

PRAKSIS PRODUKSI DAN DISTRIBUSI KONTEN

PROGRAM KABAR PETANG TVONE

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu

Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

ANDROMEDA MERCURY PUTRA JM

2221013022

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri
Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Andromeda Mercury Putra JM

NIM : 2221013022

Tanda Tangan

: 

Tanggal : 16 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Andromeda Mercury Putra JM
NIM : 2221013022
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tesis : Praksis Produksi dan Distribusi Konten Program
Kabar Petang tvOne

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D



Pembahas 1 : Prof. Dr. Septiawan Santana Kurnia, S.Sos., M.Si.



Pembahas 2 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal, 27 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andromeda Mercury Putra JM

NIM : 2221013022

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PRAKSIS PRODUKSI DAN DISTRIBUSI KONTEN

PROGRAM KABAR PETANG TVONE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).


Dengan Hak Bebas Royalti Non- eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 16 Agustus 2024

Yang Menyatakan


(Andromeda)

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi Program Studi S2 Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Eli Jamilah Mihadja, S.S. M.Si., Ph.D, CICS selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
2. Prof. Dr. Septiawan Santana K, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji saat seminar proposal, terima kasih atas arahan, pencerahan dan bimbingannya dalam penulisan tesis saya;
3. Prof Ir. Sofia W Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU., ASEAN Eng, selaku Rektor Universitas Bakrie. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS selaku Kepala Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Terima kasih kepada seluruh civitas akademik dan dosen yang telah mengajar, membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis dengan penuh keikhlasan selama masa perkuliahan, Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si., Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Bapak Muchsin Saggaff, Shihab, S.E., M.Sc., MBA, Ph.D, Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si, Dr. Muhammad Badaruddin, S.Sos., M.Sc., M.A.
4. Pihak Program Kabar Petang tvOne, Direktur Utama tvOne dan seluruh tim produksi di Program Kabar Petang yang telah meluangkan waktunya untuk digali informasi di tengah kesibukkan sebagai pewarta. Termasuk Pimpinan One Media Digital dan juga tim yang selalu terbuka dan punya waktu untuk saya wawancarai di tengah kesibukkan kerjanya.

5. Kepada Orang tua penulis, Ayahanda Jakun Edi Santosa dan Muniati, yang dengan segala pengorbanannya tidak pernah lelah memberikan dukungan dan doa kepada penulis. Kakakku Sangga Kuni Putra dan juga Adikku Zeta Fadiyah Inget Putri;
6. *Support system* keluarga luar biasa saya, istri saya Nadia Zabila, dan ketiga anak saya sebagai penyemangat dan terus mendoakan ayahnya agar menyelesaikan tanggung jawab sebagai mahasiswa, Brilian Alvaro Andromeda, Aurora Jannah Andromeda dan Antares Albiruni Andromeda;
7. Sahabat satu perjuangan selama kuliah yang sangat solid dan kompak dan tentunya saling mendukung selama masa perkuliahan berlangsung, terima kasih banyak atas segala tali silaturahmi, dukungan moril untuk Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Angkatan I. Terima kasih atas kebersamaannya, semoga tali silaturahmi tidak akan terputus;

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 27 Agustus 2024



(Andromeda Mercury)

ABSTRAK

Penelitian membedah bagaimana sesungguhnya kehadiran One Media Digital sebuah entitas baru yang bersanding dengan tvOne dalam proses produksi dan distribusi konten berita di Program Kabar Petang. Alasan penulis spesifik ke program ini karena menjadi tumpuan di stasiun televisi tersebut dan memiliki durasi tayang dan posisi *onair* di *prime time*, sehingga semua konten yang sudah diproduksi di program ini otomatis jadi tolak ukur bagi digital untuk di unggah ulang di berbagai platform yang ada. Dengan teori hierarki pengaruh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (2014) peneliti menyoroti level individu dan rutinitas dari Program Kabar Petang dan One Media Digital di era konvergensi dan cross media saat ini. Penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif ini menemukan bahwa One Media Digital sebagai saluran yang memiliki keunikan fitur interaksi, komentar dan banyak kanal bisa menggaet penonton dari beragam lapisan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praksis produksi di Program Kabar Petang sudah terbentuk dan sistematis, tetapi tim produksinya tidak dilibatkan dalam proses distribusi konten di One Media Digital, persoalan yang ditemukan peneliti adalah tidak adanya ‘jembatan’ yang bertindak sebagai kurasi konten dari sumbernya yakni Program Kabar Petang ke One Media Digital, sehingga tugas ke depan kerja-kerja jurnalis tak hanya fokus pada peliputan berita hingga tayang tetapi juga tuntutan jurnalis yang serba bisa dalam penguasaan aset-aset digital yang dimiliki atas nama tvOne agar industri ini tetap bisa eksis.

Kata Kunci: tvOne, Program Kabar Petang tvOne, One Media Digital, produksi dan distribusi konten, hierarki pengaruh, konvergensi.

ABSTRACT

The research examines the role of One Media Digital, a new entity working alongside tvOne, in the production and distribution of news content for the Kabar Petang program. The focus on this particular program is due to its central role in the network, its prime-time slot, and its extended air time, making it a benchmark for digital platforms to re-upload the produced content. Utilizing the hierarchical influence theory by Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese (2014), the study highlights both the individual level and the routines of the Kabar Petang program and One Media Digital in the current era of convergence and cross-media. The case study reveals that One Media Digital, with its unique interactive features, comments, and multiple channels, attracts viewers from various demographics. The findings indicate that while the production practices in Kabar Petang are well-established and systematic, the production team is not involved in the content distribution process at One Media Digital. The research identifies the absence of a 'bridge' that acts as a content curator from the Kabar Petang program to One Media Digital. Consequently, future journalistic work will need to focus not only on news coverage and broadcasting but also on the demands for journalists to be adept in managing digital assets under the tvOne brand to ensure the industry's continued relevance.

Keywords: tvOne, Kabar Petang program, One Media Digital, content production and distribution, hierarchy of influence, convergence.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.4.1 MANFAAT TEORITIS.....	9
1.4.2 MANFAAT PRAKTIS.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 DEFINISI KONSEP.....	11
2.1.1 KOMUNIKASI MASSA.....	12
2.1.1.1 MEDIA MASSA.....	13
2.1.1.2 JENIS MEDIA MASSA.....	15
2.1.1.3 TELEVISI.....	15
2.1.1.4 MANAJEMEN MEDIA MASSA DAN BISNIS MEDIA.....	16
2.1.1.5 PRODUKSI BERITA.....	18

2.1.1.6	DISTRIBUSI.....	19
2.1.2	CROSS MEDIA DAN KONVERGENSI MEDIA.....	19
2.1.3	TEORI HIERARKI PENGARUH.....	20
2.1.4	PRAKSIS JURNALISTIK.....	22
2.2	PENELITIAN SEBELUMNYA DAN PERNYATAAN KEBARUAN.....	23
2.3	KERANGKA PEMIKIRAN.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	DESAIN DAN PENDEKATAN.....	40
3.2	OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	42
3.3	PENGUMPULAN DATA.....	43
3.4	ANALISA DATA.....	43
3.5	TRIANGULASI DATA.....	45
BAB IV PRAKSIS PRODUKSI KONTEN BERITA KABAR PETANG.....		46
4.1	PERJALANAN JURNALIS SEBAGAI PROFESI.....	46
4.1.1	LATAR BELAKANG PENDIDIKAN & PELATIHAN TIM.....	55
4.2	JURNALIS SEBAGAI PROFESI.....	66
4.2.1	IMPLEMENTASI KODE ETIK JURNALISTIK.....	66
4.2.2	KOMPETENSI TIM PRODUKSI KONTEN.....	71
BAB V PRAKSIS DISTRIBUSI KONTEN BERITA PROGRAM KABAR PETANG.....		78
5.1	TIM ONE MEDIA DIGITAL SEBAGAI MEDIA SOSIAL SPESIALIS.....	78
5.1.1	PEMBENTUKAN DAN PERKEMBANGAN ONE MEDIA DIGITAL.....	82
5.1.2	PERAN DAN FUNGSI TIM ONE MEDIA DIGITAL.....	83
5.1.2.1	STUKTUR TIM ONE MEDIA DIGITAL.....	86

	5.1.2.2 TUGAS DAN WEWENANG TIM ONE MEDIA DIGITAL.....	93
	5.1.2.2.1 TUGAS ONE MEDIA DIGITAL.....	93
	5.1.2.2.2 WEWENANG ONE MEDIA DIGITAL.....	94
6.1	TANTANGAN KABAR PETANG DI ERA KONVERGENSI.....	99
	6.1.1 TANTANGAN DALAM PRAKSIS PRODUKSI.....	101
	6.1.2 TANTANGAN DALAM PRAKSIS DISTRIBUSI.....	104
	6.1.3 INTEGRASI CROSSMEDIA KABAR PETANG.....	104
6.2	IMPLEMENTASI KONVERGENSI MEDIA SEBAGAI STRATEGI PROGRAM KABAR PETANG.....	106
	6.2.1 IMPLEMENTASI PERSONAL PEKERJA MEDIA PROGRAM KABAR PETANG DI ERA KONVERGENSI MEDIA.....	107
	6.2.2 IMPLEMENTASI RUTINITAS DALAM PROGRAM KABAR PETANG DI ERA KONVERGENSI MEDIA.....	114
	6.2.3 STRATEGI TVONE UNTUK PENGEMBANGAN PROGRAM KABAR PETANG DI ERA KONVERGENSI MEDIA.....	125
	BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
	7.1 KESIMPULAN.....	128
	7.2 SARAN.....	129
	7.3 KETERBATASAN PENELITIAN.....	130
	DAFTAR PUSTAKA.....	131
	JURNAL.....	134
	LAMPIRAN	
	WAWANCARA.....	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.01	Halaman Profil Youtube tvOnenews.....	5
Gambar 2.01	Level Teori Pengaruh.....	22
Gambar 2.02	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.01	Single Case dan Multistage Peneliti.....	41
Gambar 4.01	Struktur Organisasi tvOne.....	47
Gambar 4.02	Daftar Direkur Utama tvOne.....	47
Gambar 4.03	Jajaran Direksi tvOne.....	48
Gambar 4.04	Jaringan tvOne (PT. Lativi Media Karya)	50
Gambar 4.05	Syarat Menjadi Jurnalis di tvOne	51
Gambar 4.06	Para Lulusan Program Campus One.....	52
Gambar 4.07	Tahapan Jenjang Posisi di Industri Televisi.....	53
Gambar 4.08	Rapat Redaksi Program Kabar Petang.....	56
Gambar 4.09	Koordinasi Program Kabar Petang tvOne.....	56
Gambar 4.10	Piramida Regulasi Jurnalistik.....	58
Gambar 4.11	Pelatihan Program Kabar Petang.....	59
Gambar 4.12	Tampilan Aplikasi Dallet tvOne.....	60
Gambar 4.13	Jenjang Tingkatan Jurnalis.....	63
Gambar 4.14	Tampilan Registrasi Masuk Dallet.....	76
Gambar 4.15	Produser Operasikan Dallet.....	76
Gambar 5.01	Skema Kinerja One Media Digital.....	78
Gambar 5.02	Halaman Live Streaming 24 Jam tvOnenews Youtube.....	80
Gambar 5.03	Tampilan Halaman Playlist Youtube tvOnenews.....	80
Gambar 5.04	Tampilan Halaman Playlist Program Kabar Petang tvOne.....	81
Gambar 5.05	Ruangan Kerja One Media Digital	82
Gambar 5.06	Alur Distribusi Konten	85
Gambar 5.07	Struktur Organisasi One Media Digital	86
Gambar 5.08	Wawancara Kepala Pengembangan One Media Digital Rita.....	93
Gambar 5.09	Alur Publikasi di OMD	96

Gambar 5.10 Tim Uploader Youtube.....	96
Gambar 5.11 Perbedaan Judul FTA dan Youtube	97
Gambar 5.12 Model Praksis Distribusi Konten One Media Digital.....	98
Gambar 6.01 Wawancara Eksekutif Produser Kabar Petang Rojas.....	99
Gambar 6.02 Sumber Berita Dalam Dallet.....	101
Gambar 6.03 Sistem Kerja Newsroom.....	101
Gambar 6.04 Tim Kabar Petang.....	108
Gambar 6.05 Tim Kabar Petang Di Control Room.....	116
Gambar 6.07 Rating-Share Kabar Petang.....	117
Gambar 6.08 Model Praksis Produksi Program Berita Kabar Petang.....	124
Gambar 6.09 Wawancara Direktur Utama tvOne.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2.01 Kumpulan Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 5.01 Posisi dan Tanggung Jawab.....	86
Tabel 6.01 Latar Belakang Tim Produksi Kabar Petang.....	108