hasil penelitian, baik kepustakaan maupun terjun langsung ke masyarakat, untuk mendapatkan gambaran tentang life style, saran dan pendapat dari khalayak sasaran.

Evaluasi program siaran Melakukan evaluasi potensi program siaran dan pelayanannya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui alasan audiens memilih program acara tertentu dan jenis program yang disukai oleh khalayak yang diperoleh melalui rating. Evaluasi ini merupakan langkah sebuah tim harus melakukan pemilihan program dan kemudian menempatkan program-program yang terpilih kedalam sebuah susunan program acara untuk menarik target audiens stasiun televisi. Evaluasi program sangat penting dilakukan apabila terjadi kesalahan penempatan program, maka hasil secara keseluruhan akan mengecewakan.(Ahmad & Nur, 2019)

*Breaking news* adalah laporan peristiwa yang sedang terjadi dan umumnya tidak diperkirakan terjadi, seperti kecelakaan pesawat atau kebakaran. *Breaking news* akan menempati slot waktu yang tidak dijadwalkan sebelumnya dan menggeser waktu program yang telah

dijadwalkan sebelumnya. Beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia menggunakan nama yang berbeda untuk program seperti breaking news, sekilas info dan berita terkini

*Feature story* atau *feature* adalah naskah jurnalistik soft news yang mengulas suatu topik secara mendalam dengan pembahasan yang luas dengan memasukkan beberapa hal terkait disertai dengan narasi yang mendukungnya naskah disusun melalui beberapa kajian menggunakan literatur observasi dan mungkin dengan tinjauan lokasi tertentu (Jamal & Fachrudin, 2012)

#### 4. Strategi Program Berita

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Di industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka menarik penonton. Stasius tv selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang program sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan penonton.

Namun demikian, karena industri tv merupakan industri yang harus terus meningkat dan berkembang, sehingga strategi yang digunakan harus kreatif. Faktor yang paling penting dalam program Tv yakni ada 6 Indikator :

Pengembangan trik atau strategi dalam mengembangkan program acara terdapat beberapa bagian dari teori (Naratama, 2008):

- a. Target penonton kajian mengenai target penonton itu meliputi analisis demografi (jenis kelamin, usia, SES, wilayah dan pendidikan) dan analisis psikografi (*personality, value dan life style*). Hasilnya akan mempunyai pengetahuan mengenai calon penonton, dengan begitu ada jaminan 75% program televisi tersebut akan sukses dan disukai banyak orang.

Pemilihan target audien dimana media penyiaran akan memproduksi suatu program yang merupakan bagian yang penting dari strategi program. Dimana harus mempersiapkan dengan pertimbangan-pertimbangan yang matang sebelum suatu segmen audien di maksudkan sesuai dengan kriteria program televisi

- b. Bahasa naskah adalah salah satu penunjang kesuksesan sebuah program televisi. Kegagalan program bisa saja terjadi jika bahasa yang digunakan tidak sesuai dengan target penonton yang ingin dicapai.

Dengan menerapkan strategi dari presenter tersebut dapat menunjang keberhasilan dalam meyakinkan masyarakat untuk menonton berita inews Sulsel. Di opening dan closing bahasa daerah Sulawesi Selatan di gunakan dengan bertujuan agar budaya sulawesi selatan tetap melekat di siaran lokal inews Sulsel.

Ada 2 garis besar struktur penting yang di harus di perhatikan:

- a). Awal (pembuka)

Titik awal yang memberikan focus yang jelas kepada pemirsa mengenai esensi atau pokok dari berita/informasi yang hendak disampaikan. Hal ini memberikan penonton untuk teratrik dan bersedia menyimak berita.

a). Akhir

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ada empat pengertian naskah yaitu, karangan yang masih ditulis dengan tangan, karangan seseorang yang belum diterbitkan, bahan-bahan berita yang disiapkan untuk diset, dan rancangan. Sedangkan naskah berita adalah lembaran kertas yang berisi laporan mengenai hal atau peristiwa yang terjadi dimasyarakat sebagai hasil olahan wartawan yang siap dimuat pada media massa cetak atau media massa elektronik.

Naskah adalah tulisan seseorang yang belum diterbitkan, kemudian naskah ini dilihat dan diedit oleh editor. Sedangkan naskah berita adalah tulisan hasil liputan seorang reporter dan kamerawan yang didapat dari wawancara di lapangan, kemudian diedit dan diolah kembali oleh editor.

Menjelang ,berita on air rapat redaksi menyusun komposisi berita berdasarkan kebijakan redaksi dalam sebuah "rundown program berita" . Rapat rapat final mengevaluasi urgensi berita dalam rundown (akan ditayangkan), apakah sesuai dengan rapat redaksi di awal serta mensinkronkannya dengan situasi terakhir. Editing naskah oleh produser dan editing gambar oleh editor diproses bersamaan. Dalam tahap ini, segala

aspek teknis naskah dan gambar yang akan hadir ke pemirsa diperhitungkan (Andi, 2017)

- c. Format Acara prinsipnya adalah harus membuat format acara sedetail mungkin agar tidak terjadi kesalahpahaman pada saat produksi berlangsung.
- d. Punch line adalah kejutan-kejutan dalam dialog yang dimainkan oleh para pemain yang sengaja dituliskan menghentak perhatian penonton yang mulai jenuh dan atau kejutan naskah dapat berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan dan ungkapan peribahasa atau pantun. Penulisan naskah selalu memperhatikan flow dan ritme acara dari segmen. Kalau dirasakan penonton akan jenuh di tengah acara, di perlukan hentakan emosi dan sebuah naskah berita untuk menghentak perhatian penonton yang mulai jenuh
- e. *Gimmick dan Funfare*, untuk menarik selera penonton agar tidak pindah ke saluran lain, gunakanlah gimmick dalam segmen-semen tertentu. Gimmick adalah trik-trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton, biasanya dalam bentuk sound effect, musik ilustrasi, mimik, ekspresi, jokes atau kelucuan dan pergerakan kamera. Gimmick dapat berdiri sendiri tanpa harus berkaitan dengan yang lain. Sementara fun fare adalah puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan. Biasanya, fun fare diletakan di akhir acara variety show.

f. *Clip Hanger* merupakan sebuah scene atau shot yang digantungkan karena adegan terpaksa dihentikan oleh *commercial break*. Tempatkanlah *clip hanger* pada *rundown* yang tepat. Ciptakanlah *clip*. *Clip hanger* diciptakan oleh produser dan akan dibacakan oleh presenter pada *teleprompter* untuk membuat rasa penasaran pemirsa terhadap kelanjutan berita selanjutnya, sebagai contoh, kata-kata yang biasa diucapkan presenter program inews Sulsel sebelum mengakhiri segment adalah “Pemirsa, jangan ke mana-mana karena nanti berita selanjutnya yakni kasus pencurian motor.”

Sebelum *taping* maupun *live* adalah produser terlebih dahulu mem-briefing presenter dan memberitahukan *lead berita* yakni paragraph pembuka dari sebuah berita yang berisi inti berita atau rangkuman berita, sehingga host akan mengetahui kapan dan di mana dia akan menciptakan *clip hanger* untuk bisa menahan penonton agar tidak memindahkan channel tayangannya.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir merupakan sebuah model atau juga gambaran yang berupa konsep yang didalamnya itu menjelaskan mengenai suatu hubungan antara variabel yang satu dengan varibel yang lainnya. Penelitian ini membahas mengenai strategii dalam mengembangkan program berita inews Sulsel tv Makassar sehingga dikenal dimasyarakat.

Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana strategi dalam menarik minat penonton dalam mengembangkan untuk dapat mempertahankan keberadaannya hingga saat ini. Kerangka berpikir Penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Strategi iNews Tv Makassar Dalam Menarik Minat Penonton.**

#### D. Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini adalah mengenai istratgegiNews TV Makassar untuk menarik minat penonton dalam program berita inews Sulsel dengan menggunakan indikator: target penonton, bahasa naskah, *punch line*, *gimmick and funfare*, dan *clip hanger*.

## E. Deskripsi Fokus

Batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut fokus. Sesuai dengan judul penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka fokus penelitian kali ini adalah strategi yang di lakukan dalam mengembangkan program berita iNews Sulsel

### 1. Program berita iNews Sulsel

Salah satu program berita dari Inews TV Makassar yang menampilkan berita-berita update seputar Sulawesi Selatan

### 2. Strategi pada Program Televisi

Strategi bertujuan untuk mengembangkan atau meningkatkan program dari sebelumnya yang akan di buatkan inovasi baru di karenakan setahun kebelakang program iNews Sulsel kurang minat penontonnya oleh karena itu di butuhkan indikator-indikator yang di ubah konsep sebelumnya menjadi lebih menarik.

### 3. Target penonton

Kajian mengenai target penonton itu meliputi analisis demografi (jenis kelamin, usia, SES, wilayah dan pendidikan) dan analisis psikografi (*personality, value dan life style*). Hasilnya akan mempunya pengetahuan mengenai calon penonton, dengan begitu ada jaminan 75% program televisi tersebut akan sukses dan disukai banyak orang.

### 4. Bahasa naskah

Bahasa naskah adalah salah satu penunjang kesuksesan sebuah program televisi. Kegagalan proram bisa saja terjadi jika bahasa yang digunakan tidak sesuai dengan target penonton yang ingin dicapai.

#### 5. Format Acara

Prinsipnya dari format acara adalah harus membuat format acara sedetail mungkin agar tidak terjadi kesalahpahaman pada saat produksi berlangsung.

#### 6. *Punch Line*

*Punch line* adalah kejutan-kejutan dalam dialog yang dimainkan oleh para pemain yang sengaja dituliskan menghentak perhatian penonton yang mulai jemu dan atau kejutan naskah dapat berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan dan ungkapan peribahasa atau pantun.

#### 7. *Gimmick* dan *Funfare*

Untuk menarik selera penonton agar tidak pindah ke saluran lain, gunakanlah gimmick dalam segmen-semen tertentu. Gimmick adalah trik-trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton, biasanya dalam bentuk sound effect, musik ilustrasi, mimik, ekspresi, jokes atau kelucuan dan pergerakan kamera. Gimmick dapat berdiri sendiri tanpa harus berkaitan dengan yang lain. Sementara *funfare* adalah puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan. Biasanya, *funfare* diletakan di akhir acara.

#### 8. *Clip Hanger*

Merupakan sebuah scene atau shot yang digantungkan karena adegan terpaksa dihentikan oleh commercial break. Tempatkanlah clip hanger pada rundown yang tepat.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan selama 2 (dua) bulan yaitu Juni sampai Juli di Kompleks Ruko Alauddin Plaza, Gunung Sari Kecamatan Rappocini Kota Makassar.

#### **B. Jenis dan Tipe Penelitian**

##### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Saryono (2010), Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan

##### **2. Tipe Penelitian**

Ali & Yusof (2011) mendefinisikan penelitian kualitatif ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Djam'an satori mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik

suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artefak dan lain sebagainya

### C. Sumber Data

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data Primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok.

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data suatu penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (di peroleh atau dicatat oleh pihak lain). Data sekunder itu berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumenter.

### D. Informan

Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting peranannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Peneliti dan narasumber di sini memiliki posisi yang sama, oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia dapat lebih memilih arah dan selera dalam

menyajikan informasi yang ia miliki. Karena posisi inilah sumber data yang berupa manusia di dalam penelitian kualitatif disebut sebagai informan.

Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1 Data Informan Penelitian**

No	Nama	Pekerjaan
01	Tamrin Hamid	Produser program
02	Muh Ichsan S	Editor
03	Gufran Lamataha	Presenter

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Meleong, 2017)

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek tersebut. Serta dapat memberikan keterangan yang lebih lengkap menegenai data penelitian tersebut. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

### 3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain,yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

## F. Teknik Analisis Data

Terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### 1. Reduksi data

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

### 2. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

### 3. Kesimpulan

Kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetapi terbuka dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.

## G. Teknik Pengabsahan Data

Pengabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Dalam penelitian ini teknik pengabsahan data yang digunakan yaitu teknik yang disebut triangulasi. Wiersma (1986) dalam (Sugiyono, 2016) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Membandingkan hasil pengamatan dan wawancara, membandingkan yang dijelaskan umum dan yang dikatakan pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang

berbeda. Seperti data yang diperoleh dengan wawancara selanjutnya dicetak dengan teknik observasi, dokumentasi.

### 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk validitas data yang berhubungan erat dengan pengecekan data berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu perubahan dari waktu ke waktu sehingga data yang diterima lebih kredibel.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

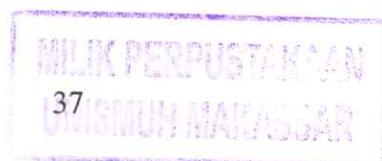
#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah iNews Tv Makassar**

iNews Tv Makassar (sebelumnya bernama SUN TV Makassar) adalah stasiun televisi lokal yang berada di kota Makassar, Sulawesi Selatan.iNews Tv Makassar ditanyangkan pertama kali pada 14 januari 2009 dengan nama SUN TV Makassar. Pada saat SUN TV Makassar sedang melakukan siaran percobaan, SUN TV Makassar hanya merelay MNC News saja. Kemudian, sejak 1 maret 2009, SUN TV Makassar telah bersiaran resmi dan menjadi mitra jaringan dari SUN TV Jakarta. Pada bulan agustus 2009, SUN TV Makassar tidak bersiaran karena memindahkan frekwensi dari 31 UHF menjadi 51 UHF (kini 31 UHF dipakai oleh frekwensi Celebes TV).

Saat itu pula, pada saat SUN TV Makassar berubah nama menjadi SINDOtv, nama SUN TV Makassar tetap digunakan. Saat ini, SUN TV Makassar sudah resmi menjadi Televisi lokal Makassar sejak September 2011. Dengan nama perusahaannya PT. Sun TelevisiMakassar. Slogannya adalah *inspiring and informative*. Siaran lokal iNews TV Makassar hadir setiap hari

Stasiun televisi ini merupakan jaringan dari iNewsTV. Sejak 6 April 2015, stasiun televisi ini berganti nama menjadi iNews<sup>TV</sup> Makassar.



iNews Tv Makassar adalah stasiun televise local ketiga yang berada di Kota Makassar, Sulawesi selatan, Indonesia. Siaran iNews TV Makassar ditayangkan pertama kali 14 Januari 2009.

## **2. Visi, Misi dan Tujuan iNesw Tv Makassar**

### **a. Visi**

Menjadi sebuah televisi nasional dengan konsep lokal berjaringan yang menayangkan program-program referensi, memberikan informasi dan inspirasi yang kaya akan ragam konten lokal, nasional maupun konten internasional.

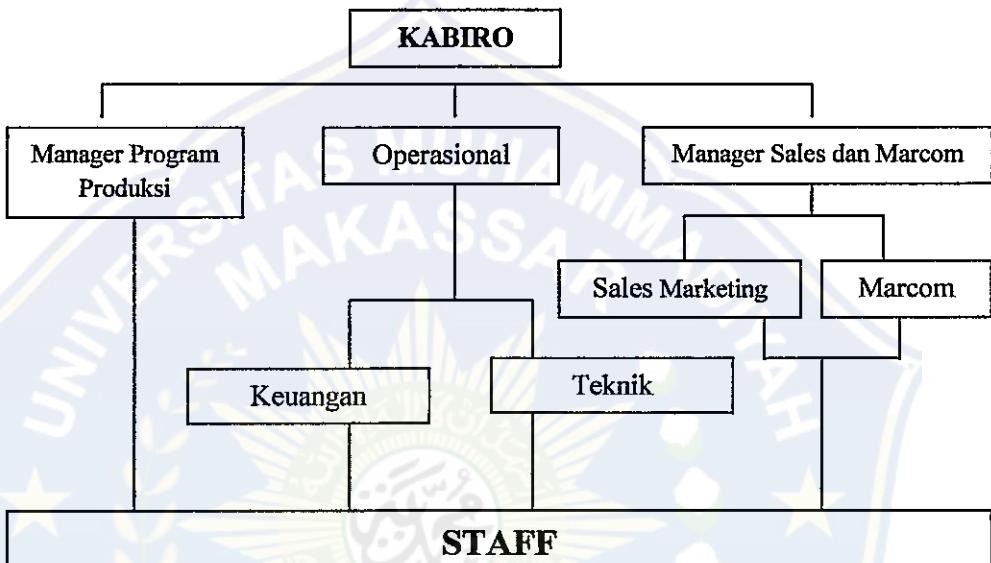
### **b. Misi**

- 1) Mengelola program TV yang informative, menghibur, berpendidikan dan menjadi perekat social berbagai etnik serta mencitrakan kemampuan daerah SulSel dengan baik demi pembangunan SulSel.
- 2) Menjalankan produksi dengan dukungan sarana dan prasarana yang layak dengan memanfaatkan kemajuan teknologi serta senantiasa sesuai dengan perkembangan Zaman.

### 3. Struktur Organisasi

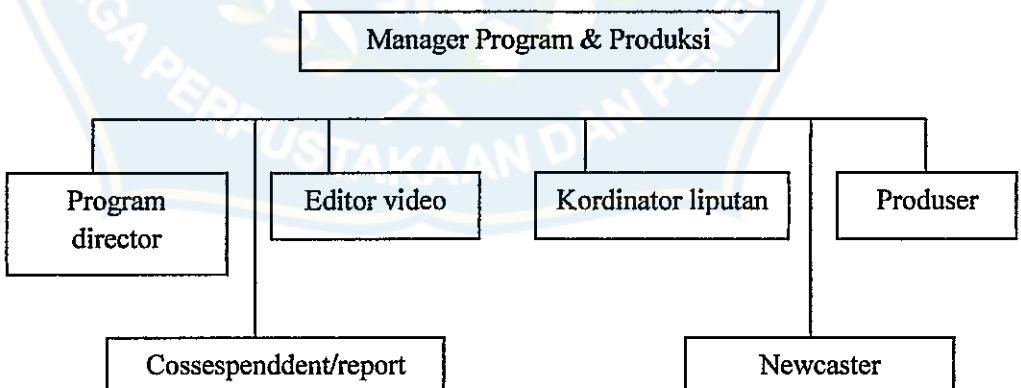
#### a. Struktur Perusahaan

Kabiro: Bertanggungjawab atas penyelenggaraan penyiaran



**Gambar 4.1 Kerangka struktur Perusahaan**

#### b. Manager Program & Produksi



**Gambar 4.2 Kerangka struktur Manager program dan produksi**

Manager program & produksi bertanggung jawab membangun perencanaan produksi

- 1) *Program director*: bertugas memimpin produksi pembuatan program berdasarkan konsep creative yang telah di persiapkan. Mulai dari casting talent, shooting sampai memandu proses edit sampai sudah siap tayang.
- 2) *Video editor*: bertugas memilih dan mengatur gambar dalam proses pengeditan, audio, juga termasuk efek audio maupun visual sesuai konsep yang telah di tentukan sampai materi siap tayang.
- 3) *Koordinator liputan*: bertugas untuk membangun konsep sesuai dengan pesan program yang dibutuhkan, mempersiapkan tim liputan dan bekerjasama dengan produser dalam merencanakan program dan liputan.
- 4) *Produser*: bertugas merencanakan pembiayaan dan schedule produksi, mengembangkan produksi baik live maupun tayang tunda, serta menyediakan kebutuhan shooting maupun properti yang dibutuhkan.
- 5) *Reporter*: mengumpulkan bahan pemberitaan dari berbagai sumber yang ada
- 6) *Newscaster*: menganalisa pemberitaan. Selain membacakan/membawakan berita, dia juga ikut aktif dalam proses pencarian berita dan pengolahan naskah berita selanjutnya. Newscaster kadang turut pula dalam proses pasca produksi berita

#### 4. Logo Perusahaan



**Gambar 4.3 Logo Inews tv Makassar**

Logo iNews TV dari 6 April 2015 hingga sekarang, disertai dengan slogannya, yaitu Inspiring & Informative. Arti dari logo iNews TV adalah:

- a. “i” yang berarti Indonesia. Maksudnya, tayangan yang disajikan oleh iNews TV mengutamakan konten lokal dan daerah yang berada di Indonesia. Televisi ini diluncurkan dan ditayangkan di Negara Kesatuan Republik Indonesia, dengan menggunakan. Arti dari logo iNewsTV adalah: - “i” yang berarti Indonesia. Maksudnya, tayangan yang disajikan oleh iNews TV mengutamakan konten lokal dan daerah yang berada di Indonesia. Televisi ini diluncurkan Televisi ini diluncurkan dan ditayangkan di Negara Kesatuan Republik Indonesia, dengan menggunakan nama Indonesia dan ditayangkan di Negara Kesatuan Republik Indonesia, dengan menggunakan nama Indonesia.
- b. “News” yang berarti news atau berita. Televisi ini mengutamakan menyajikan konten berita, terutama konten-konten lokal daerah. iNews TV akan menonjolkan berbagai program-program pemberitaan yang cepat, akurat, informatif, mendidik, serta menginspirasi. Makna warna pada logo.

- c. Merah, bermakna ketegasan. Sebagai televisi berita, iNews TV harus mempunyai ketegasan dan keberanian.
- d. Hitam, arti dari lambang sebagai landasan teknologi dan kecanggihan atau update atas sesuatu yang baru
- e. Putih. Sebagai televisi berita iNews TV tidak memihak, tidak berada dan memperjuangkan kepentingan siapapun dan golongan manapun. Sedangkan maksud slogan Inspiring & Informative, iNews TV menjadi televisi yang memberikan Inspirasi dan Informasi. iNews TV merupakan televisi yang "*Inspiring*", artinya dengan menyajikan berita yang menggabungkan berbagai konten lokal serta konten nasional, program dikemas dengan sentuhan-sentuhan kreatif yang sangat menarik bagi audien di Indonesia. Arti dari "Informative" merupakan iNews TV menjadi stasiun televisi yang menonjolkan program informasi dan berita, sehingga diharapkan menjadi referensi utama bagi audien yang memerlukan informasi dan berita.

## 5. Program Berita iNews Sulsel



**Gambar 4.4 Logo Program Berita iNews Sulsel**

Program acara di iNews TV terdiri dari berbagai jenis, yaitu program acara berita atau informasi, hiburan, dan olahraga, serta beberapa program unggulan. Program ini berdiri sejak tahun 2020

Adapun berikut ini salah satu program berita unggulan iNews Tv:

Program acara berita iNews Sulsel:

- a. Nama Program: iNews Sulsel
- b. Jenis: News (Hard News dan Soft News)
- c. Sifat: Informasi
- d. Setting: Indoor (dalam ruangan studio iNews Sulsel)
- e. Durasi: 30 menit
- f. Jam Tayang: Senin-Rabu pukul 07.30-08.00 WIB
- g. Target Audience: di atas 14 tahun dan semua kalangan.

Memberikan informasi dari berbagai bidang, mulai dari peristiwa politik, hukum, sosial, budaya, ekonomi, dan olah raga. Dipandu oleh host, dengan gaya santai, ringan, yang bisa menemani waktu sarapan, yang bisa dijadikan sumber referensi informasi

## 6. Rating dan Share

Rating dan *Share* program berita iNews Sulsel bisa di bilang cukup baik. Pada setiap minggunya memperoleh rating dan share cukup bagus. Data ini di ambil dari pusat iNews tv Jakarta. Ini adalah hasil survey dari pusat selama tiga minggu mulai dari 17- 26 Juli 2022

**Tabel 4.1 Rating and Share 17-19 juli 2022**

Hari	Pukul	TVR	share
Senin	07.30	0,2	0,19
Selasa	07.30	0,1	0,02
Rabu	07.30	0,2	0,25

**Tabel 4.2 Rating and Share 20-23 juli 2022**

Hari	Pukul	TVR	share
Senin	07.30	0,1	0,12
Selasa	07.30	0,24	4.06
Rabu	07.30	0,11	1,15

**Tabel 4.3 Rating and Share 24 Juli-26 Juli 2022**

Hari	Pukul	TVR	share
Senin	07.30	0,1	0,10
Selasa	07.30	0,07	0,95
Rabu	07.30	0,15	1,72

## B. Hasil Penelitian

- Strategi iNews Tv Makassar menarik minat penonton dalam program berita Inews Sulsel

Dalam hal ini peneliti akan mengkaji inovasi media dapat mencakup perubahan dalam beberapa aspek lanskap mulai dari pengembangan platform media baru , model bisnis baru, hingga cara baru dalam memproduksi baru dan yang di lakukan iNews tv terhadap program berita inews sulsel yang dapat meningkatkan dan mempengaruhi minat penonton dari sebelumnya beberapa indikator-indikator terdapat hal-hal yang perlu di perbarui di dalamnya untuk mengetahui apa saja yang di lakukan inews sulsel dan perlu di perhatikan di setiap aspek dalam produksinya mulai narasi, editing, dan penyiaran. Produser juga menjelaskan inovasi yang dilakukan adalah sebagai berikut.

“Menyajikan dengan cepat berita yang viral sebagai *head Line News*, memperkaya tampilan dengan grafis atau animasi sebuah pristiwa, melakukan Live Report dengan narasumber atau laporan langsung dari TKP, Memperkaya tampilan layar dengan *CG (Character Generator)* kalimat yang tampil di layar, memaksimalkan tampilan News Anchor di layar kaca dan pembaca *Voice Over yang bervariasi*”, wawancara di ambil lewat Whatshappada tanggal 12 Agustus 2022.

Sebagai penunjang strategi inews tv makassar mengingat bahwa inews tv Makassar merupakan stasiun televisi lokal Makassar, maka dalam masyarakat dengan kebutuhan yang sama dalam hal informasi mengenai daerahnya sendiri, sehingga baik itu berupa berita, kebudayaan, hiburan, dan sebagainya. Adapun data penonton iNews tv Makassar di media sosial saat ini sebagai berikut sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Data Pengikut iNews Sulsel pada Media Sosial iNews Sulsel (2022)**

<b>Youtube</b>	<b>470 rb</b>
<b>Facebook</b>	<b>1,8 rb</b>
<b>Instagram</b>	<b>1.056 rb</b>

Berdasarkan tabel diatas maka penonton iNews Tv Sulsel dari sosial media youtube, facebook dan instagram tidak mempunyai keterbatasan jangkauan sehingga dimana pun masyarakat Makassar berada bisa menyaksikan program siaran yang ada di iNews Tv:

a. Youtube

Program berita iNews Sulsel memiliki channel youtube dengan nama “inews makassar official”, hingga 2022 akun ini memiliki jumlah subscriber sebanyak 470 dan mengupload kembali siaran berita iNews Sulsel di channel youtube.

b. Facebook

Program berita inews Sulsel memiliki media sosial dengan nama “inews makassar”, hingga 2022 akun ini memiliki jumlah sebanyak 1,8 ribu pengikut dan iNews Sulsel memanfaatkan mengupload kembali siaran berita inews sulsel sosial media facebook

c. Instagram

Akun instagram “inews makassar official” memiliki 1.056 rb followers memiliki banyak fitur yang dapat di manfaatkan, instagram di gunakan untuk menyampaikan informasi malalui foto, video, dan story

Berdasarkan hasil penelitian dan telah di jelaskan gambaran-gambaran strategi pada program berita iNews Sulsel dapat di uraikan beberapa indikator untuk menciptakan strategi adalah sebagai berikut:

#### 1. Target penonton

Seperti diketahui bahwa menentukan target penonton adalah awal yang sangat penting oleh sebab itu pihak iNews Sulsel harus mengetahui siapa saja yang menjadi target penonton berita inews Sulsel, program informasi yang telah disusun oleh inews tv Makassar memiliki sasaran penonton yang dituju. Sebagaimana yang telah di jelaskan oleh informan Tamrin selaku produser

“Pada dasarnya target sasaran penonton inews sulsel lebih memiliki sasaran pada kalangan laki-laki maupun perempuan ya intinya semua kalangan, kalo dilihat dari usia kami targetkan usia 14 tahun ke atas apalagi ini yang sajikan memang beragam tapi kita juga lebih dominan ke berita kriminal” (hasil wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022)

Berdasarkan pengklasifikasian bahwa di iNews Sulsel telah menetapkan target penonton di atas 14 tahun dan tanpa membedakan jenis kelamin, kisaran 14 tahun keatas maka itu telah memasuki masa remaja dan dewasa mengapa demikian menurut produser iNews tv.

“Karena target penonton kami remaja dan dewasa otomatis kami harus mencari berita yang lagi hangat-hangatnya di perbincangkan dan kami biasa telusuri di sosial media apa saja berita yang populer karena kebanyakan masyarakat mau remaja atau dewasa pasti lihat berita ya di sosmed, dan yang menjadi daya tarik sebuah berita sehingga menjadi viral dan kita angkat berita tersebut contoh di makassar ini kan berita kriminal itu penontonnya lumayan tinggi ya kita angkat dan kemas berita tersebut sebaik mungkin untuk di tayangkan “(hasil wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022)

Berdasarkan pernyataan produser tersebut yang telah dilakukan produser bahwa menetapkan target/sasaran akan lebih memudahkan produser ketika melakukan perencanaan sebuah program. Karena dengan mengetahui siapa target/sasaran penonton yang di tuju dan produser tahu informasi yang dibutuhkan oleh penontonnya. Sebagaimana telah di jelaskan oleh Naratama, 2008 “Kalau anda sudah mengenal karakter penonton anda maka anda sudah mempunyai jaminan 75 % karya anda akan sukses dan di sukai banyak orang”.

Dan saat di lapangan produser mempertegas kembali bahwa tepatnya sasaran memilih target penonton remaja hingga dewasa ungkap produser program berita iNews Sulsel

“Kami menayangkan apa yang dibutuhkan masyarakat mau itu kriminal, pristiwa atau kejadian-kejadian seputar Sulsel yang layak untuk publik dan menjadikan target penonton kami, dengan tetap memperhatikan kode etik” (hasil wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022)

Dari hasil wawancara di atas, dapat di simpulkan bahwa target penonton sangat berperan penting untuk mengembangkan sebuah rencana pembuatan program, jadi ketika produser hendak membuat sebuah program harus menelusuri informasi berita yang dibutuhkan oleh masyarakat, gunakan media sosial untuk menjembatani atau mengetahui target yang produser inginkan

## 2. Bahasa Naskah

Bahasa naskah yang digunakan memang disesuaikan oleh terget audiensya yaitu semua umur. Bahasa naskah yang digunakan

juga mengikuti aturan perusahaan dengan menggunakan tutur bahasa yang sopan, tapi tidak menutup kemungkinan bahasa yang digunakan akan kaku. Tetapi akan ada istilah bahasa ‘gaul’ tapi tetap baik dan sopan seperti di bagian penutup maupun pembuka di acara berita seperti yang dikatakan Gufran selaku presenter iNews

“Ketika kami opening menyapa seperti apa kareba karena kan kita berada di Sulsel harus tetap menonjolkan ciri khas dari budaya daerah kita dan ketika closing kami biasa seperti mengatakan salama tapada salama setidaknya untuk meperkenalkan bahwa kita berada di Sulsel” (hasil wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022)

Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa pentingnya dalam bahasa naskah kita menyelipkan ciri khas bahasa daerah agar budaya Sulawesi Selatan tetap melekat di siaran lokal iNews Sulsel. Tidak hanya itu yang perlu di perhatikan di bahasa naskah yakni di sebut *Tone* atau nada berita suatu cara penyampaian terhadap suatu berita yang disiarkan atau dipublikasikan, nada berita sendiri dapat dibagi menjadi ke dalam tiga bagian, yaitu positif, negatif dan netral seperti halnya yang dikatakan oleh presenter iNews Sulsel yakni

“Dalam membaca naskah kita juga harus tau isi berita yang kita bawakan apakah itu menegangkan, sedih atau bahagia atau berita pro dan kontra jadi sebelum siaran presenter membaca terlebih dahulu berita-berita yang akan disampaikan pada saat siaran berlangsung jangan sampai kita tidak punya persiapan dan berita yang harusnya cara kita membawanya harus sedih kita di situ tersenyum jadi tidak sinkron seperti itu dan itu hal-hal yang penting di perhatikan”(hasil wawancara pada tanggal 17 Agustus 2022)

Setelah mendengar wawancara dari presenter mengatakan bahwa “itu adalah hal-hal yang di penting untuk di perhatikan” kembali lagi presenter juga menegaskan bahwa dalam bahasa naskah yaitu:

“Biasa juga ketika iklan atau teaser saya baca-baca ulang tuh takutnya kan, ada dixsi yang kurang enak di dengar atau bahasa asing yang jarang saya dengar. saya searching gimana cara bacanya agar saat live sudah tidak ada kesalahan seperti itu” (hasil wawancara pada tanggal 17 Agustus 2022)

Berdasarkan penjelasan di awal, dapat peneliti pahami bahwa yang perlu di ketahui dan di perhatikan dalam bahasa naskah memperhatikan lafal, intonasi, dan sikap dalam membacakan berita. Dengan menerapkan inovasi dari presenter tersebut dapat menunjang keberhasilan dalam meyakinkan masyarakat untuk menonton berita inews Sulsel.

Pada dasarnya, bahasa yang digunakan dalam program berita iNews Sulsel adalah bahasa yang sangat formal namun bahasa naskah yang di gunakan lebih besifat ringan akan tetapi kembali lagi bahwa presenter menyampaikan sebuah berita yang tidak membuat jenuh pada segmen pertama, di awali dengan opening dan presenter membuat ucapan salam kepada pemirsa kepada seluruh pemirsa secara santai yang di lanjutkan dengan pembacaan 3 top berita hingga ke segmen yang terakhir biasa berita yang di bacakan di akhir berita adalah berita soft news

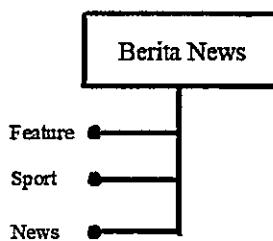
Yang perlu di ketahui dalam pembuatan naskah program berita iNews Sulsel ini produser memiliki beberapa pertimbangan yaitu:

- c. Terjawabnya 5W + 1H yang ingin diketahui penonton
- d. Naskah berita harus memiliki alur yang jelas mulai dari awal hingga closing
- e. Terdapat trik klimaks dalam dialog yang mampu menarik perhatian pemirsa
- f. Tidak adanya informasi yang terlewatkan dari narasumber

### 3. Format acara

Berita adalah sebuah format acara televisi yang di produksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa secara langsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari. Format ini memerlukan nilai-nilai faktual dan aktual yang di sajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu dimana di butuhkan sifat liputan yang independen. Naratama 2008:65

Format acara yakni sebuah perencanaan dasar dari satu konsep acara dari televisi yang akan menjadi landasan **inovasi** dan **desain** produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan target dan kebutuhan program inews sulsel



Dengan menyajikan beragam informasi mulai dari *hard news* berisakan peristiwa aktual dan baru saja terjadi dan *soft news* peristiwa atau informasi yang unik dan menarik.

- 1) Berita keras (Hard News) Berita keras atau hard news adalah segala informasi penting dan atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiar karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Dalam hal ini berita keras dapat dibagi kedalam beberapa bentuk berita yaitu: straight news, features.
- 2) Berita Lunak (Soft News) Berita lunak atau soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (Indepht) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri di luar program berita. Program yang masuk kedalam kategori berita lunak ini adalah: current affair, magazine, dokumenter. Produser menjelaskan bahwa:

“ Kami pasti mengadakan rapat redaksi setiap pukul 23.00 WITA untuk mendiskusikan berita-berita yang layak di naikkan dan berita apa saja yang sedang trending berita soft news ataupun hard news kita pasri bahas di ruang redaksi” (hasil wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022)

Menjelang ,berita on air rapat redaksi menyusun komposisi berita berdasarkan kebijakan redaksi dalam sebuah "rundown program berita" . Rapat rapat final mengevaluasi urgensi berita dalam rundown (akan ditayangkan), apakah sesuai dengan rapat redaksi di awal serta

mensinkronkannya dengan situasi terakhir. Editing naskah oleh produser dan editing gambar oleh editor diproses bersamaan. Dalam tahap ini, segala aspek teknis naskah dan gambar yang akan hadir ke pemirsa diperhitungkan

Selain isi berita yang menarik background juga selalu di perhatikan dengan properti atau background yang menunjukan suasana baru juga warna-warna yang digunakan lebih enak di pandang, itu juga menambah nilai dari tayangan. Seperti yang telah di jelaskan oleh ichsan selaku editor program inews Sulsel:

“Itu tergantung kebutuhan , kalau kami biasa cari warna yang jangan terlalu gelap atau yang terlalu terang, kita itu tetap memperbaharui warna background akan tetapi tidak menghilangkan warna perusahaan contoh inews kan dominan hitam putih nah, itu kita tetap pakai missal nya di CG nya (*charcter generator*) kita pakai hitam putih dan yang lainnya kita sesuaikan dan itu balik lagi sesuai permintaan pusat karna kan pusat yang menilai kapan kita harus memperbaharui background “(hasil wawancara pada tanggal 4 Agustus 2022)

Dengan design yang sederhana, program berita iNews Sulsel ingin tampil berbeda dari program berita lainnya baik dari design maupun formatnya, ini merupakan tahapan-tahapan yang di lalui oleh tim berita inews Sulsel seperti: Ide/gagasan, tujuan program, dan sasaran program.

#### 4. *Punching line*

*Punching line* pada program berita berupa cletukan-cletukan hentakan, ungkapan dan pribahasa dan pertanyaan kepada penonton semuanya dirangkai sedemikian rupa oleh redaktur agar tidak jenuh dan

menghibur tapi tidak keluar pada batasnya. Redaktur yang bertugas melakukan seleksi dan perbaikan naskah yang akan di bacakan oleh presenter melalui teleprompter dan di iNews Sulsel yang membuat narasi tersebut yakni pak tamrin selaku produser dan setelah di wawancarai pak Tamrin mengatakan bahwa:

“Kalau hal-hal yang mengenai cletukan-cletukan lucu memang ada akan tetapi di lihat dulu dari beritanya bisa kita sisipkan kata-kata yang lucu atau tidak , contoh untuk berita pemuda yang viral karena joged tiktok di tugu kehadiran media sosial ini membuat tersebar luasnya aksi tersebut dan pembuat konten dalam pemberita yang intinya Netizen banget mengkritik hal tersebut itukan kita sisipkan cletukan seperti itu akan tetapi perlu di garis bawahi kita tidak selalu memakai redaksi kata seperti hanya sekali-kali saja” (hasil wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022)

Dan seperti juga di jelaskan di atas bahwa Puncing line pada program berita berupa cletukan-cletukan hentakan, ungkapan dan pribahasa dan pertanyaan kepada penonton di sini ada **pribahasa** dan di inews Sulsel juga menggunakan bahasa daerah di pembuka dan penutup acara seperti yang di jelaskan oleh presenter iNews Sulsel pada pembahasan bagian naskah.

##### 5. *Gimmick and Funfare*

Untuk menarik selera penonton agar tidak pindah kelain hati channel, gunakan lah gimmick-gimmick dalam *scene-scene* atau *segmen-segmen* tertentu. *Gimmick* adalah *trik-trik* yang di gunakan untuk mendapat perhatian penonton dalam bentuk sound effect, music ilustrasi, mimik, ekspresi, teknik editing dan pergerakan kamera. Contoh salah satu gimmick dari program berita inews Sulsel ialah

dengan menambahkan *sound effect* sesuai berita, berikut penjelasan dari editor inews Sulsel:

“*Sound effect* biasanya saya menambahkan sesuai tema berita, contoh ketika berita kriminal, sound yang kita pakai lebih tegang atau agak nge beat kita sesuaikan dengan keadaan kasus atau berita yang di tampilkan misalnya proses pengejaran atau proses demo yang sedang bentrok sedangkan sound *soft news* atau berita wisata tu lebih *slow* dan santai sesuai dengan suasana berita yang di tampilkan” (hasil wawancara pada tanggal 04 Agustus 2022)

Sound effect, yaitu tambahan suara untuk lebih mempertegas, arti atau suatu berita di dalamnya , sound effect berhubungan erat dengan dramatisasi, yaitu usaha untuk tetap mengikat penonton agar tidak mengalihkan perhatiannya dari tayangan kita berikut lanjut penjelasan dari editor:

“ bagian sound itu sangat penting yah karena penonton mendengar dan melihat ketika suatu berita terlihat menegangkan dan ketika tidak ada sound yang membantu kualitas berita terlihat biasa saja karena penontonnya kan tidak di kejadian itu mereka hanya melihat hal tersebut dari televisi” ” (hasil wawancara pada tanggal 04 Agustus 2022)

Ini adalah salah satu bentuk mendapatkan perhatian penonton yakni sound effect yang menarik sesuai yang telah di jelaskan di atas agar penonton ikut terbawa dalam konten berita tersebut sehingga penonton juga merasakan tegang, senang dan penasaran dengan berita yang telah di tampilkan dan disini teknik editing sangat berperan penting. Tidak hanya editor yang berperan penting di dalam sebuah siaran berita presenter juga harus memperlihatkan ekspresi atau mimik

wajah yang sangat meyakinkan penonton untuk menyaksikan program berita inews Sulsel, seperti yang di katakan presenter di bahasa naskah lanjutan dari hasil wawancara di bahasa naskah sinkron dengan pembahasan gimmick atau trik-trik yakni:

“Berita yang harusnya cara kita membawanya harus sedih kita di situ tersenyum jadi tidak sinkron seperti itu dan itu hal-hal yang penting di perhatikan makanya disini juga di butuhkan ekspresi yang meyakinkan penonton bagaimana caranya agar penonton ingin melihat berita itu setelah di bacakan presenter” (hasil wawancara pada tanggal 17 Agustus 2022).

Tambahan dari peryataan di atas bahwasanya:

“Sebelum siaran saya juga melakukan olah wajah seperti mengerakkan seluruh wajah agar tidak kaku saat depan kamera.” (hasil wawancara pada tanggal 17 Agustus 2022)

Semua hal yang telah di lakukan seorang presenter , editor maupun crew iNews tv Makassar sangat berperan penting untuk menunjang keberhasilan program mulai dari setiap scene-scene presenter iNews juga mengatakan bahwa:

“Menjadi seorang presenter juga tidak hanya di depan kamera setelah itu baca teleprompter lalu selesai, tetapi bagaimana cara kita membangun chemistry kepada penonton dan membawa penonton ikut dalam berita-berita yng di bawakan” (hasil wawancara pada tanggal 17 Agustus 2022)

Berdasarkan temuan di lapangan dan hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa program berita juga membutuhkan gimmick atau trik-trik untuk menarik minat penonton agar tidak jenuh dan selain untuk mengetahui informasi yang mereka tonton dengan adanya gimmick penonton akan lebih semangat atau menjiwai

## 6. Clip Hanger

Inews Sulsel juga menggunakan clip hanger dalam pemenggalan segmenya. Seperti memberikan clue untuk segmen sebelumnya agar pemirsa dirumah tidak mengganti channel. Hal tersebut dilakukan semata-mata agar penonton tetap setia pada program inews Sulsel

Dan di sini sebelum kita membahas bagaimana inews Sulsel memberikan clip hanger pada saat detik-detik commercial break yakni dengan mempersiapkan di rundown acara yang di susun oleh pruduser iNews tv Makassar. Rundown berita tv adalah susunan item berita yang akan di tayangkan hingga akhir program di dalam rundown ada yang di namakan *teaser*. *Teaser* adalah adalah cuplikan berita yang akan di tampilkan dan paling tinggi nilai beritanya sehingga memikat pemirsa untuk tidak mengganti channel. Dan telah di jelaskan oleh produser iNews tv Makassar yakni:

“Rundown program sangat penting sebab ini menjadi panduan dari editor, MCR hingga Rating, untuk itu format berita harus di awali dengan cuplikan berita yang menarik, viral, paling dramatis atau paling unik dari beragam seluruh isi berita yang tersaji dalam program inews sulsel” (hasil wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022)

Lead program berita inews Sulsel senin, 29 agustus 2022:

**HL 1: EMPAT ANAK BUAH KAPAL KM DARMA FERRI  
TIGA DITEMUKAN TEROMBANG AMBING DI LAUT SELAT  
MAKASSAR//**

**HL 2: RAZIA NARKOBA DAN PROSTITUSI ONLINE DI  
HOTEL//EMPAT KAWANAN POLISI GADUNGAN  
DITANGKAP//**

**HL 3: MOBIL TERBAKAR SESAAT SETELAH MENGISI BBM  
DI SPBU/TEASER 1: SEBUAH RUMAH KONTRAKAN LUDES  
TERBAKAR//TEASER 2: HARGA TELUR AYAM DAN BEBEK  
DI PASAR TRADISIONAL MEROKET//**

Jadi dapat di simpulkan oleh peneliti bahwa penonton terus terikat ketika ada 3 cuplikan *top story* atau *highlight* (HL) sebelum presenten muncul, cuplikan story (HL) itu sertakan dengan berita-berita gambar menarik. *Teaser* di buat pada setiap akhir segmen atau sebelum memasuki *commercial break*.

Program berita iNews Sulsel memiliki durasi 30 menit. Durasi materi *comersial break*/iklan berkisar 6-10 menit. Sisa durasi untuk berita, pengantar penyiar dan *bumper* berkisar 20-24 menit

**Tabel 4.5 Naskah Berita**

Naskah Berita	Penjelasan
[SLUG=PERAMPOK [Title= POLISI KEJAR PERAMPOK [CAMERAMEN]= EDI] [PROGRAM BERITA UPDATE] [ANCHOR=KIKI AMELIA [DATE=10 AGUSTUS 2022]	Informasi naskah berita (bagian ini merupakan informasi tentang naskah berita) Identitas paket berita judul paket berita Nama reporter Nama cameramen Nama news anchor Tanggal produksi atau siaran

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Faktor yang mempengaruhi minat penonton dalam peningkatan program berita lokal iNews TV Makassar

#### 1. Target Penonton

Sebelum merencanakan suatu program, seorang produser perlu mengkaji secara teliti tentang target penontonnya untuk mempermudah bagi produser dalam mengambil keputusan terkait produksi program acaranya, seperti yang di katakan Naratama: 2008 Anda akan mempunyai pengetahuan tentang calon penonton kalau anda sudah mengenal penonton anda maka anda sudah mempunyai jaminan 75 % karya anda akan sukses dan di sukai banyak orang”.

Hasil penelitian menemukan bahwa proses menentukan target penonton merupakan langkah awal menentukan calon penonton program iNews Sulsel sebagai suatu inovasi demi menarik minat penonton, target penonton inews Sulsel yakni 14 tahun ke atas dan untuk semua kalangan. Alasan produser menargetkan penonton usia 14 tahun ke atas karna berita-berita yang di sajikan beragam seperti budaya, wisata olahraga dan pendidikan namun produser mengatakan bahwa berita yang dominan yaitu berita kriminal namun ketika berita kriminal ditayangkan di bagian bawah kiri tv ada peringatan atau warning untuk usia penontonnya.

Pemilihan target audien dimana media penyiaran akan memproduksi suatu program merupakan bagian yang penting dari strategi program. Dimana harus mempersiapkan dengan pertimbangan-pertimbangan yang masak sebelum suatu segmen audien dimaksudkan sesuai dengan kriteria program televisi.

Dalam pembuatan program menentukan khalayak mana yang akan dituju oleh stasiun televisi, atau karakter audiens yang dituju, sehingga nantinya program yang ditawarkan akan mengikuti dinamika khalayak sasaran yang dituju. Untuk itu perlu dilakukan analisis pada khalayak terhadap keinginan serta kebutuhan khalayak, karakteristik yang dibuat, struktur persaingan pasar, dan karakter audiens serta opini masyarakat. Dengan demikian, program yang disajikan mampu meningkatkan daya tarik masyarakat. Analisis pada khalayak tersebut dapat diperoleh dari data-data akurat hasil penelitian maupun terjun langsung ke masyarakat, untuk

mendapatkan gambaran tentang life style, saran dan pendapat dari khalayak sasaran

Keberhasilan media sangat di tentukan oleh kemampuan pengelolanya dalam memahami audiennya dalam hal ini di pahami dengan pendekatan

Target audien adalah memilih satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. Kadang- kadang targeting disebut juga dengan selecting karena audien harus diseleksi. Perusahaan harus memiliki keberanian untuk memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) audien dan meninggalkan bagian lainnya.

Sesuai dengan pernyataan diatas penulis menyimpulkan bahwa, media penyiaran harus menentukan segmentasi audience yang akan ditujunya. Dalam proses pemasaran, segmentasi ini tidak berdiri sendiri, segmentasi merupakan targeting atau menetapkan target audience adalah tahap selanjutnya dari Analisa segmentasi.

## 2. Bahasa Naskah

Bahasa Naskah iNews Selsel memperhatikan lafal, intonasi, dan sikap dalam membacakan berita hal itu di sesuaikan dengan berita yang di angkat seoerti berita sedih, gembira maupun menegangkan. lafal adalah cara seseorang dalam mengucapkan bunyi bahasa, pembaca berita yang baik harus dapat mengucapkan kata atau kalimat dengan jelas. Intonasi ketepan pengucapan dan irama kalimat dalam dialog yang memberikan

penekan pada sebuah kata. Yang terakhir adalah sikap seorang presenter dalam membawakan sebuah berita dengan baik dengan kemampuan *public speaking* atau tutur kata yang baik dan juga karena Bahasa naskah inews Sulsel juga menggunakan bahasa informatif untuk menarik perhatian penonton.

Dengan menerapkan strategi dari presenter tersebut dapat menunjang keberhasilan dalam meyakinkan masyarakat untuk menonton berita inews Sulsel. Di opening dan closing bahasa daerah Sulawesi Selatan di gunakan dengan bertujuan agar budaya sulawesi selatan tetap melekat di siaran lokal inews Sulsel.

Ada 2 garis besar struktur penting yang di harus di perhatikan:

a. Awal (pembuka)

Titik awal yang memberikan focus yang jelas kepada pemirsa mengenai esensi atau pokok dari berita/informasi yang hendak disampaikan. Hal ini memberikan penonton untuk teratrik dan bersedia menyimak berita

b. Akhir

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ada empat pengertian naskah yaitu, karangan yang masih ditulis dengan tangan, karangan seseorang yang belum diterbitkan, bahan-bahan berita yang disiapkan untuk diset, dan rancangan. Sedangkan naskah berita adalah lembaran kertas yang berisi laporan mengenai hal atau peristiwa yang terjadi

dimasyarakat sebagai hasil olahan wartawan yang siap dimuat pada media massa cetak atau media massa elektronik.

Naskah adalah tulisan seseorang yang belum diterbitkan, kemudian naskah ini dilihat dan diedit oleh editor. Sedangkan naskah berita adalah tulisan hasil liputan seorang reporter dan kamerawan yang didapat dari wawancara di lapangan, kemudian diedit dan diolah kembali oleh editor. Menulis naskah berita televisi pada dasarnya untuk mata dan telinga. Gambar boleh bagus, tajam dan kontras. Tetapi kalau tidak disertai suara atau kata-kata, maka tetap saja gambar itu hanya layak disebut gambar bisu. Dalam jurnalistik televisi, gambar bisu dan suara tanpa gambar semacam ini termasuk cacat teknis yang secara prinsip tidak boleh terjadi.

Naskah merupakan suatu hal yang wajib ada dalam penyampaian suatu berita kepada pemirsa. Naskah sendiri merupakan panduan bagi editor dalam mengurutkan gambar yang akan diedit serta naskah juga memiliki peranan penting bagi presenter ketika akan menyampaikan sesuatu berita. presenter harus membaca naskahnya. Naskah yang baik harus mengandung unsur bahasa jurnalistik yang easy listening agar dapat penghasilkan siaran yang sempurna saat dibaca oleh presenter.

Peranan produser juga sangatlah penting dalam pembuatan naskah tersebut. Untuk menghasilkan naskah yang berkualitas dengan menampilkan berita secara fakta aktual dan terpercaya. Kerjasama editor dan produser sangat diperhatikan agar video berita yang diproduksi mampu sejalan dengan naskah yang telah diedit oleh tersebut.

Editing pada media televisi berbeda dengan editing pada media cetak. Editing pada media televisi yakni menggabungkan naskah yang sudah diedit lalu direkam dan digabung menjadi satu dengan gambar yang diambil oleh kamerawan. Editing televisi untuk mata dan telinga, sedangkan editing pada media cetak hanya untuk dibaca.

### 3. Format Acara

Format acara berita iNews Sulsel memproduksi berdasarkan informasi fakta kejadian dan peristiwa secara langsung di kehidupan masyarakat yang memerlukan nilai-nilai faktual dan aktual yang artinya mengandung kebenaran kejadian yang up to date atau kejadian terkini dengan menyajikan beragam informasi mulai dari *hard news* yakni informasi penting menarik yang harus disiarkan oleh media dan *soft news* informasi penting dan menarik namun tidak bersifat harus ditayangkan

Selanjutnya yaitu selain isi berita yang harus menarik dalam format berita desain produksi juga merupakan bagian dari format acara yang menambah suasana baru ini merupakan tahapan-tahapan yang dilalui oleh tim iNews Sulsel dengan membuat ide/gagasan, tujuan program dan sasaran program.

Menentukan format stasiun merupakan strategi yang dilakukan untuk menarik minat pemirsa. Format acara yang bagus dijadikan pertimbangan dalam membuat program acara sehingga hendaknya program acara tersebut dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Setelah format dipilih, dibuat sebuah kebijakan dalam pemrograman. Kebijakan

pemrograman dilakukan oleh stasiun televisi sebagai pedoman dalam membuat program-program acara yang akan dilaksanakan.

Menurut Naratama (2008:68) format acara televisi adalah “Sebuah perencanaan dasardari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.” Dari penjabaran diatas penulis menentukan ide dan konsep untuk format program yang akan di produksi dalam suatu tayangan siaran yaitu dengan pemilihan format program acara drama televisi. Sesuai dengan kategori program hiburan yang didalamnya terdapat program drama.

#### **4. *Punching Line***

*Punching line* ialah cletukan, hentakan, ungkapan, pribahasa dengan tujuan untuk menghibur penonton agar tidak jemu tapi keluar batas, hal tersebut biasa di sisipkan oleh produser inews tv ke dalam rundown acara.

*Punchling line* merupakan kejutan dalam dialog yang sengaja dituliskan untuk menghentak penonton yang mulai jemu dan bosan. Kejutan ini ini berupa komedi, celetukan ataupun pertanyaan yang diungkapkan oleh pembawa acara (Naratama, 2008: 126).

*Punching line* dalam program inews sulsel tertulis secara detail dalam naskah, dan pembawa acara melakukan improvisasi di setiap segmen. Jika dirasa penonton mulai jemu, maka pembawa acara akan langsung mengeluarkan jokes, celetukan atau melemparkan suatu

pertanyaan kepada penonton. Program inews sulsel sudah menerapkan elemen punching line. Namun pembawa acara akan melakukannya secara improvisasi jika dibutuhkan dan hal tersebut terbukti dapat menarik perhatian penonton agar tidak jemu dalam melihat program.

*Punching Line script Reading* atau *Script Conference* dilakukan, Sutradara dan Penulis naskah selalu memperhatikan flow dan ritme acara dari segmen ke segmen. Kalau dirasakan, penonton akan jemu di tengah acara, diperlukan hentakan emosi dari dialog naskah. Dengan kata lain, Punching Line adalah kejutan – kejutan yang sengaja ditulis kan untuk menghentak perhatian penonton yang mulai jemu dan bosan. Kejutan naskah dapat berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa.

##### **5. Gimmick & Funfare**

*Gimmick & Funfare* Cara menarik selera penonton agar tidak pindah ke channel lain, maka gunakanlah gimmick – gimmick dalam scene – scene atau segmen – segmen tertentu. Gimmick adalah trik – trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk sound effect, musik ilustrasi, adegan suspense, mimik, ekspresi, dan teknik editing. Gimmick dapat berdiri sendiri tanpa harus berkaitan dengan kesinambungan video, Gambar, dan sound: Gimmick di berita iNews Sulsel di program ini selalu memanfaatkan gimmick untuk meningkatkan perhatian penontonnya dan menghindari kebosanan penonton.

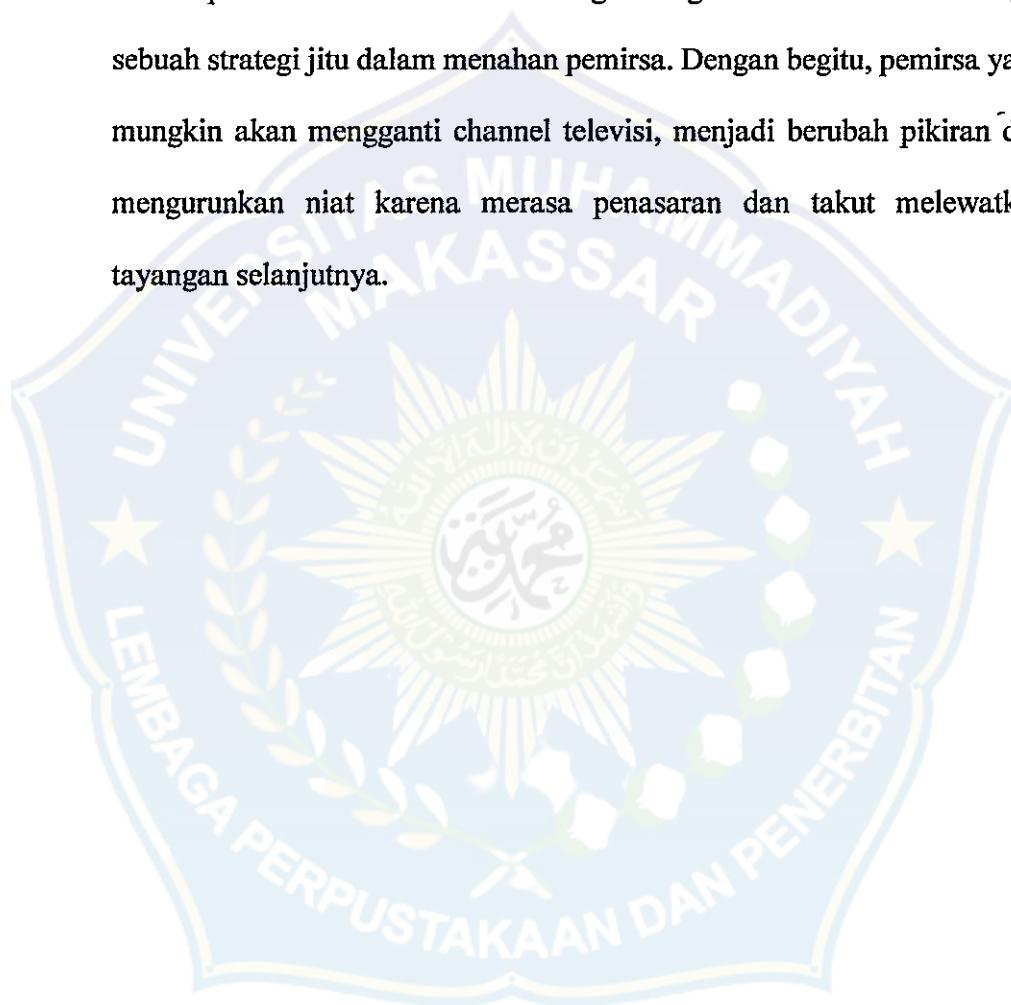
*Gimmick* adalah trik-trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk sound effect, musik ilustrasi, adegan suspense(tegang), mimik, ekspresi dan akting pemain, teknik editing dan penggerakan kamera.

#### 6. *Clip Hanger*

Untuk menarik perhatian pemirsa dan membuat pemirsa bertahan menyaksikan program berita inews Sulsel, terikat ketika ada 3 cuplikan *top story* atau *highlight* (HL) sebelum presenten muncul segment, pembawa acarahost akan membuat Clip Hanger. presenter kita perintahkan untuk membuat penasaran pemirsa dulu. Itu hampir di setiap *Commercial break* dan *top story* menggunakan clip hanging.” Clip hanger diciptakan oleh produser dan akan di bacakan oleh presenter pada *teleprompter* suntuk membuat rasa penasaran pemira terhadap kelanjutan berita selanjutnya, sebagai contoh, kata-kata yang biasa diucapkan presenter program inews Sulsel sebelum mengakhiri segment adalah “Pemirsa, jangan ke mana-mana karena nanti berita selanjutnya yakni kasus pencurian motor.”

Sebelum *taping* maupun *live* adalah produser terlebih dahulu mem-briefing presenter dan memberitahukan *lead berita* yakni paragraph pembuka dari sebuah berita yang berisi inti berita atau rangkuman berita, sehingga host akan mengetahui kapan dan di mana dia akan menciptakan clip hanger untuk bisa menahan penonton agar tidak memindahkan channel tayangannya.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, tampak bahwa produser program inews Sulsel mengetahui secara mendalam di mana letak materi dan kapan akan memanfaatkan bagian-bagian berita tersebut sebagai sebuah strategi jitu dalam menahan pemirsa. Dengan begitu, pemirsa yang mungkin akan mengganti channel televisi, menjadi berubah pikiran dan mengurunkan niat karena merasa penasaran dan takut melewatkannya tayangan selanjutnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan mengenai strategi iNews tv Makassar dalam menarik minat penonton dalam program berita iNews Sulsel, menyimpulkan bahwa apa yang telah di terapkan oleh pihak Inews tv Makassar pada program iNews Sulsel menggunakan beberapa 6 indikator yang diterapkan oleh iNews tv Makassar

1. Target penonton yakni menetapkan target penonton di atas 14 tahun dan tanpa membedakan jenis kelamin, kisaran 14 tahun keatas maka itu telah memasuki masa remaja dan dewasa
2. Bahasa naskah memperhatikan bahasa dari lead berita dan presenter juga menyelipkan ciri khas bahasa daerah untuk menunjukkan bahwa kita berada di Sulsel
3. Format acara perencanaan dasar menyusun berita yang akan di tayangkan mulai dari feature, sport,news oleh produser dan editor yang menangani design selalu melakukan perbaruan
4. *Punching line* membuat naskah berita sesuai isi konten yang memungkinkan untuk membuat kalimat sebuah ungkapan berupa pribahasa di rangkai sedemikian rupa oleh redaktur sekaligus produser melakukan

selesksi dan perbaikan naskah yang akan di bacakan presenter melalui teleprompter

5. *Gimmick funfare* untuk menarik selera penonton agar tidak pindah channel strategi yang di lakukan ialah berupa sound effect , gambar, video yang mempertegas sebuah berita yang akan ditayangkan fungsinya untuk meyakinkan mendramatisir dan ekspresi wajah presenter yang harus meyakinkan para penonton di sesuaikan dengan konteks berita
6. *clip hanger* di gunakan dalam pemenggalan *segment* detik-detik commercial break di dalam rundown acara strategi yang pertama dilakukan ialah 3 cuplikan top story atau highlight sebelum presenter muncul di sertakan gambasar menarik.

Strategi disusun berdasarkan peristiwa teraktual, unik, faktual yang divisualisasikan secara menarik dengan salah satu keunggulan dari paket berita iNews Sulsel, yang dilakukan dan dibahas didalam rapat redaksi memunculkanberita-berita yang layak ditayangkan

Dan sebagai penunjang dari menarik minat penonton yakni sosial media dimana berita-berita yang telah di tayangkan akan diupload kembali youtube, instagram dan facebook atau jika tak ingin ketinggalan berita di televisi iNews Tv menggunakan instagram untuk memberitahukan lewat *Story ig* atau *snapgram*.

## B. Saran

Adapun saran yang di berikan oleh peneliti untuk meningkatkan program berita iNews Sulsel yakni:

1. Untuk iNews Sulsel diharapkan bisa selalu menjaga kualitas serta Eksistensi program dan selalu melahirkan ide-ide baru seperti di saat live ada panggilan interaktif dari penonton untuk menanggapi berita yang sedang berlangsung agar penonton selalu senang dengan program tersebut.
2. Peneliti menyarankan lebih aktif mengupload berita-berita di media sosial inews tv Makassar agar penonton mengetahui informasi jam tayang berita inews Sulsel dan konten beritanya

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., & Nur, A. S. A. (2019). Kajian Teori Strategi Programming Sydney W. Head pada Program Acara Dakwah ADiTV. *Kajian Televisi Dan ffilm*, 3, 1–31.
- Ali, A. M., & Yusof, H. (2011). Kualitas dalam Studi Kualitatif: Kasus Validitas, Reliabilitas dan Generalizabilitas. *Issues In Social And Environmental Accounting*, 5(1), 25. <https://doi.org/10.22164/isea.v5i1.59>
- Andi, F. (2017). *Dasar-Dasar Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Databoks. (2022). Grup MNC Kuasai Pangsa Penonton Televisi Indonesia.
- Effendy. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Pt. emaja Rodaskarya.
- Jamal, H., & Fachrudin, A. (2012). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: kencana.
- Maulana, K. A. (2016). *Analisis Produksi Pogram Berita Indonesia Morning Show Di News And Entertainment televisiom* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Melcong, L. . (2017). *Metedeologi penelitian kualitatif*. Bandung: {PT. Remaja Rosda Karya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- Naratama. (2008). *Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single dan Multi Kamera*. Jakarta: Grasindo.
- Pratama, F. R. (2021). *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Budaya Sekar Gending di Channel Tv Bandung*.
- Rijal, S. (2019). *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Siaran Paotere di INews Tv Makassar*. Universitas Islam Alauddin.
- Riski, A. A. (2019). *Strategi Program Talkshow Islami Dalam Menarik Minat Penonton (Studi Kasus Talkshow Lentera Ilahi I News TV Semarang)*. Intitut Agama Islam Negeri Kudus.

- Salko, I., & Zebua, D. (2019). Strategi Program Top Stock 1 Dalam Menyajikan Konten Berita Ekonomi Di IDX Channel. *ilmiah Komunikasi*, 11.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, R. (2018). *Analisis Kemasan Program Talk Show Tonight's Prime Time Net TV Episode Presiden Jokowi*. Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Sofjan, A. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Strategi Kreatif Produser Program Acara Wedang Ronde Sebagai Program Unggulan di ADiTV*. (2018). Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Moestopo Beragama.
- Taufli, E. S. (2014). *Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal*. Skripsi. Universitas Andalas.
- Wahyuni, N. A. (2018). *Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Televisi Lokal*. Skripsi. UIN Raden Fatah Palembang.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN



Wawancara dengan produser inews tv



Wawancara dengan Editor inews tv



Wawancara dengan presenter iNews Sulsel



Presenter saat akan membawakan program berita iNews tv

**iNews Sulsel**

BERANDA VIDEO PLAYLIST CHANNEL

**iNews MAKASSAR**  
Saksikan Semua Konten Video Kami di  
[www.makassar.inews.id](http://www.makassar.inews.id)

**iNews Sulsel**

DISUBSCRIBE

475 subscriber • 930 video

Channel ini adalah saluran resmi live streaming inews makassar

**Youtube resmi iNews Sulsel**

4G 4G 02:18 39.9 KB/dsk ... 4G 56

**inewsmakassarofficial**

1.411 1.057 67

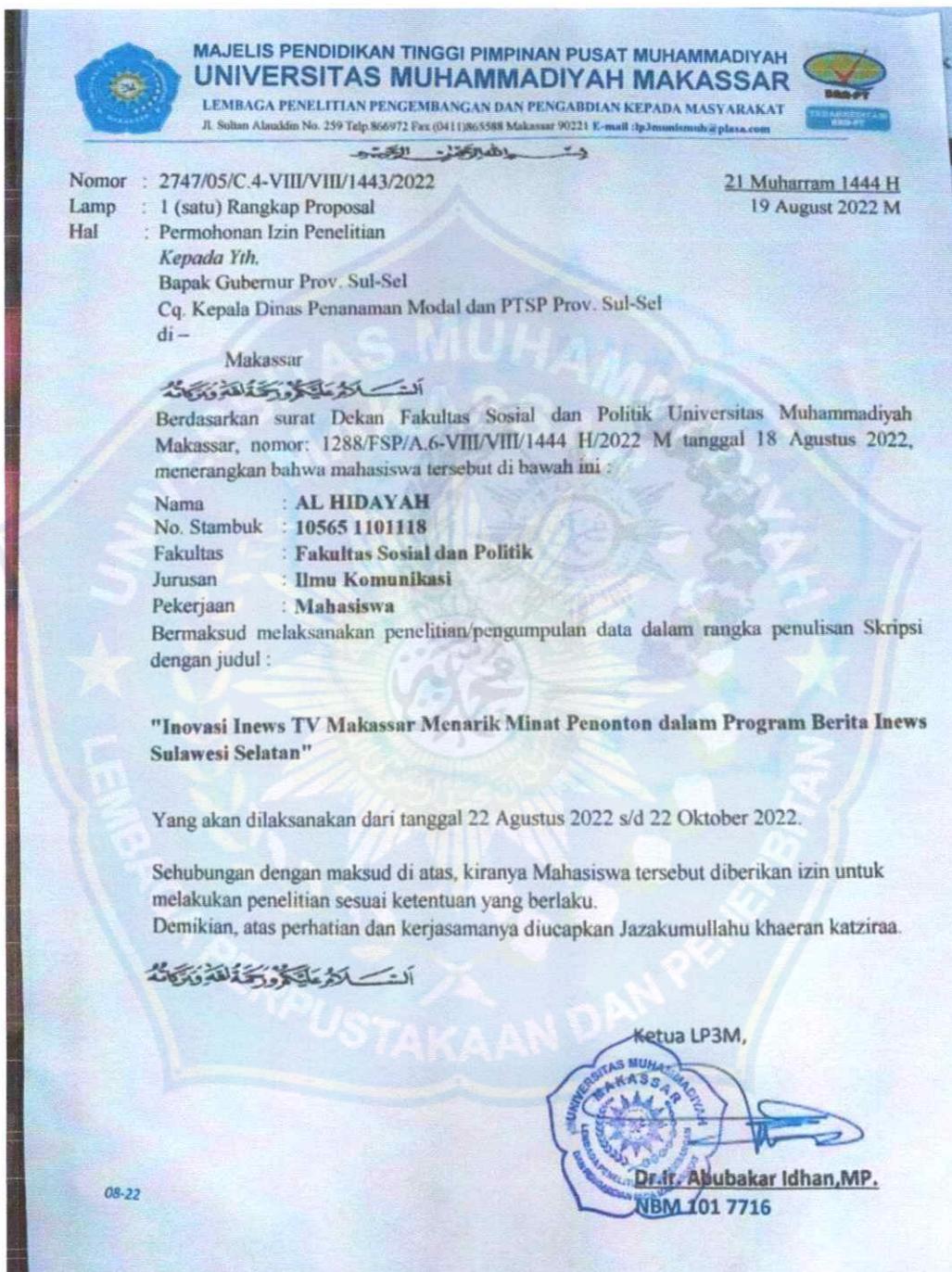
Postingan Pengikut Mengikuti

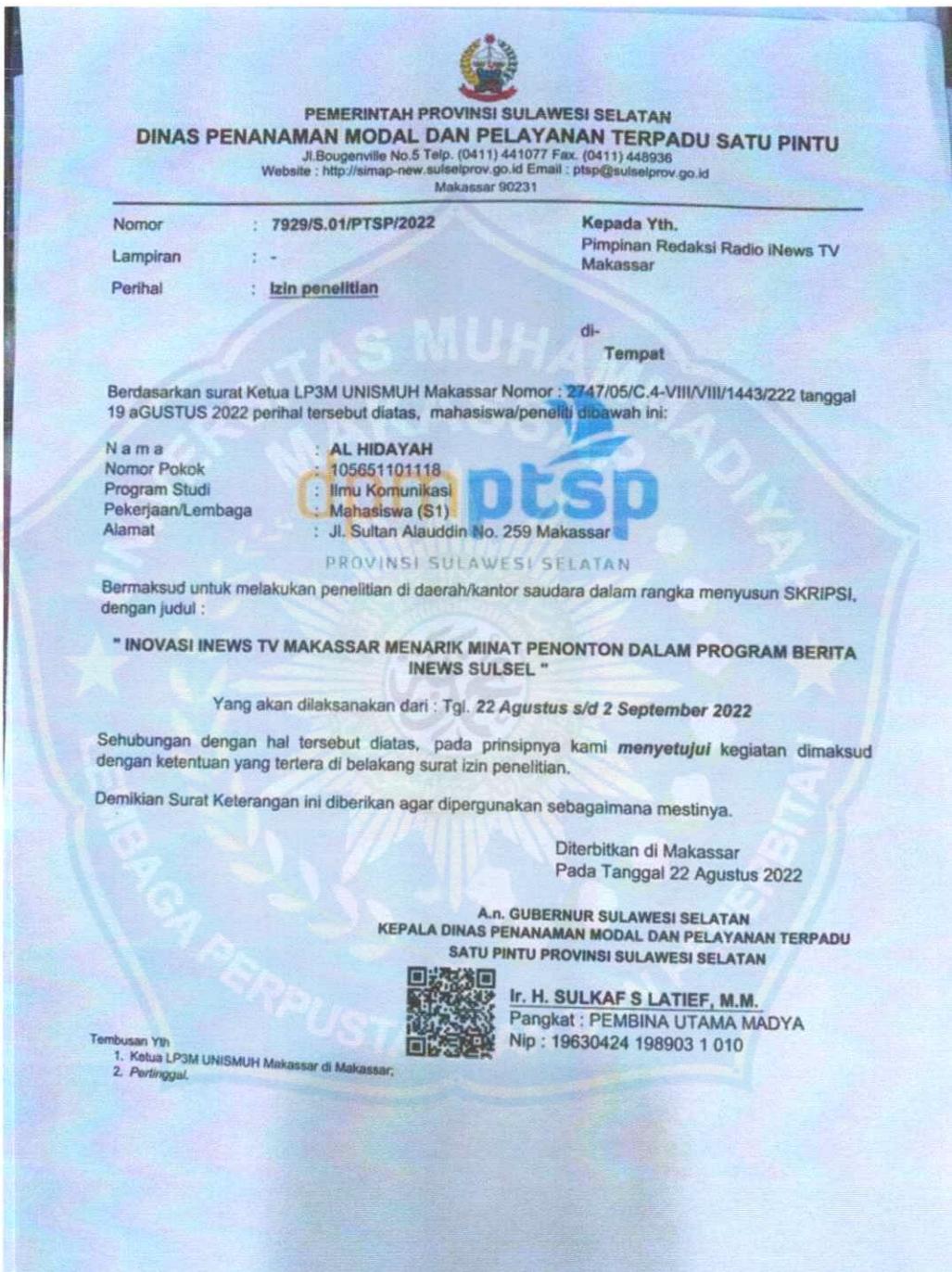
**iNews Makassar Official**  
Informasi terbaru di SULSEL silahkan kunjungi:  
Youtube : inewstv makassar  
Twitter : ... selengkapnya  
[makassar.inews.id/](http://makassar.inews.id/)  
Diikuti oleh [andialdiii](#), [hidayah6619](#), dan 2 lainnya

Ikuti Kirim Pesan +0

**Instagram resmi iNews Sulsel**







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Al Hidayah lahir di Mamuju 01 Mei 1999 nama panggilan Ai, anak pertama dari dua dan saya merupakan asli dari jawa, tetapi saya menetap di Mamuju.

Saya terlahir dari keluarga sederhana, Ayah tercinta Saya bernama Asep Rachmat Sumantri dengan Ibu yang sangat saya sayangi bernama Sukayah.

Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar di SD 002 sangatta Utara dan dilanjutkan pada tingkat SMP di SMP negeri 1 Karossa, kemudian dilanjutkan selama tiga tahun tingkat sekolah menengah atas di SMK Negeri 1 Karossa saya mengambil jurusan Multimedia

Dan sekarang saya melanjutkan perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018.Selain Aktif pada perkuliahan, saya juga aktif pada Organisasi kampus yaitu HUMANIKOM ( Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Berkat petunjuk Allah SWT, usaha dan disertai doa kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar . Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul ” Inovasi iNews tv Makassar Menarik Minat Penonton dalam Program Berita iNews Sulsel”

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



Al Hidayah lahir di Mamuju 01 Mei 1999 nama panggilan Ai, anak pertama dari dua dan saya merupakan asli dari jawa, tetapi saya menetap di Mamuju.

Saya terlahir dari keluarga sederhana, Ayah tercinta Saya bernama Asep Rachmat Sumantri dengan Ibu yang sangat saya sayangi bernama Sukayah.

Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar di SD 002 sangatta Utara dan dilanjutkan pada tingkat SMP di SMP negeri 1 Karossa, kemudian dilanjutkan selama tiga tahun tingkat sekolah menengah atas di SMK Negeri 1 Karossa saya mengambil jurusan Multimedia

Dan sekarang saya melanjutkan perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018.Selain Aktif pada perkuliahan, saya juga aktif pada Organisasi kampus yaitu HUMANIKOM ( Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Berkat petunjuk Allah SWT, usaha dan disertai doa kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar . Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul ” Inovasi iNews tv Makassar Menarik Minat Penonton dalam Program Berita iNews Sulsel”