

MANAJEMEN PENYIARAN RADIO DAN TELEVISI SERTA PRESENTASI BERITA

Winda Kustiawan¹, Afriana Alawiah. AR², Shendy Sanjaya³, M. Fikri Alhanif⁴, Utsman Fajri Ramadhan⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: windakustiawan@gmail.com¹, alawiahafriana@gmail.com², shendysanjaya68@gmail.com³, alhanif2005@gmail.com⁴, utsmanfajri538@gmail.com⁵

Abstract: *This study examines radio and television broadcasting management as well as the dynamics of news presentation within the context of technological development and shifting audience behavior in the digital era. Using a literature study method, this research explores various sources related to the history, fundamental concepts, organizational structures of broadcasting, technological evolution, and modern news presentation strategies. The findings indicate that digitalization, media convergence, artificial intelligence, and Over-The-Top (OTT) services have significantly transformed the operational models of the broadcasting industry. News presentation has now evolved into an interactive, visual, and storytelling-based format that demands new competencies from media practitioners. Audience management strategies based on big data and personalization also play an important role in maintaining viewer loyalty. The broadcasting industry faces challenges such as digital disruption, complex regulations, and shifting revenue models, yet it also holds substantial opportunities for content innovation and audience expansion through digital platforms.*

Keywords: *Broadcasting Management, Radio, Television, News Presentation.*

Abstrak: Penelitian ini membahas manajemen penyiaran radio dan televisi serta dinamika presentasi berita dalam konteks perkembangan teknologi dan perubahan perilaku audiens di era digital. Menggunakan metode studi pustaka, penelitian ini mengkaji berbagai literatur terkait sejarah, konsep dasar, struktur organisasi penyiaran, evolusi teknologi, serta strategi presentasi berita modern. Temuan penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, konvergensi media, artificial intelligence, dan layanan Over-The-Top (OTT) telah mengubah model operasional industri penyiaran secara signifikan. Presentasi berita kini bertransformasi menjadi format interaktif, visual, dan berbasis storytelling yang menuntut kompetensi baru bagi praktisi media. Selain itu, strategi manajemen audiens berbasis big data dan personalisasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pemirsa. Industri penyiaran menghadapi tantangan berupa disrupsi digital, regulasi yang kompleks, dan perubahan model pendapatan, namun sekaligus memiliki peluang besar dalam inovasi konten dan ekspansi audiens melalui platform digital.

Kata Kunci: Manajemen Penyiaran, Radio, Televisi, Presentasi Berita.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan besar pada industri penyiaran radio dan televisi. Sistem yang sebelumnya berbasis analog kini berkembang menjadi digital, menghadirkan kualitas siaran yang lebih baik serta kemudahan integrasi dengan platform berbasis internet. Perubahan ini tidak hanya menyentuh aspek teknis, tetapi juga tata kelola organisasi, strategi produksi konten, serta pola penyajian berita.

Manajemen penyiaran menjadi elemen penting untuk memastikan kelancaran proses produksi dan distribusi program. Pengelolaan penyiaran modern menuntut perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Radio dan televisi perlu menyesuaikan strategi operasional dengan kehadiran platform baru, seperti layanan Over-The-Top (OTT), Internet Protocol Television (IPTV), dan media sosial, yang telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat.

Presentasi berita ikut mengalami transformasi. Format penyampaian yang sebelumnya formal mulai bergeser menjadi lebih dinamis, informatif, dan berbasis visual agar mudah dipahami audiens. Penggunaan elemen multimedia, infografis, serta kemampuan presenter dalam menghadirkan narasi yang menarik menjadi tuntutan baru dalam industri penyiaran.

Berdasarkan kajian literatur, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman mengenai bagaimana manajemen penyiaran radio dan televisi beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta bagaimana presentasi berita mengikuti perubahan kebutuhan masyarakat. Kajian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu penyiaran dan menjadi rujukan bagi praktisi media dalam merancang strategi penyiaran yang relevan pada era digital.

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan artikel jurnal ini, peneliti menggunakan studi pustaka. Metode penelitian studi kepustakaan merupakan pendekatan penelitian yang mengandalkan sumber-sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, laporan, dan dokumen-dokumen lainnya untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Langkah pertama dalam metode ini adalah mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Setelah itu, peneliti melakukan penelaahan kritis terhadap literatur yang telah dikumpulkan, dengan tujuan untuk memahami berbagai perspektif, teori, dan temuan yang ada dalam bidang tersebut. Selanjutnya, peneliti menyusun dan mensintesis informasi yang

diperoleh untuk merumuskan argumen atau kerangka teori yang mendukung tujuan penelitian. Metode ini sangat berguna untuk memperoleh wawasan yang mendalam dan menyeluruh tentang topik tertentu, serta untuk mengidentifikasi celah-celah dalam penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Dasar Manajemen Penyiaran

1. Sejarah

Sejarah media penyiaran dunia dibagi atas penemuan teknologi dan sejarah media penyiaran sebagai industri. Penemuan gelombang radio hingga penemuan radio yang menjadi primadona dalam dunia militer dan pemerintahan menjadi awal sejarah media penyiaran dunia. Stasiun radio muncul satu persatu dan akhirnya muncul radio jaringan yang pertama kali diprakarsai oleh National Broadcasting Company (NBC). Pada tahun 1930an muncul radio FM yang memiliki kualitas suara yang lebih jernih dan lebih bagus. Tak lama, muncul format siaran radio pertama yakni Top 40.

Konsep televisi lahir pada tahun 1884 oleh Paul Nipkow dari Jerman. Konsep ini disempurnakan dengan ditemukannya iconoscope oleh Vladimir Zworykin yang dapat mengubah gambar optis menjadi sinyal elektronik. Pesawat televisi pertama hadir pada tahun 1939 dan mengalami banyak perkembangan. Pada tahun 1950an, muncul televisi berwarna. Di Indonesia, penyiaran dimulai dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Stasiun radio amatir di Indonesia muncul pada tahun 1930 bernama NIVERA. Kegiatan radio sempat dilarang pada masa penjajahan Jepang. Pada akhir tahun 1945, muncul organisasi PRAI (Persatoean Radio Amatir Indonesia) dan pada tahun 1952 muncul organisasi PARI (Persatuan Amatir Radio Indonesia) Radio banyak digunakan untuk berkomunikasi antar pulau meskipun radio amatir sempat dibekukan oleh pemerintah (1952 – 1965) dan kembali berkembang setelah keruntuhan Orde Lama pada tahun 1966.

Siaran televisi di Indonesia dimulai oleh TVRI pada tahun 1962 untuk penayangan langsung HUT Kemerdekaan RI. TVRI bertahan selama 27 tahun sebelum akhirnya bermunculan televisi swasta lain. Televisi dan radio memiliki berbagai karakteristik yang membedakan dengan media cetak. Radio dapat didengarkan ketika siaran, murah,

elektris, daya jangkauan besar. Televisi relatif mahal namun daya jangkauan besar dan dapat dilihat dan didengar sekaligus. Penyiaran dibahas dalam teori komunikasi linear dan teori komunikasi sirkular. Terdapat teori mengenai audiens yang dikelompokkan menjadi empat tujuan yakni pengetahuan, hiburan, kepentingan sosial dan pelarian.

Media penyiaran tidak bisa lepas dari spektrum frekuensi radio yang merupakan jalur merambatnya sinyal dan gelombang elektromagnetik. Siaran pemancar radio terdiri atas pemancar radio yang memiliki frekuensi (AM (Amplitudo Modulasi), FM (Frekuensi Modulasi) serta gelombang pendek) Pemancar televisi terdiri atas pemancar suara dan gambar. Pesawat penerima gelombang radio mengubah gelombang elektromagnetik menjadi gelombang bunyi. Standar penyiaran dunia terbagi atas 3 yakni NTSC, PAL dan SECAM. Departemen teknik bertanggungjawab atas segala hal yang berhubungan dengan teknik penyiaran. Departemen ini meliputi traffic dan organisasi departemen teknik (manajer teknik, asisten manajer teknik, pengawas teknik, teknis pemeliharaan, teknisi transmisi, teknisi audio/video, editor, teknisi master control) Perumusan kebutuhan mencakup aspek produksi, aspek penyiaran dan aspek pendukung (mencakup persiapan peralatan)

2. Definisi dan Ruang Lingkup

Manajemen penyiaran adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dalam industri radio dan televisi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam konteks modern, manajemen penyiaran mencakup tidak hanya produksi dan distribusi konten melalui gelombang udara, tetapi juga integrasi dengan platform digital dan media sosial. Ruang lingkup manajemen penyiaran meliputi: manajemen konten (content management), manajemen produksi (production management), manajemen distribusi (distribution management), manajemen audiens (audience management), dan manajemen revenue (revenue management). Setiap aspek ini saling berinteraksi dan mempengaruhi kesuksesan keseluruhan operasi penyiaran. Manajemen penyiaran dimaksudkan agar media dan industri penyiaran dapat memaksimalkan tujuan dari penyiaran itu sendiri, yaitu memberikan informasi, memberikan pendidikan dan memberikan hiburan kepada masyarakat. Melalui manajemen penyiaran, diharapkan industri penyiaran dapat mengaktualisasikan setiap

program dengan baik. Radio dan televisi yang termasuk media pers publik juga harus mengalami perkembangan dalam hal operasional, produksi atau program yang akan disampaikan kepada publik. Dengan adanya pembinaan dan pengelolaan, maka segala permasalahan yang akan menghambat kelancaran program akan teratasi. Pendekatan yang harus dilakukan juga sangat variatif, misalnya pendekatan dengan metode studi bandung atau penataran dari segi sumber daya manusia atau fasilitas yang akan digunakan untuk mendukung kelancaran program khususnya program radio dan televisi.

3. Jenis-Jenis Stasiun Penyiaran

Jenis stasiun penyiaran terdiri atas stasiun swasta, stasiun komunitas, stasiun asing, stasiun publik dan stasiun berlangganan yang menggunakan operator DBS. Operator DBS memanfaatkan sumber program seperti program sendiri, televisi lokal, televisi khusus, televisi bayar dan saluran bayar per program. Empat hal yang harus diperhatikan dalam manajemen penyiaran publik yaitu program, strategi, pembelian, scheduling. Jangkauan siaran meliputi stasiun lokal, stasiun nasional dan stasiun jaringan. Di Indonesia, sistem stasiun jaringan terdiri atas stasiun induk dan lokal. Manajemen penyiaran diperlukan untuk mencapai tujuan, menjaga keseimbangan, mencapai efisiensi serta efektivitas. Manajer dibagi atas manajemen tingkat bawah, menengah dan puncak. Fungsi utama manajer adalah planning, organizing, directing dan controlling.

Setiap media penyiaran harus mengetahui kebutuhan audiens. Menurut Kotler, terdapat strategi merebut pasar audiens yang terdiri atas memetakan segmentasi audiens (demografis -jenis kelamin, pendidikan, agama-, segmentasi geodemografis, psikografis dan geografis), targetting, dan positioning (bagaimana khalayak menempatkan suatu produk di dalam dirinya) Media penyiaran juga harus memperhatikan perilaku audiens melalui pengamatan terhadap jumlah audiens, audiens konstan, aliran audiens, turning inertia, pengaruh demografis dan selera audiens.

Program dirancang oleh departemen program yang bertugas memilih, menyusun acara dengan mempertimbangkan product, price, promotion dan place. Departemen program dipimpin oleh manajer program. Jenis program televisi terdiri atas program informasi (hard news, feature, soft news), hiburan (sinetron, permainan termasuk quiz show dan reality show, musik) Jenis program radio terkait dengan karakteristik format

siaran utama (adult contemporary, contemporary hit radio, all news/all talks) Berita radio dapat berupa siaran langsung, siaran tunda. Perbincangan dapat berupa one-on-one-show, panel discussion dan call in show. Acara lain dapat berupa jingle radio dan infotainment radio.

4. Strategi Program Media Penyiaran

Strategi program media penyiaran terdiri atas perencanaan program (mencakup rencana jangka panjang pendek dan menengah, termasuk mengetahui target audiens dan kelebihan kelemahan stasiun televisi atau radio lain) Perencanaan program didasarkan pada analisis dan strategi program termasuk analisis peluang, analisis kompetitif. Kemudian harus dilaksanakan bauran program yang terdiri product (program sebagai produk), price (harga program termasuk biaya produksi), place (distribusi program) dan promotion (proses promosi program) Empat hal yang dapat mempengaruhi perencanaan program adalah audiens, pengelola dan pemilik stasiun, pemasang iklan dan sponsor serta regulator. Kemudian dilanjutkan dengan membuat perencanaan dengan menetapkan target audiens, target pendapatan, tujuan dan faktor program. Sumber program bisa dari acara sendiri maupun dari stasiun jaringan, stasiun lokal, production house serta pemasang iklan.

Produksi dan pembelian program dilaksanakan oleh manajer produksi dalam departemen produksi (hiburan dan non-hiburan). Dalam produksi program radio, terdapat music director, manajer produksi, news director, dan reporter. Pembelian program acara dapat melalui tender. Kemudian yang terakhir ialah eksekusi program (membagi waktu siaran dan menyusun strategi penyiaran) diikuti dengan evaluasi program.

Bentuk program seperti dominasi format serta dominasi bintang menentukan keberhasilan program. Elemen program yang sukses mencakup konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi serta tren. Media penyiaran juga perlu mengadakan riset penyiaran seperti riset sistematis, riset rating dan riset non-rating. Pengumpulan data dapat menggunakan telepon, catatan, alat pemantau atau wawancara langsung. Sampel audiens meliputi sampel orang, waktu serta perilaku. Riset radio terdiri atas riset tentang pilihan musik dan life style analysis.

Pemasaran program dilaksanakan oleh departemen pemasaran yang melakukan hubungan dengan pihak iklan. Kekurangannya antara lain biaya mahal, informasi terbatas, penayangan singkat, penghindaran dan tempat terbatas. Siaran iklan harus memperhatikan audiens, partisipasi pemasang iklan, sponsor tunggal/bersama, iklan partisipasi, iklan kerjasama dan barter. Waktu penayangan iklan meliputi waktu tetap, waktu tertentu, kesempatan khusus, kesempatan pertama dan preemptibility. Strategi pemasaran memperhatikan pertumbuhan ekonomi dan peran biro iklan.

Promosi media penyiaran dilakukan melalui media sendiri, promosi program berita, memasang iklan, media cetak dan penyiaran lain, billboard dan transit. Promosi penjualan, peran public relation, penjualan personal, pemasaran langsung serta kontes berhadiah juga dapat membantu promosi.

5. Prinsip-Prinsip Manajemen Penyiaran Modern

Manajemen penyiaran modern didasarkan pada beberapa prinsip fundamental. Pertama, audience-centricity yang menempatkan kebutuhan dan preferensi audiens sebagai pusat pengambilan keputusan. Kedua, content excellence yang menekankan pada kualitas konten sebagai diferensiasi utama. Ketiga, technological integration yang mengintegrasikan teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi operasional. Prinsip keempat adalah multi-platform approach yang mengoptimalkan distribusi konten melalui berbagai platform untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kelima, data-driven decision making yang memanfaatkan analytics untuk pengambilan keputusan strategis. Terakhir, agility and adaptability yang memungkinkan organisasi untuk merespons perubahan pasar dengan cepat.

6. Struktur Organisasi Penyiaran

Struktur organisasi penyiaran telah mengalami evolusi signifikan untuk mengakomodasi kebutuhan era digital. Struktur tradisional yang rigid dan hierarkis mulai digantikan dengan struktur yang lebih fleksibel dan kolaboratif. Department-department baru seperti Digital Content, Social Media Management, dan Data Analytics menjadi integral dalam struktur organisasi modern. Integrasi antara tim editorial, produksi, dan distribusi menjadi semakin penting untuk memastikan konsistensi pesan dan efisiensi

operasional. Cross-functional teams yang terdiri dari berbagai expertise mulai diimplementasikan untuk proyek-proyek strategis yang memerlukan pendekatan holistik.

B. Evolusi Teknologi Penyiaran

Sebagai salah satu bentuk komunikasi yang paling awal, radio telah lama menjadi jendela informasi dan hiburan bagi jutaan orang di seluruh dunia. Meskipun teknologi terus berkembang, radio tetap memegang tempat istimewa dalam kehidupan banyak orang, menghubungkan mereka dengan dunia di sekitar mereka dengan cara yang unik dan personal. Radio, sebuah medium yang telah mempengaruhi cara kita mendengarkan berita dan hiburan selama lebih dari satu abad, masih memainkan peran penting dalam masyarakat modern. Dari siaran berita hingga program musik, radio terus beradaptasi dan berkembang, mencerminkan kekuatan dan ketahanan media tradisional di tengah gelombang digital.

Dari masa ke masa radio telah mengalami evolusi yang kemudian memberikan dampak terhadap proses penyiaran. Namun tahukah anda bagaimana evolusi teknologi radio? Dan bagaimana dampak terhadap proses penyiaran? Dilansir dari laman kominform.kotabogor.go.id, berikut adalah perkembangan teknologi radio yang awalnya menggunakan modulasi amplitudo (AM) untuk mentransmisikan sinyal suara. Namun, teknologi ini memiliki keterbatasan dalam kualitas suara dan kejernihan sinyal. Kemudian, frekuensi modulasi (FM) diperkenalkan, memungkinkan transmisi suara yang lebih jernih. FM radio menjadi populer dan masih digunakan hingga saat ini. Hingga perkembangan terbaru dalam teknologi radio adalah radio digital. Radio digital memberikan suara yang lebih berkualitas dan peningkatan dalam fitur seperti radio satelit dan streaming online.

Seiring berjalannya waktu, kegunaan radio semakin banyak. Penggunaannya tidak hanya untuk mengirimkan pesan, tapi sudah berkembang menjadi sarana informasi dan hiburan karena banyaknya program radio seperti program drama, komedi, musik, dan berita. Radio sudah memiliki banyak saluran dengan jangkauan yang cukup jauh. Saluran radio yang terbentuk pun tidak hanya radio milik pemerintah atau swasta, tetapi juga ada banyak saluran radio komunitas yang terbentuk dan sudah berjalan cukup lama.

Setelah berkembangnya teknologi sejak ditemukannya internet, radio pun tidak kalah dan ikut berevolusi. Makanya tak heran, saat ini pasti kita tidak asing dengan istilah radio streaming. Secara prinsip, sebenarnya radio streaming dan radio konvensional tidak jauh

berbeda. Gelombang suara sama-sama di transmisikan, hanya saja dengan medium yang berbeda. Prinsip ini memungkinkan siaran radio streaming dapat terdengar ke seluruh dunia, tentunya dengan pengaruh internet.

Karena akses yang lebih luas dan lebih mudah dijangkau, banyak radio di Indonesia yang mengolaborasikan sistem radio analog dengan radio internet. Dengan adanya internet dan teknologi streaming, radio akan semakin terkoneksi dengan audiensnya. Radio juga akan terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru untuk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan pendengarnya.

1. Dari Analog ke Digital

Transisi dari teknologi analog ke digital merupakan milestone penting dalam sejarah penyiaran. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan kualitas audio dan video, tetapi juga membuka peluang untuk layanan interaktif dan multichannel. Di Indonesia, proses migrasi ke digital terrestrial television (DTT) telah dimulai dan direncanakan selesai pada tahun 2024. Teknologi digital memungkinkan implementasi High Definition (HD) dan bahkan Ultra High Definition (4K/8K) yang memberikan pengalaman viewing yang superior. Selain itu, digital broadcasting juga mendukung datacasting dan interactive services yang memperluas fungsi media penyiaran dari sekedar entertainment menuju information services yang komprehensif.

2. Internet Protocol Television (IPTV) dan Over-The-Top (OTT)

IPTV dan OTT services telah mengubah paradigma distribusi konten penyiaran. Teknologi ini memungkinkan penyampaian konten audio-visual melalui jaringan internet, memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam hal waktu dan tempat konsumsi. Platform seperti Netflix, Disney+, dan layanan streaming lokal telah menjadi kompetitor serius bagi penyiaran tradisional. Manajemen penyiaran harus mengadopsi strategi hybrid yang mengkombinasikan broadcast tradisional dengan streaming services.

Hal ini memerlukan investasi dalam infrastruktur teknologi dan pengembangan kompetensi digital yang memadai. Content Delivery Network (CDN) dan cloud-based production menjadi komponen penting dalam arsitektur teknologi modern.

3. Artificial Intelligence dan Automation

Implementasi Artificial Intelligence (AI) dalam manajemen penyiaran telah membuka peluang baru untuk optimalisasi operasional. AI dapat digunakan untuk content recommendation, automated content tagging, real-time analytics, dan bahkan automated news generation untuk breaking news. Machine learning algorithms membantu dalam prediksi rating dan optimalisasi jadwal siaran. Automation technologies seperti robotic cameras, automated switching, dan AIpowered graphics generation telah meningkatkan efisiensi produksi secara signifikan. Namun, implementasi teknologi ini harus diimbangi dengan pengembangan SDM yang mampu bekerja sama dengan sistem otomatis untuk mempertahankan kualitas editorial dan kreativitas konten.

C. Manajemen Presentasi Berita Modern

Faktor penentu hidup atau tidaknya perusahaan pers, terletak pada bagaimana manajemen pemberitaannya. Karena berita merupakan produk utama dari pers industri, berita adalah produk yang dijual oleh suatu media massa. Sementara, untuk menghasilkan berita yang berkualitas harus cangguh pula manajemen pemberitaannya. Fungsi Manajemen pemberitaan (redaksional) dapat diartikan sebagai proses mengantar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran. Manajemen pemberitaan pada dasarnya dibuat sesuai dengan kebutuhan institusi pers yang bersangkutan. Tujuan utamanya adalah bagaimana agar yang bersangkutan bisa berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan. Selain itu redaksi juga mempunyai peran penting dalam meningkatkan kualitas berita agar banyak dinikmati oleh pendengar. Sebagian besar yang duduk dibagian redaksi adalah wartawan, karena mereka berkaitan langsung dengan proses pengumpulan, pencarian, pengolahan dan penulisan berita. Dengan bagusnya kinerja wartawan juga memberikan kemajuan yang besar pada RRI ambon dalam menghasilkan kualitas berita, dikarenakan wartawan merupakan ujung tombak redaksi dalam mencari dan mendapatkan berita. Berita yang baik melalui hasil perencanaan dan pencarian yang baik. Proses pencarian dan penciptaan berita itu dimulai diruang redaksi melalui forum rapat proyeksi atau biasa disebut rapat perencanaan berita, rapat peliputan, atau rapat rutin wartawan dibawah koordinasi koordinator liputan. Dalam memproduksi sebuah publikasi berita, setiap bidang pemberitaan (redaksional) memiliki tanggung jawab, peran, dan tujuan yang sama.

Oleh karena itu, manajemen publikasi berita harus menciptakan, memelihara dan menerapkan sistem kerja yang proporsional untuk menumbuhkan rasa solidaritas antar berbagai departemen dalam suatu organisasi atau perusahaan. Tidak ada satu bidang pun dari perusahaan penerbitan berita yang harus merasa paling penting sendirian. Untuk ini, perintah kerja diperlukan dalam organisasi perusahaan penerbitan berita (Djuroto 2014:15).

D. Evolusi Format Presentasi Berita

Presentasi berita telah mengalami transformasi dramatis dari format news reading yang formal menuju conversational storytelling yang lebih engaging. Format modern menekankan pada human interest, visual storytelling, dan narrative techniques yang membuat informasi lebih mudah dicerna oleh audiens. Penggunaan infografis, data visualization, dan multimedia elements menjadi standard dalam presentasi berita kontemporer.

Live reporting dan real-time news updates telah menjadi ekspektasi audiens di era social media. News anchors tidak lagi hanya membaca script, tetapi harus mampu melakukan improvisasi, interaksi dengan audiens, dan adaptasi terhadap breaking news situation. Hal ini menuntut skill set yang lebih komprehensif dari presenter berita.

1. Storytelling dalam Berita

Storytelling techniques yang sebelumnya dominan dalam program entertainment kini diadopsi dalam presentasi berita. Narrative arc, character development, dan emotional engagement menjadi elemen penting dalam news presentation. Tujuannya adalah membuat berita tidak hanya informatif tetapi juga memorable dan shareable. Teknik storytelling yang efektif dalam berita meliputi: opening hook yang menarik perhatian, clear story structure dengan beginning-middle-end, human angle yang membuat berita relatable, dan call-to-action yang mendorong audiens untuk terlibat lebih lanjut. Visual storytelling melalui video package, graphics, dan photography juga menjadi komponen integral.

2. Multi-Platform News Presentation

Era konvergensi media menuntut adaptasi format berita untuk berbagai platform. Konten berita yang sama harus dapat dipresentasikan dengan efektif di televisi, radio, website, media sosial, dan mobile applications. Setiap platform memiliki karakteristik dan audience behavior yang berbeda sehingga memerlukan pendekatan yang disesuaikan. Social media platforms

seperti Instagram, TikTok, dan Twitter memerlukan format berita yang singkat, visual, dan interactive. Sementara platform long-form seperti podcast dan YouTube memungkinkan deep-dive analysis dan investigative reporting yang lebih komprehensif. News organizations harus mengembangkan content strategy yang mengoptimalkan setiap platform untuk mencapai audiens target.

E. Strategi Keterlibatan Audiens

1. Audience Analytics dan Big Data

Pemanfaatan big data dan audience analytics telah menjadi game-changer dalam manajemen penyiaran. Data tentang viewing behavior, demographic preferences, engagement patterns, dan content consumption habits memberikan insight berharga untuk pengambilan keputusan strategis. Real-time analytics memungkinkan adjustment immediate terhadap programming dan content strategy.

Tools seperti Google Analytics, social media insights, dan specialized broadcast analytics platforms memberikan comprehensive view tentang audience engagement. Metrics yang dianalisis meliputi reach, engagement rate, time spent, sharing behavior, dan conversion patterns. Data ini kemudian digunakan untuk content optimization, scheduling adjustment, dan audience targeting yang lebih efektif.

2. Interactive dan Social Media Integration

Integrasi dengan media sosial telah menjadi imperatif dalam strategi engagement modern. Live tweeting during broadcasts, hashtag campaigns, user-generated content, dan social media polls memberikan dimensi interaktif yang meningkatkan audience participation. Platform seperti Instagram Stories dan Facebook Live memungkinkan behind-the-scenes content yang meningkatkan audience connection. Interactive elements seperti real-time polling, Q&A sessions, dan viewer comments yang ditampilkan on-screen menciptakan sense of community dan participation. Second screen experiences yang mengkombinasikan TV viewing dengan mobile interaction telah menjadi trend yang significant dalam meningkatkan engagement duration dan intensity.

3. Personalisasi Konten

Personalisasi konten berdasarkan audience preferences dan behavior patterns menjadi kunci dalam mempertahankan audience loyalty. Recommendation algorithms, customized news feeds, dan targeted advertising memungkinkan delivery of relevant content yang meningkatkan satisfaction dan engagement. AI-powered personalization engines dapat menganalisis individual viewing patterns untuk memberikan content suggestions yang akurat. Implementation personalisasi memerlukan sophisticated data management systems dan privacy protection measures. Balance antara personalisasi dan privacy concerns menjadi challenge yang harus diaddress dengan careful consideration terhadap regulations dan audience expectations.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen penyiaran radio dan televisi serta presentasi berita telah mengalami transformasi fundamental dalam era digital. Evolusi teknologi, perubahan perilaku audiens, dan kompetisi dengan platform digital telah mengubah landscape industri penyiaran secara dramatis. Manajemen penyiaran modern harus mengadopsi pendekatan multiplatform, data-driven, dan audience-centric untuk mempertahankan relevansi dan daya saing.

Presentasi berita telah berevolusi dari format traditional reading menuju interactive storytelling yang mengintegrasikan multimedia elements dan social media interaction. Personalisasi konten, real-time engagement, dan cross-platform distribution menjadi kunci dalam meningkatkan audience satisfaction dan loyalty. Teknologi AI dan automation memberikan opportunities untuk optimalisasi operasional sambil tetap mempertahankan kualitas editorial.

Tantangan utama yang dihadapi industri penyiaran meliputi disruption dari platform digital, perubahan revenue model, regulatory complexities, dan kebutuhan investment yang significant untuk digital transformation. Namun, opportunities untuk innovation, audience expansion, dan revenue diversification tetap terbuka lebar bagi organizations yang mampu beradaptasi dengan perubahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhrianti, L., & Sari, D. P. (2023). Digital transformation in Indonesian broadcasting industry: Challenges and opportunities. *Journal of Communication Management*.
- Ananda, R., & Wijaya, S. (2024). Social media integration strategies in television news presentation. *Indonesian Journal of Broadcasting Studies*.
- Budiman, A., Kartika, N., & Rahman, F. (2023). Audience engagement in the digital era: A study of Indonesian radio stations. *Media and Communication Research*.
- Dewi, S. M., & Pratama, Y. (2024). Artificial intelligence applications in broadcast news production. *Technology and Media Studies*.
- Fauzi, M., & Handayani, T. (2023). Revenue model transformation in Indonesian television industry. *Business and Media Economics*.
- Gunawan, H., Sari, L., & Utama, P. (2024). Multi-platform content strategy for news organizations. *Digital Media Management*.
- Hasan, I., & Nurdin, A. (2023). Interactive storytelling in television news presentation. *Journal of Media Innovation*.
- Indrawati, M., & Setiawan, B. (2024). Big data analytics for audience measurement in broadcasting. *Data Science in Media*.
- Joko, S., Lestari, R., & Mahendra, D. (2023). Digital disruption and strategic adaptation in radio broadcasting. *Strategic Management in Media*.
- Kurniawan, E., & Wulandari, S. (2024). Personalization technologies in news content delivery. *Advanced Media Technology*.
- Laksono, P., Putri, A., & Santoso, J. (2023). Regulatory challenges in digital broadcasting transformation. *Policy and Regulation Studies*.
- Maharani, D., & Firmansyah, R. (2024). Content management systems for multi-platform broadcasting. *Information Systems in Media*.
- Nugroho, A., Sari, K., & Wijayanto, H. (2023). Social media strategies for news organizations in Indonesia. *Social Media Research*.
- Prasetyo, D., & Anggraini, L. (2024). Sustainability models for traditional broadcasters in digital era. *Sustainable Media Business*.
- Rahayu, T., Permana, I., & Susanto, E. (2023). Audience behavior transformation in digital media consumption. *Consumer Behavior in Media*.