

KAJIAN EKONOMI POLITIK RIAU TELEVISI MELALUI PROGRAM *DETAK RIAU* DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT RIAU

Oleh :

Kenna Putri Nasution
(kennaputrinist@gmail.com)
Pembimbing : Dr. Yasir, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya JL.H.R. Soebrantas Km.12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293
Telp/fax 0761-63277

Abstract

Detak Riau an actual news program that raised about the incident in Riau, Pekanbaru and its surroundings especially in *Detak Riau* program is divided into several program again. In *Detak Riau* program also featured speakers who are competent in the form of direct talk show, so the audience can interact with the contact person provided. The purpose of this study was to determine how the program *Detak Riau*, the study of political economy, as well as see the audience's response to the program *Detak Riau*.

This study uses descriptive qualitative theory of political economy media. Data collection techniques used by realities on the ground through observation, interviews, and documentation. Informants in this study amounted to 6 people consisting of Editor in Chief, Field Coordinator, two journalists, PR Pemko Pekanbaru and 4 people in the audience selected based on purposive sampling. As for data validity checking researcher using triangulation techniques. This study aims to determine program *Detak Riau* as well as the audience's response and to look at the political economy model of the program.

The results showed that process of serving program *Detak Riau* uses the concept POAC this planning, organizing, actuating and controlling in the management of material news. Most of the audience gave a positive response about the information displayed then there is also a negative response on the news that is always discussed about government in general. This relates to the model of political economy in program *Detak Riau*, namely the commodification, spatialization, and Structuration. So most of the news content displayed is determined by economic interests and the interests of the owner some the political elite. *Detak Riau* beating of media institutional renewal through horizontal, while the RTV structuration under the auspices of Jawa Pos Group and Riau Pos Group is not so great, because investors or stock investor is not involved in politics.

Key word : *Detak Riau, Commodification, Spatialization, Structuration*

PENDAHULUAN

Munculnya kebebasan pers pasca orde baru merubah wajah media, dimensi kebebasan ini begitu dimanfaatkan oleh

media sehingga pemberitaan terkadang tidak terkontrol dan mulai menunjukkan kepentingan didalamnya. Era kebebasan media dapat dimaknai sebagai kebebasan

dari kekangan orde baru namun tidak dari kepentingan yang lain. Seperti halnya media memiliki dua wajah, yaitu sebagai institusi bisnis dan institusi sosial. Sebagai institusi bisnis media massa sama halnya dengan korporasi, yaitu menjalankan oprasinya dengan menjalankan fungsi sebagai institusi sosial, berorientasi keluar untuk kepentingan masyarakat (Ashadi Siregar, 2004:192). Terlebih lagi dengan keluarnya PP (Peraturan Pemerintah) No 49 tahun 1999 yang mengatur tentang kebebasan pers. Keluarnya PP ini dianggap oleh para pelaku pers di Indonesia sebagai suatu kemerdekaan dan awal dari kebangkitan pers Indonesia yang sebelumnya terbelenggu oleh rezim dimasa orde baru.

Dengan hal tersebut maka tidak heran lahirnya televisi swasta di tanah air membuat arus informasi tidak lagi dimonopoli oleh stasiun televisi pemerintah, semenjak dikeluarkan PP mengenai kebebasan pers. Akibatnya perkembangan media televisi saat ini di tanah air terus berkembang, begitu juga stasiun TV lokal. Stasiun TV lokal, khususnya di Pekanbaru, Propinsi Riau ternyata telah mampu bersaing dengan televisi nasional, baik dalam penyajian berita, maupun dalam penyajian program, meskipun sifat dan skalanya masih lokal atau daerah. Sehingga masyarakat Riau, sejak diberlakukannya otonomi daerah, lebih memilih menantikan informasi dari televisi lokal seperti Riau Televisi.

Dalam usaha memenuhi informasi, media televisi harus merencanakan berbagai strategi dalam memenuhi kebutuhan berita untuk masyarakat. Strategi itu sendiri menurut (Adnan Putra, 1990:83), adalah: bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produksi dari suatu perencanaan (*planning*) adalah yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari proses manajemen (Ruslan, 2005:123).

Riau Televisi dalam menyajikan sebuah pemberitaan juga melalui sebuah manajemen dan perencanaan yang matang, sehingga berita yang dihasilkan dan pada akhirnya disuguhkan ke masyarakat, haruslah yang memenuhi unsur-unsur dalam pengertian manajemen tersebut. Pada Divisi Redaksi Program *Detak Riau*, porsi penayangan berita (*news*) telah diatur oleh tim Redaksi Riau Televisi. Meskipun sifatnya tidak baku namun urutan berita yang kategorikan tayangan juga telah disesuaikan sebaik mungkin. *Detak Riau* sudah komitmen untuk tetap mengedepankan berita-berita peristiwa di *headline* utama atau dalam program berita kerap disebut dengan segmen pertama. Selanjutnya di segmen kedua hingga ke lima diatur pula berita yang mencangkup berita mengenai Pemerintahan, kemasyarakatan, ekonomi, kriminal, sosial, dan lainnya. Akan tetapi dalam program *Detak Riau* di akomodatif dengan mengakomodir sejumlah kepentingan untuk tampil di berita, khususnya berita yang lebih dominan mengenai Pemerintahan Provinsi Riau. Dalam hal ini media massa merupakan perantara sebagai penyalur informasi mengenai program Pemerintah ataupun kepentingan elite politik. Pada dasarnya media massa dan politik tidak bisa dipisahkan, karena media memiliki posisi sebagai saluran komunikasi politik yang sangat efektif.

Media massa bukanlah benda mati yang hanya dapat dimanfaatkan oleh mereka yang memiliki kepentingan politik. Lebih dari itu, media massa juga dapat membentuk opini publik dengan memberitakan sajian-sajian tertentu yang terkadang subjektif. Hal ini sangat mungkin terjadi, mengingat bahwa setiap penggerak dari media itu terdiri dari orang-orang yang memiliki subjektivitas dan kepentingan, baik kepentingan bisnis maupun politik. Salah satu contoh dalam beberapa berita yang

ditayangkan dalam program *Detak Riau*, setiap harinya selalu menayangkan informasi mengenai Walikota Pekanbaru Firdaus, MT baik itu dalam informasi mengenai pendidikan, pemerintahan, kesehatan, sosial, kriminal dan sebagainya.

Fungsi media massa sebenarnya mencakup memberikan informasi, menyusun agenda kehidupan khalayak setiap hari, menghubungkan anggota masyarakat yang satu dengan yang lainnya, membidik khalayak untuk melakukan sesuatu, memberikan hiburan, menerangkan sesuatu kepada khalayak. Pada era reformasi, media massa senantiasa menyajikan program dan rubrik yang kental dengan pesan politik. Selain program dan rubrik yang mengemas pesan politik dan sosialisasi kebijakan pemerintah dalam bentuk yang menarik dan santai, “suhu politik” media juga lebih meningkat ketika menjelang pemilu legislatif, pilgub dan pilkada. Seperti halnya RTV dalam devisi redaksi turut ikut serta dalam program Pemerintah, dengan membuat program Pilkada Serentak dengan tujuan untuk memberikan informasi khususnya masyarakat RIAU, yang membahas mengenai dinamika politik, informasi partai politik, pasangan calon kepala daerah dan isu terkait pilkada serentak di 12 Kabupaten Kota yang ada di Provinsi Riau. Banyak elite politik secara tidak langsung melakukan kegiatan-kegiatan positif dan pada akhirnya membentuk suatu pencitraan yang disiarkan melalui media massa.

IDENTIFIKASI MASALAH

1. Bagaimana proses program *Detak Riau* dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Riau?
2. Bagaimana model ekonomi politik Riau Televisi dalam program *Detak Riau*?

“Melalui media massa, mereka melakukan persusasi lewat pesan-pesan politik yang disampaikan kepada publik. Bahkan bukan hanya ketika akan menjadi pejabat pun seorang politikus selalu memelihara hubungan baik dengan pihak media. Tidak ada satu pemimpin yang kemudian mengabaikan kedekatannya dengan media, kecuali mereka yang tidak tahu diri atau tidak paham efek media. (Roni Tabroni, 2012:100)”

Di era industrialisasi informasi seperti sekarang ini, Riau Televisi (RTV) harus mampu bersaing dengan media televisi pemerintah, swasta lokal maupun nasional, dalam memenuhi kebutuhan informasi yang sangat dibutuhkan masyarakat, khususnya dalam program unggulan Riau Televisi, seperti *Detak Riau*, yang lebih banyak mengulas informasi secara mendalam dan lebih lengkap seputar daerah Riau dan sekitarnya. Sementara bagi televisi pemerintah maupun televisi nasional, porsi berita tentang Riau masih minim dan tidak banyak, dan hanya di tayangkan pada jam dan waktu tertentu saja. Hal ini menjadi celah bagi kepentingan elite politik untuk mempromosikan dirinya, dan sebagai pemasukan untuk perusahaan media itu sendiri. Dari latar belakang yang ada, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut “Kajian Ekonomi Politik Riau Televisi Melalui Program *Detak Riau* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Riau”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan tinjauan analisis deskriptif dengan wawancara mendalam (*indepth interview*). Metode analisis deskriptif adalah metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta dan karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 2001:25). Penelitian

deskriptif ditunjukkan untuk menunjukkan informasi yang aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi atau praktek-praktek yang berlaku.

Subjek Penelitian dalam hal ini adalah ini adalah Sesuai dengan fokus penelitian, yaitu Pemimpin Redaksi, Kodirnatör Liptan, dua orang wartawan yang bertugas untuk menambah kelengkapan data yang diperlukan, Humas Pemko Pekanbaru. Serta tiga orang penonton tetap Riau Televisi. Secara keseluruhan dalam penelitian ini melibatkan 8 (delapan) orang subjek penelitian.

Adapun yang menjadi objek kajian penelitian ini adalah Ekonomi Politik Redaksi Riau Televisi melalui Program *Detak Riau* dalam menyajikan berita untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Riau pada umumnya. Kegiatan tersebut dimulai dari analisa kajian mengenai bagaimana pengaruh politik terhadap program *Detak Riau*, sehingga berkaitan pada pendapatan (*income*) di media tersebut. Peneliti juga mengamati secara langsung dari rapat redaksi, peliputan berita, pengumpulan materi berita, penyuntingan, hingga pengeditan berita dan siap di sajikan kepada masyarakat Riau. Termasuk didalam kegiatan penyuntingan adalah proses bagaimana bagian redaksi dalam memilih berita yang akan dimuat/tidak dimuat, apakah idelaismemedia berpengaruh atau tidak. Pembahasan yang paling utama adalah bagaimana tim Redaksi Riau televisi mengambil strategi dan strategi seperti apa mereka siapkan sehingga berita yang ditayangkan dapat diterima dengan baik dimasyarakat.

HASIL PENELITIAN

Peroses Program dan Ekonomi Politik *Detak Riau*.

Devisi redaksi program *Detak Riau* dalam rutinitasnya, menjalankan berbagai kegiatan yang terencana dan terorganisir dalam upaya mencapai tujuan yang telah disusun atau direncanakan. Salah satunya dalam membuat berita dibutuhkan tahapan-tapan yang sangat matang, seperti mulai dari peristiwa dilapangan sampai akhirnya dikemas sedemikian rupa dan pada akhirnya disuguhkan ke khalayak luas. Setelah dilakukan penayangan, kegiatan yang sudah dilakukan memerlukan evaluasi agar kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi. Dalam program *Detak Riau* peneliti melihat menejemen redaksional yang di terapkan menggunakan konsep POAC. (Pareno,2004:46) definiisi dari menejemen redaksional adalah penerapan fungsi-fungsi menejemen melaalui tindakan *planning, organizing, actuating* dan *controlling* dalam pengelolaan materi pemberitaan.

Pola kerja Program *Detak Riau* di mulai dengan memuat penataan pekerja berita yang merencanakan, melaksanakan dan menghasilkan “peristiwa” yang diberitakan, sehingga pada program ini akan dimulai oleh proses rapat redaksi yang memutuskan pristiwa apa yang diangkat atau peristiwa mana yang ditangguhkan. Dengan demikian, dalam menejemen redaksional yang paling penting menurut penulis adalah meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang mencakup proses peliputan, penulisan dan penyuntingan (*editing*) sehingga berita tersebut ditayangkan kepada khalayak yang di bawakan oleh seorang presenter. Setelah berita ditayangkan, tim dari program *Detak Riau* akan melakukan evaluasi dengan melakukan Rapat Redaksi setiap minggunya. Dari hasil mewawancara

penonton yang selalu menyaksikan *Detak Riau*, dari beberapa koresponden menyebutkan bahwa berita yang ditayangkan selalu membahas mengenai pemerintahan, sebagiannya menyatakan informasi yang disuguhkan sudah memenuhi standar kebutuhan akan informasinya yang di dasari oleh motif identitas pribadi, dimana hal ini berhuungan dengan dorongan untuk memperkuat nilai-nilai pribadi, dorongan untuk memperkuat kredibilitas, stabilitas dan status (Kriyantono, 2006:215).

Televisi dalam konteks ini menjual produk dalam bentuk program acara siaran yang ada kepada khalayak sebagai konsumen secara tidak langsung dengan sistem pembayaran yang dilakukan oleh pengiklan. Program *Detak Riau* seperti tidak berdaya dalam melawan pengiklan dan pemilik, padahal untuk menciptakan media massa yang baik butuh redaksi yang merdeka karena media massa berfungsi sebagai pembentuk wacana di masyarakat. Seperti terlihat dalam tayangan berita-berita pada Program *Detak Riau* sepenuhnya yang hanya memiliki kepentingan-kepentingan kelompok atau perorangan sebagai pembentuk wacana yang positif dimasyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk kepentingan perusahaan media yang mendapatkan *income* dari relasi-relasi yang telah bekerja sama dengan RTV. Kendati keterukuran tersebut dapat drasakan secara fisik, tetap saja produk media menjadi barang dagangan yang dapat dipertukarkan dan bernilai ekonomis. Dalam lingkup kelembagaan, awak media dilibatkan untuk memproduksi dan mendistribusikannya ke konsumen yang beragam (Mosco, 2009:120). *Detak Riau* sangat berpengaruh dalam hal ini, untuk menghasilkan profit yang berasal dari iklan, relasi atau kerjasama antar media dan perusahaan, pemerintah dan lainnya, karena pada Program *Detak Riau* dalam naungan divisi redaksi menjadi pilihan utama untuk mempromosikan barang dan

jasa, bahkan menjadi ajang kepentingan politik untuk kepentingan beberapa elite politik

Hal pertama yang dikomunikasikan oleh media massa adalah konten, ini terkait bagaimana sebuah pesan di olah hingga menjadi produk yang dapat menghasilkan profit (Mosco, 2009:133). Ini berangkat dari asumsi bahwa media massa berperan sebagai penghubung antara dunia produksi dan konsumsi. Melalui pesan-pesan yang disebar, peningkatan penjualan produk, jasa dan pencitraan sangat memungkinkan terjadi. Ketika khalayak terpengaruh terhadap pesan yang ditampilkan melalui media massa tersebut.

Program *Detak Riau* dianggap menjadi program unggulan bagi para penontonya. Karena pada umumnya memberitakan mengenai peristiwa-peristiwa tentang Riau dan sekitarnya, dibandingkan televisi-televisi lainnya yang hanya menayangkan peristiwa mengenai Riau pada batasanjam tertentu saja dan tidak signifikan. Dengan demikian masyarakat Riau beralih menonton televisi daerah yang menayangkan informasi, peristiwa-peristiwa di Riau setiap jam nya. Maka dalam tayangan *Detak Riau* Mendapatkan khalayak dan khalayak ini menjadi daya tarik pengiklan untuk memasang iklan di media massa tersebut.

Bila suatu media massa memiliki *audiens* yang banyak maka pengiklan akan berlomba-lomba memasang iklanya di media tersebut (Mosco, 2009:136). sehingga tidak sedikit masyarakat Riau untuk menayangkan barang dan jasanya. Jika sudah berhasil menarik *audiens* maka pihak *advertiser* tertarik untuk membeli spot-spot iklan yang ada dalam selingan program atau dalam program itu sendiri. Karena dalam komodifikasi ini audiens lah yang menjadi komoditas media untuk mencari sumber dana.

Sedangkan membahas mengenai pekerja yang merupakan penggerak kegiatan produksi, bukan hanya produksi tetapi juga distribusi. Pemanfaatan tenaga dan pikiran mereka secara optimal dengan cara mengkonstruksikan pikiran mereka secara tentang bagaimana menyenangkan jika bekerja dalam sebuah institusi media massa walaupun dengan upah yang tidak sepuasnya. Yang dimodifikasi dari pekerja adalah skill yang mereka miliki untuk menciptakan konten-konten bagi perusahaan media massa. Pemodal memisahkan *skill* individu dengan prinsip, idealisme pekerjaannya sehingga pekerjaannya hanya mementingkan suatu tugas harus diselesaikan sesuai dengan keinginan pemodal (Mosco, 2009:139). Dengan demikian Para karyawan harus memutar otak mereka untuk keberlangsungan hidup yang semakin sulit, dan tidak bisa mengandalkan penghasilan dari gaji pokok yang mereka dapatkan. Sementara pihak perusahaan meminta kinerja para karyawan yang optimal untuk kepentingan perusahaan tanpa memikirkan pendapatan yang diterima masing-masing karyawannya. Salah satu caranya menjadi marketing untuk mendapatkan relasi yang ingin bekerja sama dengan RTV, bisa dalam bentuk iklan, program, dll. Apabila proses marketing berhasil maka setiap karyawan mendapatkan keuntungan sebesar 20% dari total kesepakatan, selebihnya pemasukan untuk perusahaan, pemilik dan pemodal.

Detak Riau melakukan perpanjangan institusional media melalui bentuk horizontal. Horizontal terjadi ketika sebuah perusahaan media membeli media lain yang tidak secara langsung memiliki kepentingan dengan media tersebut atau ketika membeli yang secara keseluruhan diluar dari bisnis media (Mosco 2009:159) pada tataran horizontal terlihat ditandai adanya diversifikasi yang ditunjukkan dengan keragaman jenis media massa dan adanya

berbagai jaringan yang dapat digunakan untuk dapat saling mempromosikan jenis medianya satu sama lain. Yang dimaksud dengan diversifikasi media adalah proses penganekaragaman usaha ekonomi social yang dilakukan oleh suatu industry atau pelaku produksi media. Walau *Detak Riau* belum melakukan konsentrasi besar-besaran, kebutuhan dana yang besar inilah yang menjadi pintu masuk untuk pemodal. Spasialisasi Program *Detak Riau* yang tayang di RTV ini juga dapat mengatasi atau melampaui ruang dan waktu dimana acara ini dapat dilihat kembali di beberapa media diantaranya : *streaming, Website, Youtube, Radio.*

Pada program *Detak Riau* strukturasi dapat dilihat jelas dengan berbagai berita yang di tayangkan setiap harinya. Karna hal tersebut sudah ada agen sosial yang ditugaskan untuk mengatur strukturasi tersebut. Awal terjadinya strukturasi dimulai dari proses awal, yaitu peliputan berita dilapangan oleh reporter dan kameramen yang telah diatur penugasannya oleh Koordinator Lapangan. Strukturasi merupakan penggabungan antara teori *structural* dan teori individual (*agency*). Ia menggambarkan bahwa sebenarnya individu (agen) memang dapat mempengaruhi struktur dengan kemampuannya tetapi struktur juga dapat mengikat dan menggerakkan agen dengan kuatnya (Giddens, 1984:185) jadi sebenarnya tidak ada yang paling kuat yang dapat mempengaruhi salah satunya, keduanya sama-sama kuat dan saling mempengaruhi satu sama lain. Begitu juga dalam divisi redaksi *Detak Riau*. Dalam struktur organisasi dan berlanjut ke proses kerja, tidak ada yang paling kuat atau menonjol melainkan semuanya individu yang tergabung dalam struktur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain. Karna dalam menayangkan sebuah berita itu memerlukan kerjasama antara struktur, seperti Pemimpin

Redaksi, Produser, Reporter, Kameramen, Editing, Presenter dan lain-lain.

Dari data yang di dapatkan, peneliti menilai dalam program *Detak Riau* strukturasi RTV dibawah naungan Jawa Pos dan Riau Pos Grop tidak begitu besar pengaruhnya terhadap proses pemberitaan yang ada dikhususnya, karena Riau Pos Group tidak ada berkecimpungan dalam dunia politik, melainkan lebih kepada proses ekonomi, agar mendapatkan keuntungan yang besar bagi perusahaannya. Salah satunya dengan melakukan kerjasama dengan Pemerintahan. Di divisi redaksi *Detak Riau* juga menanamkan hal tersebut, maka dari itu berita yang selalu ditayangkan dalam *Detak Riau* selalu mengenai pemerintahan yang mendominan. Dan karena RTV merupakan masih televisi berskala daerah, belum mampu merekrut produser yang menampilkan produknya (iklan) yang sudah berskala Nasional, untuk itu RTV banyak bekerja sama dengan Pemerintah yaitu sebagai sumber masukan untuk perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian pada penulisan ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses Program *Detak Riau*

Devisi redaksi program *Detak Riau* dimulai dari proses rapat redaksi yang memutuskan peristiwa apa yang diangkat atau peristiwa mana yang ditangguhkan. Dengan demikian meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang mencakup proses peliputan, penulisan dan penyuntingan (*editing*) sehingga berita tersebut ditayangkan kepada khalayak yang di bawakan oleh seorang presenter. Setelah

berita ditayangkan, tim dari program *Detak Riau* akan melakukan evaluasi dengan melakukan Rapat Redaksi setiap minggunya.

2. Model Ekonomi Politik *Detak Riau*

Program *Detak Riau* seperti tidak berdaya dalam melawan pengiklan dan pemilik, padahal untuk menciptakan media massa yang baik butuh redaksi yang merdeka karena media massa berfungsi sebagai pembentuk wacana di masyarakat. Seperti terlihat dalam tayangan berita-berita pada Program *Detak Riau* sepenuhnya yang hanya memiliki kepentingan-kepentingan kelompok atau perorangan sebagai pembentuk wacana yang positif dimasyarakat. Divisi Redaksi menjadi pilihan utama untuk mempromosikan barang dan jasa, bahkan menjadi ajang kepentingan politik untuk kepentingan beberapa elite politik. Program *Detak Riau* ikut peran dalam hal tersebut, menampilkan *content* atau isi yang dikemas dalam sebuah berita, dan disajikan kepada khalayak.

Program *Detak Riau* dianggap menjadi program unggulan bagi para penontonya. Karena pada umumnya memberitakan mengenai peristiwa-peristiwa tentang Riau dan sekitarnya, dengan demikian masyarakat Riau beralih menonton televisi daerah. Maka dalam tayangan *Detak Riau* Mendapatkan khalayak dan khalayak ini menjadi daya tarik pengiklan untuk memasang iklan di media massa tersebut. Jika sudah berhasil menarik *audiens* maka pihak *advertiser* tertarik untuk membeli spot-spot iklan yang ada dalam selingan program atau dalam program itu sendiri..

Para karyawan RTV berkesempatan untuk menjadi marketing yang tujuannya untuk pemasukan diluar gaji pokok mereka, dan selain itu untuk menambah pemasukan bagi perusahaan. Sehingga para karyawan harus memutar otak mereka untuk keberlangsungan hidup yang semakin sulit,

dan tidak bisa mengandalkan penghasilan dari gaji pokok yang merak dapatkan. Sementara pihak perusahaan meminta kinerja para karyawan yang optimal untuk kepentingan perusahaan tanpa memikirkan pendapatan yang diterima masing-masing karyawannya.

Detak Riau melakukan perpanjangan institusional media melalui bentuk horizontal. pada tataran horizontal terlihat ditandai adanya diversifikasi yang ditunjukkan dengan keragaman jenis media massa dan adanya berbagai jaringan yang dapat digunakan untuk dapat saling mempromosikan jenis medianya satu sama lain. Walau *Detak Riau* belum melakukan konsentrasi besar-besaran, kebutuhan dana yang besar inilah yang menjadi pintu masuk untuk pemodal. Spasialisasi Program *Detak Riau* yang tayang di RTV ini juga dapat mengatasi atau melampaui ruang dan waktu dimana acara ini dapat dilihat kembali di beberapa media diantaranya : *streaming, Website, Youtube, Radio.*

Pada Program *Detak Riau* strukturasi RTV dibawah naungan Jawa Pos dan Riau Pos Grop tidak begitu besar pengaruhnya terhadap proses pemberitaan yang ada di *Detak Riau* khususnya, karena Jawa Pos dan Riau Pos Group tidak ada berkecimpungan dalam dunia politik, melainkan lebih kepada proses ekonomi, agar mendapatkan keuntungan yang besar bagi perusahaannya. Salah satunya dengan melakukan kerjasama dengan Pemerintahan. Di divisi redaksi *Detak Riau* juga menanamkan hal tersebut, maka dari itu berita yang selalu ditayangkan dalam *Detak Riau* selalu mengenai pemerintahan yang mendominasi. Dan karena RTV merupakan masih televisi bersekala daerah, belum mampu merekrut produsen yang menampilkan produknya (iklan) yang sudah berskala Nasional, untuk itu RTV banyak bekerja sama dengan Pemerintah yaitu sebagai sumber masukan untuk perusahaan.

SARAN

Program *Detak Riau* RTV

1. Sebaiknya dalam proses penyayangan berita berlangsung lebih diperbaiki mengenai pengambalan gambar atau *visual* agar lebih tajam sehingga tidak mengurangi pesan yang disampaikan.
2. *Detak Riau* sebagai program unggulan seharusnya bersifat netral dan berita yang ditayangkan tidak mendominasi mengenai pemerintahan saja, melainkan berita atau peristiwa secara keseluruhan serta tidak tebang pilih terhadap berita yang akan ditayangkan. Sehingga masyarakat tidak menilai *Detak Riau* sebagai Televisi Pemerintah.

Semua Pihak

1. lembaga swadaya masyarakat, akademisi, dan media cetak atau media penyiaran local sebaiknya terus bergerak untuk memajukan demokratis pada praktik penyiaran ini. di sisi lain, itikad baik pemerintah dan lembaga ekstraeksekutif (KPI) senantiasa diharapkan, karena penyiaran mempunyai dampak yang luar biasa pada masyarakat sehingga penanganan pelanggaran penyiaran seharusnya menjadi prioritas.
2. Seorang wartawan sebaiknya dalam menyampaikan informasi hendaknya bersikap jujur, tidak memutar balikkan fakta memberikan informasi yang akurat, dengan cara *check and recheck* kembali informasi yang diperoleh tanpa adanya tekanan dari pihak manapun. Serta bertanggung jawab terhadap hasil liputannya. Melalui peraturan yang

telah ditetapkan pemerintah, diharapkan dunia pers atau perusahaan media massa di Indonesia dapat berkembang dengan lebih baik, demokratis, dan kredibel karena tidak berpihak pada kelompok tertentu, termasuk pemerintah, atau dengan kata lain pers diharapkan mampu bersikap netral dan bijaksana.

3. Dosen-dosen dan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi lebih memperdalam diskusi dan penelitian tentang media yang menunjang perkuliahan dengan mengembangkan pola pikir yang kritis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, dkk, 2010. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Tevelisi, Teori dan Praktek*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2007, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Harahap, Arifin S. *Jurnalistik Televisi. Teknik Memburu dan Menulis Berita*. PT Indeks Kelompok Gramedia, 2006.
- Hasibuan, Malaya S.P 2005. *Organisasi dan Motivasi (Dasar Peningkatan Produktifitas)*. Jakarta: Bumi Akrasa.
- Keller, Annet 2009. *Tantangan Dari Dalam: Otonomi Redaksi di 4 Media Cetak Nasional (Kompas, Tempo, Media Indonesia, Republika)*. Yogyakarta. LkiS.
- Muda, Deddy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi : Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mutia, Tika, dkk. 2012. *Manajemen Media*. Bandung: Arsad Press.
- Moleong. Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif Cetakan Ketiga Puluh*, Bandung: remaja Rosda karya.
- Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group: 2008.
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. Canada: SAGE Publication.
- McQuail, Denis. *Model-model Komunikasi*. Alih Bahasa Putu Luxman Pendit. Jakarta: UniPrimas, 1985.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke -17. Bandung: Alfabeta
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang: Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Preno, Sam Abede. 2004. *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita*. Surabaya: Papyrus.

- Redding and Saborn, 2010. *Communication Organization, Edisi Terjemahan*. Jakarta :GramediaPustakaUtama.
- Sudiby, Agus, dkk. 2009. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKiS
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan ke-4. Bandung: PT. Remaja Rodakarya
- Sumaridia, A.S.Haris. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung. PT Simbiosis Rekatama Media, 2006.
- Suprpto, Tommy. *Berkarier di Bidang Broadcasting*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.
- Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus, 2007.
- Widodo, Yohanes. 2011. *Modul Manajemen Media Cetak*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- William A. Haviland. 1985. *Antropologi*. Jakarta: Erlangga.

Referensi Jurnal:

- Arianto. 2012. *Ekonomi Politik Lembaga Media Komunikasi (Political Economy Of Communication Media Institutions)*. Universitas Tadulako-Palu
- Ricky, Sulastomo. 2010. *Otonomi Redaksi di MetroTv (Studi Ekonomi Politik Media*

Dalam Mengkaji Otonomi Redaksi di MetroTv). Universitas Komputer Indonesia

Setiawan, Iyan. 2013. *Komodifikasi, Spasialisasi dan Strukturasi Dalam Program “Indonesia Mencari Bakat Musim 3”*. Universitas Gajah Mada

Yasir. 2015. *POLITICAL ECONOMY OF RELIGIOUS AND CULTURAL SYMBOLS IN THE SOAP OPERA OF TUKANG BUBUR NAIK HAJI AT RCTI*. MIMBAR (Jurnal Sosial dan Pembangunan). Hal 157-172