

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1.1. Penegasan Judul

Dalam penulisan laporan praktik kerja lapangan ini, penulis telah melaksanakan studi lapangan pada program Guyon Gayeng di ADiTV Yogyakarta. Dengan latar belakang tersebut penulis telah menentukan judul laporan “Peran Editor Dalam Promo Program Guyon Gayeng di ADiTV Yogyakarta”. Penegasan judul ini bertujuan untuk membatasi kajian penelitian, adapun pembatasan pembatasan penelitian sebagai berikut.

1.1.1. Peran

Secara umum, pengertian peran adalah suatu rangkaian perilaku yang diharapkan dari seseorang berdasarkan posisi sosial, baik secara formal maupun informal. Ada juga yang mengatakan bahwa arti peran adalah suatu aspek dinamis dari status sosial atau kedudukan. Artinya, ketika seseorang dapat melaksanakan kewajiban dan mendapatkan haknya maka orang tersebut telah menjalankan sebuah peran.

Menurut Soekanto (2009), arti peran adalah suatu pekerjaan yang dilakukan dengan dinamis sesuai dengan status atau kedudukan yang disandang. Status dan kedudukan ini sesuai dengan keteraturan sosial, bahkan dalam keteraturan tindakan semuanya disesuaikan dengan peran yang berbeda.

1.1.2. Editor

Editor atau penyunting gambar adalah orang atau program yang melakukan penyuntingan (pengeditan), perubahan pada suatu naskah, berita, audio, gambar, video, film baik di media cetak, media elektronik, maupun di media baru. Editor adalah seorang profesional yang bertanggung jawab mengkonstruksi cerita secara estetis dari *shot-shot* yang dibuat berdasarkan skenario dan konsep penyutradaraan sehingga menjadi sebuah cerita yang utuh.

Seorang editor dituntut memiliki *sense of story telling* (kesadaran/rasa/indra penceritaan) yang kuat, sehingga sudah pasti dituntut sikap kreatif dalam menyusun shot-shotnya. Maksud *sense of story telling* yang kuat adalah editor harus sangat mengerti akan konstruksi dari struktur cerita yang menarik, serta kadar dramatik yang ada di dalam *shot-shot* yang disusun dan mampu mengesinambungkan aspek emosionalnya dan membentuk irama adegan/cerita tersebut secara tepat dari awal hingga akhir (Latief, 140:2015).

1.1.3. Promo

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan *omzet* penjualan. Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, pengertian promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan promosi adalah salah satu cara perusahaan (barang/jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya.

Menurut Tjiptono (387:2015), arti promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Setiawan, Samhis. “Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli”. GuruPendidikan.com, September 2, 2020.

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>

1.1.4. Program Guyon Gayeng

Menurut *Company Profile* ADiTV (2020), program Guyon Gayeng merupakan program baru di ADiTV dengan format program *variety show*,

perdana tayang bulan Maret 2020. Program “Guyon Gayeng” adalah acara tayangan televisi yang dikemas untuk memberikan tontonan segar/gayeng sekaligus memberikan edukasi. Guyon Gayeng sering dijadikan sebagai sarana hiburan, menyampaikan pesan bahkan bisa jadi media menyelesaikan suatu persoalan.

Menyajikan obrolan hangat dan menarik yang dipadu oleh 2 host yaitu Heni Paranita dan Bagoes Mahotra dibantu juga oleh Lek Man yang berperan sebagai asisten rumah tangga. Suasana yang dihadirkan lebih ceria dengan adanya *Home Band* bersama penyanyinya yang menyanyikan lagu-lagu campurari.

1.1.5. ADiTV Yogyakarta

ADiTV adalah sebuah stasiun televisi lokal di Yogyakarta dengan siaran bernuansa Islam. Stasiun televisi yang dimiliki oleh Persyarikatan Muhammadiyah ini bermarkas di Jl. Raya Tajem Km 3 Sleman, Yogyakarta. Awalnya sebagai televisi komunitas yang dimiliki oleh Universitas Ahmad Dahlan, namun seiring perkembangan dimiliki oleh Muhammadiyah menjadi televisi lokal di Yogyakarta.

ADiTV diluncurkan pada tanggal 18 Juli 2009, bertepatan dengan pelaksanaan Muktammar Muhammadiyah 2009. ADiTV sendiri didirikan sebagai hasil amanat Muktammar Muhammadiyah pada tahun 1995. Dipilihnya Jogja sebagai basis ADiTV karena kota ini memiliki imej dan tempat yang khusus bagi Indonesia sebagai daerah istimewa. Dengan atmosfer pendidikan dan budaya yang masih kental, televisi ini dipastikan akan berkembang dengan baik ke depannya.

Format program ADiTV adalah informasi, edukasi dan budaya lokal yang disajikan dalam bentuk hiburan yang bermaksud untuk menjangkau pemirsa dari segala usia. ADiTV mempunyai no izin prinsip siaran 96/KEP/M.KOMINFO/3/2009. Stasiun televisi ini merupakan anggota jaringan *City TV Network*.

1.2. Televisi swasta di Indonesia

Indonesia merupakan negara yang tidak kalah maju dalam dunia pertelevisian khususnya di kawasan Asia. Siaran televisi pertama kalinya di ditayangkan tanggal 17 Agustus 1962 yaitu bertepatan dengan peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke XVII. Pada saat itu, siaran hanya berlangsung mulai pukul 07.30 sampai pukul 11.02 WIB untuk meliput upacara peringatan hari Proklamasi di Istana Negara. Namun yang menjadi tonggak Televisi Republik Indonesia (TVRI) adalah ketika Indonesia menjadi tuan rumah Asian Games ke IV di Stadion Utama Senayan. Dengan adanya perhelatan tersebut maka siaran televisi secara kontinyu dimulai sejak tanggal 24 Agustus 1962 dan mampu menjangkau dua puluh tujuh propinsi yang ada pada waktu itu.

Seiring dengan kemajuan demokrasi dan kebebasan untuk berekspresi, pada tahun 1989 pemerintah mulai membuka kran izin untuk didirikannya televisi swasta. Pada tanggal 24 Agustus 1989 stasiun televisi pertama yang melakukan siaran adalah Rajawali Citra Televisi atau RCTI. Siaran pada waktu itu hanya mampu diterima dalam ruang lingkup yang terbatas yaitu wilayah JABOTABEK saja, daerah lain dapat menangkap siarannya dengan memanfaatkan decoder.

Setelah RCTI kemudian secara berurutan diluncurkan stasiun televisi Surya Citra Televisi (SCTV) pada tahun 1990 dan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) pada tahun 1991. Siaran nasional RCTI dan SCTV baru dimulai tahun 1993 kemudian pada tahun 1994 berdiri ANTeve dan Indosiar. Hingga saat ini tercatat ada 11 stasiun televisi yang mengudara secara nasional, selain stasiun tersebut di atas ada Trans TV, Global TV, Lativi, Metro Tv dan TV7.

Dibukanya kebebasan pers dalam era reformasi ini bukan tidak menimbulkan banyak tantangan, ketika dunia pertelevisian kita yang dinilai oleh Garin Nugroho sebagai bayi yang langsung diajak menjadi dewasa dengan berbagai permasalahan, khususnya sumber daya manusia. Percepatan transformasi yang dipaksakan tersebut menjadikan kultur industri televisi bertumbuh setengah jadi yang berwajah dua. Pada satu wajah,

percepatan industri televisi melahirkan percepatan sumber daya manusia pada teknologi dan manajemen produksi dalam pertumbuhan berskala deret ukur. Sementara, pada wajah lain, kreativitas mengelola ide bertumbuh deret hitung. Sebutlah, kelangkaan penulis skenario hingga ide. Pada aspek apresiasi, masyarakat diperkenalkan dengan berbagai jenis program televisi dari berbagai bentuk kuis, *talk show*, opera hingga *variety show*. Inilah transformasi masyarakat lisan dan baca menjadi masyarakat televisi. Sebuah migrasi besar-besaran panduan media yang menjadikan seluruh kehidupan akan mendapatkan bias dari televisi. Ketika jumlah stasiun televisi swasta terus meningkat pesat, ekonomi masih mengalami krisis, kue iklan hampir sama, dan tatanan status dan peran televisi baik nasional diatur oleh Undang-Undang Penyiaran yang disatu sisi masih menimbulkan pro dan kontra di masyarakat pertelevisian.

Melihat dari sisi media televisi (swasta) sebagai industri, memang menjadi sebuah dilema dan permasalahan tersendiri antara idealisme program siaran yang akan disajikan dengan pertarungan untuk mendapatkan “pendapatan” agar mampu mempertahankan eksistensinya. Masyarakat audience sebagai tolok ukur sajian program siaran juga menjadi kurang objektif ketika dihadapkan pada kebutuhan pelaku iklan sebagai nyawa industri televisi. Maka tidak heran jika satu produk sebuah televisi yang banyak diminati (berdasarkan *polling Survey Research* Indonesia yang belum tentu akurat) kemudian akan diikuti secara berbondong-bondong oleh stasiun yang lainnya. Keseragaman yang tidak mungkin menimbulkan kebingungan masyarakat. Bahkan secara umum masing-masing stasiun televisi di Indonesia belum punya identitas diri agar lebih mudah dikenal masyarakat. Menurut pandangan penulis baru Metro TV saja yang dari awal mengukuhkan dirinya sebagai stasiun news, meskipun di beberapa jam siarnya masih “tergoda” untuk menyiarkan program hiburan.

Di era reformasi sekarang ini pemerintah membuka kebijakan untuk membuka selebar-lebarnya kebebasan pers. Hal ini menimbulkan suasana baru di bidang jurnalistik cetak maupun elektronik tidak terkecuali media televisi. Hal yang paling mencolok adalah menjamurnya stasiun-stasiun

televisi lokal yang didirikan di beberapa daerah. Namun sayang karena kurangnya sumber daya manusia yang kompetibel atau faktor manajemen perusahaan yang kurang mapan atau bahkan kurang jeli dalam membidik peluang program siaran kelokalan yang cocok untuk kultur audience lokal, maka banyak dijumpai stasiun televisi lokal yang belum begitu maju dan hanya terkesan bertahan atau bahkan gulung tikar. Hal ini dapat dilihat adanya benang merah ketika membandingkan televisi lokal yang harus berusaha bertarung untuk menggaet pemirsa lokalnya dengan televisi nasional dengan daya tarik sajian program acaranya yang mampu menjangkau audience secara luas.

Televisi lokal sekarang harus berjuang lebih keras dengan adanya persoalan Rancangan Peraturan Pemerintah tentang penyiaran yang berpotensi membatasi banyak hal di dunia penyiaran kita. Rancangan Peraturan Pemerintah tentang penyiaran ini dalam realitanya sangat tidak sejalan dengan UU Penyiaran, yang seharusnya di pegang oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), banyak terpengas dengan kewenangan Pemerintah yang terlalu besar. Sehingga mengingatkan kita pada jaman orde baru yang serba mengikat dan tak mendapat kebebasan dari pemerintah (Asosiasi Televisi Lokal Indonesia). Hal ini tentunya menjadi keprihatinan, ketika televisi lokal yang diharapkan sebagai warna baru dunia penyiaran tanah air dan menjadi salah satu media massa yang menjadi kebanggaan masyarakat daerah dengan semangat kelokalan/otonomi daerah sudah harus berhadapan dengan berbagai tantangan. Berbagai daerah selama ini di sadari kurang optimal diangkat dalam wujud audio visual. Sehingga kehadiran televisi lokal, menjadi solusi penting untuk hal tersebut. Paket tayangan yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi, dan unsur kedaerahan lainnya tentunya menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat tersebut, demi optimalisasi pembangunan setempat. Termasuk diantaranya harapan atas peluang pembukaan lapangan pekerjaan baru bagi daerah.

1.3. Siaran lokal

Sebagaimana namanya, siaran lokal disiapkan untuk konsumsi lokal. Dalam siarannya, bahasa yang dipakai bisa bahasa daerah setempat untuk acara-acara tertentu misalnya: wayang, ketoprak, ludruk, dan sejenisnya, namun bahasa pengantarnya tetap bahasa Indonesia.

Di negara negara maju seperti di Eropa, Amerika, dan Jepang, persentase acara lokalnya lebih besar dibandingkan acara nasional. Bahkan televisi lokal di negara maju ini hanya mengambil beberapa acara nasional yang dianggap penting saja, misalnya berita nasional, berita dunia, dan acara-acara lain seperti olahraga yang disenangi umumnya masyarakat seperti sepakbola, nulutangkis, tenis, tinju, dan seterusnya.

Acara siaran lokal bisa menjadi menarik jika dipilihkan jenis-jenis kegiatan yang populer ditengah masyarakat seperti kesenian, kebudayaan, agrobisnis, pendidikan nonformal, serta kepentingan-kepentingan umum lainnya. Tentu, penggarapan dan jam tayangnya juga harus diperhitungkan. Acara hiburan anak anak umpamanya sangat cocok ditempatkan siang menjelang sore saat anak-anak sedang bersantai dirumah atau saat sepulang sekolah.

Logikanya penonton lokal akan merasa senang jika disuguhi acara-acara yang sesuai dengan selera (lokal) mereka. Misalnya ADITV Yogyakarta yang selalu menyuguhkan pertunjukan seperti Wayang Seno, Wayang Cakruk, ketoprak, Wedhang Ronde, dan lain-lain. Semuanya ditampilkan dalam bahasa Jawa yang sesekali disisipi bahasa Indonesia.

Yogyakarta

Stasiun Televisi	Frekuensi	Jaringan	Kabupaten/Kota
TVRI Jogja	22 UHF	TVRI	Yogyakarta
Akindo TV	4 VHF		Yogyakarta ^[10]
RBTv	40 UHF	Kompas TV	Yogyakarta
ADITV	44 UHF	City TV Network	Yogyakarta
Jogja TV	48 UHF	Indonesia Network	Yogyakarta
MMTC TV	49 UHF		Yogyakarta
NET. Yogyakarta	57 UHF	NET.	Yogyakarta
Kresna TV	61 UHF		Yogyakarta

Gambar 1. Daftar stasiun televisi lokal di Indonesia
Sumber : Google. *Daftar_stasiun_televisi_lokal_di_Indonesia*

Spesifikasi acara lokal bisa pula diangkat untuk tayangan stasiun televisi nasional yang juga disiarkan secara nasional, tentu dengan penyesuaian format yang dapat diterima penonton di Indonesia.

1.4. Regulasi dan Undang-Undang Penyiaran

Setiap program televisi harus tunduk dan patuh pada peraturan yang berlaku di negara atau wilayah stasiun mengudara. Di Indonesia ada Undang-Undang Nomor 32 tahun 2003 tentang penyiaran. Dalam UU tersebut, sebuah lembaga yang disebut KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dibentuk untuk mengawasi seluruh aktivitas lembaga penyiaran yang menyiarkan untuk program televisi dan program iklan, baik itu stasiun televisi publik, swasta, berlangganan, asing, maupun komunitas serta stasiun penyiaran radio. (Latief, 45:2015)

KPI melahirkan Peraturan Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Peraturan KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar program Siaran (SPS). Peraturan KPI Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang P3 ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta diterima masyarakat, kode etik, dan standar profesi penyiaran, asas kemanfaatan, asas keadilan, asas kepastian hukum, asas kebebasan dan tanggung jawab, asa keragaman, asas kemandirian, asas

kemitraan, asas keamanan, etika profesi, serta mengatur penghormatan terhadap nilai-nilai, kesukuan, agama, ras, dan golongan, kesopanan, dan kesusilaan, perlindungan anak dan ketentuan-ketentuan lainnya.

Adapun peraturan KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang SPS merupakan penjabaran teknis P3 tentang batasan yang boleh dan tidak boleh ditayangkan pada suatu program siaran. Tujuan, fungsi, dan arah SPS dalam Bab II Pasal 2 disebutkan standar program siaran bertujuan untuk :

1. Memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kecerdasan bangsa, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera.
2. Mengatur program siaran untuk kemanfaatan sebesar-besarnya bagi masyarakat.
3. Mengatur program siaran agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.

SPS juga ditetapkan agar lembaga penyiaran dapat menjalankan fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol, perekat sosial, dan pemersatu bangsa.

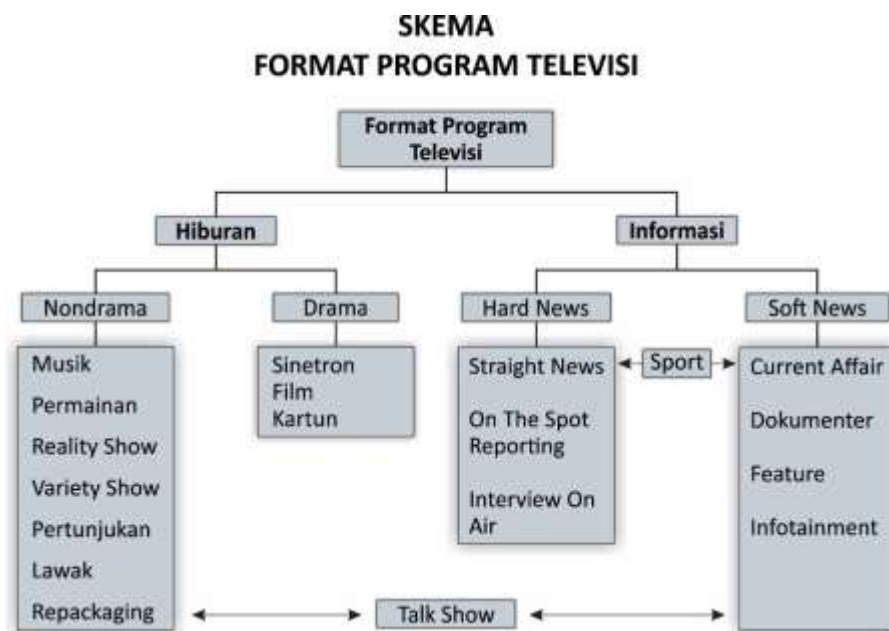
Peraturan dalam SPS pasal 83 berbunyi : “Lembaga penyiaran swasta yang tidak menyediakan waktu siaran untuk program siaran iklan layanan masyarakat paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari seluruh waktu siaran niaga per hari sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 60 ayat (1), setelah mendapat teguran tertulis sebanyak dua kali, dikenai sanksi administrasi berupa denda administrasi untuk jasa penyiaran radio paling banyak Rp 100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan untuk jasa penyiaran televisi paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah). Artinya seluruh kegiatan penyiaran sudah memiliki aturannya, stasiun televisi hanya melaksanakannya. Peraturan dibuat untuk kepentingan kebaikan bersama, stasiun televisi, pemasangan iklan, pemerintah, dan penonton.

Peraturan tentang program siaran dimulai dari perencanaan program siaran, karena setiap program yang diproduksi memiliki aturannya sendiri-sendiri, misalnya program anak-anak memiliki aturannya. Tidak boleh

ditayangkan pada jam tayang untuk orang dewasa atau diatas jam sepuluh malam.

Aturan-aturan ini selalu berhubungan dengan hukum positif pidana dan perdata dengan moral dan etika. Kadang stasiun televisi khususnya televisi swasta, karena mengejar rating, mereka dengan tidak mengindahkan aturan yang berlaku. Padahal sudah mengetahui bahwa hal itu melanggar aturan atau etika. Setelah KPI menegur, memperingati, dan memberikan sanksi, baru program tersebut kembali pada aturan yang berlaku. Pelanggaran yang sering dilakukan dalam bentuk kata-kata vulgar atau kontak fisik. Sebagai bangsa yang menghargai etika, norma-norma, dan aturan dalam bermasyarakat dan bernegara, Prof. J. E. Sahetapy dalam “Indonesia Lawyers Club” (ILC) di TVOne mengingatkan “Etika dalam berkomunikasi bagi setiap orang harus dijaga. Jangan etika yang mau dijaga yang tertulis saja, tetapi ada juga etika yang tidak tertulis yang harus dijaga.

1.5. Program televisi



Gambar 2. Skema Format Program Televisi.

Sumber: Rusman Latief dan Yusiatie Utud. *Siaran Televisi Nondrama*. 2015. Hal 44

Secara umum program siaran televisi terbagi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut program *entertainment* dan informasi disebut juga program berita (*news*). Program informasi yaitu program yang sangat terikat

dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, pendekatan produksinya menekankan pada kaidah jurnalistik. Adapun program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton. Dimana nilai jurnalistik tidak begitu diperlukan atau hanya sebagai pendukung saja.

Meskipun kedua program jurnalistik ini memiliki karakteristik masing-masing, tidak membuat batasan itu menjadi berdiri sendiri, tetapi ada beberapa program yang berdiri di dua jenis karakteristik program tersebut, tergolong sebagai jenis program informasi sekaligus program hiburan. Misalnya program *talkshow* dan program *variety show*, dimana konsepnya dapat memiliki nilai hiburan yang artistik, juga memiliki informasi sebagai penunjang program. Apalagi dalam era persaingan program yang kian marak, khususnya program di televisi swasta yang berlomba untuk menjadikan program sebagai program yang diminati masyarakat. Berikut perbedaan karakteristik program hiburan dan informasi :

Tabel 1. Perbedaan karakteristik program hiburan dan informasi

No.	Hiburan	Informasi
1.	Imajinatif	Faktual
1.	Fiksional	Non-Fiksional
2.	Artistik	Informasi
3.	Dramatif	Efektif
4.	Improvisasi tak terbatas	Improvisasi terbatas
5.	Abstrak	Nyata
6.	Norma-norma	Etika
7.	Waktu tak terbatas	Waktu terbatas
8.	Senang	Percaya

Sumber: Rusman Latief dan Yusiatie Utud, Prenada Media Group: Siaran Televisi Nondrama Jilid 1. 2015. Hal 6

1.5.1. Program Informasi

Program informasi adalah program yang bertujuan memberikan tambahan pengetahuan kepada penonton melalui informasi. Program

informasi terbagi dalam dua format, yaitu *hard news* dan *soft news*. (Latief hal 33 – 43, 2015)

1. Hard News

Hard news adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya tepat waktu (*time concern*) agar diketahui oleh pemirsa. Hard news dibagi dalam 3 kelompok, yaitu :

a. Straight News

Straight news yaitu berita yang singkat dengan hanya menyajikan informasi terpenting yang sedang terjadi di masyarakat. Metode penulisan ini berpedoman pada rumus 5W + 1H.

b. On the spot reporting

On the spot reporting adalah berita berupa laporan pandangan mata dari tempat kejadian yang disiarkan stasiun televisi. Seorang reporter televisi yang berada di lokasi kejadian dan menyampaikan situasi yang terjadi secara langsung.

c. Interview on air

Wawancara dengan melihat langsung narasumber yang diwawancarai atau hanya mendengarkan suaranya. Misalnya tanya jawab melibatkan penonton melalui telepon.

2. Soft News

Soft news atau berita lunak adalah segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*in-depth*), namun tidak bersifat harus segera tayang (*timeless*). Soft news dibagi menjadi 6 kelompok, yaitu :

a. Current affair

Format yang menyajikan informasi yang terkait dengan berita penting yang muncul sebelumnya, lalu dibuat lagi lebih lengkap dan mendalam.

b. Megazine

Program *megazine* atau majalah udara adalah format program yang materinya heterogen, terdiri dari berbagai fakta dan pendapat yang dirangkai menjadi satu program.

c. Infotainment

Infotainment adalah informasi yang menyajikan berita kehidupan orang-orang terkenal (*celebrities*) yang bekerja pada industri hiburan.

d. Feature

Feature adalah berita ringan namun menarik, tidak terikat dengan waktu (*timeless*). Berita yang mengangkat *human interest* atau hal-hal yang dianggap menarik, bermanfaat, atau mendatangkan rasa empati dan perlu diketahui masyarakat luas.

e. Dokumenter

Dokumenter adalah program yang menyajikan cerita nyata, dilakukan pada lokasi sesungguhnya di dukung narasi. program yang isinya menyangkut kehidupan, lingkungan hidup, dan situasi nyata.

f. Spot

Spot atau berita olahraga digolongkan dalam jenis berita, karena sport fakta kejadian tanpa rekayasa. program sport ini dapat dikategorikan program *hard news* dan *soft news* tergantung penyajian konsep programnya.

1.5.2. Program Hiburan

Program hiburan terbagi dua, yaitu program drama dan *nondrama*. Pemisahan ini dapat dilihat dari teknik pelaksanaan produksi dan penyajian materinya. (Latief hal 6 – 26, 2015)

Dalam buku Naratama yang berjudul *Menjadi Sutradara Televisi* nebjelaskan, bahwa program nondrama merupakan format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasikan ulang

dan tanpa harus menjadi dunia khayalan. Untuk itu format program nondrama merupakan runtutan pertunjukan kreatif yang mengutamakan unsur hiburan yang dipenuhi dengan aksi, gaya, dan musik.

Naratama juga menjelaskan bahwa program drama merupakan suatu format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa ulang atau direkreasi ulang. Format yang digunakan merupakan interpretasi kisah kehidupan yang diwujudkan dalam suatu runtutan cerita dalam sejumlah adegan. Adegan tersebut akan menggabungkan antara realitas hidup dan fiksi atau imajinasi para khayalan kreatornya.

Dengan perkembangan kreativitas industri program televisi, program hiburan drama dan nondrama tidak berdiri sendiri, tetapi dapat berada di dunia karakter dunia tersebut karena sifatnya yang menghibur. Kadang program itu tidak perlu lagi mempermasalahkan apakah drama atau nondrama, yang terpenting bagaimana para penonton dapat terhibur menyaksikan program tersebut.

1. Drama

a. Sinetron

Sinetron (*sinema elektronik*) adalah program televisi yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang yang diperankan oleh aktor/aktris yang terlibat dalam konflik dan emosi.

b. Film

Film dimaksud adalah film layar lebar yang sudah diputar di bioskop. Film tersebut ditayangkan lagi di stasiun televisi. Mulai dari film nasional, film *box-office* sampai film *bollywood* yang sudah lulus dari lembaga sensor Indonesia.

c. Kartun

Kartun adalah program televisi yang menggunakan animasi yang disebut film kartun, seperti "Tom and Jerry", "Naruto", "Doraemon"

dan film layar lebar lainnya yang diperuntukkan bagi anak-anak ataupun orang dewasa.

2. Nondrama

Program *nondrama* adalah format program yang sangat fleksibel, karena terdiri dari unsur drama dan jurnalistik yang dikombinasikan menjadi satu program. Karena fleksibelnya program nondrama ini, sering dilakukan eksperimen suatu program dengan memasukkan unsur dan nilai jurnalistik dan drama sebagai pendukungnya. Hal ini diperlukan kemampuan kreativitas untuk memasukkan unsur-unsur itu.

a. Musik

Musik yaitu program yang menyajikan acara tentang dunia musik atau menampilkan tayangan musik, misalnya video klip yang dikemas dalam suatu program acara dengan menghadirkan host yang berfungsi sebagai penghubung atau pengantar video klip yang disusun sedemikian rupa, *live* musik yang secara keseluruhan materinya menampilkan musik secara *live* atau *tapping* diluar atau didalam studio.

b. Permainan

Program permainan adalah program yang menampilkan permainan atau perlombaan kepada para pesertanya untuk mendapatkan sebuah hadiah. Program permainan tersebut bisa berupa kuis ataupun *games show*.

c. Reality show

Reality show adalah program yang diproduksi berdasarkan fakta apa adanya, tanpa skenario dan arahan. Tetapi dalam realitasnya, program ini tetap fleksibel dalam proses kreatif sebagai tontonan yang menghibur dapat diberikan tambahan efek visual dan audio termasuk menyusun skenario cerita untuk membangun suasana dramatik dan artistik.

d. Pertunjukan

Pertunjukan adalah menyelenggarakan suatu acara yang mempertontonkan kesenian dengan tujuan menghibur penontonnya.

Contoh format pertunjukan yaitu kesenian pantomim, sulap, tari, *fashion show*, boneka dan wayang, dan demo masak. Hampir seluruh stasiun televisi swasta nasional dan lokal memproduksi jenis program ini dengan konsep dan penyajian yang berbeda-beda.

e. Lawak

Lawak adalah program yang selalu disukai penonton Indonesia. Program lawak dapat disajikan dengan berbagai format, cerita atau kejadian, *talk show*, lawak dengan musik, parodi atau sindiran. Banyaknya program televisi yang menggunakan format lawakan, karena unsur-unsur lawak dapat masuk dalam format program apa saja sepanjang lawakan itu dapat menghibur penonton.

f. Repackaging

Format *repackaging* adalah program dengan materi video dalam bentuk shot-shot atau materi yang sudah dipublikasikan, digabungkan menjadi satu program siaran. Program yang mengambil materi dari YouTube, internet, ataupun dari sosmed lainnya kemudian diolah dan disusun ulang menjadi satu paket program dengan tambahan narasi.

g. Talkshow

Talkshow adalah program diskusi atau panel diskusi yang diikuti oleh lebih dari satu pembicara atau narasumber untuk membicarakan suatu topik. Daya tarik program ini terletak pada topik masalah yang dibicarakan. Selain permasalahannya yang menarik dari program ini juga menghadirkan *public figure* sebagai narasumbernya. Syaratnya *public figure* yang sedang diidolakan atau yang sedang viral agar bisa menarik penontonnya saat mengulik permasalahannya.

h. Variety show

Variety show adalah format program yang memadukan berbagai format, diantaranya musik, komedi, lawak, tari, *fashion show*, *interview*, dan *vox vops*. Materi *variety show* mirip dengan program *megazine*. Kalau program *megazine* materi berupa informasi sedang unsur hiburannya hanya sebagai pendukung, kebalikan dari *variety*

show unsur unsur hiburannya diutamakan. Unsur informasi hanya sebagai pendukung. Karena unsur hiburan adalah kekuatan dalam *variety show*, maka setting panggung, dinamisasi *lighting*, dan *sound system* adalah hal mutlak yang harus mendukung suasana kemeriahan hiburan yang disajikan.

1.6. Organisasi program *variety show*

Seperti halnya organisasi di program – program acara televisi lainnya. Proses produksi *variety show* juga melalui tahap dari praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi yang melibatkan satuan kerja dengan keahlian bidang yang berbeda-beda satu sama lainnya sesuai *jobdesc* yang diambil. Proses produksi bisa berjalan lancar karena adanya kerjasama tim yang baik dan benar. (Latief hal 123 – 143, 2015)

1.6.1. Staf Produksi

1. *Eksekutif Produser*

Eksekutif Produser (EP) adalah jabatan tertinggi dalam memproduksi siaran televisi, bertanggungjawab segala yang berhubungan dengan kreativitas dan dana program. Tugas utama EP bertanggungjawab pada stasiun televisi adalah atas ketersediaan program. Bertanggungjawab pada beberapa program siaran. Menjelaskan dan mencari pola kerja, memikirkan setting atau dekor untuk menjadi ciri keunikan program agar berbeda dengan program lain, berusaha mencari atau mendapatkan iklan. Juga melakukan pengawasan kepada produser, program director (PD), asisten produksi, kreatif, dan asisten administrasi.

2. Produser

Produser adalah pimpinan produksi yang mengkoordinasikan kepada seluruh kegiatan pelaksanaan sejak praproduksi, produksi, pascaproduksi dan bertanggung jawab kepada eksekutif produser. Kinerja seorang produser adalah kunci keberhasilan program. Meskipun

sistem kerja stasiun televisi adalah kerja kolektif, namun disiniilah dibutuhkan kemampuan seorang produser dalam seni memimpin, mengorganisasi tim kerja yang mempunyai keahlian, karakter, latar belakang yang berbeda.

Dengan tanggung jawab yang besar maka seorang produser harus mengerti banyak hal, mulai dari masalah kamera, tata cahaya, tata suara, teknik editing, *blocking*, serta harus memiliki kemampuan inisiatif, kreativitas yang tinggi, dan selera yang baik.

3. Program Director / Sutradara

Program Director (PD) dalam bahasa Indonesia pengarah acara. PD adalah orang yang bertanggungjawab mengenai seluruh persiapan dan pelaksanaan produksi siaran televisi hingga disiarkan. Terlibat dalam proses kreatif, meskipun tidak intensif dibandingkan produser. Seorang PD harus memiliki pengetahuan tentang kamera, lighting, audio, *performance*, dan acting. Seperti juga produser, PD harus memiliki *sense of art* yang baik dan standar kerja yang tinggi.

Naratama mengidentifikasi pengarah acara adalah seseorang yang mempunyai profesi untuk bertanggungjawab terhadap kreativitas dan kualitas gambar yang tampak di layar di mana didalamnya bertugas mengontrol teknik sinematik, mempelajari dan meliput jalannya acara, dan memimpin kerbar kerja berbagai bidang televisi seperti penata kamera, penata lampu, penata audio, dan lain-lain, sehingga menjadi tontonan yang berbobot dan dapat dinikmati.

4. Asisten produksi

Asisten produksi (PA) adalah petugas yang membantu PD (*program director*) dalam pelaksanaan produksi. Berfungsi sebagai sekretaris dan juru bicara PD. Pekerjaan seorang PA mulai dari praproduksi, produksi, pasca produksi, mempersiapkan / mencari / mencatat / mengumpulkan / mengoordinasikan seluruh fasilitas produksi, studio, *lighting*,

memperbanyak *rundown*, dan *script*, dan juga kadang terlibat dalam proses kreatif.

Pada tahap praproduksi jika menemukan masalah PA segera berkoodinasi dengan PD dan pihak yang bertanggungjawab. Pada pelaksanaan produksi PA mendampingi PD dalam perekaman gambar *tapping* atau *live*. Tahap pascaproduksi, PA bersama PD mendampingi editor menyiapkan materi yang akan diedit, menghimpun dan menghubungkan bagian-bagian terpisah menjadi satu kesatuan program hingga siap tayang.

5. Kreatif

Kreatif adalah istilah yang digunakan pada program produksi siaran televisi hiburan *nondrama*, yaitu orang bertugas mencari ide, menuangkan dalam bentuk konsep, naskah, *rundown*, dan mendampingi pengisi acara dalam pelaksanaan produksi.

Kreatif sebenarnya adalah penulis naskah (*script writer*) pada program drama maupun *nondrama* yang bertugas menuangkan pikiran dan perasaannya dalam bentuk tulisan. Saat *shooting* di lapangan kreatif menjadi *interviewer*, mendampingi performer atau pengisi acara, mengawasi materi yang disampaikan host. Pada sistem produksi televisi dimana naskah tidak ditulis secara lengkap, namun kreatif menuliskan pointnya saja.

6. Asisten Administrasi

Asisten Administrasi (AA) yaitu petugas yang mempersiapkan seluruh administrasi keuangan produksi. Sama halnya dengan bendahara, orang yang mengatur penggunaan dan mencatat pengeluaran keuangan produksi, namun semua penggunaannya atas perintah dan persetujuan EP / Produser. AA dibantu oleh bagian unit atau disebut juga *unit officer*. Tugasnya mempersiapkan kebutuhan kru dan pengisi acara diantaranya transportasi, akomodasi, dan konsumsi.

1.6.2. Kru Pelayanan Produksi

1. *Cameraman*

Cameraman atau penata gambar adalah orang yang bertanggung jawab atas pengambilan gambar untuk program televisi. Ada dua penyebutan seorang *Cameraman*

- 1) Operator kamera adalah petugas yang yang menangani kamera saat dilakukan produksi dengan multikamera
- 2) *campers (camera person)* adalah seseorang yang memegang kamera pada suatu program dan bertanggung jawab dengan objek gambar yang direkam nya.

Hal yang harus dipahami oleh Kameramen. pada saat masuk ke studio dengan format program hiburan dengan sistem multikamera, Seluruh pergerakan *angel* dan penempatan posisi kamera diarahkan dari panel Studio oleh PD. tidak dapat dengan kemauannya sendiri mengambil gambar tetapi sesuai permintaan PD.

2. *Audioman*

Audioman atau penata suara adalah petugas yang mengoperasikan peralatan audio di studio maupun luar Studio. Seorang penata suara harus mempunyai pengetahuan tentang berbagai karakteristik jenis-jenis fasilitas audio karena dalam suatu produksi siaran televisi banyak jenis mikrofon yang digunakan. pada saat persiapan produksi, seorang penata suara menyiapkan, menempatkan, Dan menginstalasi sistem audio. bertanggung jawab pada seluruh suara, musik, bunyi, atau efek audio. selama produksi berlangsung penata suara bertugas memonitor keseimbangan, keserasian, harmonisasi level audio, Dan memberikan isyarat-isyarat baik tidaknya audio kepada kerabat kerja produksi, khususnya kepada PD.

3. *Lightingman*

lightingman atau penata cahaya adalah petugas yang mendesain dan menentukan pencahayaan produksi program di dalam studio maupun di luar Studio. Penata cahaya harus pandai merekayasa media televisi datar

atau *flat* menjadi suasana pencahayaan yang bermakna, misalnya suasana sedih, marah, sakral, gembira, dan pesta. Mengetahui kualitas dan ukuran cahaya yang dihasilkan serta mengetahui jenis-jenis lampu serta fungsinya masing-masing. Maka dari itu penata cahaya ya harus yang seorang yang berselera baik dan memiliki tingkat kreativitas yang berbobot.

4. Teknikal director

Teknikal director (TD) adalah petugas yang mempersiapkan, mengawasi, si dan mengatur seluruh fasilitas teknik yang diperlukan dalam produksi siaran televisi. terutama menginstalasi penggunaan *Switcher* yang merupakan unit kontrol dari seluruh kegiatan produksi. TD membawahi satu tim kerja yang terdiri dari Kameramen, *audioman*, dan *lightingman*.

5. VTRman

VTRman atau juru rekam adalah petugas di studio yang merekam menggunakan VTR (*video tape recorder*) setiap adegan yang direkam melalui suatu program. VTRman ini adalah orang yang memberikan aba-aba kepada PD bahwa VTR stand by untuk merekam, Dengan demikian PD akan memberikan aba-aba kepada seluruh kerabat kerja untuk memulai adegan untuk direkam. Selain merekam seluruh adegan, *VTRman* harus mencatat setiap hal yang terjadi dalam gambar yang direkam, misalnya berapa kali adegan yang sama direkam. Hasil rekaman baik dan buruk dicatat, pada *time code* berapa, pada segmen berapa adegan tersebut direkam.

6. Penata rias

Penata rias (*make up*) adalah orang yang selalu meng-make over Pengisi acara khususnya para artis, Memperindah tampilan wajah dan tata rias rambut sesuai dengan konsep dari program yang akan diproduksi. Jika syuting berlangsung penata rias selalu *stand by* di

lokasi, karena selalu ada hal-hal yang kurang saat di depan kamera, keringat, rambut atau pakaian yang dikenakan penata rias lah yang membetulkannya.

7. Penata busana

Penata busana (*wardrobe*) adalah petugas yang menyediakan busana atau kostum untuk pengisi acara. pentingnya penata busana dalam program televisi, karena dengan busana dapat memberikan pesan kepada penonton tentang latar belakang budaya, pengalaman, Profesi, Pesan emosi, tingkah laku serta *different* pengisi acara. penata busana harus memiliki selera yang baik dan pandai memilih warna, model, serta unsur-unsur karakter setiap busana sesuai dengan konsep atau watak pemeran (artis).

8. Unit officer

Unit officer biasa disebut juga *unit Manager* (UM) adalah perpanjangan tangan dari asisten administrasi (AA) di lokasi *shooting*. Tugasnya menyediakan dan melayani kebutuhan fasilitas pengisi acara, kerabat kerja ja, dan mengkoordinasikan unit-unit kerja produksi. *Unit officer* juga mengurus administrasi perizinan lokasi, keamanan, kebersihan, transportasi, akomodasi, dan selalu berhubungan dengan pihak luar satuan kerja produksi diantaranya aparat pemerintahan, kepolisian, keamanan lingkungan, dan pihak-pihak lain yang bekerja sama di lokasi syuting.

9. Penata artistik

Penata artistik atau *art director* adalah seseorang yang bertugas menata, mendesain lokasi pengambilan gambar baik di studio maupun di luar studio sesuai dengan karakteristik program yang akan diproduksi. Seorang penata artistik adalah orang yang memiliki *sense of artistic*, kreatif, inovatif, dan cerdas. penata artistik akan bertanggung jawab

dengan layout lokasi dan desain panggung, ruang artis, make up, FOH (*front office house*), barikade dan level kamera.

10. Floor director

Floor director (FD) Adalah seorang yang bertanggung jawab membantu mengomunikasikan keinginan PD/ pengarah acara dari *Master control room* (MCR). Pada pelaksanaan produksi seorang PD bertindak sebagai komandan Studio saat syuting berlangsung. apa yang disampaikan FD kepada *crew* dan pengisi acara adalah keinginan PD. harus mengetahui dan memahami tujuan program. Hal ini penting karena untuk mempermudah tugas PD yang hanya dapat berkomunikasi lewat *intercom*.

1.6.3. Kru pelayanan pasca produksi

1. Editor

Editor atau penyunting gambar adalah sebutan bagi orang yang bertanggung jawab memotong gambar dan suara yang dihasilkan dari *tape* (Latief hal 140 – 143, 2015). Pada sistem *editing linier* ada yang disebut *editing offline* dan *editing online*, namun setelah perkembangan teknologi *editing nonlinear*, seorang editor tugasnya menjadi sebagai *editor offline* dan *editor online* sekaligus melakukan *mixing* program.

Seorang editor harus memiliki "*sense of art*" Karena di dalam bekerja ada unsur kreatif, ketelitian, kecermatan, dan kesabaran. Pentingnya *sense of art* bagi editor, karena bisa terjadi konsep program dan eksekusi di lapangan berjalan dengan baik, walaupun konsepnya biasa-biasa saja dan pengambilan gambarnya juga biasa-biasa saja namun dalam proses *editing*, diberi sentuhan artistik, unsur seni, dan informasi, program tersebut bisa menjadi baik dan enak ditonton.

Seorang editor harus memperhatikan tujuan dan kepentingan program yang diedit, dengan memperhatikan unsur-unsur gerak, kata, irama, dan aspek-aspek artistik. Tidak hanya dapat Mengikuti alur ceritanya tetapi juga merangkai kesatuan informasi, unsur seni dengan memperhatikan keindahan dan motivasi setiap gambar.

Seorang editor tidak selamanya bekerja pada akhir suatu program (post-production) tetapi juga dapat bekerja sebelum program ditayangkan, contohnya program *live*. seorang editor akan menyiapkan materi yang akan ditayangkan berupa VT (*video tape*) atau *footage*, yaitu sekumpulan gambar hasil rekaman liputan yang disusun kembali dengan tambahan narasi yang disiarkan.

Seorang editor juga harus paham dengan *angel* kamera dan konsep program. dapat membedakan program musik dengan *reality show*. karena dalam pemilihan gambar dan sentuhan artistik nya ada perbedaan. kalau program musik akan sangat memerlukan gambar-gambar yang riang, pada program *reality show* lebih pada gambar yang natural. editor bertanggungjawab dengan gambar yang ditentukannya. dia harus tahu makna, tujuan, dan informasi gambar, agar yang yang menonton dapat mengerti gambar yang disampaikan.

2. Narator

Narator adalah orang yang mengisi suara atau membaca VO (*voice over*) pada program. Punya untuk program berita Tetapi beberapa program non drama juga membutuhkan narasi. syarat yang harus dimiliki seorang narator diantaranya vokal yang baik, *power*, intonasi, artikulasi, dan penghayatan materi program yang dibacakan.

3. Desainer grafis

Desainer grafis (*graphic designer*) adalah orang yang ahli di bidang pembuatan grafik, menciptakan dengan ilustrasi yang bermakna atau identitas suatu program siaran. Dengan perkembangan teknologi kehadiran desain grafis sangat diperlukan oleh stasiun televisi swasta maupun stasiun televisi publik. dari pembuatan *telop* nama, Grafis *opening teaser* , *bumper in/ out* dan lain-lainnya, menjadi tanggung jawab dari desain grafis. Dalam bentuk tiga dimensi (3D) atau 2 dimensi(2D) yang konsep moving atau *frezze* (tidak bergerak).

4. Music director

Music director (MD) Adalah orang yang bertanggung jawab memilih dan mempersiapkan lagu-lagu yang diutarakan serta memilih atau menyeleksi rekaman lagu baru, boleh atau tidak diutarakan. Di beberapa stasiun televisi istilah MD adalah orang yang bertugas membuat aransemen *jingle* program atau musik ilustrasinya, *theme song* program, musik *opening teacher* program, musik bumper in/ out dan lainnya. Musik yang ada di pasaran tidak dapat digunakan begitu saja, tanpa ada izin atau kerjasama pada pemilik hak ciptanya yang dilindungi undang-undang RI Nomor 19 Tahun 2002 tentang hak cipta.

1.7. Promotion

Menurut buku Dasar-Dasar Produksi Televisi (Fachruddin hal 6 – 9, 2012). Sebagus apa pun proram yang diproduksi akan menjadi sia-sia jika tidak banyak orang yang tahu. Bekerjasama dan berkonsultasi dengan bagian promosi adalah solusi terbaik untuk masalah ini. Melakukan promosi merupakan langkah vital sehingga program acara yang berkualitas diketahui banyak orang.

Pada era persaingan antara media televisi yang ketat, dibutuhkan strategi yang jelas dalam merebut audien yang benar-benar terarah. Salah satu perencanaan strategi yang baik adalah mengandakan promosi program secara berkala/berkesinambungan dari berbagai arah. Promosi program televisi terdiri dari dua bagian besar, promosi *on air* dan promosi *off air*.

1.7.1. Promosi On Air

Maksud dari promosi *on air* adalah segala sesuatu yang dijadikan promosi oleh stasiun televisi khususnya dengan menggunakan fasilitas media televisinya. Banyak jenis promosi yang sering digunakan pengelola media televisi untuk mempromosikan berbagai macam programnya, contohnya sebagai berikut;

1. **Trailer**; cuplikan cuplikan tayangan program yang disusun secara ringkas dan menarik sesuai alur naskah atau *rundown* program yang

sebenarnya. Digabungkan dengan memilih part yang menarik kemudian ditambahkan narasi atau *title* yang memperjelas identitas programnya. Contohnya: *Trailer film action*, sinetron, program berita, program *variety show*, program *talk show*, program hiburan anak dan sebagainya.

2. **Teaser**; cuplikan-cuplikan film yang paling menarik. *Teaser* tidak perlu didubbing ataupun diproduksi seperti halnya trailer. *Teaser* biasanya hanya ada pada film-film cerita ataupun sinetron, yang sengaja dibuat oleh produsernya. Sehingga dalam materi (kaset) yang telah dibeli hak *royalty*-nya, akan terdapat potongan-potongan *teaser* tersebut. Stasiun televisi tinggal menyiarkan saja. *Teaser* biasanya disiarkan hanya pada saat program itu sedang berlangsung. Yaitu menjelang *commercial break*, *bumper in*, *bumper out*. Agar penonton tetap terjaga / tergodha untuk tidak mengubah saluran televisinya.
3. **Super Impose**; promosi program yang biasanya ditampilkan dalam layar televisi secara mendadak, beberapa detik dengan frekuensi tidak sering. Bisa ditampilkan sebelum program dimulai untuk mengingatkan ataupun ketika program sedang berlangsung untuk menginformasikan *audien* yang baru bergabung.
4. **Running text**; promosi program tercetak/tertulis yang ditampilkan dibagian paling bawah layar televisi yang berputar secara bergantian dengan informasi lainnya. Hal ini biasanya merupakan kebijakan stasiun televisi untuk memberikan pesan singkat tersebut.
5. **Tag On**; promosi program tentang segala sesuatu yang berbentuk still photo, bukan gambar bergerak. Biasanya ini hanya berupa pengumuman penting, pelayanan umum atau apapun yang memang belum ada gambarnya.
6. **Promo Continuity**; promosi tentang segala sesuatu yang disampaikan oleh seorang penyiar/artis baik saat *live* ataupun *recording*, tentang program yang akan disajikan. Program yang disajikan bisa selama 1 harian (pagi hingga sore), separo hari (pagi hingga sore/sore hingga malam) hal ini biasanya untuk mengingatkan agenda siaran televisi saat itu. Ada pula penyiar/artis yang menyampaikan promosi sinopsis sebuah

program menjelang program tersebut ditayangkan, agar menarik perhatian *audien*.

1.7.2. Promosi *Off Air*

Promo ini adalah promosi program yang tidak menggunakan layar televisinya sebagai media promosinya. Hal ini perlu dilakukan untuk meramaikan persaingan dengan kompetitor karena bentuk program yang tidak jauh berbeda, akan menyulitkan audien mengingatnya apabila media televisi tidak gencar mempromosikannya. Oleh sebab itu memanfaatkan media selain televisi adalah jalan keluar yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Karena program yang berkualitas seperti apapun tidak akan sukses tanpa promosi yang sukses juga. Ada beberapa bentuk promo *off air*, sebagai berikut:

1. **Media Cetak;** promo program televisi dalam bentuk gambar dan tulisan yang ditampilkan pada lembar koran, tabloid ataupun majalah. Hanya saja stasiun televisi harus menyesuaikan audien sasarannya dengan karakter media cetak yang ingin dijadikan lokasi promosinya.
2. **Internet;** promo program televisi dalam bentuk animasi, web (ruang maya), ataupun pengumuman/*statement*, yang berada di dalam format dunia maya/internet. Biasanya setiap stasiun televisi memanfaatkan website instansi masing-masing sebagai sarana untuk mempromosikan seluruh komponen yang miliknya.
3. **Billboard;** bagi media televisi papan reklame luar ruang atau *billboard* digunakan untuk membangun image. Keuntungan billboard sebagai media promosi antara lain dalam hal dalam hal ukurannya yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta dapat ditambah dengan efek-efek khusus seperti efek cahaya, gelombang, gerakan berputar dan sebagainya. *Billboard* juga berfungsi untuk mengingatkan orang di jalan raya untuk tidak lupa menonton program yang dipromosikan itu, setelah mereka sampai di manapun untuk segera menyaksikannya.
4. **Transit;** media televisi dapat menggunakan terminal atau stasiun transportasi untuk promosi, dengan memasang *display* atau poster di

bandara udara, stasiun kereta atau terminal bis. Kendaraan taksi atau badan bis kota juga sering digunakan untuk promosi bagi program televisi. Promosi program juga bisa disajikan dalam kendaraan umum, baik bis, kereta api, sehingga penumpang yang jumlahnya lebih kecil, akan menjadikan sasaran yang lebih efektif dibandingkan ditempat lain yang lebih besar jumlah orangnya.

5. **Media Penyiaran;** media televisi dapat memanfaatkan radio untuk mempromosikan, demikian juga radio dapat menggunakan televisi sebagai sarana promosi.
6. **Pamflet/brosur;** promo selebaran yang mempublikasikan program televisi yang menjadi unggulan ataupun spektakuler, dengan dengan cara membagi-bagikan pada masyarakat. Biasanya pamflet/brosur diandalkan untuk mengundang audien dating seketika (program yang mengandalkan audien aktif) yaitu pada saat itu sedang berlangsung suatu produksi program televisi yang umumnya *live*.
7. **Spanduk;** promosi program televisi yang dipajang di lokasi-lokasi strategis (dilihat audien sasaran) untuk mempublikasikan program televisi yang bisanya menjadi unggulan. Spanduk juga dimanfaatkan oleh pengelola program untuk mempromosikan program yang pada umumnya *live*.

1.8. *Editing*

Setiap kegiatan selalu dilakukan melalui tahapan dan proses pelaksanaan yang sudah ditentukan (*Standart Operation Procedure*), sehingga pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan baik sesuai dengan prosedur pengoperasiannya. Demikian juga halnya dengan kegiatan mengedit (*editing*) program televisi.

Pengertian *editing* televisi itu sendiri adalah proses penyusunan, pemotongan, memanipulasi, dan merangkai ulang hasil rekaman video (*master tape*) menjadi suatu rangkaian cerita yang baru (sesuai naskah) dengan memberikan penambahan tulisan, gambar, atau suara sehingga

mudah dimengerti dan dapat dinikmati pemirsa. Untuk *editing* ada dua teknik yang digunakan, yaitu *editing* linear dan *editing* nonlinear.

Editing linear adalah sistem editing teknologi *analog* (dari kaset ke kaset) menggunakan *video tape recorder* (VTR), *video mixer*, *audio mixer*, dan *character generator*. Adapun *editing* nonlinear adalah *editing digital* menggunakan komputer sebagai media kerjanya. Materi didapat dari kaset *tape* diubah menjadi data. Data tersebutlah yang akan diedit.

Sistem kerja *editing* nonlinear materi program yang didapatkan, sebelum diedit, di *capture* (direkam) dahulu ke dalam komputer dengan teknologi *software editing*. Ada beberapa jenis *software editing* yang digunakan, diantaranya *matrox*, *adobe premiere*, *velocity* atau *avid machine*, dan *final cutpro*. Saat ini yang umum dipakai adalah *Adobe Premiere Pro CC*, karena sudah bekerja secara profesional serta menggunakan teknologi yang baik dengan sistem kerjanya lebih sederhana, mudah dioperasikan, dan tentunya juga memiliki fitur yang lebih lengkap (Latief hal 155 – 157, 2015).

1. Offline Editing :

Pada *editing* linear dan nonlinear seluruh materi melalui tahapan *editing offline*, yaitu editing awal untuk memilih gambar yang baik dari rekaman asli hasil liputan (*master shooting*). *Offline editing* dapat juga dilakukan dengan menambah gambar dari stock shoot atau *footage* lain sesuai kebutuhan materi program. Hasil *offline* selanjutnya akan masuk pada tahapan *online editing* untuk menyempurnakan hasil agar layak disiarkan.

Program siaran secara *live on tape* mungkin tidak akan menjadi masalah besar pada tahap editing offline. Karena gambar sudah tersusun secara rapi, walaupun ada pelaksanaan *editing offline* hanya menyempurnakan gambar-gambar yang tidak dianggap bagus. Dengan melakukan rekayasa gambar dengan teknis, pemotongan gambar atau memasukkan gambar lain (*insert*) agar terlihat lebih baik dan sempurna.

2. *Online editing*

Online editing merupakan kelanjutan dari *offline editing*. Proses akhir *editing* program untuk materi yang siap disiarkan, atau proses akhir program yang tidak / belum untuk disiarkan. Materi program yang sudah melalui proses *offline editing* akan disempurnakan audio video (AV) dengan menambah *affect visual*, *transisi*, *graphic*, *telop*, *template*, atau *running text*. penambahan tulisan *telop-telop* pembicara atau tema pembahasan harus memperhatikan dan mempertimbangkan durasi munculnya serta ukuran tulisan agar target *audience* sempat membaca dengan jelas.

Durasi program acara akan menyesuaikan dengan kebutuhan on air. Program durasi 60 menit, *real time on air* 40-48 menit. Program 30 menit *real time on air* 20 – 26 menit. Promo program acara biasanya berdurasi hanya 1 menit. Namun setiap stasiun televisi memiliki kebijakan standar *real time on air* yang berbeda.

1.8.1. Teori Editing

Editing televisi adalah seni menggabungkan gambar dan audio agar memiliki alur cerita yang dapat dinikmati dan bermanfaat bagi pemirsa. Edward Dmytryk (1984) menetapkan tujuh “peraturan tentang pemotongan gambar” yang harus dikuasai oleh seorang penyunting gambar, yaitu:

1. Tidak pernah membuat suatu potongan gambar tanpa suatu alasan yang positif.
2. Jika ragu-ragu tentang *frame* mana yang tepat untuk dipotong, maka panjangkan saja tanpa harus dipotong.
3. Didalam pergerakan gambar dimungkinkan melakukan pemotongan gambar asalkan tidak mengurangi nilai dari pergerakan tersebut.
4. Melakukan atau membuat hal yang baru adalah hal yang lebih baik daripada melakukan atau menggunakan hal yang lama.
5. Semua *sequence* dan *scenes* pertama hingga terakhir harus menggambarkan sebuah alur cerita yang berkesinambungan.

6. Memotong sesuai dengan nilai-nilai yang ada. Bukan dari segi perbandingan.
7. Dahulukan unsur-unsur penyuntingan kemudian baru format penyuntingan.

Menurut Walter Scott Murch (2001), dalam penyuntingan film ada enam hal yang utama untuk memutuskan kapan kita harus memotong gambar. Hal tersebut disusun menurut arti penting atau yang paling utama dulu :

1. **Emosi.** Sudahkah mencerminkan apa yang penyunting gambar rasakan dengan apa yang dirasakan oleh *audience*?
2. **Cerita.** Sudahkah anda melakukan penyuntingan gambar sesuai dengan cerita dan tujuan?
3. **Irama.** Sudahkah sesuai dengan alur cerita yang menarik dan juga kebenaran yang ada?
4. **Penglihatan.** Apakah *audience* sudah dapat melihat fokus utama dari sebuah momen yang ada.
5. **Layar adalah bidang *two-dimension*.** Bahwa televisi atau film adalah sebuah layar yang berbentuk dua dimensi dan tingkat kejelasan visual sangat berbeda dengan kenyataan.
6. ***Three-dimensional*.** Bagaimana kita dapat menghasilkan sebuah gambar yang audiens dapat merasakan secara psikologis seperti ia melihat visual dengan matanya sendiri.

Murch (2001) menegaskan presentase tingkat khayal dari masing-masing orang menentukan gambar yang dihasilkan. Emosi, mempunyai nilai yang lebih berat, yaitu sebesar 51%, kemudian baru dikombinasikan dari semua hal yang lainnya. Penyuntingan gambar pada dasarnya harus memiliki tujuan yang pasti. Tujuan tersebut yang nantinya mengatur atau membawa seorang penyunting gambar ke sebuah hasil yang baik. Adapun tujuan dalam penyuntingan gambar, sebagai berikut :

1. Menghilangkan audio dan *footage* atau klip yang tidak diinginkan.
2. Memilih audio dan *footage* yang terbaik.

3. Menghasilkan sebuah alur cerita.
4. Menambahkan efek, *graphic*, dan musik (*lost of fun!*).
5. Merubah gaya, ritme, dan *mood* dari video.
6. Melihat video dari sudut pandang tertentu.

1.8.2. Jenis-jenis Editing

Ada dua jenis teknik editing yang digunakan untuk proses editing program yaitu *continuity editing* dan *compilation editing*. (Latief hal 158, 2015).

1. ***Continuity Editing*** : Menghubungkan gambar yang satu dengan yang lainnya. Menghubungkan adegan satu dengan yang lainnya, sehingga tersusun cerita yang diinginkan. *Continuity editing* dipakai pada program drama dan produksi film.
2. ***Compilation Editing*** : *Editing* yang tidak terikat pada kontinuitas gambar. Gambar disusun berdasarkan *script* atau narasi. Gambar mengikuti naskah sebagai pelengkap keterangan narasi. *Compilation editing* digunakan untuk program dokumenter, *stright news*, dan beberapa format program lainnya.

Namun proses *editing* program dengan teknik *Continuity editing* atau *compilation editing* ini tetap harus memperhatikan :

- 1) **Aspek *rationable***, yaitu hasil *editing* harus masuk akal dalam menyambung gambar-gambar satu sama lainnya, dengan mengikuti alur cerita. Hanya melihat gambar tanpa penjelasan sudah dapat dimengerti alur cerita yang ingin disampaikan.
- 2) **Aspek *attractive***, yaitu gambar-gambar yang diedit memiliki kesatuan informasi, motivasi, ekspresi, dengan dengan pemilihan *angle* dan komposisi *shot* yang benar dan baik agar memberikan hasil *editing* yang indah dan enak ditonton.

1.8.3. Dasar-dasar Teknik Editing

Seorang penyunting gambar dalam melakukan pekerjaannya akan selalu dihadapkan pada dua hal, yaitu : Durasi gambar versi edit yang

dibatasi dan durasi proses edit yang juga dibatasi, yaitu oleh *deadline*, dimana hasil pekerjaan editor harus siap untuk ditayangkan.

Penggunaan dasar teknik editing pada setiap program akan disesuaikan dengan karakteristik program. Tidak semua program dapat menggunakan teknik yang sama karena motivasi dan dinamisasinya berbeda. Berikut beberapa dasar teknik editing menurut buku Manajemen Media Penyiaran Strategy Mengelola Radio dan Televisi (Morrison hal 34, 2013) :

1. *Cut* :

Cut yaitu pemotongan dari gambar satu ke gambar lainnya tanpa batas dan transisi, misalnya dari objek A langsung dipindah ke objek B secara mendadak atau tanpa intrupsi, oleh karena itu perlu diperhatikan komposisi serta kontinuitasnya dari gambar yang akan digabungkan atau dihubungkan. *Cut* dimaksudkan untuk memberikan penjelasan dan pengembangan dari suatu kejadian. Penjelasan berarti mempertunjukkan kepada penonton suatu kejadian yang sejelas-jelasnya.

Jenis penyambungan *Cut* :

- a. *Jump Cut*, suatu pergantian shot dimana kesinambungan waktunya terputus karena lompatan dari shot yang lain berbeda waktunya.
- b. *Cut In*, insert suatu yang disisipkan pada shot utama dengan maksud untuk mewujudkan detail dari shot utama.
- c. *Cut Away, Intercut, Reaction Cut, shot action* yang menunjukkan atau menggambarkan reaksi terhadap shot utama atau shot lain yang bisa dimasukkan sebagai selingan.

Selain harus memahami kontinuitas gambar, seorang *editor* juga harus memahami kontinuitas arah, yaitu pada saat menghubungkan dua buah *shot* setiap pergerakan harus dijaga agar menuju kesuatu arah yang sama. Kalau hal ini tidak dilakukan, maka akan melanggar suatu peraturan dasar dalam dunia pertelevisian, yaitu melewati garis *imaginasi*.

Untuk bisa memadukan gambar dengan baik, *editor* harus selalu memperhatikan gambar (*visual*) pada saat melakukan “*Cut*”, yaitu :

- a. Dalam melakukan *cutting* dari satu *shot* ke *shot* yang lain, penonton harus tidak merasakan terjadinya perpindahan antar gambar.
- b. *Cut* untuk memperlihatkan kepada penonton apa yang ingin dilihatnya, sehingga *cutting* harus dilakukan dengan sangat cermat, hati-hati dan pada saat yang tepat.
- c. Dalam *cutting* keputusan pertama yang harus dilakukan adalah untuk menentukan “Apakah perlu untuk dilakukan *Cutting*”.
- d. pastikan bahwa *shot* berikut yang akan di *cut* mengandung sesuatu yang baru didalamnya (jangan CU pada CU orang yang sama).
- e. Jangan *cut* dari VLS (*Very Long Shot*) ke sebuah BCU (*Big Close Up*) objek yang sama, karena penonton akan bingung tentang apa yang ingin ditonjolkan.
- f. pada saat melakukan *cutting* dari VLS ke MS (*Medium Shot*) atau MS ke CU hendaklah dirubah sudut pengambilan gambarnya (sudut kameranya). Apabila *Shooting* di dalam studio dengan multi kamera, hal ini seharusnya tidak terjadi.

2. *Dissolve*

Teknik *editing* dengan pergantian gambar dari satu gambar ke gambar lainnya secara perlahan-lahan (tanpa *blank*). Teknik ini dipergunakan untuk menghaluskan perpindahan gambar sesuai dengan karakter dan kebutuhan sebuah program yang diproduksi. Hal ini dilakukan untuk memberikan perpaduan dua gambar secara artistik.

Scene yang nampak melompat sambungannya karena disebabkan perpindahan mendadak dari pusat perhatian (*Centre of Interest*) boleh disambungkan dengan *dissolve*. Panjang dari *dissolve* dapat bermacam-macam sesuai dengan tempo dramatik yang cocok. Macam-

macam *dissolve* menurut buku Manajemen Media Penyiaran Strategy Mengelola Radio dan Televisi (Morrisan hal 37, 2013) :

a. *Matched Dissolve*

Dimana dua *scene* yang berkaitan saling bersamaan dalam bentuk gerakan atau isinya dapat digunakan untuk memberi kesan lebih lunak atau untuk mengamankan laju penuturan dengan membuat pergantian gambar tidak begitu mendadak. Bentuk yang sama seperti bunga dengan perhiasan, kesamaan gerak seperti roda dan *propeller*, kesamaan isi seperti nyala ranting dengan kebakaran hutan adalah kombinasi-kombinasi yang baik. Pembuatan *matched dissolve* janganlah terlalu ganjil karena dapat mengganggu perhatian penuturan cerita, kecuali gambar-gambarnya berasal dari cerita itu sendiri, shot-shot yang sudah cocok janganlah dipergunakan untuk *dissolve*.

b. *Dissolve yang di Distorsikan*

Pembaruan gambar bergoncang, berteriak, bergetar, berputar dari fokus ke *out* fokus atau keremangan boleh digunakan untuk menunjukkan kejadian pergantian mendadak pada kesadaran pemain, *retropeksi*, tidak seimbang secara mental, mabuk atau keadaan tidak normal lainnya. *Dissolve* serupa ini sering kali diiringi dengan suara yang mengerikan digunakan untuk memberi tahuakan munculnya *flashback*.

Dissolve sebaiknya digunakan untuk menandai *flashback* atau *fastforward*, tetapi tidak selalu untuk menandai ke cerita awal. Cara yang digunakan sekarang lebih sedikit menggunakan *dissolve*, yang terpenting adalah penonton memahami apa yang sedang berlangsung. *Dissolve* memang tidak diperlukan jika yang diinginkan agar penonton terkejut, atau untuk memberikan perhatian atau penekanan pada adegan tertentu seperti cerita yang bergerak kedepan atau kebelakang.

c. *Frozen Dissolve*

Dissolve membeku dimana frame terakhir dari *scene* pertama dan frame pertama dari *scene* kedua membeku selama *dissolve*, dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa waktu tidak berubah antara *scene*. Sangat variasi piktorial yang dapat digunakan untuk disambungkan secara tepat dengan lukisan atau gambar coretan. Gambar video yang bergerak dibekukan dan di *dissolve* dengan lukisan.

Untuk mendapatkan hasil *dissolve* yang maksimal dan tidak mengganggu konsentrasi penonton, *editor* harus memahami kapan waktunya harus melakukan *dissolve*.

- 1) *Dissolve* dipergunakan sebagai suatu hubungan yang halus dari suatu *action*, pergantian tempat dan waktu.
- 2) Menyatakan hubungan yang erat antara dua buah gambar.
- 3) Untuk membuat transisi yang halus dan menarik dari *long shot* ke *close up* atau dari *close up* ke *long shot* yang tidak mungkin dilakukan dengan cutting.

3. *Fade*

Munculnya atau hilangnya gambar atau suara secara berangsur-angsur. *Fade* dibagi menjadi dua jenis, yaitu *fade in* dan *fade out*. *Fade In* adalah suatu shot atau visual yang bermula dari keadaan gelap kemudian secara perlahan muncul gambar (*visual*) hingga normal. Sedangkan *Fade Out* adalah dari gambar terang (*normal*) berangsur secara perlahan menjadi gelap. Biasanya *fade* ini digunakan secara sepasang, *fade in* diikuti dengan *fade out*, tetapi ini bukanlah peraturan harga mati. Satu *sequence*, beberapa *sequence* atau satu film lengkap, dapat dirangkum oleh *fade*. *Fade* dapat juga digunakan untuk memisahkan berbagai unit cerita. *Sequence* yang dipisahkan oleh *fade* adalah mirip dengan bab pada buku atau babak pada sandiwara.

Fade antara *sequence* yang berlangsung di tempat yang sama dapat menunjukkan berlakunya waktu, seperti dari satu hari ke hari berikutnya atau sekian minggu atau sekian bulan kemudian. *Fade* dapat digunakan untuk menunjukkan beralihnya ke setting lain. *Fade* harus digunakan secara hemat, karena dapat menimbulkan kesan terpotong-potong atau *efek episodic*, yang dapat merusak kelancaran penuturan cerita. *Fade* hanya boleh digunakan pada awal dan akhir gambar, kecuali materi subjek yang terpisah-pisah tempatnya.

4. *Wipe*

Fungsi *wipe* sebenarnya sama dengan fungsi *dissolve*. *Wipe* adalah efek perpindahan gambar dimana satu frame disapu oleh frame berikutnya sehingga tampak terdorong keluar dari layar monitor dan digantikan oleh shot berikutnya. *Wipe* bisa jika digunakan untuk mengawali suatu adegan.

Pola *wipe* dapat berkesinambungan atau terpecah menjadi sejumlah bentuk dalam bingkai umpamanya seperti sejumlah lingkaran yang membesar dan memunculkan scene yang baru. *Wipe* adalah transisi secara mekanis. *Wipe* sering digunakan pada program acara yang ada kaitannya dengan musik, khususnya video klip atau film musikal, untuk film cerita transisi ini jarang digunakan. Namun akhir-akhir ini *wipe* banyak dipergunakan untuk *trailer* sebuah film atau iklan televisi.

5. *Super Impose*

Yang dimaksud dengan *super impose* adalah perpaduan antara dua gambar atau lebih ke dalam satu *frame* gambar. Citra-citra yang ada di *super impose* boleh digunakan dalam penyuntingan untuk menghubungkan dua gagasan atau lebih. Sejumlah *shot-shot* yang berbeda-beda dapat ditempatkan pada layar secara sendiri-sendiri dalam berbagai pola. Layar dapat dibagi menjadi empat atau lebih atau citra yang dipusatkan dan dikelilingi oleh sejumlah gambar lainnya.

Adakalanya dua gambar terpisah dan dipadukan sedemikian rupa sehingga mendapatkan aspek artistik. (Morrison hal 121, 2013)

1.8.4. *Mixing*

Mixing adalah tahapan menyesuaikan menyelaraskan, penyempurnaan warna, penambahan motion grafis (*tilting*), menyeimbangkan suara, dan pemberian efek suara berupa musik pada program (adegan) dengan memperhatikan kepentingan gambar yang ditampilkan, untuk memberikan sentuhan emosi, keindahan, keharmonisan program tersebut. Menurut buku Managemen Media Penyiaran Strategy Mengelola Radio dan Televisi (Morrison hal 129, 2013).

1. *Colour Grading*

Setiap gambar yang telah selesai di edit perlu dikoreksi warnanya agar didapat persamaan warna, karena bukan tidak mungkin pada saat produksi berlangsung ada kendala pencahayaan yang akhirnya mempengaruhi warna dalam gambar. Yaitu dengan cara memakai video efect, seperti *image control*, *color balance*, *color corection* atau memakai *software* terpisah seperti Adobe After Effect dan *Magig Bullet*

2. *Titling*

Pada tahap pemberian *motion grafis / title* ini, editor biasanya menggunakan software pendukung antara lain yaitu Adobe After Effect Pro CC dan Adobe Photoshop Pro CC tahun terbaru untuk membuat *counting leader*, *bumper in / bumper out*. Sedangkan untuk nama kru pada opening scene editor cukup menggunakan *title design* dan efek *fade out* yang sudah tersedia pada media *editing* yang digunakan yaitu Adobe Premiere Pro CC . Kemudian untuk *credit title* editor membuat tulisan muncul secara *roll* berjalan dari bawah ke atas.

3. *Audio Mixing*

Setelah melalui proses penyuntingan gambar atau editing, maka proses yang harus dilalui selanjutnya adalah *Audio Mixing*, yaitu menyatukan dan menyelaraskan suara sekaligus memberikan tambahan seperti musik instrument, musik ilustrasi atau *sound effect* yang dapat mendukung penceritaan. Biasanya menggunakan *sound effect* yang tersedia di adobe premiere, atau menggunakan *software* sendiri seperti *Adobe Audition, CoolEdit Pro, Wavelab*, dll.

Jika proses *mixing* sudah selesai dilakukan *preview*. Mengecek keseluruhan materi program. Kalau tidak ada masalah, program tersebut siap *on air*, namun jika ilustrasi musik dengan dialog belum seimbang dapat dilakukan lagi penyempurnaan. Yang pasti setiap proses pengeditan pada program acara televisi selalu meminta pendapat kepada produsernya agar tidak berulang kali merevisi hasil editan tersebut.

1.8.5. *Mastering*

Jika tahapan *mixing* pada proses *editing* telah selesai dilakukan. Lalu hasil akhir dieksport ke dalam bentuk movie dengan *frame rate* paling besar (*high quality*), kemudian dirender kedalam bentuk AVI dengan menggunakan *software* *Premiere Pro CC*, atau *WinAvi, Canopus Procorder, TMPEG gen, Movie Factory 4*, dll. (Morrison hal 142, 2013).

Menurut buku *Managemen Media Penyiaran Strategy Mengelola Radio dan Televisi. Mastering* disebut juga *print to tipe*, yakni merupakan proses akhir dari pascaproduksi, yaitu mentransfer hasil final editing yang sudah siap untuk tayang, ditransfer ke dalam kaset (*betacam digital, betacam analog, miniDV, DVcam* atau DVD) umum yang dipakai adalah *Betacam digital* dan *miniDV*, karena kedua kaset ini kualitasnya lebih baik dari yang lainnya.

Dalam produksi siaran televisi drama maupun nondrama secara keseluruhan, ada tiga unsur pokok selalu ada dan selalu berkaitan satu sama lainnya, yaitu tata gambar, suara, dan cahaya (*camera, audio, dan lighting*). Jika salah satu unsur ini tidak terpenuhi, maka sulit memproduksi suatu

program secara maksimal dan yang pasti membuat editor kesulitan dalam proses pengeditannya.

1.9. Tahapan Proses Produksi Program Guyon Gayeng

Dalam penyajian program acara Guyon Gayeng dengan format program *variety show* sudah pasti banyak tahapan-tahapan dalam proses produksinya mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi.

1.9.1. Pra Produksi

Pra produksi pada program guyon gayeng adalah tahap paling penting dalam sebuah produksi televisi, yaitu merupakan semua tahapan persiapan sebelum sebuah produksi dimulai. Makin baik sebuah perencanaan produksi, maka akan memudahkan proses produksi televisi. Menurut Gerald Millerson memulai tahapan praproduksi yaitu dengan *production planning meeting* (konsep program, tujuan, dan sasaran yang ingin dicapai). *Script* untuk program dialog, *variety show*, kuis, hanya menggunakan *outline script* yang mencakup apa yang harus dilakukan *talent/host*, fasilitas yang digunakan, dan *video tape*. Kalau *full script* terdapat *script* (seting, karakter pemain, dialog, adegan) dan *camera script* (angle kamera, audio, *cue*, transisi, dan perubahan set).

1.9.2. Produksi

Pada tahapan produksi proses *shooting* program acara Guyon Gayeng akan dimulai sesuai naskah dan *rundown* yang sudah dipersiapkan saat pra produksi. Program guyon gayeng ini diproduksi secara *tapping* dengan sistem kamera *multicam*, menggunakan 3 kamera yang diposisikan dengan sudut pandang yang berbeda di dalam studio ADiTV bersama semua crew yang bertugas didalamnya. Berikut sistem produksi program televisi secara *tapping* menurut buku *Siaran Televisi Non-Drama* (2015:152)

➤ **Tapping**

Tapping merupakan kegiatan merekam adegan dari naskah menjadi bentuk audio video (AV). materi hasil rekaman akan ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan peristiwanya, misalnya rekaman dilakukan pada minggu lalu ditayangkan minggu ini atau rekaman dilakukan pada pagi harinyanya, dan disiarkan pada malam hari. Pelaksanaan rekaman Produksi guyon gayeng seluruhnya dilaksanakan di dalam Studio.

1. *Live on tape* : produksi program yang direkam secara utuh dengan konsep siaran langsung. menggunakan beberapa kamera dan direkam terus-menerus menggunakan VTR melalui *Vision mixer*, hasilnya akan diedit sebelum disiarkan. Live on tape disebut juga dengan istilah MCR (*multi camera remote*).
2. *Multi camera recording* : rekaman yang dilakukan dengan beberapa kamera pada satu adegan. Di mana setiap camera merekam sendiri-sendiri adegan tersebut, Dengan komposisi dan ukuran gambar berbeda. hasil rekaman ini akan disatukan dalam proses *editing* sebelum disiarkan.
3. *recording in segment* : rekaman yang dilakukan menggunakan satu atau lebih kamera bagian per bagian (*scene*) sesuai dengan *breakdown Script*. Bagian perbagian dapat juga diambil dari beberapa *angel* dan komposisi kamera untuk memberikan makna dan informasi. istilah lain *recording in segment* Yaitu EFP (*elektronik Field Production*). biasa digunakan untuk program dokumenter atau hiburan dengan *film style*.
4. *Single Camera* : Produksi rekaman dengan 1 kamera. Di mana hasilnya melalui proses

editing, gambarnya disusun untuk dapat menjelaskan makna dan informasi sesuai dengan kebutuhan program. *Single camera* dapat disebut juga dengan ENG (*electronic news gathering*) Biasa untuk program berita menggunakan kamera VCR *portable* dengan *microphone*.

Dalam proses rekaman sering dilakukan yang disebut *shooting* ulang (*Retake*) atau pengulangan adegan yang sudah dilakukan sebelumnya. *Retake* dapat disebabkan beberapa hal :

1. Kesalahan dari pemeran dalam berperan yang tidak sesuai dengan standar penilaian sutradara atau PD;
2. pemeran meminta ulang adegannya, merasa aktingnya tidak maksimal.
3. alat produksi tidak berfungsi dengan baik, Misalnya Audio yang tidak maksimal menangkap suara pemeran Atau VTR tidak merekam secara sempurna;
4. gangguan dari lokasi pengambilan gambar (*Shooting*), Misalnya *shooting outdoor*, Saat perekaman tiba-tiba terdengar suara kendaraan yang lewat dengan suara yang melengking melebihi suara utama yang direkam.
5. Gangguan alam seperti hujan, sinar matahari, atau angin kencang.

1.9.3. Pasca Produksi

Pasca produksi tugas editor adalah tahapan paling akhir produksi program acara televisi. Karena program guyon gayeng ini diproduksi secara *tapping* maka proses *editing* sangat diperlukan. Kebutuhan program disempurnakan pada tahap pasca produksi ini. Tayangan utama

program sampai tayangan promo program guyon gayeng harus diselesaikan sampai siap tayang. Berikut tahapan *editing* pasca produksi pada program guyon gayeng :

- a. **Capturing.** Proses *capture* gambar terjadi pada editing nonlinier, yaitu mentransfer hasil audio visual dari kaset digital ke dalam *hard disk* komputer. Sehingga *editing* sudah dalam bentuk *file*, apabila menggunakan *editing* linier langsung proses *logging* gambar.
- b. **Logging.** Logging gambar adalah membuat susunan daftar gambar dari kaset hasil *shooting* secara detail, disertai dengan mencatat time code-nya dan take keberapa atau nama file gambar itu berada. Hal ini akan memudahkan proses *editing* selanjutnya. Biasanya editor akan diberi rundown naskah yang sudah di beri keterangan tersebut. *Rundown* naskah ada pada halaman lampiran.
- c. **Editing pictures.** Penyuntingan (*editing*) adalah kata kunci dalam proses ini. Pada tahap ini semua *footage* telah dikumpulkan selama produksi, selanjutnya disusun dan dirangkai menjadi produk final (*final product*). Biasanya disebut *editing offline*.
- d. **Editing Sound.** Penyuntingan suara disinkronkan dengan gambar, serta menghidupkan suasana melalui ilustrasi musik. Biasanya pada bagian *sound* menggunakan audio asli dari video, tentunya akan memperjelas atmosfer maupun dialog yang ingin ditonjolkan namun tetap diselingi musik sebagai *background* utama.
- e. **Final cut.** Hasil edit akhir. Setelah mencapai tahapan ini, susunan gambar sudah fix dan dilanjut dengan *editing online*. Sekarang peralatan yang digunakan dan kompleksitas ilustrasi musik (*soundtrack*), menentukan bahwa materi program sudah dapat membaur (*mix*) suara pada tahap *online*.
- f. **Visual Graphic.** Penambahan unsur-unsur *graphic* dalam tayangan Seperti teks, animasi, *color grading*, dsb. Penambahan *graphic* tersebut bisa melalui aplikasi yang sama ataupun aplikasi pendukung lainnya yang sesuai.

g. **Married Print.** Proses penggabungan suara dan gambar yang tadinya terpisah menjadi satu kesatuan atau biasa disebut proses *rendering*.

h. **Master Edit.** Hasil akhir tayangan program.

Editing dengan proses seperti ini hanya mungkin dilakukan pada media seluloid dan teknologi digital komputer, karena *Editing* dengan media film sudah sangat jarang digunakan dan pemakaian komputer untuk *editing* semakin sering kita temui, maka *Non Linear Editing* identik dengan *Digital Video Editing*.

1.10. Ekstrasi Hasil Penelitian Terdahulu

1. Ayu Rusangraeni (2013) – (Peranan Departemen Promo Program Onair Di Stasiun Televisi Surya Citra Televisi SCTV) Tujuan dari KKM ini ialah untuk mengetahui bagaimana kinerja atau produksi dalam suatu stasiun televisi, khususnya dalam Departemen Promo On Air SCTV. Tahapan produksi promo program di SCTV meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dalam sebuah produksi promo program, tim produksi promo harus kreatif, inovatif dan solid. Proses produksi promo program di SCTV meliputi tahapan pra produksi hingga tayang sangat rapi pengerjaannya. Dalam tim di Departemen Promo On Air, masing - masing tidak harus bergantung kepada editor, karena disini tim mereka juga memiliki kemampuan editing yang sangat baik. Terkecuali, khusus untuk grafis dan audio mereka harus meminta kerjasama pada pembuat grafis dan pengisi musik. Jadi proses produksi promo program on air sangat sederhana namun menarik dan berbeda dari proses produksi program acara. Karena proses produksi promo program lebih singkat. Dalam setiap produksi promo program harus menampilkan konsep dan ide yang selalu berbeda, out of the box, fresh dan ,menarik agar program yang akan ditayangkan dapat membuat penonton penasaran dan tertarik.
2. Palguna, Kadek Dwi Yoga Adi. I Made Gede Sunarya. dan, I Made Putrama (2016), (Pengembangan Media Promosi Berbasis Aransemen Musik Dan

Video Profil Jurusan Pendidikan Teknik Informatika). Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan aransemen musik dan video profil pendidikan teknik informatika, mengetahui respon pengguna terhadap aransemen musik dan video profil pendidikan teknik informatika. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian dan pengembangan. Aplikasi ini diimplementasikan menggunakan *Presonus Studio One* sebagai pembuat aransemen lagu serta *Pinnacle Version 14* sebagai pembuat video dengan bantuan *Adobe After Effect* sebagai penambahan efek video. Pemanfaatan aplikasi pembuat musik dan video dari dampak kemajuan teknologi menyebabkan para remaja atau anak muda mampu berkreasi dalam mengarangsemen serta mengolah video dengan berbagai efek sesuai kemampuan dan keingan sehingga musik dan video dapat dijadikan berbagai saran yang viral dalam berbagai media promosi.