

LAMPIRAN

Lampiran 1 Guide Wawancara

A. Pimpinan Redaksi

1. Bagaimana sejarah / awal mula berdirinya Surabaya tv?
2. Apa tanggung jawab utama anda sebagai pimpinan redaksi televisi lokal?
3. Apa langkah yang anda ambil untuk memastikan kolaborasi yang baik antara tim redaksi dan tim produksi untuk menghasilkan konten yang berkualitas?
4. Bagaimana anda berkolaborasi dengan departemen lain seperti produksi, pemasaran, untuk mencapai tujuan bersama?
5. Bagaimana proses pengambilan keputusan editorial di Surabaya tv? Apakah ada prinsip atau nilai-nilai tertentu yang diprioritaskan?
6. Bagaimana anda memastikan bahwa berita yang disampaikan sesuai dengan standart etika jurnalistik oleh tim redaksi? dan bagaimana perusahaan menjaga standar tersebut?
7. Bagaimana anda mengevaluasi kualitas dan keefektifan liputan berita yang dilakukan oleh tim redaksi?
8. Langkah apa yang akan diambil untuk menangani ketidaksesuaian atau kesalahan dalam penyampaian berita?
9. Bagaimana anda mengukur kesuksesan liputan dan program di Surabaya tv? Apakah ada metrik khusus yang digunakan?
10. Tantangan terbesar apa yang dihadapi oleh redaksi Surabaya tv dalam konteks pasar media yang terus berubah dan kompetitif?
11. Melihat perkembangan dan tantangan masa depan dalam industry penyiaran, dan strategi apa untuk mengahadapinya?
12. Bagaimana pimpinan redaksi stasiun televisi dapat memotivasi tim mereka untuk menghasilkan konten berkualitas?
13. Bagaimana cara menavigasi konflik antara integritas jurnalistik dan tekanan bisnis dalam pengambilan keputusan editorial?

B. Produser

1. Bisakah anda ceritakan sedikit tentang peran anda sebagai produser televisi lokal? Serta apa tugas dan tanggung jawab utama anda?
2. Bagaimana anda merencanakan produksi sebuah program televisi dari awal hingga akhir?

3. Apa tantangan terbesar yang anda hadapi dalam produksi program televisi lokal di era digital dan bagaimana cara mengatasinya?
4. Bagaimana anda memilih konsep dan konten untuk program-program televisi lokal? Apakah ada faktor khusus yang dipertimbangkan?
5. Program apa di Surabaya TV yang mendapatkan rating paling tinggi saat disiarkan?
6. Upaya apa yang dilakukan untuk mengembangkan program unggulan?
7. Bagaimana strategi daya tarik dari program tersebut?
8. Bagaimana anda berkolaborasi dengan tim atau talent lokal dalam produksi program-program televisi?
9. Bagaimana anda memastikan bahwa visi misi perusahaan dijalankan dengan baik selama proses produksi?
10. Harapan apa yang akan dicapai oleh program televisi lokal, baik dari sudut pandang artistic maupun dampaknya pada komunitas lokal?
11. Bagaimana anda melihat keberhasilan sebuah program televisi lokal? Apakah ada indikator khusus yang anda lihat?
12. Langkah apa yang anda ambil apabila terjadi penyimpangan dari rencana awal produksi?
13. Seberapa penting komunikasi dalam menyampaikan arahan dan instruksi di lingkungan stasiun televisi?

C. Jurnalis

1. Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi seorang jurnalis televisi? Dan apa motivasi anda untuk terus maju?
2. Bagaimana anda menyiapkan diri untuk meliput berita atau membuat laporan televisi?
3. Apakah ada rencana khusus dari pimred/produser untuk proses liputan?
4. Bagaimana anda menyeleksi berita dan mengembangkan ide-ide untuk diliput? Apakah ada kriteria utama yang dipertimbangkan?
5. Bagaimana anda menjaga objektivitas dan keberimbangan dalam melaporkan berita?
6. Bagaimana anda mengatur sumber daya seperti peralatan dan waktu sebelum melakukan liputan?
7. Bagaimana anda bekerja sama dengan kru produksi dan redaksi untuk memastikan kualitas dan keakuratan laporan anda?
8. Bagaimana anda mengukur keberhasilan sebuah laporan berita televisi yang anda buat? Ada aspek khusus yang diperhatikan?

9. Langkah apa yang diambil apabila terjadi kesalahan atau ketidakakuratan dalam liputan anda?
10. Apa yang menjadi tantangan terbesar dalam meliput berita di lingkungan lokal?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

A. Pimpinan Redaksi – Yonas Bernard

1. Bagaimana sejarah atau awal mula berdirinya Surabaya TV?

“Awalnya itu berdiri pada tahun 2006, televisi kontributor dari Bali Tv. Jadi kita tergabung dalam kelompok media grup, yang pusatnya di Bali Tv tepatnya PT. Bali Radana. Sejarahnya itu awal mula berdirinya mulai 2006 dan mulai mengudara 2007 tapi secara legalitas secara undang-undang PT kita terdaftar di tahun 2006 mulai mengudara 2007 dengan channel 442F. Untuk konten pertama kali siaran banyak acara-acara yang diambil dari Bali Tv karena kita belum bisa produksi sendiri. Karena untuk satu kali produksi itu hanya bisa mengcover 35 menit jadi kalau kita syuting dari pagi sampai siang itu paling bisa mengcover 35 menit setelah itu sudah bingung lagi kita mau mengisi program apa. Kecuali sekarang sudah banyak programnya. Waktu itu karena masih pertama kali berdiri diisi oleh beberapa konten dari Bali Tv, banyak seperti lagu-lagu khas bali. Itu juga dialami sama televisi lokal kita lainnya yang masih dibawah naungan Bali Tv. Kemudian kita mulai punya program berita itu tahun 2008-2009 mulai punya wartawan. Mulai punya redaksi dan produksi sendiri. Jadi 2007 kita mengudara tapi masih skalanya kalau tidak salah itu sampai 12 jam perhari untuk tayangnya, dan itupun diambil dari siaran-siaran di Bali Tv.”

2. Apa tanggung jawab utama anda sebagai pemimpin redaksi?

“Kalau sesuai dengan peraturan perundang-undangan khususnya undang-undang penyiaran pemimpin redaksi itu bertanggung jawab terhadap apapun yang keluar dari siaran, contohnya pemberitaan yang bertanggung jawab bukan perusahaan, perusahaan itu setelahnya tapi orang yang paling bertanggung jawab dari pemberitaan, program acara itu tayang, kalau terdapat pelanggaran, terdapat ketidaksesuaian dengan aturan KPI. Jadi yang paling utama dari semua yang paling bertanggung jawab dari semua output penyiaran, tidak hanya berita, program, iklan, dan lain-lain juga itu semua berada di bawah kewenangan dari pimpinan redaksi.”

3. Bagaimana anda berkolaborasi dengan departemen lain seperti produksi, pemasaran, untuk mencapai tujuan bersama?

“Yang jelas itu penting ya sinkronisasi dari semua divisi terutama kalau ada kaitannya dengan pemberitaan yang bersifat komersil. Karena kita televisi

swasta tujuannya komersil yaitu orientasinya profit, karena kita PT. Jadi gimana caranya kita memformulasikan semua divisi yang ada untuk menjadi satu sistem yang bisa menghasilkan berita yang menghasilkan iklan terutama advertorial, iklan-iklan atau program yang berpotensi untuk menghasilkan pemasukan buat kantor. Biasanya kita pakai sistem meeting setiap minggu sekali itu mengevaluasi. Kita sistemnya semua harus bekerja sama, dan prinsip di Surabaya TV kalau ada iklan kita mengesampingkan program lain dulu. Jadi yang diutamakan iklan dulu, memang terkesan sangat komersial sekali, tapi itu yang paling realistis untuk kita. Sistemnya kita buat kolaborasi dari semua divisi.”

4. Bagaimana proses pengambilan keputusan editorial di Surabaya TV?
Apakah ada nilai atau prinsip tertentu yang diprioritaskan?

“Terutama itu dari keseimbangan. dari kita prinsipnya tidak boleh memihak, itu yang pertama. Kalau ada pemberitaan misalnya ada yang bersengketa dari yang tergugat dengan penggugat, tidak boleh kita lebih condong yang kemana gitu, jadi kita ya hanya sebatas memberitakan. Yang kedua kalau ada korban dll kita tidak boleh menyorot korbannya, harus di blur, pokoknya kaidah-kaidah dasar itu harus di pegang. Dan yang terakhir tidak boleh menyimpulkan atau memberikan kesimpulan thd suatu berita. Itu tiga prinsip dasar kaidah jurnalistik yang dipegang. Lalu ada yang keempat dari internal Surabaya tv yang disepakati kalau bersifat iklan kita kesampingkan yang lain. Selama pemberitaan tidak sesuai data itu tidak boleh karena konsekuensinya itu berat yaitu somasi. Karena lingkupnya sudah bukan tingkat sekolah ya melainkan nasional dan sudah diakui oleh dewan pers jadi kita harus bertanggung jawab terhadap pemberitaan.”

5. Bagaimana anda memastikan bahwa berita yang disampaikan sesuai dengan standart etika jurnalistik oleh tim redaksi? Dan bagaimana perusahaan menjaga standart tersebut?

“Yang pertama kita harus memastikan dari pertama memverifikasi benar atau tidaknya berdasarkan kita tergabung di grup dewan pers dan kita harus minta verifikasi dari semuanya mengenai berita yang bersifat berat seperti pembunuhan, korupsi, yang tidak bisa sembarangan diberitakan. Nah itu kita harus minta verifikasi ke sesama media. Kalau sudah ada dua/tiga yang senada dalam memberikan pernyataan yang sesuai jadi harus sepakat semuanya. Dari semua anggota dewan pers harus sepakat terhadap suatu berita dengan benar-benar dilandasi 5W 1H terbukti dan valid. .

Biasanya kita juga ari rujukan melalui website apabila mislanya beritanya tentang pemerintah. Kalau swasta kita konfirmasi ke swasta tapi biasanya agak susah, jadi kita konfirmasi ke anggota dewan pers yang ada. Sengaknya kita menggaransi kalau beritanya salah kita ada temennya.”

6. Bagaimana anda mengevaluasi kualitas dan keefektifan liputan berita yang dilakukan oleh tim redaksi?

“Kita mengevaluasi memilih kualitas berita yang ditayangkan sesuai dengan yang lagi ramai di masyarakat. Dan yang kedua ketepatan dan kebenaran, akurasi juga harus sesuai. Pemilihan sih yang kita utamakan, jangan sampai lagi hitsnya apa, kita tidak punya beritanya itu jangan sampai. Dan untuk berita yang sifatnya benar-benar viral kita menyampingkan iklan, kalau di awal tadi kan bilang iklan yang utama tapi itu pengeualian untuk ini.”

7. Langkah apa yang akan diambil untuk menangani ketidaksesuaian atau kesalahan dalam penyampaian berita?

“Pertama dapat koreksi dari dewan pers, dapat surat teguran dan bisa berpotensi sampai diabut keanggotaan kita. Kalau sampai diabut kita tidak punya validasi untuk meyakinkan orang kalau kita ini media resmi. Kalau diabut kita samaam kehilangan label berita resmi, pemberitaan media resmi, itu sangat berbahaya. Dan yang kedua ini dari eksternal dulu yang sanksinya dari orang yang dirugikan pasti mengeluarkan somasi. Kalau dari internal jelas, yang pertama ada surat peringatan 1,2,3 sampai diberhentikan.”

8. Bagaimana anda mengukur kesuksesan liputan dan program di Surabaya tv? Apakah ada metrik khusus yang digunakan?

“Yang penting klien puas itu tolak ukur utama yaitu klien puas dan bayar. Itu kalau mereka puas dan tidak ada complain dan bisa repeat biasanya itu indikatornya. Kalau mereka sampai repeat dan sering pakai media kita itu adalah kepuasan bagi kita. Apalagi kalau mereka share di youtube yang nonton sampai ribuan, puluhan ribu, itu tolak ukur kesuksesan kita. Tidak ada complain itu dari segi ketepatan berita tidak ada salah.”

9. Tantangan terbesar apa yang dihadapi oleh Redaksi Surabaya TV dalam konteks pasar media yang terus berubah?

“Mencari sumber daya manusia yang bisa menari berita sesuai dengan keinginan kita dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat itu, menjadi tantangan terbesar kita sementara ini. Kalau yang lain tidak ada masalah, dari internal sumber daya manusia.”

10. Melihat perkembangan dan tantangan masa depan dalam industry penyiaran strategi untuk menghadapinya bagaimana?

“Yang pertama kalau dari segi persaingan antar televisi lokal kita siapkan strategi biasanya orang itu berstigma kalau iklan televisi itu mahal, dll. Kita kasih opsi itu dengan cara memberikan harga yang lebih murah tapi orang bisa beriklan di kita, kita kasih fasilitas itu, memberi jalan tengah. Kedua ke depan itu bersaing dengan media sosial ya makanya sekarang kita siapkan juga media sosial buat kita sendiri, Kalau dari beberapa penawaran iklan justru mereka gak tertarik di TVnya, tapi di sosmednya kita. Terutama Tiktok dan IG, mereka mau dipaketkan disana saja dan harganya juga lumayan. Jadi kalau milenial ke bawah mungkin dia proyeksinya lebih pilih di media sosial, tapi kalau orang yang tua yang pengusaha konvensional iklan TV, tapi semua media kita siapakan.”

11. Kalau tantangan di program sendiri bagaimana?

“Yang pertama dari kost, dan yang kedua kalau kita sudah susah payah buat program ini nantinya ditonton nggak? Terus yang ketiga balik modal nggak? Dan terutama dari segi komersialnya, benefit nggak kita, kalau tidak ya ngapain susah payah, dan kebetulan sampai sekarang sudah tidak ada slot kosong. Jadi sekarang apapun orientasinya ke menguntungkan nggak, jangan sampai sudah kerja susah payah melibatkan banyak tenaga, waktu terbuang, semua terkuras, tidak menghasilkan apa-apa, hanya menghasilkan program yang tayang 30 menit. Kalau kita strategi ya mengedepankan yang sudah jelas.”

12. Kalau untuk programnya itu tayangnya setiap hari atau bagaimana?

“Program sendiri paling berita itu tayang setiap hari jam 6 pagi, ada berita yang sifatnya iklan, pemkot, pemprov, dprd, instansi. Itupun gak selalu ada misalnya sehari cuma ada tiga atau empat gapapa tapi semuanya itu mengandung iklan. Iya kita harus kapitalis karena untuk bisa bertahan, karena sedikit banyak itu juga yang tumbang, kita gimana Caranya harus bertahan.”

B. Produser – Varia Mei

1. Bisakah anda ceritakan tentang peran anda sebagai produser televisi lokal serta apa tugas dan tanggung jawab utama anda?

“Produser disini lebih multitasking jadi merangkap semuanya, sebenarnya kalau seara teori tugasnya Produser itu mengkoordinasi dan mengawasi mulai dari proses pra produksi sampai proses pasca produksi itu bisa berjalan dengan baik. Proses kreatif sampai administrasinya juga. Nah kalau disini benar itu semua terakup, jadi kita memberikan apa temanya terus seperti apa nanti bentuk konsep acaranya, narasumbernya siapa, koordinasi dengan talentnya dan krunya, kemudian juga memikirkan nantinya program ini akan berbayar apa tidak, potensi kedepannya menghasilkan uang atau tidak, pada akhirnya merangkap jadi marketing juga. Sampai pada saat proses syuting saat tayang produser itu kalau disini bisa jadi floor director juga karena keterbatasan kru juga. Intinya memastikan semua berjalan dengan lancar bahkan sampai pada proses produksi editing itu juga memastikan sesuai dengan yang ditentukan. Sebelum tayang kita juga diinfokan seperti ini layak tayang atau enggak, jadi seperti editor juga dalam artian begitu ya. Pasca produksi kita juga upload ya, itu kita juga bertanggung jawab untuk mendistribusikan juga ke klien, sambil membuat konten juga sebelum tayang di tv kita juga membuat flayer di ig untuk promo tayang, itu juga tugas produser mau seperti apa dan bagaimana kontennya. Jadi saya rasa menyeluruh ya sampai berhubungan dengan narasumber, dengan pihak sponsorship memastikan kalau ini bisa dibuat untuk berbayar dan longlasting. Jadi lebih kompleks kalau disini dalam arti kecil dengan keterbatasan krew, mungkin beda kalau di TV besar ada sendiri bagiannya. Kalau disini beda, di awal kita juga menentukan budget kan, bayar talent berapa, kita ngasih berapa.”

2. Lalu bagaimana anda merencanakan produksi sebuah program televisi dari awal hingga akhir?

“Biasanya cari tema yang lagi viral/hits, atau mungkin yang mengedukasi, kalau bisa ya yang berbayar dan mengandung edukasi juga kita angkat.”

3. Apa tantangan terbesar yang anda hadapi dalam produksi program televisi lokal di era digital dan bagaimana cara mengatasinya?

“Tantangan di era digital saat ini banyak orang yang jarang menonton televisi ya, lebih banyak nonton youtube. Kita sebisa mungkin membuat tayangan yang lebih menarik, kita mengambil dari sisi media sosialnya dan itu juga membuat orang tetap nonton walaupun tidak di tv tapi di sosial media yaitu dengan kita coba lakukan promo gitu ya di Instagram. Sebelum tayang flyernya, Ada caption menarik, short-short gitu ya sebelum tayang untuk menarik penonton. atau bisa nonton di youtubenya, pasca tayang kita upload di youtube. Itu sih tantangannya karena dengan persaingan yang ukup banyak, apalagi bersaing dengan dunia medsos ya sekarang, orang-orang jarang nonton tv itu sudah jadi tantangan tersendiri.”

4. Bagaimana anda memilih konsep dan konten untuk program televisi lokal? Apakah ada faktor khusus yang dipertimbangkan?

“Potensi nggak untuk menarik iklan, itu yang pertama. Dari situ apakah program yang ditayangkan bisa menarik iklan itu pertimbangan yang pertama. Dan yang kedua itu biaya atau budget untuk produksinya. Pasti itu sih tujuan utama itu dulu. Selain itu ya pasti menariklah untuk bisa menarik orang dengan banyak nonton pasti berpotensi untuk iklan datang.”

5. Program apa di Surabaya tv yang mendapatkan rating paling tinggi saat disiarkan?

“Sebenarnya kita tidak ada rating ya, kita tidak ada alat khusus untuk mengukur tapi memang kita Surabaya TV disini punya program andalan seperti cangkir, Seputar Surabaya, Hukum di mata bowo, itu juga sejauh ini yang rasa jumlah viewrsnya dilihat dari itu ya interaksi-interaksi di sosial media itu, ukurannya begitu.”

6. Upaya apa yang dilakukan untuk mengembangkan program unggulan?

“Pasti itu upayanya ya kita arahkan ke medsos ya, kita info tayang atau apa gitu kita bikin short-shortnya gitu, terus kita upload di tiktok dan ig untuk pemberitahuan supaya lebih tertarik. Minimal kalau mereka tidak nonton di TVnya mereka nonton di medsos kita. Itu sih jadi untuk menarik mereka engage sama Surabaya tv, kita gabisa memaksa mereka untuk menonton tvnya ya karena kita tau sekarang sudah banyak orang jarang menonton televisi, yang menonton tv masih ada tapi tidak semasih dulu. Banyak sekarang orang ke medsos kita ya harus dua-duanya jalan, jadi gimana caranya tetap survive dan bisa ditonton ya itu tadi lebih kreatif dan cari cara gimana supaya orang itu tetap nonton dengan caption dan judul-judul

yang membuat orang penasaran. Kita kasih kisi-kisi berita yang orang itu engage.”

7. Apakah ada strategi atau daya tarik dari program tersebut?

“Strateginya ya itu kita galakkan ke medsosnya. Kalau Surabaya Tv program angkir itukan program talkshow basa jawa jadi kita Bahasa suroboyoan menonjolkan suroboyoannya itu daya tariknya, jadi kita ngobrol tapi yang tidak menguras tenaga, pikiran, santai. Kalau untuk hukum di mata bowo itu membahas topik-topik hukum dan bisa juga ada live interaksi juga kalau misalnya mau datang langsung kesini juga bisa bertanya langsung dengan narasumber, jadi untuk menarik mereka. Hukum-hukum yang update ya lagi rame lalu kita angkat di hukum di mata bowo untuk menarik. Kalau angkir yang viral ya dan sekarang banyak sekolah berprestasi itu menarik orang akhirnya nonton program cangkir, kadang karena sekolah juga pengen di ekspos prestasinya gitu. Jadi strateginya gitu sih, kita ambil topik yang viral, yang mengedukasi tapi kalau sekarang cenderung lebih ke promo sekolah sih.”

8. Bagaimana anda berkolaborasi dengan tim atau talent lokal dalam produksi program-program televisi lokal?

“Sesama tim ini seperti biasa kita koordinasi, proses syutingnya berjalan seperti apa. Biasanya sebelum acara briefing dulu dengan tim, seandainya syutingnya diluar itu apa aja yang diperlukan. Hari H juga kita ada briefing bersama talent dan narasumber untuk memastikan proses syutingnya berjalan lancar dan gak terlalu banyak cut.”

9. Harapan apa yang akan diapai televisi lokal, baik dari sudut pandang artistik maupun dampaknya pada komunitas lokal?

“Surabaya tv sebenarnya berharap bisa mengangkat konten lokal dari Surabaya supaya seara branding kita surabaya tv artinya kan kita stasiun atau media yang mengangkat sisi kearifan lokal supaya bisa lebih dekat dengan masyarakat Surabaya. Karena kalau sudah melekat khas suroboyoan itu tadi kan kembali masyarakat Surabaya bisa lebih mengenal Surabaya tv. Kemudian paling tidak mereka tau kalau Surabaya tv merupakan salah satu pilihan tv lokal yang masih ada saat ini, masih eksis di Surabaya dan juga mempunyai program-program yang dibutuhkan oleh masyarakat Surabaya.”

10. Bagaimana anda melihat keberhasilan sebuah program televisi lokal?
Apakah ada indikator khusus?

“Gini kalau di Surabaya tv kan ada banyak iklan masuk ya, dengan melihat mereka sering nyuwel artinya memperpanjang kontrak disini dan ada pembelinya itu artinya sukses dan juga ketika program-program angkir atau seputar Surabaya itu ada iklan yang masuk disitu artinya mereka peraya bahwa program itu bisa punya nilai jual. Emang indicator tidak ada tapi itu tadi bisa dilihat dari medsos kita yang semakin bertumpu itu menjadi indicator kita bahwa program kita masih ada yang nonton ibaratnya seperti itu.”

11. Langkah apa yang anda ambil apabila terjadi penyimpangan dari rencana awal produksi?

“Kita di dunia media itu harus fleksibel yah kita gabisa straight. Kita harus bikin plan plan b kalau tidak berjalan dengan lancar sepenuhnya, kita punya rencana lain untuk menyesuaikan itu biasanya contoh ada narasumber yang tidak bisa datang. Kalau memang itu krusial sehingga proses syuting tidak bisa berlanjut lagi, karena dia menjadi point of center dari pemateri, tapi kalau sekedar satu dari bintang tamu saja kita akan minta talent itu berimprofisasi. Karena sudah terlanjur dan kita tidak bisa matikan ya, itu kalau yang teknis. Kalau yang tidak teknis misalnya ternyata yang iklan ini yang masuk gak banyak di program ini itu kok kurang menjual, pihak sponsor itu kurang tertarik, kita harus menari tau dan kita tidak boleh terpatok disitu saja maksudnya kita harus fleksibel untuk bisa recreate, untuk mencari yang baru ya supaya kita coba konsep lain dengan di kemas yang baru.”

C. Jurnalis – Stady Setia

1. Apa yang membuat anda tertarik menjadi seorang jurnalis televisi dan apa motivasi anda?

“Kalau jujur awalnya tidak tertarik menjadi seorang jurnalis, karena saya kan kuliahnya jurusan ekonomi pembangunan. Kemudian ada lowongan ini saya oba masuk awalnya ada dua pilihan reporter dan kameraman, tapi saya pilih kameraman awalnya itu tahun 2006. Kemudian di TV itukan ada pembagian divisi program dan news pemberitaan, jadi karena dulu saya ikut kameraman akhirnya masuk di divisi program.”

2. Bagaimana anda menyiapkan diri untuk meliput berita untuk televisi?

“Ada beberapa hal yang pertama kalau di DPR sama pemkot Surabaya selain kita menjagakan agenda, pasti ada agenda terutama di pemkot Surabaya setiap agenda wali kota pasti disampaikan di grup. Nah iitu, kitabisa memilih mana yang mau kita liput. Tapi kadang kalau ada agenda wali kota misalnya sidang paripurna, kadang itu ga sesuai dengan tema yang berkaitan pada saat itu.”

3. Apakah ada rencana khusus dari pimred atau produser untuk proses liputannya?

“Harusnya ada, karena disini ada pimred, dibawahnya itu ada korlip. Nah korlip ini yang menugaskan wartawan untuk meliput. Saya dulu pernah jadi korlip dan saya mencari isu apa yang menarik, yang bisa diangkat dan ada valuenya, nilai beritanya itu. Sekarang karena sekarang tinggal saya, ya jadi saya sendiri yang menentukan mau liputan apa, tapi tidak keluar dari wilayah sini. Tapi saya tetap koordinasi ke pimred.”

4. Bagaimana anda menjaga objektivitas / keberimbangan dalam melaporkan berita?

“Harus cover both side, harus dua pihak. Misalnya di lingkup pemkot, selain dari pihak pemkotnya sendiri, kita juga harus melakukan wawancara dengan orang lain yang disesuaikan dengan topik dan bidangnya misalnya legislatif, eksekutif, dll, bisa diambil dari warga juga supaya cover both side”

5. Bagaimana anda mengatur sumber daya seperti peralatan dan waktu sebelum melakukan liputan?

“Kalau alat saya pakai alat saya sendiri, berupa kamera xslr. Sebenarnya kantor menyediakan tapikan kalau misalnya saya sewaktu-waktu liputan jadi tidak efektif waktunya, karena harus bolak-balik dari rumah ke kantor terus baru ke tempat liputan. Akhirnya saya memutuskan untuk membeli alat sendiri. Jadi lebih fleksibel lebih epat. Karena kadang agenda itukan mendadak, itu saya pikir kalau saya punya alat sendiri kan lebih cepat lebih praktis.”

6. Bagaimana anda bekerja sama dengan crew produksi dan redaksi untuk memastikan kualitas dan keakuratan dari liputan anda?

“Setelah saya melakukan peliputan, saya membuat naskah. Kebetulan vidonya saya edit sendiri, jadi setelah saya edit termasuk saya isi voice overnya, Jadi ketika selesai ya saya kirim ke kantor by email. Nanti disini tinggal menayangkan saja. Tapi ada juga yang mengirim karena seharusnya mengirim dalam bentuk mentahan gitu nanti di kantor di edit. Karena memang kan ada editornya sendiri. Biasanya kalau gitu koordinasi wartawan ke editornya, mengenai pengaturan anglenya, karena kadang kan editor itu gatau kalau berita kan harus sesuai dengan naskah/voice over.”

7. Apakah ada aspek khusus yang diperhatikan dalam mengukur keberhasilan laporan sebuah berita?

“Kalau menurut saya mungkin selain dari Cover boadset dari beberapa pihak dia bisa menampilkan suatu persoalan dan kemudian tidak menjadi masalah di kemudian hari dari berita yang disampaikan itu menurut saya sebuah keberhasilan. Keuali kalau misalkan ada berita yang kemudian mendapatkan protes dari pihak narasumber.”

8. Langkah apa yang Diambil apabila terjadi ketidak akuratan dalam liputan?

“Kalau dari wartawan harus melakukan revisi. Tapi sebelum itu terjadi biasanya ada editor naskahnya, jadi pada saat wawanara itu apa disitu ditulis dinaskah itu, kemudian setelah selesai kana dan editor naskah, berarti dia yang menyortir tapi harus tetap koordinoasi dengan wartawan. Makanya biasanya saat naskah sudah disampaikan ke editor dari pihak wartawan harus mendampingi, itu Langkah penegahan. Tapi jika sudah terjadi akan ada hak jawab. Hak jawab itu ketika narasumber protes dengan berita yang disampaikan wartawan dia bisa mengajukan protes, nah dari pihak d yang memberikan jawaban. Kalau sudah ditayangkan harus direvisi dengan ditayangkan ulang berupa statement atau isi berita naskahnya.”

9. Apa yang menjadi tantangan besar dalam meliput berita di lingkungan lokal ?

“Kalau saya tantangannya bukan dari beritanya, kalau saya lebih ke menunggu. Karena jenuh ya kalau narasumber janji dari jam berapa tapi baru bisa di wawancara jam berapa. Nah itu yang menurut saya jadi tantangan terbesar kita harus membuat diri kita itu sabar menunggu demi

satu berita, itu yang berat. Kalau masalah liputan, ambil gambar bikin naskah dan lain sebagainya, teknisnya itu ga masalah buat saya”

10. Di Surabaya TV apakah masih ada rapat redaksi yang dilakukan secara rutin?

“Kalau rapat redaksi sudah ga ada, tapi kita rapatnya seara general aja seara keseluruhan. Sebulan sekali. Kalau dulu masih banyak wartawannya itu setiap hari. Saat rapat redaksi itukan dari wartawan masing-masing harus list menunjukkan minimal 2 agenda untuk liputan.”

Lampiran 3 Dokumentasi



Foto bersama dengan ketiga informan penelitian



Wawancara dengan pimpinan redaksi dan produser Surabaya TV



Wawancara dengan jurnalis Surabaya TV



Wawancara dengan Candella Ghofi



Produksi program Hukum di Mata Bowo secara live



Produksi program Cangkir

Lampiran 4 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Taris Angraini
 NIM : 1152000143
 Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024
 Judul Skripsi : Strategi Produksi Konten Media Lokal di Era Digital (Studi Kasus Pada Surabaya TV)

Catatan Perbaikan:

cover - 1 spasi
 Abstrak -

X	R
judul abstrak	ABSTRAK judul

 Abstract - menyempatkan abstrak
 Daftar Tabel - enter - 2.1 X 2.1 R
 Daftar Gambar - enter - 4.1 X 4.1 R spasi 1,5
 Daftar Lampiran - enter - spasi 1,5
 Hal 11 (Dr. Saparuddin Mukhtar, 2022) → (Mukhtar, 2022) ent
 13-14 (Imroni Yusuf, 2022) → (Yusuf, 2022) - kata dihapus
 15 enter - Manfaat teoretis yg kurang pindah ke praktis
 16-18 → lihat naskah
 19-22 → " " " " " "
 Hal 3 berikutnya - sempatkan dg catatan sebelum nyg

Surabaya, 03-07-2024
 Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan

Lampiran 5 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA


LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Taris Anggraini
NIM : 1152000143
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024
Judul Skripsi : Strategi Produksi Konten Media Lokal di Era Digital (Studi Kasus Pada Surabaya TV)


Catatan Perbaikan:

- PERDALAM LBM. ✓
- KERANGKA PEMICIRAN ✓
- CEK DAFTAR PUSTAKA ✓

Surabaya, 01-7-2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


WIDIYATMO. EP

Revisi dari Dosen Penguji,


WIDIYATMO. EP

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Taris Anggraini

NIM : 1152000143

Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi Produksi Konten Media Lokal di Era Digital (Studi Kasus Pada Surabaya TV)

Catatan Perbaikan:

1. Banyak typo (Redaksional)

2. Inkonsistensi → Penulisan deskriptif / eksplanatif.

Surabaya, 9 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Irmasanthi

Irmasanthi Danadharta, MA

Revisi dari Dosen Penguji,

Irmasanthi

Irmasanthi Danadharta, MA

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 7 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fslp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Taris Anggraini
 NBI : 1152000143
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Drs. Jupriono, M.Si - Dinda Lisna Amilia, S.Sos, MA
 Dosen Pembimbing II : Dinda Lisna Amilia, S.Sos, MA
 Judul Skripsi : Strategi Produksi Konten Media Lokal di Era Digital (Studi Kasus Pada Surabaya TV)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	14/5 24	CBM, teori		
2	25/05 2024	1,2 B oleh Gsaphan lanjut bab 4 ^{daftar pertanyaan} rambun		
3	19/4 2024	Bab 3 jenis penelitian aca Bab 4 Daftar Pertanyaan Wawancara		
4	13/5 24	dokter pertanyaan		
5	22/5 24	Bab 4 jika wawancara bertentangan, penjelasan rasional		
6	30/5 24	Bab 4 monev/tambah pakar teori mona. com		
	30/5 24	Bab 9 lanjut analisis		
	10/6 24	Bab 4 pembahasan, draftkan PT, teori, konsep (bab 2)		
	11/5 24	lanjut bab V		
	14/6 24	tanggal kesimpulan, bab V		

Lampiran 8 Hasil Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN Nomor:522/K/LOD/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Tarisa Anggraini
NBI : 1152000141

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Juni 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otda

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

Bab 1,4,5 Taris

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

dspace.uui.ac.id

Internet Source

1%

2

docplayer.info

Internet Source

<1%

3

text-id.123dok.com

Internet Source

<1%

4

Submitted to Universitas Islam Negeri
Antasari Banjarmasin

Student Paper

<1%

5

www.hukumonline.com

Internet Source

<1%

6

es.scribd.com

Internet Source

<1%

7

fr.scribd.com

Internet Source

<1%

8

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

<1%

9

id.123dok.com

Internet Source

<1%

10	jurnaldigit.org Internet Source	<1%
11	www.jurnal-umbuton.ac.id Internet Source	<1%
12	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
13	library.binus.ac.id Internet Source	<1%
14	pt.scribd.com Internet Source	<1%
15	repository.unimus.ac.id Internet Source	<1%
16	bphn.go.id Internet Source	<1%
17	repository.uph.edu Internet Source	<1%
18	www.lbhpers.org Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off