

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian *Agenda setting*

a. Pengertian *Agenda Setting*

Agenda setting adalah sebuah teori yang menempatkan besarnya pengaruh media massa dalam mempengaruhi khalayak mengenai prioritas kepentingan sebuah isu. Media disebutkan mampu mengarahkan isu dalam masyarakat dan mampu membuat agenda dimana isu diramu untuk menjadi sebuah diskursus dimasyarakat. *Agenda setting* adalah sebuah teori yang pertama kali diuji secara empirik oleh Maxwell Combs dan Donald L. Shaw pada tahun 1968 pada pemilihan presiden Amerika Serikat.¹

Schaefer mengejar garis penelitian yang menjanjikan yang mengintegrasikan efek aksesibilitas dengan efek yang melibatkan proses penilaian dan pembentukan sikap. Pendekatan ini memiliki beberapa keuntungan yang jelas untuk memikirkan bagaimana *agenda setting* dan priming beroperasi. Tampaknya masuk akal, dan Schaefer menemukan bukti dari itu di beberapa pemilihan di Israel, bahwa bagaimana orang berpikir tentang suatu masalah (dan kandidat, dalam pengaturan pemilihan) memiliki implikasi untuk apakah mereka memikirkannya juga.²

Elemen yang kurang dihargai dari penelitian agenda-setting tradisional adalah bahwa ia berfokus pada masalah, hal-hal yang perlu diperbaiki. Jadi, bagian integral dari cerita penetapan agenda adalah bagaimana laporan berita menggambarkan, dan bagaimana orang memahami, masalah. Penelitian dalam pembingkaiannya tentu saja dapat menginformasikan bagaimana proses-proses tersebut bekerja dan bagaimana mereka mempengaruhi penetapan agenda.³

¹ John Vivian, "Teori Komunikasi Massa" (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2008) hal. 29.

² Dietram A. Scheufele & David Tewksbury, "Framing, *Agenda setting*, and Priming : The Evolution of Three Media Effects Models" *Journal of Communication*. Vol, 54 No. 9-20 (2007). Hal. 14.

³ Dietram A. Scheufele & David Tewksbury, "Framing, *Agenda setting*, and Priming : The Evolution of Three Media Effects Models" *Journal of Communication*. Vol, 54 No. 9-20 (2007). Hal. 16.

b. Sejarah *Agenda setting*

Teori yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah Teori *Agenda setting*. Teori *agenda setting* pertama kali dikemukakan oleh Walter Lippman pada konsep “*The World Outside and The Picture in Our Head*” yang sebelumnya telah menjadi bahan pertimbangan oleh Bernard Cohen dalam konsep “*The mass media may not be successful in telling us what to think, but they are stunningly successful in telling us what to think about*”. Penelitian empiris ini dilakukan Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Mereka mengatakan, walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita.⁴

Agenda setting theory (teori penyusunan agenda) mulai dirintis sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih yang kemudian menjadi hipotesis teori *agenda setting*. Meningkatkan nilai penting topik tersebut bagi khalayak.⁵

Hasil penelitian inilah yang kemudian menjadi fenomena utama bagi Maxwell McComb dan Donald L. Shaw dalam melahirkan teori *agenda setting* pada tahun 1972. Yang dipublikasikan pertama kali dengan judul “*The Agenda setting Function of the Mass Media*” *Public Opinion Quarterly* No. 37.⁶

Sebagai ilmuwan yang pertama sekali menguji teori ini, Maxwell McComb dan Donald L. Shaw kemudian menjadi tokoh utama dibalik teori ini, yang empat tahun setelah penelitiannya (1968-1972) baru mengumumkan ke publik, bahwa risetnya itu menguatkan hipotesis hingga keduanya

⁴ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, “*The Agenda setting Function off Mass Media*” (Summer: Oxford University Press: 1972). Hal. 181-182.

⁵ H.J. Ritonga, “*Teori Agenda setting*”, *Jurnal Akademia* Volume II Nomor 6, “Medan: LPPI-SHA: 2011) hal. 33.

⁶ Werner J dan Tankard Severin, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terpaan di Dalam Media Massa* (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup : 2011) hal. 56-57.

sepakat menamakan teori tersebut sebagai *agenda setting theories*.⁷

Penelitian menjelang pemilu Presiden Amerika Serikat Tahun 1968 itu juga sekaligus menjadi latar belakang sejarah kelahiran teori *agenda setting*. Meskipun, jauh sebelumnya sudah ada gagasan/pandangan para ilmuwan yang cenderung sama dengan fungsi teori *agenda setting*, sebagai hasil observasi pengaruh media terhadap khalayak. Hanya saja saat itu belum sampai memproklamirkan teori seperti teori *agenda setting*.⁸

Aplikasi teori *agenda setting* pertama sekali pada penelitian perubahan sikap pemilih dalam kampanye pemilu Presiden Amerika Serikat tahun 1968, memberikan hasil penelitian berbalik dengan teori efek media terbatas (*the limited media effect theories*) sebelumnya. Dengan kata lain teori *agenda setting* menganggap media memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi khalayak terhadap suatu isu. Fungsi teori ini berlangsung karena media sangat selektif dalam menyiarkan berita, yang menarik bagi publik baik dilihat dari aspek nilai berita (*news value*) maupun nilai jual (*sell value*). Sehingga model *agenda setting* ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian khalayak pada persoalan yang sama.⁹

Berdasarkan teori *agenda setting*, pemberitaan positif dan negatif media massa terhadap para kandidat selama masa kampanye akan sangat menentukan nasib kandidat dalam pemilu. Dengan demikian muncullah anggapan bahwa “menguasai media berarti menguasai publik” atau “menguasai media berarti menguasai massa (politik)”. Jauh sebelum teori *agenda setting* diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw, Bernard Cohen telah mengemukakan “pers lebih penting daripada sekedar penyedia informasi dan opini, barangkali mereka (media) tidak terlalu sukses dalam menyuruh apa yang dipikirkan seseorang tetapi mereka sukses dalam menyuruh

⁷ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, “The *Agenda setting* Function off Mass Media” (Summer: Oxford University Press: 1972). Hal. 188.

⁸ Hamdani, “Teori *Agenda setting*. Teori Komunikasi Massa”, (Medan: Cita Pustaka Media Perintis: 2011) hal. 44-45.

⁹ Asep Saiful Muhtadi, “Jurnalistik Pendekatan Teori & Praktik” (Jakarta: PT Logos Wacana Ilmu: 1999) hal 41.

orang apa yang seharusnya dipikir.¹⁰ Dunia akan terlihat berbeda menurut orang yang berbeda pula, tergantung bukan hanya pada visi mereka pribadi tetapi juga peta yang diberikan media massa kepada mereka.

Teori *agenda setting* merupakan salah satu dari sekian banyak teori tentang efek media massa bagi khalayak, baik yang termasuk kategori teori klasik seperti teori *stimulus respon* yang dikemukakan oleh Hovland, et al (1953) dan teori SOR (*Stimulus Organisme Response*) yang dikemukakan Melvin DeFleur (1970) sebagai modifikasi dari teori *Stimulus Response* sebelumnya, maupun yang masuk kategori teori kontemporer seperti teori *Difusi Inovasi*, teori *Uses and Gratification*, teori Defendensi Efek Komunikasi massa, teori *Spiral of Silance*, teori *Uses and Effects*, teori *Spiral of Silence*, teori *Uses and Effect*, teori *The Limited Media Effects*, *The Bullet Theory* atau teori Jarum Hipodermik, dan lain-lain.¹¹

Kehadiran teori *Agenda setting*, telah membantah banyak teori sebelumnya seperti teori peluru (*the bullet theory*) yang dikemukakan Wilbur Shramm (1950-an), yang berasumsi efek media massa sangat luar biasa, karena khalayak bersifat pasif dan tidak berdaya, meskipun teori ini telah dibantah sendiri oleh Schramm pada tahun 1970 dengan meminta supaya teori peluru ajaib itu dianggap tidak ada, sebab ternyata khalayak media massa tidak pasif. Teori lain yang dibantah oleh teori *agenda setting* adalah teori media terbatas (*the limited media effects*) yang mengemukakan media massa hanya memiliki pengaruh sedikit terhadap khalayak.¹²

Suatu studi yang dilakukan pada orang-orang yang menonton dan tidak menonton perdebatan calon-calon presiden Amerika Serikat pada tahun 1976, peneliti dapat menunjukkan perbedaan dalam penentuan agenda di kalangan segmen-segmen khalayak yang spesifik. Di samping itu, Becker dan McLeod et al. ditunjukkan pula bahwa waktu memainkan peranan penting dalam proses tersebut. Sebagai perbandingan, suatu studi *agenda setting* surat kabar dan televisi di Barquisimeto, Venezuela oleh Chaffee dan Izcaray (1975)

¹⁰ Maxwell E. McCombs and Donald L.Shaw, "The *Agenda setting* Function off Mass Media" (Summer: Oxford University Press: 1972). Hal. 231-232.

¹¹ Maxwell E. McCombs and Donald L.Shaw, "The *Agenda setting* Function off Mass Media" (Summer: Oxford University Press: 1972). Hal. 192-194.

¹² Hamdani, "Teori *Agenda setting*. Teori Komunikasi Massa", (Medan: Cita Pustaka Media Perintis: 2011) hal. 51-52.

menunjukkan tiadanya efek yang diharapkan. Penggunaan media massa oleh responden kedua peneliti ini tidak mengarah pada meningkatnya *salience* untuk isu-isu yang menerima liputan media yang besar.¹³

Media berita memang memiliki sudut pandang, terkadang bias ekstrim. Namun, korelasi tinggi menunjukkan konsensus tentang nilai berita, terutama pada item berita utama. Meskipun tidak ada definisi berita yang eksplisit dan disepakati bersama, ada norma profesional mengenai berita utama dari hari ke hari. Norma-norma berita besar ini pasti sangat dipengaruhi hari ini oleh meluasnya penggunaan layanan kabel utama, terutama oleh surat kabar dan televisi untuk banyak informasi politik.¹² Tetapi ketika kita beralih dari peristiwa-peristiwa besar kampanye, di mana hampir semua orang setuju, ada lebih banyak ruang bagi individu dalam interpretasi, tercermin dalam korelasi yang lebih rendah untuk kesepakatan item kecil diantara media yang ditunjukkan. Karena surat kabar, misalnya, hanya menggunakan sekitar 15 persen dari materi yang tersedia pada hari tertentu, ada ruang yang cukup besar untuk seleksi diantara item-item kecil.¹⁴

Studi-studi ini menunjukkan bahwa *agenda setting* oleh media massa dapat terjadi dalam beberapa kondisi. Akan tetapi, kondisi yang berlaku di negara industri dan di negara sedang berkembang mungkin berbeda. Riset tentang *agenda setting* oleh media di negara-negara Dunia Ketiga masih perlu dilakukan, karena kebanyakan studi tentang *agenda setting* yang ada telah dilakukan di Eropa dan Amerika Serikat.

Stephen W. Littlejohn mengatakan, *agenda setting* beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut:

- a) Agenda media itu sendiri harus diformat. Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali.
- b) Agenda media dalam banyak hal memengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan.

¹³ John Vivian, "Teori Komunikasi Massa" (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2008) hal.38.

¹⁴ Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The *Agenda setting* Function off Mass Media" (Summer: Oxford University Press: 1972). Hal. 197.

- c) Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu.¹⁵

Respon terhadap kenyataan tersebut adalah terjadinya perubahan orientasi dalam studi agenda bahwa *agenda setting* bukan hanya suatu gejala melainkan sebuah proses yang berlangsung terus menerus (*on going process*). Berdasarkan perspektif ini, pemenuhan (*coverage* variabel dalam studi *agenda setting* menjadi sangat luas, karena melibatkan faktor-faktor yang merupakan bagian dari proses terbentuknya agenda media dan agenda publik dan sekaligus bisa digunakan untuk menjelaskan mengapa efek media sangat besar, kecil, atau tidak ada sama sekali.¹⁶

2. Produksi Siaran

Produksi siaran merupakan suatu proses dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, presentasi, dan evaluasi dari suatu program siaran. Produksi yaitu gagasan yang terdapat pada praproduksi direalisasikan secara nyata untuk disajikan kepada khalayak (pendengar) dan pascaproduksi adalah semua kegiatan setelah produksi sampai materi siaran dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar. Karena produksi siaran adalah “perutnya” radio, serta program siaran radio pun sangat banyak dan beragam kemasannya, maka keterampilan memproduksi acara siaran berarti penguasaan terhadap bagaimana membuat sebuah sajian radio yang menarik untuk didengar, dengan memadukan wawasan, kreatifitas, dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi.¹⁷

Terselenggaranya penyiaran ditentukan oleh tiga unsur yaitu studio, transmitter, dan pesawat penerima. Ketiga unsur ini kemudian disebut sebagai trilogi penyiaran. Di mana studio merupakan tempat produksi informasi sekaligus menyiarkan, yakni mengubah ide atau pesan menjadi bentuk pesan baik gambar maupun suara yang bermakna melalui sebuah proses mekanisme yang memungkinkan gambar atau suara itu dikirimkan melalui transmitter untuk selanjutnya diterima oleh

¹⁵ Apriadi Tamburaka, “*Agenda setting Media Massa*” (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada:2013) hal. 49-52.

¹⁶ John Vivian, “Teori Komunikasi Massa” (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2008) hal. 45.

¹⁷ Fachir Yusuf, “Proses Produksi Program Berita Pada Radio Metro Mulawarman Samarinda” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 4 No. 3 (2016) hal. 100.

sistem antena pada pesawat penerima dalam hal ini pesawat radio.¹⁸

Dalam standart operasional prosedur (SOP), tahapan-tahapan produksi terdiri dari 3 bagian yaitu¹⁹:

Proses Praproduksi pada siaran program berita diantaranya adalah mencari topik-topik yang ingin diangkat saat *on air* nanti dengan melakukan rapat setiap harinya untuk membahas secara umum topik-topik apa saja yang ingin disampaikan selama *on air* nantinya sampai akhir pekan, yang terdiri dari produser, seorang *programme direction*, penyiar dan pemutar lagu atau *mixman*, serta membuat *rundown* sederhana, pemilihan lagu dan persiapan teknis di studio sebelum *on air*.

Jika kita lihat dalam proses pra produksi program berita juga terdapat proses yang sama, yaitu adanya proses pengumpulan ide dan tukar pikiran (*brainstorming*). Namun, yang dipenulisngkan dalam proses ini, tim produksi tidak terlibat secara maksimal, yang berperan langsung dalam proses ini hanya Pimpinan produser program berita dan pihak-pihak terkait yang memiliki peran penting dalam penentuan tema. Adanya rapat khusus yang membahas mengenai pengangkatan tema maupun proses tukar pikiran (*brainstorming*).²⁰

Proses produksi siaran program berita ini terdiri dari penyiar, seorang produser yang sekaligus menjadi pengarah acara atau *programme director* bertugas memantau jalannya acara selama *on air*, produser juga selalu melakukan intruksi-intruksi pada penyiar agar tidak ada kesalahan saat penyiaran dang mengingat pada penyiar mengenai durasi dan pergantian segmen kepada penyiar. Saat produksi, produser juga merangkap *call taker* untuk menyeleksi penelepon yang masuk.

Sebelum melakukan liputan tim produksi melakukan persiapan hal-hal yang diperlukan terlebih dahulu seperti membereskan kontrak, surat menyurat perizinan untuk shooting, setelah semua selesai barulah melakukan produksi atau liputan hingga melakukan review (melihat hasil kembali) setelah selesai meliput. Tim kreatif dan tim produksi mencatat time

¹⁸ Tommy Suprpto, "Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi" (Yogyakarta: Medpress: 2009) hal 6-7.

¹⁹ Tommy Suprpto, "Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi" (Yogyakarta: Medpress: 2009) hal 108-112.

²⁰ Mertisa, "Analisis Terhadap Proses Produksi Program Siaran 'Radio Talk' Elshinta Palembang" (Palembang: UIN Raden Fatah:2019), hal. 63.

code yang nantinya digunakan untuk rundown dan script acaranya.²¹

Pascaproduksi siaran program berita adalah tahap evaluasi mengenai kekurangan dan kelebihan yang terjadi saat produksi. Pasca produksi merupakan tahap akhir dari produksi dan lebih condong kepada berorientasi untuk produksi program-program berita, karena untuk siaran biasanya diatur oleh Programme Director untuk kemudian ditransmisikan secara langsung (live) kependengar.

Dengan demikian proses produksi dapat dikatakan berjalan dengan lancar apabila sudah melakukan beberapa proses tersebut.

3. Produksi Siaran Podcast

Jika terdengar kata produksi, yang terbesit didalam pikiran kita adalah kegiatan besar yang membutuhkan banyak peralatan yang menunjang kegiatan dan juga membutuhkan banyak sumber daya manusia untuk bekerja. Produksi yang memiliki nilai berbobot hanya akan diciptakan oleh produser yang memiliki visi. Tetapi apakah visi itu muncul dari suatu acuan mendalam yang bermuara pada orientasi, ideologi dan pemikiran kritis atas sarana yang dipakai untuk menampilkan materi produksi atau hanya sekedar mengalir mengikuti arus.²²

Podcast adalah media audio yang mempunyai konsep yang mirip dengan radio streaming. Yaitu penyajian konten audio melalui saluran internet, bukan melalui jaringan gelombang. Nama podcast sendiri berasal dari kata *Ipod* dan *Broadcast* dapat dilihat bahwa podcast adalah aplikasi keluaran dari produk Apple, namun sekarang podcast bisa diakses melalui berbagai media sosial dan aplikasi. Tetapi sekarang podcast tidak hanya berbentuk media audio, sekarang podcast juga memuat media visual, jadi penyiar yang membawakan acara terlihat contohnya seperti podcast yang ada di YouTube dan juga acara Podcast TV Show.²³

Menurut Herbert Zettl, *"Regardless of whether you are part of the nontechnical or technical personel, or whether you*

²¹Mertisa, "Analisis Terhadap Proses Produksi Program Siaran 'Radio Talk' Elshinta Palembang" (Palembang: UIN Raden Fatah:2019), hal. 65.

²²Farhan Faishal, "Produksi Program Siaran 'Podcast TV Show' di TVMU di Era Covid-19" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah: 2001) hal.7.

²³Farhan Faishal, "Produksi Program Siaran 'Podcast TV Show' di TVMU di Era Covid-19" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah: 2001) hal.11.

work with a big production team or all by yourself, you will inevitably be involved in one or all of the three production phases: preproduction, production, postproduction". Terlepas dari apakah Anda adalah bagian dari personel nonteknik atau teknis, atau apakah Anda bekerja dengan tim produksi besar atau semuanya sendiri, Anda pasti akan terlibat dalam satu atau semua dari tiga fase produksi: praproduksi, produksi, pascaproduksi.²⁴

Menurutnya praproduksi mencakup semua persiapan dan kegiatan sebelum benar benar pindah ke studio atau di luar studio pada hari pertama produksi. Biasanya terjadi dua tahap, tahap pertama ya itu semua kegiatan yang diperlukan untuk mengubah ide dasar menjadi konsep atau skrip dan tahap kedua semua detail produksi yang diperlukan seperti lokasi, tim, dan peralatan Produksi adalah kegiatan perekaman video untuk direkam atau disiarkan, produksi melibatkan peralatan dan biasanya tim yang mengoperasikan peralatan Dan pada pascaproduksi aktivitas utamanya terdiri dari pengeditan video dan audio.²⁵

Suatu produksi program televisi yang melibatkan banyak peralatan, banyak orang dan dengan biaya yang besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu suatu tahap pelaksanaan produksi yang jelas efisien Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian yang disebut standart operation procedure atau disingkat SOP, seperti berikut²⁶:

Yang pertama, Pra Produksi. Tahap ini adalah tahap yang sangat penting karena jika tahap ini dilaksanakan dengan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah beres. Tahap pra produksi meliputi tiga bagian

1. **Penemuan Ide**, tahap ini dimulai ketika produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskannya dalam naskah atau meminta penulis naskah untuk mengembangkan gagasannya menjadi naskah. Pada tahap ini tim mencari fakta dan referensi.
2. **Perencanaan**, tahap ini meliputi penetapan time schedule atau waktu kerja, penyempurnakan teks naskah. pemilihan

²⁴Herbert Zettl, "Eleventh Edition: Television Production Handbook" (California: Wadsworth: 2012) hal. 22.

²⁵Herbert Zettl, "Eleventh Edition: Television Production Handbook" (California: Wadsworth: 2012) hal. 29.

²⁶ Fred Wibowo, "Teknik Produksi Program Televisi" (Yogyakarta: Pinus Book Publisher: 2007), hal.42.

artis atau talent, dan crew yang bertugas. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana 136% merupakan bagian dari alokasi perencanaan yang perlu dibuat secara teliti. Setelah ide, fakta dan referensi sudah dicari, kemudian adalah melakukan strategi framing meringkai elemen tadi menjadi sebuah skrip.

3. **Persiapan**, tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan dan surat menyurat. Latihan untuk para artis atau talent dan pembuatan setting atau dekorasi, meneliti dan melengkapi peralatan yang dibutuhkan. Tahap ini harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya karena keberhasilan sebuah produksi televisi sangat ditentukan oleh keberesan tahap perencanaan dan persiapan agar dalam tahap produksi berjalan dengan baik dan lancar.

Yang kedua, Produksi. Setelah perencanaan dan persiapan sudah selesai, barulah pelaksanaan produksi dimulai sesuai jadwal. Sutradara bekerja sama dengan para artis atau talent dan crew mencoba untuk mewujudkan apa yang direncanakan dalam naskah atau skrip (shooting script) menjadi susunan gambar yang dapat bercerita.

Gambar hasil shooting akan dikontrol setiap diakhir shooting hari itu untuk melihat apakah hasil pengambilan gambar berkualitas baik. Jika tidak maka adegan tersebut perlu diambil ulang atau biasa disebut *retake*. Setelah semua shoot gambar sudah diambil dengan baik seperti yang diinginkan oleh sutradara kemudian masuk dalam proses *post production*.

Yang ketiga, Pasca produksi. Pada tahap ini dilakukan kegiatan pengeditan video dan audio, juga mencakup koreksi warna video sehingga warna dikamera satu dan kamera selanjutnya sama. Pasca produksi juga memilih musik latar belakang yang sesuai jika diperlukan dan penambah efek audio khusus.²⁷

Pasca produksi memiliki tiga langkah, yaitu editing offline, editing online, dan mixing. Terdapat dua macam editing, editing yang disebut dengan teknik analog atau linier dan editing dengan teknik digital atau non linier menggunakan komputer.²⁸

²⁷ Fred Wibowo, "Teknik Produksi Program Televisi" (Yogyakarta: Pinus Book Publisher: 2007), hal.42-46.

²⁸ Herbert Zettl, "Eleventh Edition: Television Production Handbook" (California: Wadsworth: 2012) hal. 31.

1. **Editing offline teknik analog.** Setelah shooting selesai dilaksanakan, script boy akan membuat logging, yaitu mencatat kembali hasil shooting berdasarkan catatan shooting dan gambar. Lalu sutradara akan membuat editing kasar berdasarkan catatan logging yang disebut editing offline. Materi shooting dipilih dan disusun atau disambung dalam pita VHS (Video Home System). Setelah selesai, hasilnya akan discreening bersama atau disaksikan dengan seksama, apabila masih perlu tambahan atau dikurangi, maka langsung dikerjakan hasilnya memuaskan
2. **Editing online teknik analog.** Berdasarkan naskah editing, editor mengedit hasil shooting asli. Sambungan sambungan setiap shoot dibuat tepat berdasarkan *time code* dalam naskah editing. Demikian pula dengan soundnya, sound asli dimasukan dengan level yang seimbang dan sempurna.
3. **Mixing.** Setelah proses editing online selesai, proses mixing pun dilakukan yaitu percampuran antara gambar dengan suara. Keseimbangan antara sound effect, suara asli dari rekaman, dan musik harus dimix sedemikian rupa sehingga terdengar dan terlihat jelas dan tidak mengganggu.
4. **Editing offline teknik digital.** Editing non linier atau editing digital adalah editing yang menggunakan komputer dengan peralatan khusus editing, tidak lagi menggunakan pita. Alat editingnya bermacam-macam spesifikasinya dan menggunakan software seperti adobe premiere, final cut pro, filmora dan lain-lain.

Tahapan yang pertama yang harus dilakukan adalah memasukan seluruh hasil shoot yang catatan logging kedalam hardisk atau media penyimpanan komputer lainnya. Sesudah tersusun baik baru diurutkan dan kemudian satukan agar shoot shoot yang sudah disambung terlihat secara utuh. Lalu setelah proses menyatukan shoot demi shoot sudah dirasa baik lalu dirender dan setelah dirender dapat dilakukan screening dengan seksama. Setelah screening jika masih memerlukan perubahan atau koreksi, maka koreksi bisa dikerjakan dengan menambah atau mengurangi shoot yang diinginkan.
5. **Editing online teknik digital.** Editing online teknik digital sebenarnya hanya tinggal menyempurnakan hasil editing dari komputer. Sekaligus mixing dengan musik dan efek gambar yang dibutuhkan Memberikan warna atau mengedit

warna agar terlihat bagus dan memberikan stiker-stiker yang sempurna, hasil editing online ini dimasukkan kembali dalam file atau pita dengan kualitas *broadcast standart*. Setelah selesai bisa dikatakan dibutuhkan. Setelah semua selesai dengan sempurna, hasil editing online ini dimasukkan kembali dalam file atau pita dengan kualitas *broadcast standart*. Setelah selesai bisa dikatakan pekerjaan selesai dan selanjutnya adalah bagian dari pekerjaan di stasiun televisi untuk ditayangkan.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sebuah penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan penulisan. Agar tidak terjadi anggapan kesamaan dengan penelitian sebelumnya maka peneliti mencantumkan hasil-hasil dari penelitian sebagai berikut:³⁰

Pertama, penelitian pada jurnal yang ditulis oleh Ruth Debora Massie, mahasiswi (S1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi yang berjudul “Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif di Kantor PRRI Manado.” Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif di Kantor RRI Manado adalah sebagai berikut:³¹

Perencanaan (*Planning*), Pada program siaran Dialog Interaktif ini yang merupakan langkah awal perencanaan adalah melalui rapat produksi yang diselenggarakan sebulan sekali, untuk merencanakan topik, narasumber, durasi program siaran, perencanaan crew yang akan terlibat. Berbagai pertimbangan dalam menentukan narasumber dan topik dengan kriterianya masing-masing harus diperhatikan dengan seksama dalam proses perencanaan ini. Karena untuk memberikan siaran yang berkualitas juga informasi yang akurat dan hangat bagi masyarakat harus memperhatikan sumber informasi yang terpercaya.

Pengorganisasian (*Organizing*), dalam tahap ini, akan ditetapkan crew yang akan bertugas dalam penyelenggaraan program siaran Dialog Interaktif. Tetapi terlebih dahulu crew tersebut sudah direncanakan dalam rapat produksi, dan pada proses pengorganisasian

²⁹ Herbert Zettl, “Eleventh Edition: Television Production Handbook” (California: Wadsworth: 2012) hal. 29-35.

³⁰ Sudaryanto, “Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa”, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press: 1993), hal. 43-45.

³¹ Ruth Debora Massie, “Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif di Kantor RRI Manado” *Journal Acta Diunra*, Vol.II No.I (2013). hal. 31.

ini akan disusun secara terjadwal siapa saja crew yang akan terlibat dalam siaran Dialog Interaktif. Program siaran Dialog Interaktif ini melibatkan beberapa bidang, yaitu bidang pemberita, siaran, dan teknik. Dan yang terpenting adalah koordinasi dan kerja sama antar bidang.

Penggerakkan (*Actuating*), tahapan ketiga dalam fungsi manajemen adalah penggerakkan. Apa yang sudah direncanakan dan diorganisasikan harus ada penggerakannya. Baik moderator maupun narasumber harus sama - sama menguasai topik yang akan dibahas, juga kesiapan secara teknis peralatan - peralatan studio harus sudah “*ready*” sebelum siaran dimulai. Selanjutnya hal yang tak bisa dipisahkan dari penggerakkan selain jalannya siaran secara on air, tetapi juga adanya bentuk kepemimpinan, motivasi juga komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan.

Pengawasan (*Controlling*), setelah ketiga tahapan diatas terlaksana, maka tahap terakhir adalah melakukan pengawasan pada jalannya siaran Dialog Interaktif tersebut. Melalui monitor siaran, baik produser maupun pengarah acara bisa melihat apakah ada hal - hal yang harus diperbaiki, kemudian selanjutnya dengan adanya sharing sesama tim produksi, maka akan ada perbaikan kualitas atau koreksi - koreksi agar kedepannya lebih baik lagi.³²

Terdapat persamaan dan perbedaan dengan judul yang diambil oleh peneliti. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang penerapan *agenda setting* dalam program siaran. Adapun perbedaannya peneliti meneliti tentang bagaimana produksi program siaran radio dan bagaimana narasumber dalam podcast program siaran menyampaikan informasi menarik terhadap masyarakat, sedangkan Ruth Debora Massie meneliti tentang bagaimana cara manajemen program siaran radio dengan baik.

Kedua, penelitian pada Jurnal yang ditulis oleh Rangga Saptya Mohamad Permana dan Alyani Nurul Iffah, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, yang berjudul ”Analisis *Agenda setting* Tim Kreatif Narasi TV Terhadap Pandemi Covid-19 Melalui Program Cerita Pandemi.” Peran tim kreatif sebagai pembentuk agenda media terhadap pandemi Covid-19 memiliki peranan penting dan andil yang besar sejak awal.³³

³² Ruth Debora Massie, “Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif di Kantor RRI Manado” *Journal Acta Diurna*, Vol.II No.I (2013). Hal. 31-39.

³³ Rangga Saptya Mohamad Permana, Alyani Nurul Iffah, “Analisis *Agenda setting* Tim Kreatif Narasi TV Terhadap Pandemi Covid-19 Melalui Program Cerita Pandemi” *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. XI No. 1, (2021) hal. 34.

Walaupun keputusan akhir seperti dalam pembentukan sebuah program bukan ada pada tim kreatif, namun semua ide awal baik dalam pembentukan sebuah program baru maupun pembentukan produksi konten membutuhkan ide dan hasil riset dari tim kreatif. Sehingga menurut penulis, jika media massa terkhusus televisi mampu membuat sebuah agenda media yang ingin menjadikan isu atau berita tersebut penting dimasyarakat sampai bisa membentuk kerangka berpikir masyarakat, maka tim kreatif lah yang berperan dan bertanggung jawab, karena semua hal baik berupa ide maupun proses produksi paling mendasar dikerjakan oleh tim kreatif.

Jika televisi sebagai media massa dapat membentuk kerangka berpikir masyarakat dan mengatur opini publik, maka televisi tersebut harus mencari tim kreatif yang capable dan berkualitas agar pemikiran masyarakat turut serta berkualitas sesuai dengan konten program yang mereka baca, lihat dan dengar. Penulis menyimpulkan agenda media Narasi TV terhadap pandemi Covid-19 yakni: (1) Dengan membuat program khusus mengenai pandemi Covid-19 yaitu program Cerita Pandemi; dan (2) Agenda media tim kreatif terhadap Program Cerita Pandemi adalah dengan selalu berusaha mengangkat isu seputar pandemi Covid-19 yang berbeda dari media massa lainnya, yang sering terlupa namun tidak kalah pentingnya.

Melihat peran tim kreatif di Narasi TV memiliki andil yang besar sejak awal dalam pembentukan agenda media yakni dalam pembentukan awal program dan produksi konten, penulis menyarankan agar Narasi TV dapat menghilangkan peran ganda kepada tim kreatif. Hal ini diharapkan penulis agar tim kreatif bisa lebih fokus terhadap satu peran yaitu sebagai kreatif.³⁴

Persamaan dengan judul yang peneliti ambil adalah sama-sama meneliti tentang penerapan *agenda setting* dalam program siaran sedangkan perbedaan dengan penelitian tersebut adalah pada penelitian yang dilakukan oleh Rangga Saptya Mohamad Permana dan Alyani Nurul Iffah membahas tentang pembentukan produksi konten untuk menarik minat penonton pada saat itu, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang narasumber dalam podcast program siaran menyampaikan informasi menarik terhadap masyarakat.

Ketiga, Skripsi Kiki Hasanah, mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Jurusan Penyiaran, yang berjudul “Strategi Radio Citra

³⁴ Rangga Saptya Mohamad Permana, Alyani Nurul Iffah, “Analisis Agenda setting Tim Kreatif Narasi TV Terhadap Pandemi Covid-19 Melalui Program Cerita Pandemi” Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol. XI No. 1, (2021) hal. 34-38.

Buana FM dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital.” Dalam skripsi tersebut merincikan bagaimana strategi Radio Citra Buana FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital, sebagai berikut:³⁵

Strategi pertama yang dilakukan oleh Radio Citra Buana FM terletak pada program radio yang akan disiarkan. Untuk bisa memberikan kualitas terbaik dari setiap program yang disampaikan. Pada proses ini, ternyata tidak banyak perencanaan yang dilakukan oleh radio citra buana FM, karena mereka telah memiliki program-program yang akan disampaikan oleh pendengar dari dulu hingga sekarang.

Strategi kedua yaitu strategi mempertahankan pendengar. Radio Citra Buana FM sudah memiliki berbagai tema program yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan pendengar. seperti program untuk pemutaran lagu-lagu dangdut dan memories dan juga lagu-lagu pop.

Strategi ketiga yaitu membangun kebiasaan, dengan menyiarkan materi yang sesuai keinginan dan kebutuhan pendengar, Radio Citra Buana FM percaya bahwa pendengar akan perlahan-lahan membentuk kebiasaan mendengarkan radio citra pada diri mereka.

Strategi keempat yaitu pengontrolan arus pendengar. Pada tahap ini setiap penyiar di Radio Citra Buana FM akan melakukan koordinasi sebelum melakukan pergantian materi. Selain itu, penyampaian materi program selanjutnya harus disusun dan disampaikan semenarik mungkin agar jumlah intensitas pendengar tidak akan mengalami penurunan saat pergantian materi dilakukan.

Strategi kelima yaitu pemeliharaan sumber daya program. Pada tahap ini, biasanya Radio Citra Buana FM akan menyimpan materi yang telah selesai disiarkan, ini berguna agar suatu saat materi ini bisa diprgunakan kembali tentunya dengan cara penyampaian dan isi yang berbeda-beda.

Strategi keenam yaitu daya penarik masa. Selain menyiarkan program yang menjadi favorit dari pada pendengar, Radio Citra Buana FM tak jarang akan melakukan beberapa event yang bertujuan untuk menarik perhatian massa.³⁶

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan persamaan serta perbedaan antara peneliti dengan skripsi Kiki Hasanah. Adapun

³⁵ Kiki Hasanah, “Strategi Radio Citra Buana FM dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital” (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: 2021) hal. 58.

³⁶ Kiki Hasanah, “Strategi Radio Citra Buana FM dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital” (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: 2021) hal. 58-67.

persamaannya yaitu sama-sama menggunakan teori *agenda setting* dalam melakukan penelitian dan penjabaran hasil penelitian. Sedangkan perbedaannya, peneliti fokus membahas membahas tentang bagaimana narasumber dalam podcast program siaran menyampaikan informasi menarik terhadap masyarakat, pada skripsi Kiki Hasanah membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh Radio Citra Buana dalam menarik minat pendengar.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian Pustaka yang nantinya akan dijadikan landasan dalam melakukan karya tulis ilmiah. Alur berfikir yang didasari oleh teori-teori terdahulu dan juga pengalaman-pengalaman empiris merupakan dasar untuk menyusun kerangka berfikir yang berguna untuk menyusun hipotesis. Dengan demikian kerangka berfikir merupakan dasar penyusunan hipotesis.³⁷

Proses produksi program siaran radio tidak terlepas dari agenda setting Theory. Stephan W. Littlejohn dan Karen A. Fos mengemukakan bahwa *Agenda setting Theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran. Hal ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Saluran berita sebagai penjaga gerbang informasi membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya.³⁸

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa *Agenda setting Theory* membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasa terhadap pemberitaan yang mereka dengar melalui media, sehingga informasi yang didapat menjadi bahan pembicaraan mereka sehari-hari. Karena, berita atau informasi yang mereka dapat melalui media itu, tidak hanya dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi masyarakat, tetapi juga dapat bisa mengubah gaya hidup maupun perilaku masyarakat itu tersendiri.³⁹ Kekuatan teori *agenda setting* adalah:

- 1) Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauhmana

³⁷ Sudirman Tebba, "Jurnalistik Baru" (Ciputat: Kalam Indonesia: 2005) hal 66.

³⁸ Littlejohn S.W, dan Karen A.F, "Theories of Human Communications, 9th" (Jakarta: Salemba Humanika: 2009) hal. 87-89.

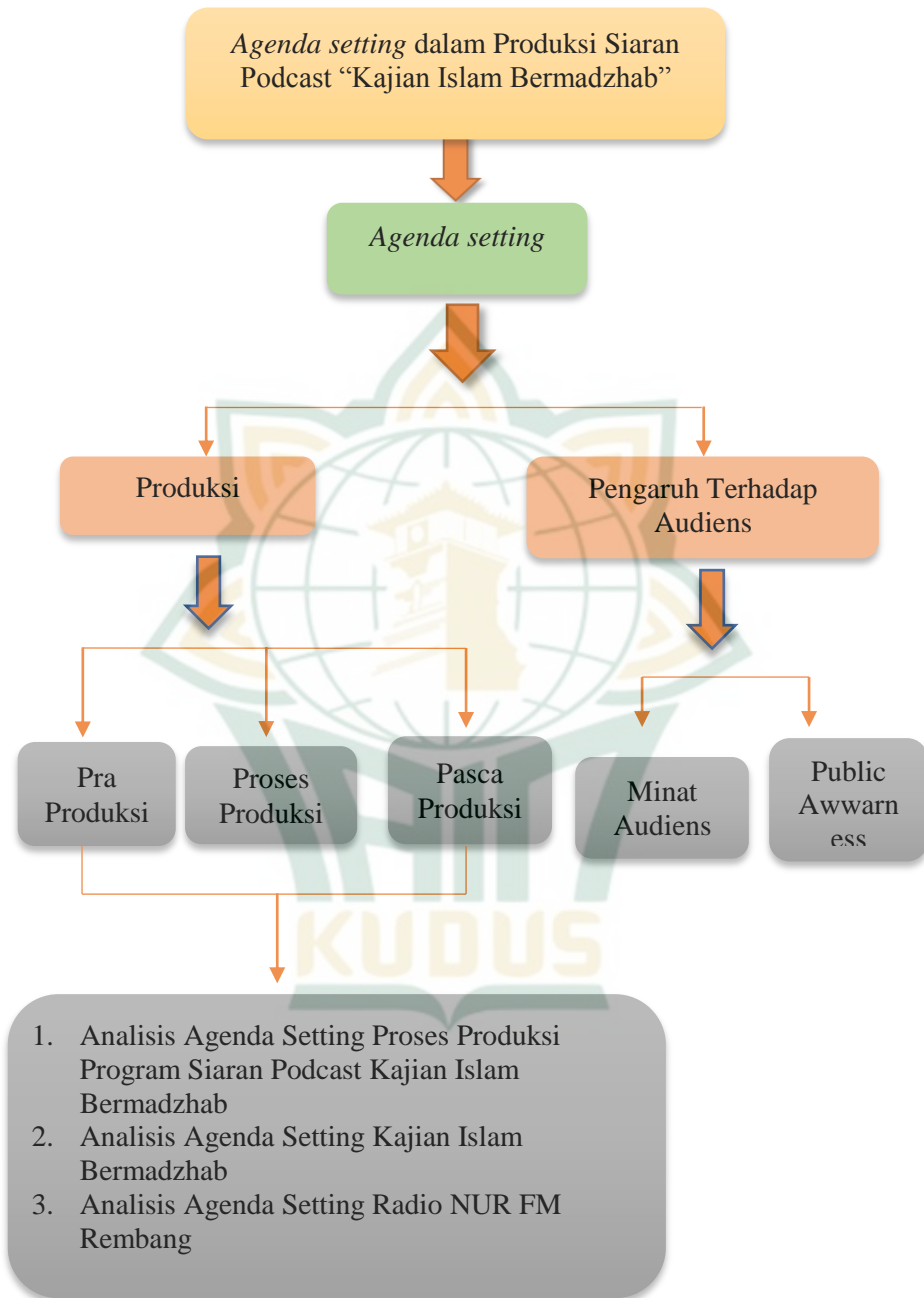
³⁹ Apriadi Tamburaka, "*Agenda setting Media Massa*" (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada:2013) hal. 79.

pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa.

- 2) Dampak media massa, kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif diantara individu-individu, telah dijuluki sebagai fungsi *agenda setting* dari komunikasi massa. Di sinilah terletak dari efek komunikasi yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita. Tapi yang jelas *agenda setting* telah membangkitkan kembali minat peneliti pada efek komunikasi massa.⁴⁰



⁴⁰ Rangga Saptya Mohamad Permana, Alyani Nurul Iffah, “Analisis *Agenda setting* Tim Kreatif Narasi TV Terhadap Pandemi Covid-19 Melalui Program Cerita Pandemi” *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. XI No. 1, (2021), hal 34-35.



Dalam judul “*Agenda setting* dalam Produksi Siaran Podcast “Kajian Islam Bermadzhab” terdapat dua fokus penelitian yang akan dibahas yaitu produksi program siaran dan pengaruh terhadap audiens. Dengan adanya kedua bahan pembahasan tersebut, peneliti dapat mengelompokkan beberapa penjelasan umum yang dapat dipahami oleh pembaca.

Sebelum melakukan siaran podcast, ada beberapa proses yang harus dilalui dalam terlaksananya program siaran podcast “Kajian Islam Bermadzhab” dengan lancar dan dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Proses produksi program siaran umumnya memiliki 3 tahapan dalam mencapai terbentuknya suatu program, yaitu pra produksi, proses produksi, dan pasca produksi.

Yang pertama, Pra produksi adalah tahapan persiapan sebelum memulai proses pembuatan konten program siaran agar proses produksi berjalan dengan lancar. Pada tahap ini peneliti mempelajari proses penuangan ide dalam bentuk naskah, skenario penyiaran, penentuan pemasaran, penganggaran, hingga penjadwalan, dan juga batas usia audiens.

Yang kedua, Proses Produksi adalah proses pelaksanaan program siaran (on air) yang mengacu pada hasil dari persiapan yang dilakukan dalam pra produksi. Dalam proses ini terdapat beberapa hal yang mendukung lancarnya proses produksi diantaranya, penulisan naskah dalam topik pembahasan podcast, penyutradaraan, tata kamera dan tata cahaya (*lighting*), tata suara (*sound system*), tata artistik, dan proses kreatif yang lainnya serta penggunaan dan penguasaan peralatan produksi seperti kamera, switcher dan lain-lain.

Yang terakhir, Pasca Produksi. Proses inilah yang menjadi proses akhir dari sebuah rangkaian produksi. Di mana setelah melakukan semua persiapan tahapan menuju produksi, hingga pada saat produksi (*on air*) itu sendiri, terdapat beberapa tahapan lagi sebelum menjadi sebuah konten yang siap dinikmati oleh masyarakat. Diantaranya yaitu, pengeditan gambar serta video, penambahan grafik, animasi, serta efek khusus yang mendukung hasil video semakin terlihat menarik, serta musik, efek suara, dubbing audio, dan output ke dalam media video.⁴¹

Setelah semua tahapan persiapan produksi dilakukan, hasil video podcast dapat diunggah secara live maupun reupload. Sehingga masyarakat dapat menikmati hasil video dari program siaran podcast “Kajian Islam Bermadzhab” yang disiarkan secara live diakun

⁴¹ Ruth Debora Massie, “Manajemen Program Siaran Dialog Interaktif di Kantor RRI Manado” *Journal Acta Diurna*, Vol.II No.I (2013). Hal. 31.

YouTube milik Radio NUR FM Rembang. Bisa juga didengarkan di radio NUR FM Rembang.

Dari tayangan podcast tersebut masyarakat dapat menggali informasi mengenai perkembangan islam di Indonesia maupun apa yang sedang terjadi dimasyarakat sekitar. Komunikasi seorang penyiar dengan audiens dapat diperoleh dengan skill seorang penyiar/moderator suatu program, serta narasumber sehingga menarik minat masyarakat/audiens. Minat adalah perhatian seseorang terhadap adanya suatu obyek pembahasan atau persoalan yang secara tidak sadar memiliki sangkut paut dengan dirinya lalu dilakukan dan diikuti dengan sadar dengan perasaan senang. Minat tersebut terbentuk dari keinginan, perhatian, dan kesan ketika mendapati suatu objek yang menarik.

Dengan demikian konten dari podcast “Kajian Islam Bermadzhab” yang sudah ditayangkan dan dinikmati oleh masing-masing dari individu menimbulkan kesadaran masyarakat (*public awarness*) untuk mengaplikasikan atau sekadar sebagai pengingat.

