



PENGENALAN MANAJEMEN NEWSROOM METRO TV MELALUI KEGIATAN KUNJUNGAN INDUSTRI

Faisal Muzzamil¹, Rohendi², Ade Komarudin³, Siti Annisa⁴, Rangga Maulana Alif⁵

¹STAI DR. KHEZ. Muttaqien, Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia

²STAI DR. KHEZ. Muttaqien, Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia

³STAI DR. KHEZ. Muttaqien, Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia

⁴STAI DR. KHEZ. Muttaqien, Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia

⁵STAI DR. KHEZ. Muttaqien, Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia

¹faisal@staimuttaqien.ac.id ²rohendi.pji@gmail.com ³adekomarudin1808@gmail.com

⁴nengnisol1008@gmail.com ⁵ranggamaulanaalif@gmail.com

Correspondent Email: faisal@staimuttaqien.ac.id

ABSTRACT. *The Community Service (PKM) activity in the form of an Industrial Visit to Metro TV was motivated by the phenomenon and reality of television stations as news media that are still trusted by the public today. Public trust in the news broadcast by television is due to the existence of good Newsroom Management from a television station. Based on this background, an Industrial Visit was carried out to Metro TV with two main objectives, namely: (1) To find out the role and function of Newsroom Management in producing news programs on Metro TV; (2) To understand the stages of Newsroom Management activities in producing programs on Metro TV. This PKM activity in the form of an Industrial Visit was carried out using the Service Learning method. From the results of the Industrial Visit to Metro TV, two main findings were obtained from the results of this PKM activity, namely: (1) Newsroom Management has an important role in news programs on Metro TV, especially in the four functions which include planning, organizing, implementing and evaluating; (2) There are three stages of activities in Newsroom Management of news programs on Metro TV, namely pre-production, production and post-production.*

Keywords: Industrial Visit, Newsroom Management, Metro TV

ABSTRAK. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini, dilatarbelakangi dari fenomena dan realita mengenai stasiun televisi sebagai media berita yang masih dipercaya oleh masyarakat hingga saat ini. Kepercayaan masyarakat terhadap berita yang disiarkan oleh televisi tersebut karena adanya Manajemen Newsroom yang baik dari sebuah stasiun televisi. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dilaksanakanlah Kunjungan Industri ke Metro TV dengan dua tujuan utama, yaitu: (1) Untuk mengetahui peran dan fungsi Manajemen Newsroom dalam memproduksi program berita di Metro TV; (2) Untuk memahami tahapan kegiatan Manajemen Newsroom dalam memproduksi program di Metro TV. Kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ini dilaksanakan dengan menggunakan metode Service Learning. Dari hasil Kunjungan Industri ke Metro TV, maka didapatkan dua temuan utama (main finding) dari hasil kegiatan PKM ini, yaitu: (1) Manajemen Newsroom memiliki peran penting dalam program berita di Metro TV, terutama pada empat fungsi yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi; (2) Ada tiga tahapan kegiatan dalam Manajemen Newsroom program berita di Metro TV, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Kata Kunci: Kunjungan Industri, Manajemen Newsroom, Metro TV

Article History

Submission: 18 Januari 2026 Revised: 22 Januari 2026 Accepted: 23 Januari 2026 Published: 28 Januari 2026

PENDAHULUAN

Dewasa ini, “informasi” menjadi entitas yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Manusia bisa tahu dan belajar banyak hal melalui informasi yang didupakannya. Didasarkan atas realitas tersebut, maka entitas informasi ini menjadi kebutuhan dasar bagi peningkatan *cognition* dan *skill* manusia. Jauh sebelum era modern seperti sekarang ini, Stephens (1988) dalam *A History of News* menceritakan bahwa pernah pada zaman Romawi masyarakat pada saat itu kekurangan informasi, sehingga berdampak pada kesehatan mental masyarakat ketika itu. Dari sejarah dan peristiwa tersebut, maka Stephens (1988) menyatakan bahwa informasi menjadi salah satu kebutuhan dasar manusia (Brendon, 1988). Manusia membutuhkan informasi, karena informasi merupakan *naluri dasar manusia* (Stephens, 1988). Mengacu pada

kenyataan mengenai kebutuhan dasar manusia terhadap informasi tersebut, maka di era modern seperti sekarang ini banyak media konvensional, *platform* digital, hingga media sosial menyajikan konten-konten yang mengandung berita (Rosemarwati & Lindawati, 2019).

Banyaknya informasi dan berita dari berbagai media seperti yang telah dipaparkan di atas, menimbulkan permasalahan baru jika informasi dan berita tersebut tidak tersaring dengan baik. Pada kenyataannya, jika terlalu banyak informasi yang diterima oleh manusia tanpa adanya *frame of reference* (McAnany, 2014) yang baik dari penerima informasi tersebut, maka bukannya menambah pengetahuan, tapi malah menyebabkan *disonansi kognitif* karena *kebanjiran informasi* (Hanum et al., 2022). Fenomena *kebanjiran informasi* yang dapat menyebabkan *disonansi kognitif* tersebut, secara lebih ekstrim digambarkan oleh Manampiring (2023) dalam *Filosofi Teras* dengan ungkapan *too much information will kill you*. Melalui ungkapan tersebut, Manampiring (2023) menjelaskan bahwa jika terlalu banyak informasi yang diterima oleh manusia, sedangkan informasi tersebut tidak valid dan berasal dari media yang tidak kredibel, maka justru konten informasi tersebut dapat “membunuh” mental dan pola pikir manusia. Berangkat dari permasalahan tersebut, maka perlu adanya informasi yang faktual dan terverifikasi yang disiarkan dan disebar oleh media konvensional maupun *platform* digital. Media yang menyiarkan berita faktual itulah, secara esensial dan referensial dapat menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat.

Membahas tentang media sebagai sumber informasi bagi masyarakat, berdasarkan hasil analisis dan pengamatan secara umum, diketahui bahwa program atau acara berita yang disiarkan oleh televisi sebagai media konvensional hingga saat ini masih menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya oleh masyarakat. Pengamatan dan analisis tersebut, diperkuat juga dengan hasil riset yang pernah dilakukan oleh Suratman, et.al (2025); Samosir (2024); Wardhani et.al (2024); Purniati et.al (2022) dan Indiyati et.al. (2020). Lima hasil riset tersebut, secara spesifik menunjukkan bahwa informasi dan berita yang disiarkan melalui Televisi (TV) sebagai media komunikasi massa konvensional, lebih dipercayai oleh masyarakat dibanding dengan informasi dan berita yang disebar melalui *platform* digital atau media sosial. Merujuk pada lima hasil riset tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa acara atau program berita yang disiarkan oleh stasiun televisi menjadi sumber informasi yang mudah diakses dan didapatkan oleh masyarakat luas.

Acara dan program berita (*news program*) yang disiarkan melalui media televisi, pada perkembangannya mengalami berbagai inovasi dan transformasi sesuai proliferasi media dan teknologi penyiaran. Maka dari itu, pada saat ini telah banyak berdiri stasiun televisi swasta yang menyajikan banyak informasi dan program berita sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Terlebih lagi pada saat ini ada beberapa stasiun televisi swasta yang memiliki segmen dan fokus khusus untuk menyiarkan dan menyajikan program berita (*news program*), salah satunya adalah *Metro TV*. Membahas tentang stasiun televisi yang berfokus pada siaran dan sajian konten berita (*news*), maka tidak dapat dilepaskan dari *Metro TV* yang dapat dikategorikan sebagai pelopor stasiun televisi khusus program berita di Indonesia yang mengutamakan dan mengedepankan prinsip jurnalistik (Kurniadi, 2013). Dikategorikannya *Metro TV* sebagai stasiun televisi dan *channel* khusus berita, karena ada banyak program dan acara berita yang disiarkan secara inovatif dan variatif (Masful et al., 2023). Inovasi dan transformasi *Metro TV* dalam menyajikan program berita (*news program*), pada akhirnya berhasil mengubah *wajah*

televisi berita di Indonesia. Sejarah berdiri dan perkembangan Metro TV yang berhasil mengubah wajah televisi berita Indonesia tersebut, secara lebih lengkap dapat dibaca pada ulasan *headline* dengan judul “*Metro TV Lahir dan Mengubah Wajah Televisi Berita Indonesia*” (Artanti, 2025).

Merujuk pada informasi *headline* di atas, dapat diketahui bahwa Metro TV sebagai stasiun televisi sejak berdirinya hingga saat ini sudah konsisten dan berkomitmen untuk menyiarkan dan menyajikan program-program berita yang berkualitas, faktual dan dibutuhkan oleh masyarakat. Banyak program-program berita yang disiarkan Metro TV yang ditonton dan digemari oleh masyarakat, seperti misalnya *Kontroversi* (Yuwono et al., 2025), *Meet Nite Live* (Indrati, 2024) dan *Selamat Pagi Indonesia* (Nuralam et al., 2024). Program-program berita Metro TV yang masih banyak ditonton oleh masyarakat tersebut, dapat menjadi indikator bahwa berita (*news*) yang diproduksi dan disiarkan oleh Metro TV memiliki kualitas dan nilai berita yang baik berdasarkan kaidah dan prinsip jurnalistik. Lebih jauh dari itu, faktor lain yang menjadikan program-program berita Metro TV masih banyak ditonton oleh masyarakat di tengah masifnya media berita dari *platform* digital ataupun media sosial, ialah karena program berita Metro TV disajikan secara variatif dan kreatif, sehingga tidak monoton dan tidak membuat penontonnya merasa bosan dengan format siaran berita konvensional. Berdasarkan realitas tentang masih banyaknya masyarakat yang menonton dan menggemari program berita Metro TV seperti yang telah dikemukakan tersebut, maka sampai pada bagian ini dapat dikatakan bahwa faktor utama yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk menonton program berita TV tersebut ialah karena memang Metro TV berhasil menyajikan berita dengan kualitas yang baik dan memenuhi kaidah dan nilai jurnalistik dalam sebuah berita.

Mengkaji dan menganalisis secara lebih dalam mengenai program berita yang berkualitas dan inovatif yang ditayangkan dan disiarkan Metro TV seperti yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi bahwa program berita tersebut diproduksi oleh manajemen produksi yang baik, kreatif dan profesional. Manajemen produksi berita tersebut, memiliki tugas pokok dan fungsi utama untuk memproduksi dan menyajikan konten berita yang menarik, variatif dan memiliki nilai jurnalistik serta kualitas berita yang informatif bagi masyarakat. Dalam konteks studi dan aktivitas jurnalistik, kegiatan manajemen produksi berita tersebut dilaksanakan dan dikelola oleh *Manajemen Newsroom* pada masing-masing stasiun televisi atau media massa (cetak, elektronik dan online). *Manajemen Newsroom* inilah yang bertanggung jawab dan menjadi penentu keberhasilan siaran atau tayangan program berita pada sebuah media, termasuk juga di Metro TV. Didasarkan pada peran dan fungsi sentral dari *Manajemen Newsroom* tersebut, maka dapat diidentifikasi bahwa keberhasilan Metro TV dalam memproduksi dan menyajikan program berita yang menarik dan berkualitas tersebut, karena adanya Manajemen Newsroom yang baik dan profesional dalam Metro TV. Oleh karena itu, secara praktis dan pragmatis dapat dikatakan bahwa Manajemen Newsroom inilah yang menjadikan program berita yang disajikan oleh Metro TV menjadi menarik dan berkualitas. Aspek kualitas berita dan format penyajian berita yang variatif tersebut, menjadikan Metro TV sebagai televisi berita yang masih dipercaya oleh masyarakat hingga saat ini.

Berlatar belakang dari realitas dan aktivitas Manajemen Newsroom yang ada di Metro TV seperti yang telah diuraikan di atas, maka perlu dan penting untuk mengenal dan belajar langsung mengenai *Manajemen Newsroom Metro TV* bagi mahasiswa Program Studi Sarjana

(S1) Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta. Perlu dan pentingnya mengenal dan belajar langsung tentang Manajemen Newsroom Metro TV bagi mahasiswa KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta ini, karena salah satu *core* keilmuan dan keterampilan yang perlu dimiliki serta dikuasai oleh para lulusan Program Studi KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta adalah teori dan praktik jurnalistik. Dari segi teorinya, para mahasiswa KPI sudah mendapatkan bekal teori dan pengetahuan dasar tentang Ilmu Jurnalistik melalui mata kuliah *Dasar-Dasar Jurnalistik* yang diampu oleh Faisal Muzzamil, salah seorang Dosen Tetap Program Studi S1 KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien. Kemudian dari segi praktiknya, pembelajaran langsung untuk mengenal dan memahami tahapan kegiatan dalam Manajemen Newsroom Metro TV ini, dapat menjadi praktikum untuk mengimplementasikan teori dan pengetahuan jurnalistik yang sudah dipelajari di kelas secara formal dan klasikal. Berdasarkan keperluan dan kepentingan tersebut, maka dilaksanakanlah kegiatan Kunjungan Industri (*Industrial Visit*) ke Metro TV untuk mengenal, mempelajari dan memahami Manajemen Newsroom Metro TV.

Kegiatan Kunjungan Industri ke Metro TV seperti yang telah dikemukakan di atas, dapat dikategorikan sebagai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), karena dilaksanakan di luar aktivitas perkuliahan formal dan diikuti oleh seluruh mahasiswa Program Studi KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien. Tidak hanya mahasiswa yang sedang menempuh dan menyelesaikan mata kuliah *Dasar-Dasar Jurnalistik*, tapi seluruh mahasiswa Program Studi KPI, dan bahkan mahasiswa di luar Program Studi KPI, bisa mengikuti kegiatan Kunjungan Industri ke Metro TV. Oleh karena itu, seluruh mahasiswa yang mengikuti kegiatan Kunjungan Industri ke Metro TV ini, dapat diposisikan sebagai peserta atau mitra kegiatan PKM. Kemudian, dilaksanakannya kegiatan PKM dalam bentuk Kunjungan Industri (*Industrial Visit*) ke Metro TV ini, secara spesifik memiliki dua tujuan utama, yaitu: *Pertama*, untuk mengetahui peran dan fungsi Manajemen Newsroom dalam memproduksi program berita di Metro TV; *Kedua*, untuk memahami tahapan kegiatan Manajemen Newsroom dalam memproduksi program di Metro TV. Terakhir, mengacu pada dua tujuan utama dilaksanakannya kegiatan PKM tersebut, maka uraian pada bagian Hasil dan Pembahasannya, akan difokuskan pada dua poin berikut, yaitu: (1) Peran dan Fungsi Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita; (1) Tahapan Kegiatan Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri (*Industrial Visit*) ke Metro TV untuk memperkenalkan Manajemen Newsroom kepada para peserta atau mitra PKM ini, secara metodologis dilaksanakan dengan menggunakan metode *Service Learning*. Metode *Service Learning* sendiri, dalam konteks kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan metode yang dilaksanakan dengan cara memberikan pembelajaran dan pelayanan kepada masyarakat guna memecahkan permasalahan atau mencapai target dan tujuan tertentu (Muzzamil et al., 2025). Metode *Service Learning* yang digunakan dalam kegiatan PKM ini, pada tataran operasionalnya direalisasikan dengan cara memberikan pembelajaran (*learning*) dan memberikan pelayanan (*service*) (Muzzammil & Adilah, 2023). Dari aspek pembelajaran (*learning*), mahasiswa Program Studi KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta sebagai peserta kegiatan PKM diperkenalkan dengan peran dan fungsi Manajemen Newsroom dalam produksi program berita di Metro TV. Selanjutnya dari aspek pelayanan (*service*), peserta

kegiatan PKM diberikan kesempatan secara langsung merasakan proses dan tahapan kegiatan Manajemen Newsroom dalam produksi program berita di Metro TV.

Merujuk pada prosedural dan operasional metode *Service Learning* yang digunakan dalam kegiatan PKM ini, maka ada dua kegiatan utama dalam PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV, yaitu: *Pertama*, Pengenalan Peran dan Fungsi Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita di Metro TV; *Kedua*, Pemahaman Tahapan Kegiatan Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita di Metro TV. Dua kegiatan utama tersebut, akan diuraikan secara komprehensif dan sistematis pada bagian “Hasil dan Pembahasan”. Selanjutnya, berkenaan dengan metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini, diketahui bahwa secara spesifik ada enam bentuk kegiatan PKM, yaitu: (1) Pendidikan kepada Masyarakat; (2) Pelayanan kepada Masyarakat; (3) Pengembangan Hasil Penelitian; (4) Pengembangan Wilayah Terpadu; (5) Kuliah Kerja Nyata (KKN); (6) Transformasi Teknologi (Muzzammil & Jamiatussalamah, 2023). Mengacu pada enam bentuk kegiatan PKM tersebut, maka kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini, dapat dikategorikan pada kegiatan PKM dalam bentuk *Pendidikan Kepada Masyarakat*. Melalui kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ini, para peserta atau mitra kegiatan PKM diberikan pendidikan secara nonformal mengenai Manajemen Newsroom di Metro TV.

Kegiatan PKM dengan metode *Service Learning* seperti yang telah dipaparkan di atas, tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak terpenuhinya unsur-unsur yang melekat pada kegiatan PKM. Ada unsur-unsur yang perlu dipenuhi dalam kegiatan PKM ini, terdiri dari tujuh unsur berikut, yaitu: (1) *Waktu Kegiatan*: Kunjungan Industri ke Metro TV ini dilaksanakan pada Senin, 8 Desember 2025, dari mulai pukul 09:00 s.d. 13:00 WIB; (2) *Tempat Kegiatan*: Kegiatan PKM ini difokuskan di Ruangan Newsroom Gedung Metro TV yang alamat di Jl. Pilar Mas, Kav. A-D, Kedoya, Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11520; (3) *Narasumber Kegiatan*: Narasumber utama dalam kegiatan Kunjungan Industri ini, ialah Prihadi, Eksekutif Produser Metro TV; (4) *Peserta Kegiatan*: Kegiatan Kunjungan Industri ini diikuti oleh mahasiswa Program Studi (S1) KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien sebagai peserta atau mitra kegiatan PKM; (5) *Pelaksana Kegiatan*: Kegiatan Kunjungan Industri ini, secara teknis dan operasional dilaksanakan oleh Himpunan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (HIMAKOPI) STAI DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta; (6) *Materi Kegiatan*: Materi ini yang disampaikan oleh Prihadi (Eksekutif Prosedur Metro TV) sebagai Narasumber Kegiatan, ialah tentang Manajemen Newsroom di Metro TV; (7) *Rangkaian Kegiatan*: Seluruh rangkaian kegiatan dalam Kunjungan Industri ke Metro TV ini, terbagi ke dalam dua sesi utama, yaitu pemaparan materi tentang Manajemen Newsroom dan eksplorasi ruang (*room tour*) Studio Newsroom Metro TV.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN

Didasarkan atas realisasi kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri (*Industrial Visit*) ke Metro TV, maka diperoleh beberapa hasil dan capaian yang strategis dari kegiatan PKM tersebut. Hasil dan capaian dari kegiatan Kunjungan Industri ini, secara ideal telah sesuai dengan Tujuan dan Kegunaan kegiatan PKM yang telah direncanakan sebelumnya. Hasil dan Pembahasan kegiatan PKM ini, diuraikan dalam dua fokus bahasan yang terdiri dari: (1) Peran dan Fungsi Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita di Metro TV; (2) Tahapan Kegiatan

Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita di Metro TV. Secara lebih rinci dan sistematis, berikut uraian dari dua fokus pembahasan tersebut:

Peran dan Fungsi Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita di Metro TV

Pengetahuan dan informasi tentang peran dan fungsi Manajemen Newsroom di Metro TV didapatkan oleh para peserta kegiatan PKM melalui *sharing session* dengan Prihadi, Eksekutif Produser Metro TV, sebagai Narasumber utama dalam kegiatan PKM ini. Kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini, terdiri dari dua rangkaian kegiatan inti, yaitu: *sharing session* dan *room tour*. *Sharing Session* dalam konteks kegiatan PKM ini adalah penyampaian materi dan sesi diskusi dengan antara para peserta kegiatan PKM dengan Narasumber Kegiatan. Kemudian, yang dimaksud dengan *Room Tour* dalam konteks kegiatan PKM ini ialah para peserta kegiatan PKM diajak langsung untuk melihat dan merasakan secara empiris ruangan Newsroom di Metro TV. Itulah dua rangkaian kegiatan inti dalam kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini. Didasarkan atas dua rangkaian kegiatan inti tersebut, maka pada bagian ini akan diuraikan dan dibahas mengenai *sharing session* yang disampaikan oleh Narasumber Kegiatan kepada peserta kegiatan PKM.

Rangkaian kegiatan PKM yang pertama, seperti yang sudah dikemukakan di atas, ialah *sharing session* atau penyampaian materi dari narasumber kepada para peserta kegiatan PKM. Adapun materi yang disampaikan oleh narasumber tersebut, ialah tentang *Manajemen Newsroom* di Metro TV dari segi konseptual dan teoretis. Penyampaian materi tentang Manajemen Newsroom tersebut, dipaparkan oleh Prihadi, seorang Eksekutif Produser Metro TV. Dalam pemaparan tersebut, Narasumber menjelaskan segala entitas dan aktivitas yang berkenaan dengan Manajemen Newsroom di Metro TV. Mengamati dan mencermati materi yang disampaikan oleh narasumber pada saat *sharing session* tersebut, maka dapat disederhanakan bahwa ada tiga poin penting yang dipaparkan oleh narasumber tersebut, yaitu: (1) Pengertian Manajemen Newsroom; (2) Peran dan Fungsi Manajemen Newsroom; (3) Unsur dan Tahapan Manajemen Newsroom. Berikut adalah gambaran dan suasana ketika narasumber kegiatan memaparkan materinya pada saat *sharing session*:



Gambar 1. Sesi Pemaparan Materi oleh Narasumber Kegiatan (Dokumentasi Kegiatan, 2025)

Gambar 1 di atas, merupakan dokumentasi dan kondisi objektif pada saat pemaparan materi dan *sharing session* oleh Eksekutif Produser Metro TV sebagai Narasumber Kegiatan. Tampak pada Gambar 1 tersebut, narasumber sedang menjelaskan tentang pengertian, peran dan fungsi Manajemen Newsroom dalam sebuah proses produksi program berita di media massa. Berdasarkan penjelasan dari narasumber tentang Manajemen Newsroom, diketahui bahwa Manajemen Newsroom memiliki peran penting dan fungsi sentral dalam proses produksi program atau sajian berita di media massa, termasuk juga di Metro TV sebagai media massa elektronik. Narasumber mengawali pemaparan materi tentang Manajemen Newsroom dengan menguraikan secara umum mengenai pengertian peran dan fungsi Manajemen Newsroom. Dapat diamati pada Gambar 1 di atas, pada *slides* yang ditampilkan, yang ditampilkan ada narasi teks yang menjelaskan tentang Manajemen Newsroom. Secara lebih lengkap, berikut adalah kutipan dari teks yang ada pada *slides* tersebut: “*Manajemen Newsroom: ▪Newsroom adalah bagian penting dalam dunia pemberitaan ▪Newsroom merupakan bagian dari sebuah divisi pemberitaan di Stasiun TV*” (Prihadi, 2025).

Menganalisis dari penjelasan narasumber seperti yang dikutip di atas, maka dapat diketahui bahwa *Manajemen Newsroom* ini adalah entitas yang penting dan tidak dapat dipisahkan dari proses produksi berita pada sebuah stasiun televisi. Oleh karena itu, sampai pada bagian ini dapat dikatakan bahwa peran *Manajemen Newsroom* ini begitu vital dan sentral dalam rangkaian proses produksi program berita di Metro TV. Proses produksi program berita, tidak akan berjalan dan terlaksana dengan baik jika tidak ada *Manajemen Newsroom*. Maka dari itu, *Manajemen Newsroom* ini perlu dilaksanakan dengan baik oleh Divisi Pemberitaan pada setiap Stasiun TV, termasuk juga di Metro TV. Selanjutnya, ketika narasumber menyampaikan pemaparan materi tentang Manajemen Newsroom tersebut, tampak para peserta kegiatan Kunjungan Industri menyimak dan mengikutinya secara baik. Terlebih lagi pada saat sesi diskusi dan dialog, ada beberapa peserta kegiatan menyampaikan pertanyaan yang cukup menarik dan aktual terkait dengan Manajemen Newsroom maupun aktivitas jurnalistik lainnya. Berkenaan dengan para peserta kegiatan yang cukup aktif mengikuti *sharing session* tersebut, berikut adalah gambaran dan suasana pada saat para peserta kegiatan berada dalam ruangan khusus yang menjadi tempat *sharing session*:



Gambar 2. Para Peserta Kegiatan di Ruang Sharing Session (Dokumentasi Kegiatan, 2025)

Gambar 2 di atas, menunjukkan suasana dan kondisi objektif pada saat para peserta Kunjungan Industri berada dalam ruangan *sharing session*. Ruangan tersebut terletak pada Lantai 3 Gedung Metro TV. Ruangan yang menjadi tempat *sharing session* bersama narasumber kegiatan tersebut, pada dasarnya adalah ruangan untuk pertemuan (*meeting*) yang ada di Metro TV. Ada beberapa pertemuan yang biasanya dilakukan di ruangan tersebut, seperti di antaranya adalah rapat formal, rapat redaksi, penerimaan tamu kunjungan, maupun agenda pertemuan lainnya. Oleh karena itu, ketika Kunjungan Industri ini berlangsung maka para peserta kegiatan PKM ditempatkan pada ruangan tersebut guna dapat mengikuti pemaparan materi dan *sharing session* dengan baik. Selanjutnya, terkait dengan pemaparan materi yang disampaikan oleh narasumber, para peserta kegiatan atau mitra PKM mendapatkan banyak tambahan informasi dan pengetahuan baru mengenai Manajemen Newsroom dan ilmu jurnalistik lainnya. Berikut adalah tanggapan dari salah satu peserta kegiatan terhadap materi yang didapatkan selama Kunjungan Industri:

“Wah, tadi sih dapat ilmu banyak banget ya... Nambah pengetahuan gitu... Jadi tahu sekarang, gimana sih bikin program berita itu. Oh ternyata ada tahapan-tahapannya, ada cara-caranya. Terus tadi juga diceritain pengalaman waktu liputan di lapangan, menarik juga yaaa.. Jadi penasaran kalau jadi wartawan itu gimana... Makanya tadi seru gitu cerita dan penjelasannya, ada juga beberapa yang dicatat, karena baru tahu dan penting juga...”

Kutipan di atas merupakan hasil wawancara dengan salah satu peserta kegiatan pada saat selesai *sharing session*. Didasarkan atas kutipan wawancara di atas, dapat diidentifikasi bahwa kegiatan *sharing session* atau pemaparan materi tentang Manajemen Newsroom tersebut telah mencapai hasil yang baik. Bertambahnya pengetahuan dan informasi para peserta kegiatan seperti yang dapat diamati pada kutipan wawancara di atas, dapat menjadi indikator dari keberhasilan kegiatan *sharing session* tersebut. Materi yang disampaikan oleh Narasumber berhasil menjadi tambahan informasi dan pengetahuan baru bagi para peserta kegiatan Kunjungan Industri, terutama materi tentang Manajemen Newsroom dan aktivitas jurnalistik lainnya. Kemudian pada *sharing session* tersebut, ada materi dan informasi yang penting dan perlu juga untuk diuraikan pada bagian ini, yakni pemaparan materi tentang fungsi Manajemen Newsroom.

Berdasarkan pemaparan dari Narasumber Kegiatan pada saat menjelaskan tentang *Manajemen Newsroom* secara umum dan konseptual, maka dapat diketahui bahwa Manajemen Newsroom pada sebuah stasiun televisi memiliki fungsi yang urgen dan strategis. Fungsi Manajemen Newsroom tersebut, secara ideal dan prosedural diderivasi dari empat prinsip dalam Manajemen, yang populer dengan istilah *POAC* (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) (Syahputra & Aslami, 2023). Pada tataran praktisnya, empat prinsip manajemen tersebut dapat diartikan dengan empat poin berikut, yakni: *Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan* dan *Evaluasi*. Kemudian, dalam konteks Manajemen Newsroom ini, fungsi strategis dari Manajemen Newsroom pada sebuah stasiun televisi, mengacu juga pada empat prinsip Manajemen tersebut. Oleh karena itu, secara fungsional Manajemen Newsroom Metro TV memiliki empat fungsi yang terdiri dari: (1) Perencanaan Program Berita; (2) Pengorganisasian Program Berita; (3) Pelaksanaan Program Berita; (4) Evaluasi Program Berita. Keempat fungsi Manajemen Newsroom tersebut, lebih rinci diuraikan sebagai berikut:

Pertama, Perencanaan Program Berita. Ini merupakan implementasi dari prinsip *planning* (perencanaan) dalam Manajemen. Oleh karena itu, dalam konteks Manajemen Newsroom prinsip *planning* memiliki fungsi untuk mengatur perencanaan program berita yang akan diproduksi. Pada fungsi perencanaan ini, dirumuskan rencana berita yang akan diproduksi, proses produksi berita tersebut, hingga tahap editing produksi program berita tersebut; *Kedua*, Pengorganisasian Program Berita. Fungsi pengorganisasian ini, menjadi implementasi dari prinsip *organizing* (pengorganisasian) dalam Manajemen. Fungsi dari pengorganisasian ini berguna agar produksi program berita lebih terarah dan sistematis sesuai dengan mekanisme dalam produksi berita tersebut. Pada fungsi ini, proses produksi program berita diatur dan diorganisasikan sesuai dengan prosedur manajerial dalam Divisi Pemberitaan pada sebuah stasiun televisi; *Ketiga*, Pelaksanaan Program Berita. Fungsi ini merupakan inti dari proses produksi program berita pada sebuah stasiun televisi. Fungsi pelaksanaan ini, pada dasarnya adalah implementasi dari prinsip *actuating* (pelaksanaan) dalam Manajemen. Pada fungsi *actuating* atau pelaksanaan inilah, program berita diproduksi sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian yang telah ditetapkan sebelumnya; *Keempat*, Evaluasi Program Berita. Prinsip keempat dalam Manajemen ialah *controlling* (evaluasi). Dari prinsip keempat inilah, maka secara manajerial perlu adanya evaluasi dari program yang dilaksanakan, termasuk juga dalam produksi program berita. Maka dari itu, pada fungsi evaluasi ini semua program berita yang sudah diproduksi dan ditayangkan di Metro TV, dievaluasi secara berkala sesuai mekanisme dari Divisi Pemberitaan.

Demikian itulah uraian tentang peran dan fungsi Manajemen Newsroom dalam produksi program berita di Metro TV. Dari uraian tersebut, maka dapat diketahui bahwa *sharing session* dalam kegiatan Kunjungan Industri ke Metro TV ini, telah terlaksana dengan baik dan telah mencapai tujuan kegiatan PKM yang sudah direncanakan sebelumnya. Indikator keberhasilan dan telah tercapainya tujuan kegiatan PKM ini, dapat diamati dari *feedback* atau tanggapan peserta kegiatan PKM yang mendapatkan informasi dan pengetahuan tambahan tentang Manajemen Newsroom di Metro TV ini. Didasarkan atas *feedback* peserta kegiatan PKM tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *sharing session* pada kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ini telah mencapai hasil yang baik. Terakhir, dari uraian hasil kegiatan *sharing session* tersebut, didapatkan juga dua temuan utama (*main finding*) dalam kegiatan PKM ini, yaitu: *Pertama*, Manajemen Newsroom memiliki peran penting dalam proses produksi program berita di Metro TV; *Kedua*, Manajemen Newsroom memiliki empat fungsi strategis dalam produksi program berita di Metro TV, yakni fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan dan fungsi evaluasi.

Tahapan Kegiatan Manajemen Newsroom dalam Produksi Program Berita di Metro TV

Rangkaian kegiatan kedua pada kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini, ialah *room tour* (pengenalan dan eksplorasi ruang) tempat dan ruangan Newsroom Metro TV. Pengenalan ruangan tersebut, berguna agar para peserta kegiatan Kunjungan Industri dapat belajar dan merasakan suasana (*ambience*) langsung di Newsroom atau ruang produksi program berita di Metro TV. Sebelum para peserta kegiatan Kunjungan Industri, Narasumber Kegiatan menjelaskan bahwa secara praktis ada tiga tahapan yang dilaksanakan dalam Manajemen Newsroom di Metro TV, yakni: (1) Tahap Pra Produksi (*Pre Production*); (2) Tahap Produksi (*Production*); (3) Tahap Pasca Produksi (*Post Production*). Narasumber

menjelaskan secara rinci setiap tahapan dalam kegiatan Manajemen Newsroom ini. Penjelasan rinci mengenai setiap tahapan dalam kegiatan Manajemen Newsroom tersebut, disampaikan pada saat *sharing session* yang memaparkan tentang tahapan dan alur kerja Manajemen Newsroom di Metro TV. Berikut adalah gambaran pada saat Narasumber menjelaskan tahapan kegiatan dalam Manajemen Newsroom di Metro TV:



Gambar 3. Tahapan Kegiatan Manajemen Newsroom Metro TV (Dokumentasi Kegiatan, 2025)

Gambar 3 di atas merupakan kondisi objektif pada saat Narasumber memaparkan dan menjelaskan materi tentang tahapan kegiatan dalam Manajemen Newsroom. Tampak pada *slides* materi yang dipaparkan oleh Narasumber, bahwa secara praktisnya ada tiga tahapan dalam kegiatan Manajemen Newsroom, yaitu: *Pre Production*, *Production* dan *Post Production* (Prihadi, 2025). Oleh karena itu, mengacu pada pemaparan materi dari Narasumber tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa ada tiga tahapan dalam kegiatan Manajemen Newsroom dalam produksi program berita di Metro TV, yaitu: (1) Tahap Pra Produksi; (2) Tahap Produksi; (3) Tahap Pasca Produksi. Secara singkat, uraian dari ketiga tahapan kegiatan Manajemen Newsroom tersebut, dipaparkan di bawah ini:

Pertama, Tahap Pra Produksi. Tahap ini merupakan tahap perencanaan dan pembahasan konsep program berita yang akan diproduksi. Tahap pertama ini biasanya dilakukan dengan cara rapat redaksi dan *brainstorming* untuk mendapatkan ide dan konsep program berita yang aktual, faktual dan menarik. Rapat Redaksi pada Tahap Pra Produksi ini, biasanya dilaksanakan pada ruangan khusus yang digunakan untuk Rapat Redaksi (Lihat Gambar 4); *Kedua*, Tahap Produksi. Tahap kedua ini merupakan tahapan dalam membuat dan memproduksi program berita. Tahap Produksi program berita ini, dibagi ke dalam dua kategori, yakni *Tapping* (Format Rekaman) dan *Live* (Siaran Langsung). Proses produksi program berita pada Tahap Produksi ini, dilakukan di Studio khusus program siaran atau acara berita Metro TV (Lihat Gambar 5); *Ketiga*, Tahap Pasca Produksi. Pada tataran praktisnya, tahap ketiga ini dapat disebut juga sebagai proses *editing* atau *processing* dari hasil produksi program berita yang dilaksanakan di Studio Siaran (Lihat Gambar 5).

Itulah tiga tahapan dalam kegiatan Manajemen Newsroom pada Program Berita di Metro TV. Setelah dijelaskan tentang tiga tahapan kegiatan Manajemen Newsroom tersebut, maka rangkaian kegiatan selanjutnya adalah *room tour* ke beberapa ruangan yang ada di Metro TV.

Ruangan yang diperkenalkan kepada para peserta Kunjungan Industri ini, adalah ruangan yang digunakan dalam proses produksi program berita, dari mulai ruangan yang digunakan pada tahap *Pre Production* (Pra Produksi), *Production* (Produksi), hingga tahap *Post Production* (Pasca Produksi). Kegiatan *room tour* tersebut dipandu langsung oleh Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Metro TV. Para peserta Kunjungan Industri, diajak langsung melihat dan merasakan suasana beberapa ruangan yang menjadi tempat produksi program berita di Metro TV. Pengenalan ruangan atau *room tour* tersebut diawali dengan membawa peserta Kunjungan Industri melihat dan merasakan ruang kerja para karyawan Metro TV. Pada ruangan tersebut juga, para karyawan biasanya melakukan rapat redaksi dan melakukan aktivitas lain sesuai dengan tugas dan deskripsi kerjanya masing-masing. Berikut adalah gambaran umum dari ruangan kerja yang ada di Newsroom Metro TV:



Gambar 4. Ruang Kerja Karyawan Metro TV (Dokumentasi Kegiatan, 2025)

Gambar 4 di atas, merupakan gambaran dan suasana pada saat para peserta Kunjungan Industri sedang melihat dan merasakan langsung Ruang Kerja para karyawan Metro TV. Tampak pada Gambar 4 tersebut, para peserta Kunjungan Industri melihat dan menyimak langsung para karyawan Metro TV yang tengah bekerja dan menjalankan tugasnya masing-masing untuk memproduksi program berita yang menarik dan informatif bagi masyarakat. Selanjutnya para peserta Kunjungan Industri tersebut dibawa oleh pemandu *room tour* untuk melihat dan merasakan Studio Siaran yang biasa digunakan dalam memproduksi program berita di Metro TV. Studio Siaran tersebut, berbentuk ruangan yang luas dan besar disertai dengan perangkat dan alat yang digunakan untuk proses *tapping* atau *live* siaran berita. Selain perangkat dan alat yang digunakan untuk proses produksi program berita, Studio tersebut tentunya dilengkapi juga dengan kursi penonton atau audiens yang dapat menampung banyak penonton. Berikut adalah gambaran umum Studio yang menjadi tempat produksi program berita di Metro TV:



Gambar 5. Studio Siaran Program Berita Metro TV (Dokumentasi Kegiatan, 2025)

Gambar 5 di atas, adalah dokumentasi kegiatan ketika para peserta Kunjungan Industri melihat dan merasakan langsung ruangan besar yang menjadi tempat proses produksi dan siaran program berita Metro TV. Dapat dilihat dari Gambar 5 tersebut, Studio Siaran Berita Metro TV tersebut berukuran luas dan besar. Tampak juga pada Gambar 5 tersebut, pemandu *room tour* menjelaskan secara rinci mengenai segala hal yang berkenaan dengan ruangan Studio Siaran tersebut. Para peserta Kunjungan Industri juga, antusias dan bersemangat untuk mendengarkan penjelasan dari pemandu *room tour*. Informasi tentang Studio Siaran Program Berita di Metro TV tersebut, menjadi pengetahuan dan ilmu baru bagi para peserta kegiatan Kunjungan Industri karena dapat melihat dan merasakan langsung kondisi dan suasana di dalam Studio yang selama ini hanya bisa dilihat dari televisi dan hanya dipelajari dari aspek teori. Oleh karena itu, kegiatan *room tour* ini *impression* dan *experience* tersendiri bagi para peserta kegiatan Kunjungan Industri, karena bisa melihat dan merasakan langsung *ambience* dan *atmosphere* Studio Siaran Metro TV. Ruangan terakhir yang dikunjungi oleh para peserta kegiatan Kunjungan Industri ini, ialah *Newsroom* atau ruangan editing program berita. Pada ruangan inilah seluruh program, acara dan tayangan yang ada di Metro TV mengalami proses editing yang selektif dan ketat. Hasil dari proses editing di *Newsroom* tersebutlah yang ditayangkan di Metro TV. Oleh karena itu, seluruh program dan acara berita yang ditayangkan di Metro TV telah melalui proses editing di ruangan *Newsroom* ini. Berikut adalah gambaran dari ruangan *Newsroom* Metro TV yang dikunjungi oleh peserta kegiatan Kunjungan Industri:



Gambar 6. Newsroom Metro TV (Dokumentasi Kegiatan, 2025)

Gambar 6 di atas, adalah dokumentasi empiris dari suasana *Newsroom* atau ruang pengolahan program berita di Metro TV. Pada ruangan inilah dilakukan editing dan pengolahan program berita sebelum disiarkan dan ditayangkan di Metro TV. Newsroom Metro TV ini juga, menjadi ruangan terakhir yang dikunjungi oleh peserta kegiatan Kunjungan Industri. Keseluruhan ruangan yang dikunjungi oleh peserta kegiatan Kunjungan Industri selama kegiatan *room tour* ini, ada tiga ruangan yang meliputi: (1) Ruang Kerja Karyawan; (2) Studio Siaran Berita; (3) Newsroom Metro TV. Tiga ruangan yang dikunjungi oleh peserta kegiatan Kunjungan Industri tersebut, mengacu pada sistematika tahapan kegiatan dalam Manajemen Newsroom Metro TV yang terdiri dari: (1) Tahap Pra Produksi; (2) Tahap Produksi; (3) Tahap Pasca Produksi. Setelah selesai kegiatan *room tour* tersebut, maka secara formal selesai juga rangkaian kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini. Setelah selesainya kegiatan Kunjungan Industri ini, pasaran peserta kegiatan PKM mendapat tambahan informasi dan pengetahuan baru secara empiris dan praktis mengenai tahapan dalam produksi program berita di Metro TV. Realitas mengenai bertambahnya pengetahuan peserta kegiatan PKM setelah dilaksanakannya kegiatan *room tour* ini, dapat diamati dari *feedback* atau tanggapan salah seorang peserta kegiatan PKM pada saat diwawancara:

“Ga nyangka banget, yang selama ini dilihat di tivi, sekarang kita ada di sini yaaaah... Tadi lihat ruang kerja Metro TV, keren loh... Studionya besar, terus tadi juga ke ruang editing gitu, banyak peralatan dan perangkatnya. Sekarang bisa tahu, jadi gini yah prosesnya, oh gitu yah cara produksinya... Jadi nambah ilmu baru deh, soalnya kan selama ini hanya belajar di kelas ajah, atau ya paling nonton di tivi... Sekarang bisa lihat langsung sama belajar langsung soal produksi berita ini... Seru lah, nambah ilmu juga...”

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa kegiatan *room tour* untuk memperkenalkan secara langsung mengenai tahapan kegiatan Manajemen Newsroom Metro TV ini, telah mencapai hasil yang baik dan memenuhi tujuan kegiatan Kunjungan Industri yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dari *feedback* salah seorang peserta kegiatan PKM dalam kutipan wawancara di atas, maka dapat diketahui bahwa setelah mengikuti kegiatan *room tour* di Metro TV ini, pengetahuan dan informasi peserta kegiatan Kunjungan Industri menjadi bertambah. Dengan belajar langsung di Newsroom Metro TV, maka secara empiris

para peserta kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam bidang Jurnalistik.

Demikian uraian tentang tahapan kegiatan Manajemen Newsroom dalam produksi program berita di Metro TV. Dari uraian dan pembahasan tersebut, maka sampai pada bagian dapat disimpulkan bahwa kegiatan *room tour* untuk memperkenalkan tahapan kegiatan dalam proses kerja Manajemen Newsroom di Metro TV telah mencapai hasil yang baik. Indikator keberhasilan dari kegiatan *room tour* tersebut, dapat diamati dari bertambahnya pengetahuan para peserta kegiatan Kunjungan Industri mengenai proses kerja dan tahapan kegiatan Manajemen Newsroom Metro TV. Terakhir, dari uraian tentang tahapan kegiatan Manajemen Newsroom tersebut, didapatkan temuan utama (*main finding*) dari hasil kegiatan PKM ini. Temuan tersebut ialah tentang tiga tahapan kegiatan dalam Manajemen Newsroom Metro TV yang terdiri dari: (1) Tahap Pra Produksi (*Pre Production*); (2) Tahap Produksi (*Production*); (3) Tahap Pasca Produksi (*Post Production*).

KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil dan Pembahasan mengenai kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV yang sudah diuraikan sebelumnya, maka sampai pada bagian ini dapat disimpulkan bahwa Kunjungan Industri ke Metro TV sebagai bentuk kegiatan PKM, secara spesifik telah mencapai hasil yang baik dan memenuhi tujuan serta kegunaan dari dilaksanakannya kegiatan PKM ini. Ada dua tujuan utama yang telah dicapai melalui kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini, yaitu: *Pertama*, untuk mengetahui peran dan fungsi Manajemen Newsroom dalam memproduksi program berita di Metro TV; *Kedua*, untuk memahami tahapan kegiatan Manajemen Newsroom dalam memproduksi program di Metro TV. Dua tujuan tersebut telah tercapai melalui dua rangkaian kegiatan utama dalam Kunjungan Industri, yakni *sharing session* dan *room tour*.

Kemudian secara signifikan, dari hasil kegiatan PKM yang berguna untuk memperkenalkan para peserta kegiatan kepada Manajemen Newsroom Metro TV ini, didapatkan dua temuan utama (*main finding*) dari hasil Kunjungan Industri ini. Dua temuan tersebut ialah: *Pertama*, Manajemen Newsroom memiliki peran penting dalam program berita di Metro TV, terutama pada empat fungsi yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi; *Kedua*, Ada tiga tahapan kegiatan dalam Manajemen Newsroom program berita di Metro TV, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PKM berupa Kunjungan Industri ke Metro TV ini, tidak dapat terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, secara khusus diucapkan terima kasih kepada tiga pihak berikut: (1) Metro TV, karena sudah berkenan menyediakan tempat dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat; (2) Himakopi, karena sudah melaksanakan kegiatan Kunjungan Industri ke Metro TV; (3) Mahasiswa Program Studi KPI STAI DR. KHEZ. Muttaqien, karena sudah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan Kunjungan Industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Artanti, A. A. (2025). *Metro TV Lahir dan Mengubah Wajah Televisi Berita Indonesia*. Medcom ID. <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/zNP117PN-metro-tv-lahir-dan-mengubah-wajah-televisi-berita-indonesia>
- Brendon, P. (1988). A History of News by Mitchell Stephens: Book Review. *Columbia Journalism Review*, 27(3), 58.
- Hanum, A. N., Utami, D., & Suwarso, W. A. (2022). Disonansi Kognitif Masyarakat Kalimantan Barat Akibat Banjir Informasi Covid-19. Ekspresi Dan Persepsi: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 39–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3454>
- Indiyati, D., Chotijah, S., Khusnia, H. N., & Muhlis. (2020). Media VS Public Trust During The Pandemic. *JcommSci: Journal of Media and Communication Studies*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jcommsci.v1i1.95>
- Indrati, I. (2024). News Innovation Through Infotainment in the “Meet Nite Live” Program on Metro TV News Television. *Jurnal ASPIKOM: Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi*, 9(2), 267–284. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v9i2.1606>
- Kurniadi, O. (2013). Budaya Jurnalistik di Metro TV. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 133–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkk.v1i2.6038>
- Manampiring, H. (2023). *Filosofi Teras*. Kompas Gramedia.
- Masful, M. F., Hutapea, E. B. T., & Arydianto, E. (2023). Evaluasi dan Rekomendasi Siaran Berita di Metro TV. *Journal of Servite*, 5(1), 62–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.37535/1020054120237>
- McAnany, E. G. (2014). Wilbur Schramm: Beginnings of the “Communication” Field. *Communication Research Trends*, 33(4), 3.
- Muzzamil, F., Hasanah, H. L., Agnia, S. F., Basyariyyah, R. K., & Rodiah. (2025). Manajemen Produksi Podcast Dakwah di MUI Purwakarta. *Jamas: Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(1), 747–760. <https://doi.org/https://doi.org/10.62085/jms.v3i1.168>
- Muzzammil, F., & Adilah. (2023). Voicetainer sebagai Peluang Kerja bagi Generasi Milenial dalam Bidang Komunikasi dan Public Speaking. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 129–143. <https://doi.org/https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i2.2293>
- Muzzammil, F., & Jamiatussalamah, E. (2023). Sharing and Training Basic Journalistic: Pengenalan dan Pelatihan Jurnalistik Dasar untuk Kalangan Remaja di Purwakarta. *Al Basirah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.58326/jab.v3i1.55>
- Nuralam, D., Shabana, A., & Muksin, N. N. (2024). Analisis Produksi Program Berita “Selamat Pagi Indonesia” di Metro TV. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.24853/jbk.2.1.2024.1-9>

- Purniati, D., Samsu, & Iqbal, A. (2022). Pemanfaatan Media Televisi dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Masyarakat Desa Sungai Ruan Ilir Kabupaten Batang Hari. *Journal of Religion and Film*, 1(1), 19–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/jrf.v1i1.3>
- Rosemarwati, T. U., & Lindawati, L. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Sumber Berita oleh Jurnalis Media Daring di Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(2), 101–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1744>
- Samosir, K. M. R. (2024). Perbandingan Eksistensi Media Arus Utama Televisi dan Media Sosial sebagai Sumber Berita Terpercaya di Jabodetabek. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 3454–3478. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.4681>
- Stephens, M. (1988). *A History of News*. Oxford University Press.
- Suratman, A., Salsabila, N., Sari, A., Lutfiana, R., Wijayanti, N. P., & Nugraha, J. T. (2025). Tingkat Kepercayaan Publik dalam Mengonsumsi Berita Melalui Media Sosial VS Media Konvensional. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2466>
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>
- Wardhani, A. C., Ashaf, A. F., Kartika, T., Aryanti, N. Y., Purnama, A., & Nugroho, M. Y. (2024). Tingkat Kepercayaan Masyarakat terhadap Media di Lampung. *JIK: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(2), 238–254. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v22i2.8211>
- Yuwono, A. P., Zebua, D., & El Hida, R. (2025). Proses Produksi Program Kontroversi di Metro TV. *Indonesian Scholar Journal of Communication (ISJC)*, 3(02), 54–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.54402/isjc.v3i02.716>