

**SEGMENT *FEATURE* DALAM PROGRAM BERITA
JAWA TENGAH HARI INI DI TVRI JAWA TENGAH**

Anis Kamila, Muhammad Bayu Widagdo
aniskamila.ak@gmail.com

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407
Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email : fisip@undip.ac.id**

ABSTRACT

Television is the most consumed media because it can reach the wider community. The development of technology encourages television to provide interesting shows in order to survive. TVRI as national television in 2019 launched an innovation in the form of rebranding to reach the millennial generation.

The feature news segment is one of the rebranding efforts carried out by TVRI Central Java. This segment is a thesis project by a group of Communication Science students at Diponegoro University with 48 segments of 3-5 minute long news packages that are broadcast in the last segment of the Jawa Tengah Hari Ini on TVRI Jawa Tengah. This segment contains about culinary, tourism, and hobbies / communities in Central Java. During the production process every person in this project has a role as producer, reporter, scriptwriter, dubber (voice over), cameraman, and video editor.

During the production process, technical and non technical obstacles are inevitable, Covid-19 pandemic causes production should be adjust to the situation and conditions. The Feature News Segment airs 27th July 2020 until 2nd November 2020 at 16:00 - 17:00 WIB. With interesting content, this segment try to reach the millennial generation by presenting informative, educational and entertaining shows.

Keywords : Feature news, Television, Karya Bidang Journalistic, TVRI Jawa Tengah, Jawa Tengah Hari Ini

ABSTRAK

Televisi menjadi media yang paling banyak dikonsumsi karena dapat menjangkau masyarakat secara luas. Perkembangan teknologi mendorong televisi untuk memberikan tayangan yang menarik agar dapat terus bertahan. TVRI Sebagai televisi nasional pada tahun 2019 mencanangkan inovasi berupa *rebranding* demi menjangkau generasi milenial.

Segmen Berita *Feature* merupakan segmen yang menjadi salah satu upaya rebranding yang dilakukan TVRI Jawa Tengah. Segmen ini merupakan karya bidang yang diproduksi oleh kelompok mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro dengan kemasan paket berita berdurasi 3-5 menit sejumlah 48 segmen yang ditayangkan pada segmen terakhir program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah. Segmen ini mengangkat tema seputar kuliner, pariwisata, dan hobi/komunitas yang ada di Jawa Tengah. Selama proses produksi pembagian kerja individu dibagi secara merata pada setiap liputan sehingga penulis berperan sebagai produser, reporter, penulis naskah, dubber (voice over), juru kamera, dan editor video.

Selama proses produksi, hambatan secara teknis dan non teknis menjadi hal yang takterhindarkan, terlebih munculnya pandemi Covid-19 menyebabkan produksi karya bidang perlu menyesuaikan dengan situasi dan kondisi. Segmen Berita *Feature* tayang pada tanggal 27 Juli hingga 2 November 2020 pukul 16:00 – 17:00 WIB . Dikemas dengan sajian yang menarik, segmen ini berusaha menjangkau generasi milenial dengan menghadirkan tayangan yang informatif, edukatif dan menghibur.

Kata kunci : Berita Feature, Televisi, Karya Bidang Jurnalistik, TVRI Jawa Tengah, Jawa Tengah hari Ini

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

TVRI Stasiun Jawa Tengah merupakan stasiun televisi daerah yang didirikan oleh Televisi Republik Indonesia untuk wilayah Provinsi Jawa Tengah. TVRI Stasiun Jawa Tengah didirikan pada tanggal 29 Mei 1996 dengan nama TVRI Semarang. Program Siaran TVRI Stasiun Jawa Tengah me-*relay* 92% acara pada TVRI Nasional dan sisanya menayangkan program khusus Provinsi Jawa Tengah dengan format acara berita, dialog,

dan *variety show* yang disiarkan secara langsung (*live*) maupun tidak langsung (*tapping*).

Di bulan Maret 2019, TVRI melakukan terobosan baru semenjak dipimpin oleh Helmy Yahya. Terobosan baru tersebut berupa *rebranding* dari segi teknis dan juga segi konten siaran. *Rebranding* terdiri dari dua kata yaitu “*re*” dan “*branding*”. Kata “*re*” mengacu pada kata pengulangan, dimana dalam hal ini menjelaskan proses pembaharuan suatu brand yang telah diketahui masyarakat sebelumnya.

Rebranding adalah menciptakan nama baru, istilah, simbol, desain, atau suatu kombinasi dengan tujuan mengembangkan suatu pembaharuan dalam pikiran masyarakat (Muzellec dan Lambkin, 2006:805). Sasaran rebranding TVRI merupakan generasi milenial yang lahir dari tahun 1981 – 2000.

Pembaharuan TVRI Nasional membawa perubahan pada saluran lokal. Pada 1 April 2019, TVRI Stasiun Jawa Tengah mengalami perubahan dari segi jam tayang dan juga konsep program acara mengikuti konsep *rebranding* yang diusung TVRI Nasional. Konsep program acara yang diusung TVRI Jawa Tengah mencoba menjangkau seluruh lapisan masyarakat melalui program sesuai dengan kategori penonton. Usaha TVRI Jawa Tengah untuk menysasar milenial perlu diiringi dengan program dengan konsep yang segar dan inovatif. Program berita yang ditawarkan oleh TVRI Jawa Tengah belum maksimal memberikan tayangan yang menghibur namun tetap edukatif bagi generasi milenial. Menganut konsep *peek and valey*, Program berita di TVRI Stasiun Jawa Tengah idealnya menayangkan berita berat (*hard news*) kemudian diakhiri dengan berita ringan (*soft news*) berbentuk *feature* di akhir segmen. Sayangnya, keterbatasan sumber daya manusia membuat TVRI Stasiun Jawa

Tengah belum mampu memenuhi format tersebut.

TVRI sebagai televisi nasional sekaligus televisi pertama di Indonesia erat dengan kesan kuno karena menayangkan acara-acara yang dikemas dengan konsep sederhana jika dibandingkan dengan acara televisi swasta. TVRI Stasiun Jawa Tengah juga belum mampu menjangkau masyarakat milenial karena acara yang sebagian besar berupa berita hanya menyampaikan berita terkini (*hard news*) dan belum memuat *feature* yang ringan serta menarik. (Andreas Yulianto, komunikasi pribadi, 18 September 2019.) Padahal, berdasarkan hasil survei kepada 70 generasi milenial di Jawa Tengah, sebanyak 27,1% paling menyukai tayangan berita berjenis *feature*.

Berangkat dari semangat *rebranding* TVRI Stasiun Jawa Tengah untuk menjangkau masyarakat milenial dan hasil survei ketertarikan masyarakat usia milenial terhadap segmen *feature* dalam acara berita, kelompok karya bidang ini menghadirkan segmen dalam acara berita TVRI Stasiun Jawa Tengah yakni Jawa Tengah Hari Ini sebagai tayangan *feature* dengan topik seputar kuliner, pariwisata dan hobi yang tengah menjadi tren di kalangan masyarakat dengan dikemas secara menarik serta mengedukasi. Segmen *feature* pada karya

bidang ini dikemas dengan durasi singkat antara 3-5 menit. Selain ditayangkan di TVRI Jawa Tengah, segmen ini akan memperluas jangkauan dengan memanfaatkan laman sosial media youtube dan instagram agar dapat menjangkau generasi milenial yang dekat dengan teknologi internet.

RUMUSAN MASALAH

Munculnya rebranding pada TVRI menuntut siaran lokal mampu melakukan pembaharuan dalam konsep serta kualitas tayangan sesuai dengan perkembangan zaman untuk menjangkau masyarakat lebih luas khususnya generasi milenial. Jalannya *rebranding* harus diikuti dengan inovasi tayangan sesuai dengan selera masyarakat saat ini. Sayangnya, TVRI Stasiun Jawa Tengah belum mampu mengolah segmen berita *feature* secara maksimal karena keterbatasan sumber daya manusia.

Berkaitan dengan hal tersebut, tim karya bidang ini mengakomodasi tujuan *rebranding* TVRI Jawa Tengah dengan menghadirkan segmen *feature* dengan mengangkat topik seputar wisata, kuliner, dan hobi yang tengah digemari masyarakat milenial di Jawa Tengah. Segmen *feature* tersebut ditayangkan pada program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Stasiun Jawa Tengah. Dengan adanya program *feature* yang menyajikan kualitas tayangan

informatif, menarik, dan edukatif diharapkan dapat meningkatkan mutu tayangan TVRI Stasiun Jawa Tengah.

TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah, maka telah ditentukan bahwa program ini memiliki tujuan untuk menjangkau generasi milenial sesuai dengan jalannya *rebranding* TVRI Jawa Tengah dan bertujuan untuk memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat melalui *segmen berita feature*.

KERANGKA TEORI

PARADIGMA POSITIVISME

Paradigma yang digunakan dalam Karya Bidang ini adalah paradigma positivisme. Dasar dari paradigma ini dikenalkan oleh Aguste Comte pada abad ke 17. Kata “positif” mengacu pada kata faktual atau berdasarkan fakta-fakta yang empirik. (Nurhadi, 2017:33). Paradigma positivisme mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses linear atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim pesan (komunikator/encoder) untuk mengubah pengetahuan (sikap/perilaku) penerima pesan (komunikand/decoder) yang pasif. Paradigma positivisme cenderung menilai efek responden (komunikand) terhadap pesan yang dikirim oleh komunikator dengan cara menilai proses decoding seseorang berdasarkan perhitungan

sesuai dengan fakta yang ada. (Nurhadi, 2007:54-55) Penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengkaji kejadian-kejadian sosial sehingga hubungan kausal dapat ditemukam. Paradigma positivisme mengacu pada fakta, sehingga berlaku aturan verifikasi atau menguji teori yang telah ada.

TEORI AGENDA SETTING

Penelitian De Dleur dan Ball-Rokeah (1989) menunjukkan bahwa publisitas di media massa memiliki dampak yang efektif dalam membentuk opini dan memengaruhi perilaku seseorang secara individu maupun kelompok masyarakat. (Mc Quail, 2011:57). Ciri utama media massa adalah dirancang untuk menjangkau banyak orang. Pengirim pesan biasanya adalah media itu sendiri dan penerima pesan adalah khalayak umum yang bersifat anonim. Hal ini membuat hubungan antara pengirim dan penerima pesan bersifat satu arah.

Agenda Setting adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku sebagai pusat penentu kebenaran dengan kemampuan media massa mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Agar fungsi tersebut dapat tercapai, agenda setting melalui dua tingkatan,

tingkat pertama adalah menyaring dan membentuk isu, pengiriman objek yang ditekankan di media ke tempat utama dalam pikiran khalayak. Sementara itu tingkat kedua adalah pengiriman pesan dengan penonjolan suatu isu dominan yang diasosiasikan oleh media dengan objek tertentu dan karakteristik khusus sehingga menjadi penting disbanding isu yang lain (Griffin, 2006:40 dikutip dalam Simarmata, 2014:129). Proses agenda setting level dua ini kemudia dikembangkan menjadi framing.

framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagaian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa ke mana berita tersebut. (Sobur, 2009: 162).

KERANGKA BERFIKIR

Dalam karya bidang ini, mahasiswa berperan aktif sebagai jurnalis sekaligus komunikator yang bertugas mengirim pesan kepada masyarakat melalui media massa. Isu-isu yang diangkat adalah topik mengenai

kuliner, pariwisata, dan hobi yang ada di Jawa Tengah. Penonjolan topik-topik yang tengah tren dan dikemas menjadi berita *feature* merupakan agenda media dalam hal *rebranding* TVRI Stasiun Jawa Tengah untuk menjangkau semua lapisan masyarakat khususnya generasi milenial. Penentuan topic yang diangkat dalam karya bidang ini merupakan tahap pertama dalam agenda setting. Tahap selanjutnya isu-isu tersebut diolah menjadi berita *feature* dengan kemasan yang kreatif dan edukatif yang tayang pada acara berita TVRI Stasiun Jawa Tengah sebagai salah satu usaha *rebranding*.

KERANGKA KONSEP

KERANGKA SEGMENTASI

- a. Menggunakan latar di luar studio sesuai dengan lokasi liputan lapangan yang berbeda setiap segmennya.
- b. Segmen ini dibawakan oleh reporter yang terjun langsung ke lapangan.
- c. Segmen ini juga berisi *sound bite* dari narasumber terkait dan juga untuk menguatkan informasi dalam berita. Selain itu juga ada video pendapat atau perspektif masyarakat (*voxpop*).
- d. Menggunakan bahasa sesuai dengan KBBI yang dibawakan dengan santai namun tetap formal.
- e. Video yang ditayangkan umumnya berupa gambar dengan tipe pengambilan

still (diam) untuk memberikan gambaran situasi sebenarnya kepada masyarakat. Namun, pada beberapa objek dan situasi, pergerakan kamera seperti *tilt*, *panning*, dan *zoom* juga digunakan sebagai variasi.

SEGMENTASI

a. Segmentasi Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Umur : 19-35 tahun

Status Sosial : B-C

Pendidikan : SMA sampai Sarjana

b. Segmentasi Geografis

Khalayak yang berada di wilayah Jawa Tengah dan terjangkau oleh jaringan TVRI Jawa Tengah.

FORMAT DAN SAJIAN

Paket berita yang tayang pada program acara Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah. Mengangkat tema kuliner, pariwisata, dan hobi. ayang setiap hari pukul 16.00-17.00 WIB berdurasi 3-5 menit dengan total 48 segmen yang tayang selama 15 Minggu pada 27 Juli – 2 November 2020.

PEMBAGIAN TUGAS

a. Produser

Bertanggung jawab pada keseluruhan pelaksanaan produksi segmen berita *feature* mulai dari praproduksi,

produksi, dan pasca produksi (Harahap, 2018: 17).

b. Reporter

Bertugas mengumpulkan informasi melalui liputan lapangan, riset, maupun wawancara (Morissan, 2008:11).

c. Penulis Naskah

Bertugas menyusun informasi menjadi narasi untuk menceritakan suatu peristiwa (Morissan, 2008:153).

d. Voice Over

Bertugas mengisi suara berita dengan merekam pembacaan naskah (Morissan, 2008: 208).

e. Juru Kamera

Bertugas mengambil video selama kegiatan liputan dan wawancara (Morissan, 2008: 93).

f. Editor Video

Bertugas menyunting potongan video dan wawancara menjadi satu video berita yang utuh (Morissan, 2008: 217) .

PEMBAHASAN

PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN KERJA

a. Produser

Produser memiliki tanggung jawab untuk memastikan produksi segmen feature berjalan lancar dari awal hingga akhir. Pelaksanaan kerja sebagai produser meliputi pemilihan tema

liputan, pembagian kru produksi, perencanaan timeline pelaksanaan liputan, penentuan lokasi, penentuan narasumber liputan, dan budgeting. Penulis berperan sebagai produser pada 12 segmen, selama pelaksanaan kerja terdapat perbedaan secara menyeluruh dari perencanaan, hal ini dikearenakan Tim Produksi Karya Bidang perlu menyesuaikan situasi dan kondisi akibat pandemi Covid-19. Pelaksanaan kerja karya bidang ini dibagi menjadi dua tahapan. Tahap pertama dilakukan dari Januari-Juni 2020, pada tahap ini kelompok Karya Bidang berhasil menghasilkan 24 liputan siap tayang. Sisa liputan sebanyak 24 kemudian disesuaikan dengan kondisi Covid-19 dengan tetap berpatok pada tema kuliner, pariwisata, dan hobi (komunitas).

b. Reporter

Reporter bertugas pada tahap news gathering, Penulis melaksanakan tugas reporter sebanyak 23 liputan dari 48 total segmen. Dalam menjalankan tugasnya, hambatan yang sering ditemui di lapangan adalah terbatasnya informasi karena narasumber tidak bersedia diwawancarai secara *on cam*. Selain itu, demi melengkapi sesi wawancara pada tayangan berita dan menambah

informasi, penulis sebagai reporter juga melaksanakan wawancara dengan narasumber sekunder berupa *voxpop*.

c. Penulis Naskah

Penulis naskah bertugas meringkas dan menyusun informasi yang telah didapatkan dalam format naskah televisi sesuai dengan standar TVRI Jawa Tengah. Total naskah yang ditulis oleh penulis adalah sebanyak 21 naskah antara lain 10 naskah liputan bertema kuliner, 8 naskah liputan bertema wisata, dan 3 naskah liputan bertema hobi. Dalam penyusunan naskah, penulis masih menemui kendala berupa kurang optimalnya waktu yang digunakan untuk menyelesaikan naskah berita. Demi mengantisipasi hal tersebut penulis membuat timeline agar dapat selesai tepat waktu

d. Voice Over

Pengisi suara atau *voice over* merupakan kegiatan merekam pembacaan naskah agar didapatkan file audio. Penulis menjadi pengisi suara pada 22 segmen dari 48 segmen yang telah diproduksi. Pelaksanaan tugas *voice over* dilakukannya secara mandiri dengan peralatan yang sederhana. Walaupun demikian, hasil rekaman cukup jernih, penulis sebagai pengisi suara mengupayakan kualitas

terbaik dengan memanfaatkan aplikasi Adobe Audio Audition untuk menghilangkan *noise* pada rekaman apabila diperlukan.

e. Juru Kamera

Juru kamera bertugas merencanakan dan mengambil gambar yang diperlukan untuk membuat liputan berita. Penulis menjadi juru kamera sebanyak 15 kali dari total 48 segmen berita yang diproduksi Tim Karya Bidang. Hambatan kerap terjadi adalah terbatasnya ruang gerak juru kamera ketika mengambil gambar karena keadaan lokasi liputan yang sempit maupun gelap. Hal ini dapat diatasi dengan memaksimalkan *angle* pengambilan gambar dari berbagai sisi dan memanfaatkan *lighting* tambahan.

f. Editor Video

Editor bertugas untuk menyunting, memotong, dan menggabungkan video liputan dengan audio dari *voice over* ataupun musik latar hingga menjadi berita yang utuh dan layak ditayangkan di televisi. Penulis menjadi editor pada enam segmen dalam karya bidang ini. Pelaksanaan tugas sebagai editor cukup lancar karena jarak waktu antara liputan dan penayangan cukup jauh. Walaupun demikian penulis perlu mengoptimalkan waktu editing video untuk mengantisipasi munculnya masalah teknis

seperti tidak berjalannya program editing video karena *not responding*, sehingga memakan waktu yang lumayan lama untuk proses *back up* data dan *rendering*.

PENUTUP

Televisi menjadi media terbesar yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Peran televisi sebagai media massa dapat menjangkau masyarakat secara luas melalui siaran nasional maupun lokal. Televisi sebagai media yang paling banyak digunakan, perlu menampilkan konten yang menarik dan juga berkualitas. Hal inilah yang menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pembuatan tayangan di televisi. Segmen Berita *Feature* pada Program Acara Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah merupakan karya bidang yang diusung oleh kelompok mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. adirnya segmen berita *feature* merupakan salah satu usaha dalam menjalankan trobosan baru TVRI Jawa Tengah berupa *re-branding* untuk menjangkau semua kalangan masyarakat khususnya generasi milenial. Berita *feature* yang dihadirkan memiliki konsep baru yang lebih segar dengan mengangkat topik-topik yang menarik mengacu pada penerapan materi jurnalistik pada proses pelaksanaannya. Sebagai

tayangan televisi Segmen Berita *Feature* tak lepas dari hambatan yang terjadi selama proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi karya bidang. Namun, semua kendala tersebut dapat dilewati dan diatasi oleh kerjasama tim dengan cukup baik dan lancar, sehingga terselesaikanlah 48 Segmen Berita *Feature* yang tayang pada program Jawa Tengah Hari Ini TVRI Jawa Tengah.

KESIMPULAN

- Segmen Berita *Feature* merupakan segmen *soft news* yang tayang pada program Jawa Tengah Hari ini. Segmen ini tayang pukul 16:00-17:00 di Program Jawa Tengah Hari Ini TVRI Jawa Tengah selama 15 minggu dari tanggal 27 Juli – 2 November 2020.
- Pada karya bidang ini, pembagian tugas setiap anggota berbeda setiap episodenya. Penulis bertanggung jawab untuk menjadi produser, reporter, penulis naskah, pengisi suara (*voice over*), juru kamera, dan editor.
- Proses penayangan karya bidang merupakan tanggung jawab Bidang Berita TVRI Jawa Tengah. Segmen ini tayang sebanyak empat kali dalam seminggu. Pada prosesnya, redaktur seringkali membagi hari penayangan dengan tidak menentu mengikuti slot

yang masih tersedia pada program Jawa Tengah Hari Ini. Selain itu beberapa segmen juga tidak dapat tayang secara *full duration* karena terdapat berita lain yang *over duration* pada saat penyiaran berlangsung, sehingga untuk mengatasi masalah tersebut, selain berkoordinasi dengan Bidang Berita, Tim Karya Bidang juga perlu meningkatkan koordinasi dengan Bidang Teknik TVRI Jawa Tengah selaku pihak yang mengatur teknis penyiaran.

SARAN

Melalui pembahasan yang telah disinggung di bab sebelumnya, dapat diajukan beberapa saran yang dapat peneliti ajukan pada penelitian ini, yaitu:

- **Teori (akademik)**

Segmen Berita *Feature* pada Program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah diproduksi dengan mengimplementasikan materi dan praktik dari ilmu jurnalistik. Secara teoritis, karya bidang ini dikaji dalam Teori Agenda Setting dan menggunakan analisis framing. Pada teori ini dijelaskan bahwa media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi proses berfikir

masyarakat dengan menayangkan isu-isu yang dianggap penting (Mc Quail, 2011:57). Melalui karya bidang ini penulis menyarankan televisi khususnya TVRI Jawa Tengah dapat terus melihat perkembangan selera masyarakat melalui riset dan observasi yang mendalam dalam proses memproduksi suatu program televisi agar dapat terus bertahan di tengah perkembangan media yang semakin maju.

- **Praktis**

Pada pelaksanaan karya bidang ini, Penulis berperan aktif sebagai jurnalis yang memproduksi tayangan berita dengan tema pariwisata, kuliner, dan hobi yang dikemas dengan menarik untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat khususnya generasi milenial sebagai usaha *re-branding* TVRI Stasiun Jawa Tengah. Adanya segmen ini mendapat respon positif dari masyarakat dilihat dari survey pasca produksi yang dilakukan dan pencapaian pada media sosial, oleh karena itu penulis menyarankan televisi khususnya TVRI Jawa Tengah dapat memproduksi tayangan dengan tema-tema yang sedang tren di masyarakat agar dapat menjangkau seluruh lapisan

khususnya masyarakat generasi muda yang gemar mengikuti perkembangan tren.

- Sosial

Segmen Berita *Feature* menjadi bagian dari program berita Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah. Adanya segmen ini mengagkat tema pariwisata, kuliner dan komunitas (hobi) yang ada di Jawa Tengah. Melalui tayangan berita yang dibuat oleh Tim Karya Bidang, diharapkan televisi lokal dapat ikut mengembangkan potensi pariwisata, kuliner, maupun kegiatan komunitas di daerah. Hal ini tek terlepas dari peran televisi sebagai media yang berfungsi memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachruddin, Andi. 2012. Dasar – Dasar Produksi Televisi. Jakarta: Kencana.
- Hasfi, Nurul & Bayu Widagdo. 2013. *Produksi Berita Televisi*. Semarang: CV. Majuno
- Harahap, Arifin S. 2018. Manajemen Pemberitaan & Jurnalistik TV. Jakarta: Indeks
- Latief, Rusman & Yasiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Non Drama*. Jakarta: Kencana
- Latief, Rusman. 2020. *Panduan Produksi Siaran Televisi Non Drama*. Jakarta: Kencana
- Mabruri, A. 2013. Manajemen Produksi Program Acara TV Non drama. Jakarta: Gramedia
- Mc Quail, Dennis. (1994). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Mc Quail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi Ke-6*. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan. 2008. *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Morissan. 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana
- Muda, Dedi Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja rosdakarya
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana

Oramahi, Hasan Asy'ari. 2015. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Rolnicki, Tom E. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scolastic journalism)*. Jakarta: Kencana

Simarmata, Solvator. 2014. *Media dan Politik. Sikap Pers terhadap Pemerintahan Koalisi di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia

Sobur, Alex. 2009. "Analisis Teks Media: Suatu Pengantar analisis wacana, analisis semiotika, dan analisis framing". Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sulistyaningtyas, Tri, Susanto, Dicky R. Munaf. 2015. *Sinergitas Paradigma Lintas Sektor di Bidang Keamanan dan Keselamatan Laut*. Jakarta: Gramedia

Sumadiria, AS. Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: CV. Simbiosis Rekatama Media

Sumber dari Jurnal

Ardiyanti, Handrini. 2011. *Konsep dan Regulasi TV Lokal dalam Kerangka*

Penguatan Budaya Lokal. Jurnal DPR. 2(2): 323

Muzellec, Laurent, Lambkin, Marry (2006). Corporate Rebranding: destroying, transferring, or creating brand equity?. *European Journal of Marketing*. 40: 805

Sumber dari Internet

Adam, Aulia. 2018. *Saling Menggantungkan antara Beauty Vlogger dan Industri Kecantikan*
<https://tirto.id/saling-menguntungkan-antara-beauty-vlogger-dan-industri-kecantikan-c2aa> diakses 6 September 2020, pukul 23:01

Bappeda Kabupaten Kudus. 2020. *Kudus Kota Industri*.
<https://bappeda.kuduskab.go.id> diakses 15 Agustus 2020, pukul 16:12

Bachdar, Saviq. 2018. *Jangan Heran, 97% Generasi Z Masih Menonton Televisi*.
<https://marketeers.com/jangan-heran-97-generasi-z-masih-menonton-televisi/> diakses pada 5 Desember 2019, pukul 21.05 WIB.

- Dahwilani, Dani M. 2019. *Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia*.
<https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
diakses pada 7 September 2020, Pukul 19:07
- Delloite Indonesia Persepectives. 2019. *Generasi Milenial dalam Industri 4.0*.
<https://www2.delloite.com/content/dam/Delloite/id/Documents/about-deloitte/id-about-dip-edition-1-chapter-2-id-sep2019.pdf> diakses pada 11 Juni 2019, pukul 20.18 WIB.
- Heise, D. R.(2006). *The semantic differential and attitude research*.
<http://www.indiana.edu/~socpsy/papers/AttMeasure/attitude..htm> diakses pada 4 Desember 2020 pukul 14.31 WIB.
- Musyafa, Iqbal (2020). *Destinasi Wisata Alam Jadi Primadona Saat Pandemi Covid 2019*
<https://www.aa.com.tr/id/nasional/destinasi-wisata-alam-jadi-primadona-saat-pandemi-covid-19/1918699> diakses pada 10 Oktober 2020, pukul 12:06
- Nielsen Global Media. 2017. *Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet Indonesia*
<https://www.nielsen.com/id/en/pres-s-releases/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA/>
diakses pada 5 Oktober 2019, pukul 19.30 WIB.
- Nugroho, Ryan Bayu. 2018. *Melihat Kembali Peran Televisi yang Mulai Tergantikan*.
<https://www.kompasiana.com/ryanbay/5b17c544bde5754eb47bbd54/melihat-kembali-peran-televisi-yang-mulai-tergantikan?page=1>
diakses pada tanggal 5 Desember 2019, pukul 20.46 WIB.
- Rahayu. 2019. *Riset Milenial Masih Menonton TVRI, Ini Alasan Mereka*.
<https://almi.or.id/2019/11/06/riset-milenial-masih-menonton-tvri-ini-alasan-mereka/> diakses pada 5 Desember 2019 pukul 21.15 WIB.
- Yusufsangdes. 2019. *Rebranding dan Makna Logo Baru TVRI*.
<https://www.sangdes.com/2019/04/rebranding-dan-makna-logo-baru-tvri.html> diakses pada 7 Oktober 2019, pukul 22.00

