

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**STRATEGI MANAJEMEN KERJA ASISTEN PRODUSER  
DALAM PROGRAM ACARA DIALOG KHUSUS ADITV**

**STUDI PRAKTIK LAPANGAN DI PT. ARAH DUNIA TELEVISI (ADITV)  
YOGYAKARTA**

**Laporan Praktik kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli  
Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Broadcasting  
Radio Televisi**



**Oleh :**

**Ari Permadi**

**2016 / BC / 5116**

**PROGRAM STUDI PENYIARAN RADIO TELEVISI  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)  
YOGYAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN  
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**STRATEGI MANAJEMEN KERJA ASISTEN PRODUSER  
DALAM PROGRAM ACARA DIALOG KHUSUS ADITV  
STUDI PRAKTIK LAPANGAN DI PT. ARAH DUNIA TELEVISI (ADITV)  
YOGYAKARTA**

Laporan Praktik kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Broadcasting Radio Televisi

Disusun Oleh :

Ari Permadi

2016 / BC / 5116

Disetujui Oleh :

  
Supadiyanto, M. I. Kom

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI PENYIARAN RADIO TELEVISI  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)  
YOGYAKARTA**

2019

ii

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**  
**STRATEGI MANAJEMEN KERJA ASISTEN PRODUSER DALAM**  
**PROGRAM ACARA DIALOG KHUSUS ADITV**  
**STUDI PRAKTIK LAPANGAN DI PT. ARAH DUNIA TELEVISI (ADITV)**  
**YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan Ditulis oleh :

Nama : Ari Permadi

NIM : 2016 / BC / 51116

Telah dipertahankan di depan majelis penguji

Pada tanggal 15 ..... 2019

Dan dinyatakan memenuhi syarat

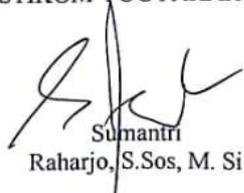
Susunan Panitia Penguji

1. PENGUJI I DAN PEMBIMBING  
(Supadiyanto, M.I.Kom)
2. PENGUJI II  
(Dra. Sudaru Murti, M,Si)
3. PENGUJI III  
(Hanif Zuhana Rahmawati, M.Sn)



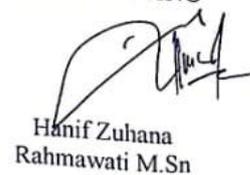
Mengetahui

KETUA  
STIKOM YOGYAKARTA



Sumantri  
Raharjo, S.Sos, M. Si

KAPRODI  
BROADCASTING



Hanif Zuhana  
Rahmawati M.Sn

## HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ari Permadi

NIM : 2016/ BC/ 5116

Jurusan : Broadcasting Radio – TV

Judul Laporan : STRATEGI MANAJEMEN KERJA ASISTEN  
PRODUSER DALAM PROGRAM ACARA DIALOG  
KHUSUS ADITV

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinal, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja Profesional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan di PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV) dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy-paste*) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam Tugas Akhir ini terkandung ciri – ciri plagiat dan bentuk – bentuk peniruan lainnya yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 14 Agustus 2019

METERAI  
TEMPEL  
FFD6AAFF940847723  
6000  
RIKHSURUPAH Ari Permadi

## **Motto**

Allah-lah yang menciptakan tujuh langit dan seperti itu pula bumi.  
Perintah Allah berlaku padanya, agar kamu mengetahui bahwasannya  
Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu, dan sesungguhnya Allah ilmu-  
Nya benar-benar meliputi segala sesuatu.

(Surat At-Talaq Ayat 12)

Gagal itu bukan ketika kamu kalah, namun ketika kamu berhenti  
untuk berusaha bangkit kembali dan menyerah

Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya wisuda

(Penulis)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kesabaran, serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
2. Bapak, Ibu, Kakak, Kakek, Nenek yang mana selama ini selalu memberi doa, semangat, dan mendukung saya baik secara moril dan materil.
3. Dosen pembimbing saya, Supadiyanto M.I.kom yang telah membimbing saya sehingga dapat menyelesaikan laporan saya dengan baik.
4. Sahabat – sahabat saya yang selalu mendukung, memberi semangat serta doa.
5. Seluruh teman-teman STIKOM Yogyakarta angkatan 2016, 2017, dan 2018 yang sudah banyak memberikan *support* dan mendoakan.
6. Teman-teman AKINDO TV yang selalu memberi saya motivasi bagaimana kita harus bekerja keras dan selalu bersyukur kepada Allah SWT.
7. Dan untuk semua orang yang terlibat dalam proses penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan Karunia-NYA, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan pada 01 Maret 2019 sampai 30 April 2019 di PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV). Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada program Studi *Broadcasting* Radio Televisi Diploma III Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan segala rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat dalam tersusunya laporan ini:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, berkah, serta hidayah-Nya.
2. Kedua orangtua, Sarusman dan Yusanti yang selalu mendo'akan, memberi dukungan dan semangat dalam segala situasi dan kondisi saya.
3. Gani Priantoro, sebagai kakak yang memberikan dukungan kepada saya.
4. Keluarga besar yang selalu memberi do'a dan dukungan positif kepada saya.
5. Bapak R. Sumantri Raharjo, S.Sos, M.Si selaku Direktur Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
6. Bapak Supadiyanto M.I.Kom selaku pembimbing saya dalam penyusunan laporan ini, yang selalu memberikan masukan dan dorongan untuk terselesaikannya laporan ini.
7. Ibu Hanif Zuhana, M.Sn selaku Kepala Program Studi *Broadcasting*.
8. segenap tim penguji Laporan Praktik Kerja Lapangan.
9. Seluruh Dosen dan Staf Civitas Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia (STIKOM) Yogyakarta, khususnya Dosen *Broadcasting*.

10. Seluruh staf akademik dan keamanan yang membantu dalam penyelesaian berkas.
11. Rara Agustina, selaku pembimbing PKL saya di PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV) yang telah membimbing saya saat melakukan Praktik Kerja Lapangan di ADiTV.
12. Seluruh *crew* PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV) yang telah membimbing dan menularkan ilmunya kepada saya selama melakukan Praktik Kerja Lapangan.
13. Seluruh teman-teman STIKOM Yogyakarta angkatan 2016, 2017, dan 2018 yang sudah banyak memberikan *support* dan mendoakan.
14. Teman-teman AKINDO TV yang selalu memberi saya motivasi bagaimana kita harus bekerja keras dan selalu bersyukur kepada Allah SWT.
15. Teman-teman karangtaruna Budi Mulia
16. Semua pihak yang membantu dan terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari jika dalam penyusunan laporan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan penulis menerima kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, terimakasih dan semoga laporan ini bisa bermanfaat bagi penulis, institusi pendidikan, dan masyarakat luas, calon praktisi *Broadcasting*.

Yogyakarta, 14 Agustus 2019

Ari permadi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1	Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2	Rumusan Praktik Kerja Lapangan.....	6
1.3	Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	6
1.4	Waktu dan Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	7
1.5	Metode Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	8
	1.5.1 Paradigma Penelitian.....	8
	1.5.2 Jenis Data.....	8
	1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	8
	1.5.4 Teknik Pengolahan Data (Analisis Data) .....	10

### **BAB II. KERANGKA KONSEP**

2.1	Penegasan Judul.....	12
2.2	Kajian Pustaka	17
	2.2.1 Pengertian Televisi .....	17
	2.2.2 Perkembangan Televisi di Indonesia.....	18
	2.2.3 Konvergensi Media .....	21
2.3	Manajemen Produksi.....	23
2.4	Produksi Program Acara Televisi	25
	2.4.1 Pengertian Penyiaran.....	25
	2.4.2 Pengertian Produksi Televisi .....	25
	2.4.3 Macam-Macam Program Siaran Televisi .....	30

2.5	Sistem/Struktur Perusahaan Stasiun Televisi	37
2.5.1	Struktur Perusahaan Televisi.....	37
2.5.2	Tim Kerja/Produksi.....	38
2.6	Regulasi Media Penyiaran.....	40
2.7	Ekstraksi Laporan.....	47
<b>BAB III. DESKRIPSI ADiTV</b>		
3.1	Sejarah Singkat ADiTV .....	51
3.2	Visi dan Misi ADiTV .....	52
3.3	Struktur Organisasi ADiTV .....	54
3.4	Logo ADiTV.....	55
3.5	Lokasi ADiTV .....	56
3.6	Daerah Jangkauan ADiTV .....	57
3.7	Segmentasi Penonton .....	58
3.8	Prestasi ADiTV .....	59
3.9	Materi Produksi .....	59
3.10	Standar Operasional Prosedur ADiTV.....	59
3.11	Program Acara di ADiTV.....	63
<b>BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Program Acara Dialog Khusus.....	71
4.1.1	Desain Program .....	71
4.1.2	Desain Penyajian.....	71
4.1.3	Tugas Kerja Asisten Produser .....	75
4.2	Kegiatan Praktek Kerja Lapangan sebagai Asisten Produser.....	80
4.3	Manajemen Produksi.....	81
4.4	Strategi Manajemen Kerja Asisten Produser dalam Produksi Program Dialog Khusus ADiTV .....	81
4.4.1	Pra Produksi.....	85
4.4.2	Produksi.....	89
4.4.3	Pasca Produksi.....	96
4.4.4	Kendala & Solusi.....	97

**BAB V. PENUTUP**

5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran .....	100

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>102</b>
----------------------------	------------

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Struktur Organisasi .....	54
Gambar 3.2.	Logo ADiTV.....	55
Gambar 3.3.	Lokasi ADiTV Yogyakarta .....	56
Gambar 3.4.	Jangkauan Siaran ADiTV .....	57
Gambar 4.1.	Program Acara Dialog Khusus .....	71
Gambar 4.2.	Treatment ADiTV.....	76
Gambar 4.3.	VTR ADiTV.....	77
Gambar 4.4.	Jadwal Produksi ADiTV .....	78
Gambar 4.5.	Alur Strategi Kerja Asisten Produser ADiTV .....	84
Gambar 4.6.	Alur Menemui Narasumber .....	85
Gambar 4.7.	Alur pesan P2 card dan SSD .....	86
Gambar 4.8.	Alur Order Tim Produksi .....	86
Gambar 4.9.	Alur pembuatan <i>Treatment</i> .....	87
Gambar 4.10.	Alur Pembuatan TOR .....	88
Gambar 4.11.	Set panggung Dialog Khusus ADiTV.....	89
Gambar 4.12.	Panggung ADiTV.....	90
Gambar 4.13.	Alur Menyerahkan SSD ke ruang <i>ingest</i> .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	<i>Coverage Area</i> .....	58
Tabel 3.2.	Segmentasi Penonton .....	58
Tabel 3.3.	SOP Produser Program.....	61
Tabel 4.1.	<i>Crew</i> Program Dialog Khusus ADiTV.....	78
Tabel 4.2.	Peralatan Dialog Khusus ADiTV.....	79
Tabel 4.3.	Kegiatan Praktik Kerja Lapangan.....	80
Tabel 4.4.	Beberapa Produksi Dialog Khusus yang diikuti Penulis .....	93

## ABSTRAK

Dalam memproduksi program-program televisi dibutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang mencukupi agar dapat memproduksi program acara yang baik sehingga dapat menarik minat penonton. Namun, seperti yang kita ketahui di beberapa televisi lokal terhambat dengan masalah *financial* mereka. Dengan *financial* yang terbatas stasiun tv lokal harus membatasi SDM mereka. Dengan sedikitnya SDM yang ada, beberapa divisi harus mengerjakan beberapa tugas sekaligus, salah satunya asisten produksi. Masalah utamanya adalah : bagaimana seorang asisten manajemen tugas kerjanya dalam proses produksi program acara Dialog Khusus ADiTV?. Paradigma penelitian menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan: riset pustaka, observasi, wawancara. Dua jenis data diproses yaitu data primer (data dari HRD ADiTV, Produser Dialog Khusus, Asisten Produser Dialog Khusus) dan data sekunder (studi pustaka). Hasilnya asisten produser memajemen tugas kerjanya mulai dari tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi sehingga tugas kerja asisten produser dapat terselesaikan dengan efektif dan efisien.

**Kata kunci : asisten produser, manajemen kerja, Dialog Khusus, ADiTV.**

## ABSTRACT

*In producing television programs, sufficient human resources (HR) are needed in order to produce programs that can make it interesting for visitors. However, as we have discussed on several local televisions, they are hampered by their financial problems. With limited finances local TV stations must be limited in their human resources. By releasing existing human resources, several divisions must do several tasks at once, the only production assistant. A special problem is: how to manage assistance programs in the production process of ADiTV Dialog Khusus? The research paradigm uses qualitative methods. Data collection techniques by: library research, observation, interviews. The two types of data taken are primary data (data from ADiTV HRD, Dialog Khusus Producer, Dialog Khusus Producer Assistant) and secondary data (literature study). Starting with the assistant producer managing tasks ranging from production, production, to post-production so that the assistant producer's work tasks can be completed effectively and efficiently.*

**Keywords: assistant producer, work management, Dialog Khusus, ADiTV**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan kemajuan perkembangan zaman saat ini, penyebaran informasi semakin mudah diterima dan disebarluaskan ke masyarakat luas, dengan perkembangan teknologi yang semakin maju masyarakat dapat dengan mudah mendapat informasi dari berbagai sumber, salah satunya televisi. Televisi merupakan media massa yang paling efektif dalam penyebaran informasi. Televisi merupakan media komunikasi modern yang penyampaian informasinya menggunakan teknik *audio* atau suara dan *visual* atau gambar. Dalam perkembangannya televisi menjadi barang pokok atau kebutuhan pokok, sebab dalam kenyataannya hampir di seluruh rumah di setiap negara pasti memiliki televisi. Keberadaan televisi menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat sebagai sumber informasi dan hiburan.

Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap program acara-acara di televisi, stasiun televisi dituntut untuk membuat program-program yang banyak dan menarik. Oleh karena itu, stasiun televisi membutuhkan banyak tenaga karyawan untuk menjalankan sebuah stasiun televisi. Pekerjaan di sebuah stasiun televisi sangat berat, mengingat tugas dan tanggungjawabnya sangat besar, kejar tayang dalam memproduksi sebuah program agar dapat tayang setiap hari. Namun di beberapa stasiun tv masih banyak yang terhambat masalah financial yang mengakibatkan beberapa stasiun tv menggaji karyawannya dengan upah yang minimum.

Idealnya, menurut AJI pusat; setiap wartawan seharusnya mendapatkan upah layak sektoral dengan mendasarkan pada kebutuhan pokok sebagai wartawan (misalnya untuk menaikkan pengetahuan; misalnya untuk membeli buku, mengakses internet dan sebagainya). Bila merujuk pada penelitian AJI Jakarta 2010, adapun besar gaji bulanan para wartawan di Jakarta yaitu: Rp 4.979.280 (Bisnis Indonesia), Rp 5.500.000 (Kompas), Rp 3.700.000 (Kontan), Rp 2.300.000 (Republika), Rp

2.500.000 (Jurnal Nasional), Rp 2.700.000 (Antara), Rp 2.250.000 (Seputar Indonesia), Rp 2.700.000 (Koran Tempo), Rp 3.300.000 (Indopos), Rp 1.700.000 (Pos Kota), Rp 2.800.000 (Berita Kota), Rp 2.700.000 (Warta Kota), Rp 5.500.000 (Jakarta Globe), Rp 2.000.000 (Rakyat Merdeka), Rp 2.000.000 (Sinar Harapan), Rp 2.696.990 (Majalah SWA), Rp 2.500.000 (Majalah Gatra), Rp 2.400.000 (MNC TV), Rp 2.500.000 (Trans TV), Rp 2.500.000 (SCTV), Rp 2.480.000 (DAAI TV), Rp 3.300.000 (Radio KBR 68 H), Rp 2.400.000 (I-Radio), Rp 3.300.000 (Sonora), Rp 1.600.000 (Hukumonline.com), Rp 2.700.000 (Kompas.com), Rp 2.400.000 (Detik.com), Rp 2.600.000 (Vivanews.com), Rp 2.300.000 (Okezone.com), dan Rp 3.500.000 (TV One). Padahal besarnya upah layak jurnalis versi AJI sebesar Rp 4.600.000 (Abdul Manan, 2011:34).

Data baru yang diperoleh sesuai dengan penelitian AJI Jakarta 2017, adapun gaji bulanan wartawan di Jakarta yaitu: Rp 4.800.000 (Harian Kompas), Rp 6.400.000 (The Jakarta Post), Rp 6.263.940 (Bisnis Indonesia), Rp 5.800.000 (Tirto.id), Rp 5.600.000 (Harian Jawa Post), Rp 5.000.000 (LKBN Antara), Rp 5.000.000 (Kumparan.com), Rp 4.915.000 (Tribunnews.com), Rp 4.812.000 (Gatra), Rp 4.800.000 (Tempo), Rp 4.800.000 (Suara.com), Rp 4.800.000 (Kompas TV), Rp 4.700.000 (Republika), Rp 4.700.000 (DAAI TV), Rp 4.500.000 (TV One), Rp 4.500.000 (KBR), Rp 4.424.000 (Kontan), Rp 4.316.500 (metro TV), Rp 4.300.000 (kompas.com), Rp 4.300.000 (CNN Indonesia TV), Rp 4.200.000 (Net TV), Rp 3.995.070 (Liputan6.com), Rp 3.990.000 (Viva.co.id), Rp 3.680.000 (Detik.com), Rp 3.600.000 (Merdeka.com), Rp 3.450.000 (MNC TV), Rp 3.200.000 (JawaPos.com), Rp 3.200.000 (RRI), Rp 3.100.000 (Inilah.com).

Sesuai yang dilansir dalam website detiknews, AJI menyatakan bahwa upah layak jurnalis tahun 2018 sebesar Rp 7.96 juta. Survei AJI dilakukan terhadap 29 media di Indonesia dan 2 media asing dan telah di verifikasi datanya pada Desember 2017. Upah layak yang dimaksud AJI disini merupakan *take home pay* atau gaji pokok ditambah tunjangan-tunjangan yang diterima jurnalis setiap bulannya.

Televisi sebagai media komunikasi diakui telah banyak memberikan pengaruh bagi perkembangan peradaban manusia. Namun, di balik hal-hal positif yang disebarkan, televisi juga sering disebut sebagai media yang menyebarkan kekerasan, pornografi ataupun tayangan yang berbau mistik. Kenyataan menunjukkan bahwa siaran-siaran televisi (TV) yang ada belum bisa menyajikan secara proporsional antara muatan pendidikan dan budaya dalam siaran-siarannya. Sebagian besar siaran TV didominasi oleh siaran-siaran yang sarat dengan bisnis, sedangkan siaran-siaran yang berbasis budaya dan pendidikan masih sangat sedikit persinya. Fenomena tersebut telah mendorong Pimpinan Wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) membangun stasiun TV Swasta di Yogyakarta dengan kemasan pendidikan yang bernuansa religius dan mengangkat kearifan budaya lokal yang diberi nama PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV) tanpa meninggalkan berorientasi pada bisnis. Kehadiran stasiun TV yang sehat dan mendidik pun semakin dirasakan kebutuhannya, terutama oleh masyarakat di negara berkembang seperti Indonesia.

Televisi hadir pertama kali di Indonesia pada awal dekade 1960-an, tepatnya tahun 1962 stasiun TV TVRI mengudara pertama kali dan siaran perdananya menayangkan upacara peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke-17 dari istana negara Jakarta. Semakin lama semakin mendominasi komunikasi media massa elektronik, karena sifatnya yang memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak di bidang informasi, hiburan, pendidikan dan banyak memberi dampak positif bagi publik. Di bidang edukasi misalnya, televisi dapat menyuguhkan program-program yang mengedukasi para penontonnya. Salah satu program acara dapat disajikan dalam bentuk *talkshow*.

Hampir setiap hari penonton TV disuguhkan sajian program *talkshow* yang beragam dari berbagai stasiun tv yang berbeda. Adapun beberapa program-program *talkshow* yang kini menjadi andalan di masing-masing stasiun Tv yaitu: *Hitam Putih* (TRANS 7), *Mata Najwa* (TRANS 7), *Ini Talkshow* (NET TV), *Dr. OZ* (TRANS TV), *Kick Andy* (METRO TV),

*Indonesia Lawyer Club* (TV ONE) , *I'm Possible* (METRO TV) dan lain-lain.

Dengan banyaknya program-program *talkshow* yang ada, maka timbulah suatu tuntutan agar stasiun tv dapat memberikan suatu program *talkshow* yang lebih bervariasi, kreatif, dan inspiratif agar program tersebut bisa bersaing dan diminati oleh penonton dibanding program-program *talkshow* lainnya. Disadari bahwa masyarakat gemar menonton acara televisi. Oleh karena itu, ADiTV mengudara dengan tujuan agar masyarakat mendapatkam tontonan yang variatif, kreatif, dan inspiratif dengan menonjolkan nilai etika penyiaran islam yang dikolaborasikan dengan nilai-nilai kearifan lokal. ADiTV mempunyai program yang sudah diproduksi secara reguler di dalam maupun diluar studio.

Salah satu program ADiTV adalah “Dialog Khusus”, sebuah program *talkshow* interaktif yang menghadirkan narasumber-narasumber hebat dari Yogyakarta dan sekitarnya, yang membahas seputar informasi-informasi penting yang dibutuhkan masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Maka dari itu, ADiTV menyediakan program *talkshow* yang informatif, variatif dan inspiratif untuk masyarakat Yogyakarta serta tak lupa selalu menonjolkan etika penyiaran islami yang dikolaborasikan dengan nilai-nilai kearifan lokal.

Namun, demi mewujudkan sebuah program yang digemari dan menarik di mata masyarakat itu sangatlah dibutuhkan adanya kesadaran dan motivasi untuk berperan serta dari seluruh kerabat kerja (*Crew*) dalam suatu proses produksi sebuah program acara. Jika salah satu *crew* tidak maksimal dalam menjalankan tugasnya, maka proses produksi akan terhambat dan dapat mempengaruhi kualitas program acara yang di produksi. Keberhasilan memproduksi sebuah program ini tidak lepas dari peranan semua *crew* yang bertugas, mulai dari produser, kameramen, tim teknik, tim grafis, presenter, dan *crew* yang lainnya. Namun dari semuanya yang memiliki tanggungjawab paling besar dan berat dalam keberhasilan membuat program *talkshow* adalah seorang produser. Produser bertanggungjawab terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu

program sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan disepakati oleh eksekutif produser. Seorang produser bertugas mengkoordinir semua *crew* yang terlibat dalam produksi acara, menyiapkan materi siaran, memastikan narasumber yang akan mengisi telah hadir di studio dan lain-lain. Di karenakan banyaknya program acara yang ada di ADiTV, seorang produser di ADiTV tidak hanya memegang satu program acara melainkan beberapa program acara sekaligus.

Mengingat beban, tugas dan tanggungjawab seorang produser yang kompleks dan banyak, maka seorang produser perlu dibantu oleh seorang asisten produser. Asisten produser juga sering disebut asisten produksi (*production assistant*) PA. Asisten produser adalah petugas pembantu PD (*program director*) dalam pelaksanaan produksi. Berfungsi sebagai sekretaris dan juru bicara PD. Apa yang diperintahkan PD, hal itu disampaikan kepada seluruh tim kerja.

Asisten produser adalah seorang yang paling sibuk karena banyak tugas yang dilakukan mulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. pekerjaannya mulai dari mencari, mencatat, mengumpulkan, mengoordinasikan seluruh fasilitas produksi, studio, desain grafis, *backdrop*, *stage*, *wardrobe*, *make up*, kamera, *lighting*, memperbanyak *rundown*, *script*, dan juga kadang terlihat dalam proses kreatif. Seorang asisten produser tidaklah mudah, dikarenakan asisten produser harus bekerja secara tepat waktu sebelum dilaksanakannya produksi agar sebuah program acara dapat ditayangkan tepat waktu. Maka dari itu, penulis dituntut untuk disiplin dalam melakukan tugas dan pekerjaan yang diberikan oleh produser. Disiplin, teliti, bertanggungjawab dengan tugas-tugas yang diterimanya dan dapat bekerjasama dengan tim kerja yang sudah ditentukan dengan baik adalah salah satu hal yang penting dalam menjadi seorang asisten produser di stasiun televisi baik lokal maupun nasional.

Dalam hal ini tugas seorang produser di program acara *talkshow* “Dialog Khusus” ADiTV tidak mudah. Ada banyak pekerjaan yang harus dikerjakan seorang produser karena tidak hanya bertanggungjawab pada

satu *jobdesk* dan program acara. Biasanya produser di ADiTV akan merangkap menjadi *program director* saat memproduksi program. Oleh karena itu, dibutuhkan seorang asisten produser untuk membantu meringankan tugas-tugas yang ada. Seorang asisten produser adalah orang yang mendukung tugas produser dan membantu proses pelaksanaan tanggungjawab seorang produser, seperti menggantikan atau mewakili produser ketika produser tidak dapat hadir dalam sebuah produksi acara yang sedang berlangsung, membuat TOR (*Term Of Reference*) program acara, memastikan narasumber dan penonton telah siap, mempersiapkan grafis program acara dan lain-lain.

## **1.2 Rumusan Praktik Kerja Lapangan**

Penulis mengangkat masalah bagaimana strategi manajemen kerja asisten produser dalam program acara *Talkshow* Dialog Khusus ADiTV?

## **1.3 Manfaat Praktik Kerja Lapangan**

Ada empat jenis manfaat penelitian ini, yaitu:

### **1. Manfaat teoritis (*saintik-keilmuan*)**

Secara teoritis, hasil dari Praktik Kerja Lapangan ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu penyiaran (*broadcasting*).

### **2. Manfaat praktis (*pragmatis-aplikatif*)**

Secara praktis, hasil dari Praktik Kerja Lapangan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang menjadi seorang asisten produser dalam sebuah program acara *talkshow*. Di samping itu, Praktik Kerja Lapangan ini diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian dan pengembangan informasi untuk mengadakan Praktik Kerja Lapangan serupa.

### **3. Manfaat sosial**

Secara sosial, hasil dari Praktik Kerja Lapangan ini bisa memberikan panduan bagi masyarakat untuk mengetahui secara umum bagaimana Strategi Kerja Manajemen Asisten Produser

dalam Program Acara *Talkshow* Dialog Khusus milik ADiTV Yogyakarta.

#### 4. Manfaat pribadi

Adapun manfaat penting bagi peneliti atas hasil laporan ini adalah:

- a. Mengetahui Lingkup Kerja Asisten Produser dalam Program Acara *Talkshow* Dialog Khusus milik ADiTV Yogyakarta.
- b. Dapat mengetahui proses produksi di ADiTV.
- c. Dapat mengetahui cara penulisan materi siaran (*Treatment*) yang baik dan benar.
- d. Mempelajari bagaimana asisten produser mengkoordinasi tim kerja, penonton dan narasumber dalam produksi program acara yang berlangsung di ADiTV.
- e. Belajar bertanggungjawab pada sebuah tugas dalam sebuah pekerjaan.
- f. Mengaplikasikan ilmu *broadcasting* yang telah dipelajari selama perkuliahan saat melakukan Praktik Kerja Lapangan.
- g. Mengembangkan minat dan pengalaman di bidang *broadcasting* terutama sebagai asisten produser.
- h. Menambah wawasan dan pengalaman secara langsung bagaimana seorang asisten produser bekerja.
- i. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) program Diploma III Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
- j. Menjalin kerja sama yang baik antara PT. Arah Dunia Televisi (ADiTV) dengan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia.

#### 1.4 Waktu dan Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama dua (2) bulan pada tanggal 01 Maret 2019 sampai 30 April 2019 serta mengikuti prosedur yang telah ditentukan oleh ADiTV untuk ditempatkan sebagai asisten produser di ADiTV.

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan di PT. Arah Dunia Televisi yang berlokasi di jalan Raya Tajem Km 3 Sleman, Yogyakarta.

## 1.5 Metode Praktik Kerja Lapangan

### 1.5.1 Paradigma penelitian

Untuk Metode yang penulis gunakan ialah metode penelitian kualitatif, deskriptif, dan post positivistik.

Pendekatan kualitatif yang penulis lakukan dengan cara turun ke lapangan, *interview* mendalam dan melakukan pengamatan dan terlibat secara langsung didalamnya. Pendekatan kualitatif berusaha menjelaskan realitas dengan menggunakan penjelasan analisis deskriptif partisipatif.

### 1.5.2 Jenis Data

#### a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data untuk tujuan penelitian. Dalam hal ini sumber data primer adalah HRD ADiTV, Produser Dialog Khusus, asisten produser Dialog Khusus. Data yang diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi.

#### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data pelengkap sebagai pendukung didalam penyusunan laporan. Dalam hal ini sumber data sekunder adalah bahan-bahan yang dikumpulkan melalui buku bacaan dan literatur yang memiliki kolerasi dengan penyusunan laporan penulis.

### 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

#### a. Riset Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara mencari data melalui buku-buku tentang komunikasi dan jurnalistik serta tentang manajemen operasional. Selain mencari data melalui buku penulis juga mencari data melalui internet dengan membuka *website* resmi yang dapat dipertanggungjawabkan isinya.

b. Observasi

Keterlibatan langsung : pengumpulan data dengan cara mengamati dan terlibat langsung dalam proses produksi. Pada penulisan laporan ini, penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan yang dilaksanakan di ADiTV yang berlokasi di jalan Raya Tajem Km 3 Sleman, Yogyakarta, dilakukan selama dua (2) bulan pada tanggal 01 Maret 2019 sampai 30 April 2019.

c. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data. Wawancara yang dilakukan diterapkan sebagai teknik pengumpul data (umumnya peneliti kualitatif). Metode wawancara sangat diperlukan untuk mendukung pengumpulan data karena jika hanya melakukan observasi materi yang diperoleh masih kurang.

d. Metode Wawancara Tidak Terstruktur

Metode wawancara tidak terstruktur merupakan metode dengan memberikan pernyataan secara langsung tanpa adanya persiapan terlebih dahulu. Wawancara ini dilakukan beriringan dengan berjalannya proses di lapangan atau pertanyaan langsung saat peneliti tidak paham di lapangan.

Penulis telah melakukan wawancara untuk melengkapi materi dalam menulis penelitian ini, dengan:

1. Suryono, Produser Program Dialog Khusus ADiTV
2. Dhyah Ajeng, Asisten Produser Program Dialog Khusus ADiTV
3. Rara, pembimbing PKL

Meskipun wawancara ini dilakukan dengan berjalannya proses di lapangan, penulis mengumpulkan informasi tersebut dengan cara mencatat, dan mengingat.

#### 1.5.4 Teknik Pengolahan Data (Analisis Data)

Dalam metode praktik kerja lapangan, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Hal tersebut membuat penulis memilih model Miles dan Huberman untuk pengolahan data (analisis data).

Menurut Miles dan Huberman (1986) menyatakan bahwa analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang selalu disusun dalam sebuah teks yang diperluas atau yang dideskripsikan. Pada saat memberikan makna pada data yang dikumpulkan, data tersebut di analisis dan diinterpretasikan (Ghony & Almanshur, 2012: 306).

Untuk memproses analisis data dalam model Miles dan Huberman dapat dilakukan melalui tiga proses, yaitu:

##### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan di-verifikaisi (Ghony & Almanshur, 2012: 307-308).

Data kualitatif yang sudah dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, yaitu seleksi ketat melalui ringkasan atau uraian singkat, pemilihan bagian data yang dikode dan mana yang dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, dan cerita-cerita yang sedang berkembang.

##### b. Penyajian Data

Penyajian data yang baik merupakan suatu cara yang pokok bagi analisis kualitatif yang valid. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan

berdasarkan atas pemahaman yang didapat peneliti dari penyajian tersebut (Ghony & Almanshur, 2012:308).

Jenis penyajian data adalah berupa teks naratif, grafik, *network* (jejaring kerja), dan bagan. Dalam menyajikan data yang dimaksud disusun ke dalam urutan sehingga strukturnya dapat dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada rumusan masalah dengan tujuan yang hendak dicapai.

Kesimpulan yang sudah disediakan dari mulai belum jelas kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar lebih kuat. Kesimpulan-kesimpulan juga dilakukan *verifikasi* selama penelitian berlangsung. Secara sederhana, makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekuatannya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan *validitas*-nya (Ghony & Almanshur, 2012:310).

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penegasan Judul

Judul Laporan Tugas Akhir ini adalah Strategi Manajemen Kerja Asisten Produser dalam Program Acara *Talkshow* Dialog Khusus milik ADiTV Yogyakarta.

##### a. Strategi

Di masyarakat sering menganggap kata strategi memiliki arti yang sama dengan taktik. Namun sebenarnya kata strategi berbeda dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut. Strategi sering dikaitkan dengan Visi dan Misi, walaupun strategi biasanya lebih terkait dengan jangka pendek dan jangka panjang, maka dari itu penulis ingin menjabarkan pengertian dari kata strategi.

Secara etimologi kata “strategi” adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai ‘komandan militer’ pada zaman demokrasi Athena (source:id.m.wikipedia.org).

Strategi adalah ilmu seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai (source:kbbi.web.id).

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. (source:id.m.wikipedia.org).

strategi sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan.

Sumber lainnya menyatakan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Menurut Rangkuti, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. (Rangkuti, 2009:3).

b. Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien (source:id.m.wikipedia.org).

c. Kerja

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kerja merupakan kegiatan melakukan sesuatu. Kerja merupakan sesuatu yang dikeluarkan oleh seseorang sebagai profesi, sengaja dilakukan untuk mendapatkan penghasilan. Kerja dapat juga di artikan sebagai pengeluaran energi untuk kegiatan yang dibutuhkan oleh seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Dr. Franz Von Magnis di dalam Anogara (2009 : 11), pekerjaan adalah “kegiatan yang direncanakan”. Sedangkan Hegel di dalam Anogara (2009 : 12) menambahkan bahwa “inti pekerjaan adalah kesadaran manusia”.

d. Asisten Produser

Menurut KBBI Asisten adalah orang yang bertugas membantu orang lain dalam melaksanakan tugas profesional, misalnya dalam pekerjaan, profesi, dan kedinasan.

Dalam KBBI Produser diartikan sebagai (1) orang yang menghasilkan, (2) pengusaha sandiwara (film), dan (3) orag yang bertugas melaksanakan produksi siaran. Disimpulkan produser adalah orang atau pengusaha yang bertugas memproduksi film sandiwara, di siaran televisi dan radio (Latief &Utud, 2017:04).

Produser adalah pimpinan produksi yang mengoordinasikan kepada seluruh kegiatan pelaksanaan sejak pra produksi, produksi, pasca

produksi dan bertanggung jawab kepada eksekutif produser (Latief & Utud, 2015: 124).

Bisa dibilang produser adalah tangan panjang dari eksekutif produser sebab ia juga membuat proposal pencarian dana, membuat jadwal, dan menentukan *crew* inti serta menjalankan tugas harian lainnya, yang akhirnya bertanggungjawab kepada eksekutif produser.

Dalam buku Latief&Utud, 2015:13-14), produser juga bertanggung jawab terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan disepakati oleh eksekutif produser. Seperti halnya format acara televisi yang terbagi menjadi 3, di dalam stasiun televisi pun produser terbagi menjadi 3 yakni :

1. Produser program Informasi (*News*)

Produser program informasi (*news*) pendekatan tayangnya adalah jurnalistik. Kalau pun ada unsur artistik hanya sebagai pendukung saja. Oleh karena itu, dalam struktur organisasi penanggungjawab tertinggi pemimpin redaksi. Meskipun tidak bertanggungjawab secara teknis, tetapi tetap bertanggung jawab atas seluruh penayangan. Produser adalah pelaksana teknis dan konsep penyiaran. Sementara untuk operasional biaya produksi tanggung jawab pada manager produksi.

Produser program informasi, harus memiliki kemampuan jurnalistik, dapat membedakan peristiwa yang dikategorikan sebagai berita atau bukan berita. Memiliki kemampuan menganalisa peristiwa yang baik, untuk diolah menjadi tayangan. Karenanya, untuk menjadi produser program informasi harus memiliki kemampuan intelektual, integritas, dan moral yang baik.

Produser program informasi adalah orang yang tidak pernah puas dengan apa yang didengar atau didapatkan. Terus saja menganalisa dan mencari-cari data yang lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk menjadi produser program informasi yang baik, dibutuhkan proses belajar dan pengalaman panjang. Bisa diawali dari karir reporter atau presenter televisi. Pengalaman sebagai jurnalis media cetak. Artinya, memiliki

pengetahuan dasar jurnalistik, berwawasan luas, memiliki mental dan karakter yang kuat, serta memiliki idealisme pada profesinya.

## 2. Produser Program Drama

Produser program drama di televisi membuat cerita diserahkan kepada ahlinya, penulis naskah (*script writer*). Meskipun dalam proses pembuatan naskah produser melakukan evaluasi terhadap ide yang akan dikembangkan dalam naskah.

Peran produser hanya sebagai fasilitator kebutuhan produksi dan mengawasi setiap penggunaan dana, jadwal kerja serta menyediakan peralatan dan fasilitas produksi dan pasca-produksi. Artinya, produser dalam produksi drama televisi, lebih kepada pelaksanaan administrasi yaitu fungsi perencanaan, pengawasan dan strategi produksinya, khususnya pengelolaan keuangan.

## 3. Produser Program *Nondrama*

Produser program *nondrama* tidak berangkat dari pendekatan jurnalistik seperti pada program informasi dengan mengungkapkan dan menghubungkan fakta-fakta, lalu dirangkai menjadi program. Juga bukan imajinasi yang diterjemahkan dalam bentuk gambar nonfakta yang didramatisasi, tetapi merupakan hasil kreativitas yang terhubung antara fakta dan imajinasi, kemudian diolah sedemikian rupa dan sistematis menjadi sebuah program. Oleh karena itu, program *nondrama* lebih kepada menampilkan aksi, keahlian, kepandaian, kecepatan, kerjasama, keindahan, harmonisasi yang diolah menjadi sebuah tontonan yang menghibur.

Kekuatan program *nondrama* terletak pada konsep yang bersinergi dengan kekuatan pengisi acara, serta unsur pendukung lainnya, di antaranya teknologi dan kreativitas. Produser *nondrama* lebih dominan dalam penggarapan produksi, baik dalam teknik rekaman (*tapping*) maupun pada siaran langsung (*live*). Dari pra-produksi; pencarian ide, pengembangan ide, perumusan konsep. Pada tahap produksi; terlibat dalam pelaksanaannya sebagai tim leader, dan pasca-produksi terlibat dalam proses evaluasi dan penilaian akhir hasil *editing*.

Pada pra-produksi, produser melalui pencarian, pengembangan dan perumusan konsep, produser *nondrama* dibantu kreatif atau penulis naskah, prosesnya melakukan sumbang saran (*brainstorming*) yang dapat memakan waktu sehari-hari, tetapi juga dapat hanya dalam sekejap sudah menghasilkan ide terbaik.

Pada tahap produksi, produser *nondrama* tetap terlibat sebagai leader. Meskipun ada pengarah acara (*program director*) yang bertugas menerjemahkan naskah dalam perspektif pemikirannya, namun lebih bertanggung jawab pada penyajian *visual* saja dengan sentuhan artistik. Kadang *program director* pada saat perekaman gambar hanya berfungsi sebatas menerjemahkan konsep menjadi *audio visual* atau sebagai *switcherman* saja. Pra-produksi dan pasca-produksi dikerjakan produser dan tim lainnya.

Dominasi produser dalam program siaran *nondrama* bisa dikatakan sekitar 60 persen. Untuk program sederhana, misal *talkshow*, produser dapat merangkap sebagai *program director* dan kreatif. Seorang produser *nondrama* tidak cukup hanya memiliki kemampuan konseptual, tetapi juga kemampuan teknis mengoperasikan teknologi produksi.

Asisten produser atau juga *production assistant* (PA). Bertugas mempersiapkan kebutuhan produksi. Menghubungi bagian-bagian yang terlibat dalam produksi; *make up*, *talent*, studio, *editing*, *wardrobe*, *special effect*, transportasi, *art desainer* dan lainnya. Mempersiapkan materi *shooting*, dan mengumpulkan hasil *shooting* untuk selanjutnya masuk *post production*. Asisten produser bekerja langsung di bawah produser dan mengawasi langsung bidang utama proyek seperti soal anggaran dan pengawasan produksi sehari-hari (Latief&Utud 2017:9).

Asisten produksi (*production assitant*) disebut juga PA. Diistilahkan juga sebagai asisten produser (*production assistant*) adalah bertugas membantu PD (*program director*) dalam pelaksanaan produksi. Berfungsi sebagai sekretaris dan juru bicara PD. Apa yang

diperintahkan PD, hal itu disampaikan hal itu disampaikan kepada seluruh tim kerja.

Menurut Anton Maburri (2013:44), PA adalah mereka yang bertanggungjawab membantu produser dalam menyiapkan pra produksi program, hingga produksi dan pasca produksi.

PA (*production assistant*) adalah orang yang paling sibuk karena banyak tugas yang dilakukan mulai dari pra-produksi, produksi dan pasca-produksi. Pekerjaannya mulai dari mempersiapkan/ mencatat/ mengumpulkan/ mengoordinasi seluruh fasilitas produksi, studio, desain grafis, *backdrop*, *stage*, *wardrobe*, *make up*, kamera, *audio*, *lighting*, memperbanyak *rundown*, dan *script*, dan juga kadang terlibat dalam proses kreatif (Latief&Utud 2015:127).

e. Program

Dalam KBBI pengertian Program adalah rancangan mengenai asas serta usaha.

f. Acara

Dalam KBBI pengertian acara adalah hal atau pokok yang akan dibicarakan.

g. *Talkshow*

Merupakan program diskusi atau panel diskusi yang diikuti oleh lebih dari satu pembicara atau narasumber untuk membicarakan suatu topik.

h. Strategi Manajemen Kerja

Strategi manajemen kerja merupakan sebuah rencana atau taktik dalam sebuah perencanaan, pengorganisasian pekerjaan-pekerjaan agar dapat di kerjakan dengan baik secara efektif dan efisien.

## 2.2 Kajian Pustaka

### 2.2.1 Pengertian Televisi

Menurut Adi Badjuri (2010:39), televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (*audio-visual*), yang dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar TV *Online* atau mencerna narasi dari gambar tersebut.

Berdasarkan uraian diatas penulis menarik kesimpulan bahwa televisi merupakan media elektronik yang menyiarkan materi berupa *audio-visual* guna memberi informasi dan hiburan kepada masyarakat.

### 2.2.2 Perkembangan Televisi di Indonesia

Awal dari televisi tentu tidak bisa dipisahkan dari penemuan dasar, yaitu hukum gelombang elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Farady (1831) yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik (Adi Badjuri, 2010:5).

Presiden pertama Republik Indonesia meresmikan suatu penyiaran pertama di Indonesia yang saat itu masih menggunakan sistem televisi *black* dan *white*, dan lahirnya lembaga penyiaran televisi pertama di Indonesia. TVRI sendiri diresmikan pada tanggal 24 Agustus 1962 tercatat sebagai siaran televisi sistem *terrestrial* (sistem penyiaran radio) yang pertama dan ini adalah merupakan milik pemerintah Republik Indonesia dan sekaligus memperkenalkan Indonesia pada dunia luar (Baskin, 2009:16).

Media televisi di Indonesia masih sangat relatif muda bila dibandingkan dengan media cetak dan radio. Keberadaan televisi di negeri ini pun muncul tidak lepas dari *event* besar di bidang olahraga dunia yaitu *Asian Games IV* pada tanggal 24 Agustus 1962 yang berlangsung di komplek olahraga Senayan. Walaupun pengadaan media televisi ini hanya diperuntukkan bagi penyelenggara *Asian Games IV*, namun pengadaan media televisi berskala nasional masih akan dipikirkan di kemudian hari (Baskin, 2009:16).

Pada tanggal 20 Oktober 1963 dikeluarkan Keppres No.215/1963 tentang pembentukan Yayasan TVRI dengan Pimpinan Umum Presiden RI. Hingga pada tahun 1964 mulailah dirintis pembangunan Stasiun Penyiaran Daerah dimulai dengan TVRI

Stasiun Yogyakarta, yang secara berturut-turut diikuti Stasiun Medan, Surabaya, Ujung Pandang (Makassar), Manado, Denpasar dan Balikpapan (bantuan Pertamina) (Anton Maburri, 2013:5).

Menindaklanjuti keputusan pemerintah untuk mengadakan media televisi. Menteri Penerangan Maladi mengeluarkan surat Keputusan No. 20/SK/M/1961 tertanggal 25 Juli 1961 tentang pembentukan Panitia Persiapan Televisi (P2TV). SK tersebut dikeluarkan tanggal 25 Juli 1961 tetapi sudah berlaku surat tersebut sejak 1 Juli 1961, dan rapat pertama P2TV berlangsung di Cipayung pada tanggal 16 Juli (Baskin, 2009:17).

P2TV menyusun rencana sarana dan prasarana serta beberapa lokasi tempat dibangun stasiun televisi. Berbagai lokasi stasiun televisi yang ditinjau antara lain gedung PERFINI, PFN, RRI, Kebayoran, dan kompleks Senayan Mandiri. Pilihan lokasi akhirnya jauh di tempat rencana pembangunan Akademi Penerangan di Senayan (Baskin, 2009: 17).

Pada era pembaharuan tahap satu tanggal 3 Mei 1971. Pemerintah melalui Departemen Penerangan mengeluarkan keputusan Menteri Penerangan No. 54/B/KEO/MENPEN/1971 tentang penyelenggaraan televisi di Indonesia yang dilatar belakangi oleh perkembangan yang pesat mengenai pertelevisian di wilayah Republik Indonesia, dalam era ini juga sudah dikenal *Closed Circuit Television* (CCTV) untuk keperluan khusus, terutama keperluan pendidikan dan ilmu pengetahuan dengan pengaturan khusus yang terlebih dahulu mendapat izin dari Departemen Penerangan (Baskin, 2009:18).

Bulan Juni 2000, inilah di mana TVRI memasuki era reformasi dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2000 tentang perubahan status TVRI menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan), yang secara kelembagaan berada di bawah pembinaan dan

bertanggungjawab kepada Departemen Keuangan RI (Anton Mabruuri, 2013: 6).

Dengan perubahan status TVRI dari Perusahaan Jawatan ke TV Publik sesuai dengan UU No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, maka TVRI diberi masa transisi selama 3 tahun dengan mengacu peraturan pemerintah No 9 Tahun 2002 di mana disebutkan TVRI berbentuk PERSERO atau PT. Melalui PERSERO ini pemerintah berharap Direksi TVRI dapat melakukan pembenahan–pembenahan baik di bidang manajemen, struktur organisasi, SDM dan Keuangan (Anton Mabruuri, 2013:8).

Sebagai stasiun televisi pertama di negeri ini, TVRI telah melalui perjalanan panjang dan mempunyai peran strategis dalam perjuangan dan perjalanan kehidupan bangsa. Sesuai dengan Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, bertepatan dengan ulang tahunnya yang ke 44 pada 24 Agustus 2006, TVRI resmi menjadi Lembaga Penyiaran Publik (Anton Mabruuri, 2013:9).

Kelebihan televisi, selain sebagai media penerima kebenaran dan keakuratan informasi adalah menjadi tempat penyampaian nilai-nilai antraktif kepada khalayak dalam jumlah besar secara serentak dan luar melalui perhitungan bisnis media yang menguntungkan (Hasan Asy'ari, 2015:8).

Menurut Hasan Asy'ari (2015:8-9), televisi mengalami perkembangan tiga generasi. Televisi generasi pertama adalah televisi hitam putih. Namun dalam perkembangan selanjutnya ditemukan televisi generasi kedua yaitu televisi warna. Inovasi teknologi di abad *modern* ini pada akhirnya menciptakan televisi generasi ketiga yang disebut *high definition* TV (HDTV). Televisi generasi ketiga inilah yang menjamin kesempurnaan tontonan bagi pemirsa.

### 2.2.3 Konvergensi Media

Kunci utama konvergensi media adalah digitalisasi. Seluruh bentuk informasi ataupun data akan diubah dari format analog ke digital sehingga dapat dikirim dalam satuan bit (*binary digital*). Format digital dari informasi yang dikirim tersebut akan menimbulkan konvergensi yang mengarah pada lahirnya produk-produk aplikatif yang mampu melakukan fungsi *audiovisual* dan komputasi secara bersamaan (KPI Pusat, 2013:168).

Seperti saat ini sebuah telepon seluler (*handphone*) dapat dengan mudah mengakses jaringan internet, melihat *streaming* televisi dan radio tanpa meninggalkan fungsi utama sebagai media komunikasi *telephone voice* (Ciptono Setyobudi, 2012: 100).

Daya kirim yang amat cepat dan daya jangkauannya yang luas menjadikan internet digemari masyarakat. Internet diistilahkan sebagai *new media* juga telah mengubah polah hidup masyarakat dunia. Dunia maya di internet sudah menjadi tempat persinggahan baru bagi banyak orang, melalui *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dll (KPI Pusat, 2013:165).

Dinara Maya (2012) melalui observasi yang berjudul: “Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi di Indonesia” dapat dijabarkan bahwa gerakan konvergensi media tumbuh secara khusus dari munculnya internet dan digitalisasi informasi. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi isi/konten). Secara teknis, televisi digital memberikan sejumlah keuntungan bagi penggunaannya. Televisi digital memungkinkan tersediannya layanan siaran tambahan yang bersifat interaktif seperti halnya internet. Penggabungan televisi dan internet juga akan memungkinkan pelayanan-pelayanan baru, seperti penyediaan *link* antara program dokumenter dengan *ensiklopedia online*, akses kepada arsip digital

untuk memperoleh informasi-informasi tambahan. Bagi program-program berita dan *current affairs* membuat *link* antara program drama atau komedi dengan situs-situs internet yang dibuat oleh para penggemar (*fans*) program-program tersebut. Dimungkinkan pula *streaming video* yang lazim di dunia internet. Disamping itu, sistem digital memungkinkan diversifikasi saluran hingga menjadi saluran multikanal. Satu kanal analog dapat dipecah dan diisi oleh 4-6 saluran televisi digital.

Dengan adanya Rancangan Undang-Undang Penyiaran yang baru, yang demokratis, progresif, komprehensif, dan lebih sesuai dengan era konvergensi media, tugas dan fungsi KPI dalam mengawal peradaban bangsa tentu lebih baik. Generasi muda akan terlindungi dari demoralisasi sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Rancangan Undang-Undang Penyiaran yang baru tersebut telah digodok oleh DPR lebih dari satu tahun lamanya, tetapi masih belum selesai juga (KPI Pusat, 2013:181).

Supadiyanto (2015:450-455), melalui penelitian yang berjudul: “Benturan Etika dan Hukum Media di Era Konvergensi Media Multimedia” dapat dijabarkan bahwa ada dua masalah besar yang sejatinya membelit para pekerja media di era konvergensi multimedia massa ini. Masalah pertama berhubungan dengan lunturnya etika atau kode etik jurnalistik yang dimiliki oleh pekerja media. Dunia yang menuntut kerja cepat, kerja efektif, dan efisien serta gempuran budaya hedonis dan kapitalis; mengkondisikan para pekerja media kehilangan sikap idealisme. Perusahaan media juga memberikan beban ganda pada para pekerja media (wartawan misalnya) selain diwajibkan untuk menghasilkan liputan berita dalam jumlah tertentu (4-6 berita liputan perhari) mereka= juga dibebani menjadi pencari iklan atau menjadi pemasar media sekaligus. Akibatnya ruang redaksi (berita) dan ruang iklan yang pada mulanya terpisahkan oleh tembok besar kini telah melebur

dan nyaris tanpa sekat lagi. Tentu saja fakta demikian berpotensi besar mempengaruhi independensi dan realitas pekerja media dalam memberitakan sesuatu. Independen, netral, dan keakurasian yang selama ini menjadi credo final dari nilai jurnanisme itu sendiri telah bergeser menjadi tidak independen (partisan), tidak netral (condong), dan kurang akurat sebab pekerja media berpihak dan memiliki agenda (kepentingan politik dan bisnis sendiri). Konvergensi media memiliki lima ciri khas. Pertama, konvergensi multimedia dari sisi kepemilikan (*ownership*). Kedua, multimedia dari aspek struktur keredaksian dan pemasaran (pemberitaan dan periklanan). Ketiga, multimedia dari perspektif (isi). Keempat, multimedia dari sisi teknologi. Kelima, multimedia dari aspek strategi bisnis. Lima jenis konvergensi multimedia massa saat ini terjadi secara serentak dan mengglobal. Konvergensi multimedia massa menjadi momentum menyatunya berbagai jenis media massa dalam satu saluran yang terintegratif. Dampak positif dari konvergensi media: memudahkan dan memurahkan (bahkan menggratiskan) publik dalam mengakses berbagai jenis media massa (cetak, elektronik, *online*). Namun juga berdampak negatif pada terjadinya *homogenisasi* (penyeragaman) konten, dan konglomerasi (aglomerasi) media. Konvergensi multimedia massa menyebabkan pemusatan kepemilikan perusahaan media dan menimbulkan daya tarik ulur antara idealisme, bisnis, dan kepentingan politik.

### **2.3 Manajemen Produksi**

Manajemen produksi adalah segala usaha/aktifitas/proses guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Tindakan manajemen akan berhubungan dengan pembuatan keputusan atas rancangan/desain dan pengawasan produksi termasuk didalamnya semua aktifitas/proses untuk mewujudkan suatu produk sesuai dengan tujuan yang telah disepakati (Anton Maburri, 2013:21).

Fungsi manajemen produksi secara umum yaitu:

1. *Planning*-perencanaan

*Planning* adalah bagaimana mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi secara keseluruhan, untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dan mengembangkan rencana untuk mengkoordinasikan kegiatan. Didalam manajemen produksi *planning* merupakan perencanaan global dari proses pra produksi, produksi, pasca produksi. Proses perencanaan itu meliputi:

- A. Identifikasi tujuan yang ingin dicapai,
- B. Rumusan strategi untuk mencapainya
- C. Atur atau buat peralatan sumber daya yang diperlukan, dan
- D. Implementasikan, arahkan, dan monitor setiap langkah-langkah.

2. *Organizing*-pengorganisasian

*Organizing* adalah menata sebagian elemen ke dalam sebuah urutan hubungan atau sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. *Organizing* juga berarti bagaimana menyusun tugas-tugas dikelompokkan, siapa melapor ke siapa, dan dimana keputusan dibuat. *Organizing* dalam manajemen produksi adalah perekrutan/penyusunan (mempotensikan) tim inti yang sesuai dengan kapabilitas sumber daya manusia dan bakat-bakat yang ada.

3. *Actuating*-pelaksanaan

*Actuating* adalah melaksanakan sejumlah performa kerja yang bisa diukur yakni mengubah input menjadi output. Unit terkecil dari pekerjaan ini memiliki 4 karakteristik:

- A. Durasi yang jelas,
- B. Relasi logis dengan aktivitas lain di dalam proyek,
- C. Konsumsi sumber daya,
- D. Biaya yang diperlukan.

4. *Controlling*-pengawasan

*Controlling* adalah memantau aktivitas untuk memastikan bahwa aktivitas tersebut dicapai sesuai rencana dan mengkoreksi beberapa penyimpangan.

Fungsi dari *controlling* meliputi:

- A. Menetapkan tolak ukur atau standar,
- B. Membandingkan performa *actual* dengan standarnya, dan

C. Mengambil tindakan perbaikan.

## **2.4 Produksi Program Acara Televisi**

### **2.4.1 Pengertian Penyiaran**

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesandalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang sifatnya interaktif atau tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran (pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

Pasal lain menyebutkan bahwa penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan atau di media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran (pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002).

Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur, dan berkesinambungan (pasal 1 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002).

Dapat diambil kesimpulan dari pengertian Undang-Undang tentang penyiaran bahwa siaran televisi adalah pesan yang berbentuk audio visual dengan tambahan grafis, bersifat interaktif dan tidak interaktif melalui sarana pemancar yang kemudian di terima di masyarakat melalui alat penerima siaran.

### **2.4.2 Pengertian Produksi Televisi**

Produksi dalam kehidupan sehari-hari yang terbayang dipikiran seseorang adalah kegiatan besar yang memerlukan

peralatan yang serba canggih, serta menggunakan ribuan tenaga kerja untuk mengerjakannya.

Sedangkan menurut (Latief&Utud, 2015:152) pengertian produksi (*production*) adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk *audio visual* (AV). Produksi yang berupa pelaksanaan perekaman gambar (*tapping*) atau siaran langsung (*live*).

Suatu produksi pada program televisi terdapat pola penyiaran yang berbeda, tergantung pada tiap-tiap jenis dan konsep dari program tersebut. Menurut Latief & Utud (2015:153) terdapat dua teknik produksi program televisi, yaitu:

#### A. *Tapping* (Rekaman)

*Tapping* (rekaman) merupakan kegiatan merekam adegan dari naskah menjadi bentuk *audio visual*. Materi hasil rekamannya akan ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan peristiwanya. Jadi waktu perekamannya berbeda dengan penayangannya, tidak satu waktu.

Pada produksi dengan teknik *tapping* ini ada beberapa teknik lagi didalamnya, yaitu:

- *Live On Tape*  
Produksi program direkam secara utuh dengan konsep siara langsung.
- *Multi Camera Recording*  
Rekaman yang dilakukan dengan beberapa kamera pada satu adegan saja.
- *Recording In Segment*  
Rekaman yang hanya dilakukan per adegan (*scene*) saja atau per *segment*, dan menggunakan satu atau lebih kamera.
- *Single Camera*  
Proses produksi hanya menggunakan satu kamera saja, dan hasilnya ditentukan dengan proses editing.

#### B. *Live* (Langsung)

*Live* biasanya disebut On Air, yaitu produksi yang dilaksanakan secara langsung dan saat itu juga tanpa ada penundaan waktu.

Siaran langsung juga di rekam keseluruhan sebagai stok materi program yang sewaktu-waktu dapat ditayangkan kembali. Siaran langsung juga disiapkan sedetail mungkin, sehingga tidak ada kesalahan ketika proses *Live* berlangsung. (Latief&Utud, 2015:155). Setelah berlangsungnya produksi *Live* ataupun *tapping*, proses selanjutnya yaitu editing jika diperlukan.

Ketika merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam, yaitu materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (*financial*), organisasi pelaksana produksi, dan tahapan produksi.

#### 1. Materi Produksi

Materi produksi bisa berupa apa saja, seperti suatu kejadian, pengalaman, hasil karya, benda, manusia, ataupun binatang merupakan bahan yang bisa diolah menjadi produksi yang bermutu.

#### 2. Sarana Produksi (*equipment*)

Sarana produksi adalah sarana yang menjadi penunjang terwujudnya ide menjadi hasil produksi.

Ada tiga unit pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi, yaitu:

- Peralatan perekam gambar
- Peralatan perekam suara
- Peralatan pencahayaan

Setiap unit memiliki daftar peralatan (*equipment list*) sendiri-sendiri, sehingga bisa digunakan untuk mengecek kelengkapan alat. Pertimbangan penggunaan alat dan jumlahnya tergantung program yang akan diproduksi.

### 3. Biaya Produksi (*financial*)

Seorang produser harus dapat memikirkan sejauh mana produksi itu akan mendapat dukungan *financial* dari suatu pusat produksi atau stasiun televisi, agar biaya produksi tidak melebihi biaya yang disediakan. Oleh karena itu perencanaan biaya dapat didasarkan pada dua kemungkinan, yaitu *financial oriented* dan *quality oriented*.

#### 1. *Financial Oriented*

Perencanaan biaya produksi yang didasarkan pada kemungkinan keuangan yang ada.

#### 2. *Quality Oriented*

Perencanaan biaya produksi yang didasarkan atas tuntutan kualitas hasil produksi yang diinginkan.

### 4. Organisasi Pelaksana Produksi

Suatu produksi program televisi melibatkan *crew*, artis, dan fungsionaris lembaga penyelenggara, polisi, aparat setempat dimana lokasi shooting dilaksanakan, dan pejabat yang bersangkutan dengan masalah perizinan.

### 5. Tahapan Produksi

Suatu produksi program televisi yang melibatkan banyak peralatan, orang, dan dengan biaya yang besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu suatu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Tahapan produksi sendiri terdiri dari tiga bagian di televisi yang sering disebut standard operasional prosedur (SOP). Namun beberapa ahli memberikan rincian tahapan kerja yang berbeda satu sama lain, tetapi tetap mengacu pada tiga tahapan tersebut. (Latief&Utud, 2015:148).

#### a. Pra Produksi

Tahap pra produksi harus dikerjakan secara rinci karena tahap ini merupakan tahap yang paling penting

##### 1. Penemuan Ide

Ketika seorang produser menemukan ide, lalu melakukan riset, kemudian mengembangkan

gagasan, dan si penulis naskah menuangkannya dalam naskah.

## 2. Perencanaan

Yang harus direncanakan yaitu *schedule*, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan *crew*. Penyediaan biaya dan juga estimasi biaya harus dipikirkan secara hati-hati dan benar-benar matang.

## 3. Persiapan

Kontrak yang diinginkan harus sudah beres, dan juga perijinan sudah beres. Latihan para artis hingga meneliti kelengkapan peralatan yang diperlukan. Persiapan sesuai *schedule* yang sudah ditentukan.

### b. Produksi

Produksi adalah upaya mengubah naskah menjadi bentuk *audio video* (AV). Produksi berupa pelaksanaan perekaman gambar (*tapping*) atau siaran langsung (*live*). Pada program informasi yang terikat waktu dapat diproduksi tanpa *set up* atau *rehearshal*. Bagi format program hiburan setelah *set up* dan *rehearshal* baru dapat dilakukan perekaman atau siaran langsung.

### c. Pasca Produksi

pasca produksi adalah tahapan akhir dari proses produksi program sebelum on air. Dalam tahapan pasca produksi program yang sudah direkam harus melalui beberapa proses, di antaranya *editing offline*, *editing online*, *insert graphic*, narasi, *visual effect*, audio serta *mixing*.

#### 1. *Editing*

Pengertian *editing* adalah penyuntingan, pemotongan, penyambungan, merangkai pemotongan gambar secara runtut dan utuh bagian-bagian dari hasil rekaman gambar

dan suara. 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*.

*Editing nonlinear* adalah *editing* digital menggunakan komputer sebagai media kerjanya. Materi yang didapat dari kaset tape diubah menjadi data yang kemudian diedit.

Sistem kerja *editing nonlinear* adalah materi program yang didapatkan atau direkam kemudian dimasukkan ke komputer yang kemudian di edit menggunakan software *editing*.

- *Offline Editing*

*Offline editing* adalah *editing* awal untuk memilih gambar yang baik dari hasil rekaman asli hasil liputan (*master shooting*). Hasil *offline editing* selanjutnya akan masuk tahapan *online editing* untuk menyempurnakan agar layak disiarkan.

- *Online Editing*

*Online editing* merupakan kelanjutan dari *offline editing*. Materi program yang sudah melalui *offline editing* akan disempurnakan *audio* dan *video* (AV) dengan menambah *effect visual*, *graphic*, telop, *template*, atau *running text*.

## 2. *Mixing*

*Mixing* adalah tahapan menyesuaikan, menyelaraskan, menyeimbangkan suara, dan pemberian efek suara berupa musik pada program (adegan) dengan memperhatikan kepentingan gambar yang ditampilkan.

### 2.4.3 Macam-Macam Program Siaran Televisi

Tujuan dari suatu program siaran secara umum, yaitu memberikan hiburan, informasi, dan pendidikan kepada penonton. Secara khusus setiap program yang di produksi memiliki tujuan

sendiri-sendiri sesuai sasaran yang hendak dicapai (Latief&Utud,2015:49).

Program siaran televisi dengan tujuan untuk memberikan hiburan, informasi, dan juga pendidikan, maka program acara televisi berisi acara apa yang akan ditayangkan di televisi dan juga apa yang dapat bermanfaat sehingga dapat dinikmati para pemirsa. Dengan dibantu *crew* atau sumber daya manusia yang berada dibalik layar program acara-acara yang diproduksi tersebut, sehingga bisa berlangsung dengan baik.

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

### 1. *Entertainment*

Program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton. Dimana nilai jurnalistik tidak diperlukan, tetapi jika ada unsur jurnalistiknya hanya sebagai pendukung. Program hiburan sendiri terbagi menjadi dua, yaitu drama dan *nondrama*. Pemisahan ini dapat dilihat dari teknik pelaksanaan produksi dan penyajian materinya (Latief&Utud, 2015:27).

#### a. *Drama*

Format acara *drama* dibutuhkan imajinasi dan juga kreatifitas dan bisa diambil dari kisah atau fiksi yang proses pengerjaannya dikreasi ulang, sehingga cerita yang dihadirkan bisa menghibur para pemirsanya (Latief&Utud, 2015:27).

Yang termasuk dalam format acara *drama* yaitu:

- Sinetron

Sinetron (sinema elektronik) atau populer disebut program *drama*. Kata *drama* memiliki makna meniru cerita atau kisah yang diperankan oleh artis kemudian dipertunjukkan untuk dinikmati pemirsannya (Latief&Utud, 2015:27).

- Kartun  
Kartun adalah animasi 2 dimensi ataupun 3 dimensi yang diproduksi oleh animator luar negeri maupun production house dalam negeri yang kemudian disiarkan dilayar kaca (Latief&Utud, 2015:32).
- Film  
Film yang dimaksud disini adalah film layar lebar yang juga diputar di televisi sehingga pemirsa juga bisa menikmati film berulang dan gratis (Latief&Utud, 2015:31).

b. *Nondrama*

Format acara *nondrama* berbeda dengan drama yang perlu berkhayal dan membutuhkan imajinasi saat proses produksinya, dan juga harus memberikan cerita yang berkesinambungan, namun format acara *nondrama* lebih ke realistis atau fakta yang dikemas secara kreatif dan dihadirkan sebagai hiburan untuk pemirsannya (Latief&Utud, 2015:7).

Format acara nondrama sendiri terbagi menjadi berbagai kategori, yaitu musik, permainan, *realityshow*, *talkshow*, dan pertunjukan.

- Musik
  - *Video Clip*  
Hasil rekaman sebuah lagu grup band musik atau solo musik berbentuk *audio visual* yang bisa di putar di televisi sehingga bisa dilihat oleh pemirsa (Latief&Utud, 2015:8).
  - *Live Musik*  
Merupakan rekaman langsung yang dilaksanakan di dalam studio televisi ataupun di luar studio televisi sebuah musik band, ataupun solo musik. Dapat ditampilkan secara *live* ataupun *tapping* namun

keseluruhan menampilkan berlangsungnya musik tersebut (Latief&Utud, 2015:8).

- Permainan

- Kuis

Merupakan program siaran yang memberikan tebakan dan juga menguji pengetahuan pemirsa di studio maupun di rumah mengenai suatu permasalahan (Latief&Utud,2015:10).

- *Gameshow*

Merupakan acara yang dihadirkan dengan perlombaan dan permainan perorang atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan. Perbedaan dengan kuis yaitu ketangkasan atau kemahiran dalam *game* tersebut (Latief&Utud,2015:10).

- *Realityshow*

- *Hidden Camera*

Disebut juga kamera tersembunyi adalah format realityshow yang dianggap paling realistis untuk membuat program *realityshow* menjadi terlihat lebih nyata, agar tidak terlihat direkayasa (Latief&Utud, 2015:11).

- *Competition Show*

Merupakan *realityshow* yang digunakan untuk ajang pencarian bakat, dengan cara berkompetisi (Latief&Utud, 2015:11).

- *Relation Show*

Merupakan *realityshow* dengan sistem permainan melibatkan persaingan di antara kontestan, baik kelompok maupun perorangan (Latief&Utud, 2015:11).

- *Fly On The Wall*

Merupakan *realityshow* yang memperlihatkan kegiatan sehari-hari seseorang ataupun sekelompok

yang dianggap berpengaruh di jagat hiburan. Mengikuti kegiatan yang dilakukan dalam kesehariannya perorangan (Latief&Utud, 2015:11).

➤ Mistik

Merupakan *realityshow* yang memperlihatkan atau menayangkan sesuatu yang berbau paranormal, mistik, horor, dan juga alam gaib perorangan (Latief&Utud, 2015:11).

• Pertunjukkan

➤ Pantomim

Merupakan pertunjukkan atau teater dengan gerak tubuh dan ekspresi muka namun tidak menggunakan suara dan mulut di dukung oleh ekstra musik perorangan (Latief&Utud, 2015:15).

➤ Sulap atau Ilusi

Merupakan pertunjukkan dengan memanipulasi mata dan kecepatan tangan sehingga seolah-olah yang dipertunjukkan itu nyata (Latief&Utud, 2015:15).

➤ Tari

Merupakan pertunjukkan seorang atau beberapa orang dengan menampilkan gerak gerak tubuh yang teratur dan artistik yang mendukung penampilan dan diiringi oleh bunyi-bunyian musik atau yang lainnya (Latief&Utud, 2015:15).

➤ *Fashion Show*

Merupakan pertunjukkan peragaan busana sebuah industri ataupun perancang busana (Latief&Utud, 2015:15).

➤ Boneka dan Wayang

Merupakan pertunjukkan yang diperagakan oleh boneka ataupun wayang sebagai pemerannya (Latief&Utud, 2015:11).

➤ Demo Masak

Merupakan acara yang menghadirkan chef untuk memperagakan cara memasak dan juga memberikan resep-resep masakan yang lezat (Latief&Utud, 2015:11).

- Lawak

Merupakan acara yang menghadirkan beberapa komedian atau aktor yang pandai menghibur dengan gelak tawa yang ditimbulkan penonton, dengan cerita dan konflik yang dihadirkan sehingga aktor tersebut bisa sukses dalam memerankannya (Latief&Utud, 2015:21).

- *Varietyshow*

Merupakan format program acara yang menghadirkan beberapa format didalamnya seperti musik, komedi, tari, *fashionshow*, dan juga *interview* (Latief&Utud, 2015:22).

Materi *varietyshow* mirip dengan program magazine, namun unsur hiburannya lebih diutamakan sedangkan unsur informasi hanya sebagai pendukung.

- *Repackaging*

Format ini menggabungkan beberapa video atau stok gambar yang sudah dipublikasikan untuk menjadi satu materi atau topik bahasan (Latief&Utud, 2015:23).

- *Talkshow*

Merupakan 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. Pertama, masalah yang sedang

menjadi pergunjungan di masyarakat yang hangat dibicarakan. Kedua, masalah tersebut mengandung kontroversi dan konflik di antara masyarakat. Ketiga, masalah tersebut menyangkut dengan kepentingan masyarakat banyak dan masyarakat membutuhkan informasi serta jawaban yang jelas mengenai permasalahan tersebut.

Agar tidak membosankan, kadang juga ditayangkan footage masalah yang dibahas sebagai bahan diskusi atau interaksi dengan penonton di rumah melalui telepon.

Menurut Andi Fachruddin (2015:153-154), terdapat tiga jenis program *talkshow*, yaitu *talkshow News*, *talkshow Entertainment*, *talkshow Sponsorship*.

- *Talkshow News*

Program dialog yang dipandu oleh seorang pembawa acara/moderator/*host* dengan beberapa narasumber sesuai kebutuhan redaksi/divisi *current affair*, yang membahas konten aktual berkaitan *hardnews* dari program berita suatu stasiun televisi atau isu hangat yang sedang berkembang.

- *Talkshow Entertainment*

Program dialog yang dipandu oleh seorang pembawa acara/moderator/*host* yang umumnya sudah memiliki ketenaran (dominasi artis) dengan beberapa narasumber sesuai konsep produser atau tim kreatif, sedangkan konten yang dibahas segala sesuatu yang menjadi isu hangat dan menarik/*marketable* bagi departemen program stasiun televisi ataupun *production house*.

- *Talkshow Sponsorship*

Program dialog yang dipandu oleh seorang pembawa acara/moderator/*host* dengan beberapa narasumber yang mensponsori atau mem-bloking program sesuai konsep produser atau tim kreatif atau pihak sponsor, dengan konten

yang dibahas segala sesuatu merupakan promosi komersial atau sosialisasi program kerja yang dikemas secara menarik/*marketable* oleh departemen program stasiun televisi ataupun *production house* sesuai permintaan sponsor utama.

## 2.5 Sistem/Struktur Perusahaan Stasiun Televisi

### 2.5.1 Struktur Perusahaan Televisi

Layaknya sebuah perusahaan pada umumnya stasiun televisi juga mempunyai sistem kerja yang jelas dan terstruktur (Anton Maburri, 2013: 38).

#### 1. Presiden Direktur

Seorang yang memimpin perusahaan stasiun televisi, dialah yang bertanggungjawab penuh terhadap kelangsungan perusahaan dan juga sebagai pemegang tampuk kepemimpinan penuh (Anton Maburri, 2013: 38).

#### 2. Direktur *Marketing & Sales*

Mereka yang berfungsi tugas menjalankan sistem *marketing* (pemasaran) dan penjualan keseluruhan produk dalam dal ini program acara televisi dengan meliputi: promosi (*on air/off air*), *advertising*, presentasi dan seluruh aspek pemasaran dan penjualan yang mampu menghasilkan pemasukan bagi perusahaan (Anton Maburri, 2013: 38).

#### 3. Direktur *Finance & General Affairs*

Mereka yang bertugas mengatur keuangan perusahaan termasuk didalamnya SDM (sumber daya manusia), segala hal yang berkaitan dengan sistem operasional umum dan sistem penerapan kerja kru (karyawan) stasiun televisi (Anton Maburri, 2013: 38).

#### 4. Direktur *Programing*

Mereka yang bertugas menyeleksi dan menyetujui (akuisisi) program-program yang masuk ke stasiun tv tersebut baik PH (*production house*) atau dari *agency*. Mengawasi atau melakukan kontrol rating program acara kemudian melakukan evaluasi/menilai program acara tersebut untuk dipertimbangkan kembali. Mengatur jadwal tayang program

acara tv secara simultan dan berkesinambungan. Berwenang menentukan program tersebut layak atau tidak untuk ditayangkan serta menentukan pembelian program (Anton Mabruri, 2013: 38-39).

#### 5. Direktur *Production & Facilities*

Mereka yang bertugas membuat program acara tv baik *in house* (produksi sendiri) atau produksi program dengan pihak lain seperti PH dan *Agency*. Mengatur segala kebutuhan (*facilities*) produksi berupa *equipment shooting/produksi* seperti: studio, MCR, peralatan syuting, dan peralatan pendukung lainnya (Anton Mabruri, 2013: 39).

### 2.5.2 Tim Kerja/Produksi

#### 1. Eksekutif Produser

Bertanggungjawab terhadap pengembangan dan pembuatan ide baik program yang bersifat reguler atau program-program tertentu yang bersifat spesial/khusus (Anton Mabruri, 2013:43).

#### 2. Produser

Bertanggungjawab terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan disepakati oleh *production manager*, eksekutif produser ataupun manager perusahaan (Anton Mabruri, 2013: 43)

#### 3. *Program Director (PD)*

Bertanggungjawab mengenai seluruh persiapan dan pelaksanaan produksi. PD terlibat dalam proses kreatif. Tujuannya, untuk mengetahui atau memahami tujuan dari program sehingga pada saat eksekusi dapat memberikan paduan gambar mewakili konsep yang diinginkan (Latief&Utud, 2017:250).

PD bertugas mengkoordinasikan semua dari MCR untuk memonitoring dan mengontrol pergerakan kamera dan *bloking* kamera. PD akan langsung mengomandoi kepada kameramen dan FD yang berada di studio (Anton Mabruri, 2013: 45).

#### 4. Asisten Produksi (*Production assistant-PA*)

Bertanggungjawab membantu produser menyiapkan pra produksi, produksi, hingga pasca produksi sebuah program (Anton Mabruri, 2013: 44).

5. Kreatif (*Creatif*)  
Orang yang bertugas mencari ide, mengumpulkan fakta dan daya, lalu menuangkan dalam bentuk konsep, naskah atau *rundown*. (Latief&Utud, 2017:251).
6. Asisten Administrasi (*Administration Assistant*)  
Orang yang bertugas mempersiapkan seluruh administrasi keuangan produksi. Mengatur dan mencatat penggunaan dan pengeluaran keuangan produksi (Latief&Utud, 2017:251).
7. Penata Gambar (*Cameraman*)  
Orang yang bertanggungjawab atas pengambilan gambar untuk program televisi (Latief&Utud, 2017:251).
8. Penata Suara (*Audioman*)  
Orang yang mengoperasikan peralatan audio di studio maupun di luar studio, merekam selama proses pengambilan gambar. Bertanggungjawab atas pelaksanaan pengoperasian peralatan audio baik sifatnya analog maupun digital (Latief&Utud, 2017:251).
9. Penata Cahaya (*Lightingman*)  
Orang yang bertugas mendesain dan menentukan pencahayaan produksi program di dalam maupun di luar studio (Latief&Utud, 2017:251).
10. *Technical Director* (TD)  
Orang yang mempersiapkan, mengawasi dan mengatur seluruh fasilitas teknis yang diperlukan dalam produksi siaran televisi (Latief&Utud, 2017:252).
11. *VTRman*  
Orang yang bertugas merekam menggunakan VTR (*video tape recorder*) setiap adegan yang direkam menjadi sebuah program (Latief&Utud, 2017:252).
12. Penata Artistik (*art designer*)  
Orang yang bertugas menata, mendesain lokasi pengambilan gambar, baik di studio maupun di luar studio sesuai karakteristik program yang diproduksi (Latief&Utud, 2017:252).
13. Penata Rias (*make up*)

Orang yang menyiapkan bahan *make up* dan merias pengisi acara sesuai kebutuhan program yang akan diproduksi (Latief&Utud, 2017:252).

14. Penata Busana (*wardrobe*)

Orang yang bertugas menyediakan dan menginventarisasi busana atau kostum untuk pengisi acara (Latief&Utud, 2017:252).

15. *Propertyman*

Orang yang membantu penata artistik, menyediakan, mengatur dan menempatkan benda-benda yang diperlukan dalam set atau yang digunakan oleh para pemain (Latief&Utud, 2017:252).

16. *Unit Officer* (unit manager)

Orang yang tugasnya menyediakan dan melayani kebutuhan pengarah acara dan kerabat kerja. Mengkoordinasikan unit-unit kerja produksi. Mengurusi logistik, alat produksi, perizinan lokasi, keamanan, kebersihan, transportasi, akomodasi, serta menjalin hubungan dengan aparat pemerintahan, keamanan, dan pihak-pihak lain yang berkerja di lokasi syuting (Latief&Utud, 2017:252-253).

17. *Floor Director* (FD)

Orang yang bertanggungjawab mengkomunikasikan keinginan PD/pengarah acara dari master control kepada pengisi acara dan juga kru (Latief&Utud, 2017:253).

18. Editor

Orang yang bertanggungjawab memotong gambar dan suara yang kemudian merangkai gambar-gambar tersebut agar memiliki makna (Latief&Utud, 2017:253).

## 2.6 Regulasi Media Penyiaran

Media merupakan salah satu lembaga penting bangsa. Untuk melaksanakan peran dan fungsi media yang benar, media harus menerapkan peraturan secara profesional. Perilaku media tidak dapat dilepaskan dari kepentingan pihak-pihak yang terkait dengan sistem media. Secara umum, pers adalah seluruh industri media yang ada, baik cetak maupun elektronik. Namun secara khusus, pengertian pers adalah media cetak (*printed media*). Dengan demikian, Undang-Undang Pers

berlaku secara general untuk seluruh industri media, dan secara khusus untuk media cetak. Peraturan dapat menjadi hukum yang ditetapkan oleh pemerintah (seperti UU Pers); atau kode etik yang ditetapkan oleh wartawan atau organisasi profesi (seperti Kode Etik Jurnalistik). Peraturan pers di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Untuk mendukung pelaksanaan UU Pers, Dewan Pers menetapkan Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Sedangkan peraturan media penyiaran yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Sebagai penjabaran dari UU Penyiaran, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) sebagai proses batas pembuatan program siaran dan Penyiaran Standar Program (SPS) sebagai batas program siaran dalam pengiriman.

1. Undang – Undang No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

a. Fungsi Penyiaran Pada Pasal 4 Ayat (1) dan (2)

Ayat (1):

Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial.

Ayat (2):

Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.

b. Pelaksanaan Siaran pada pasal 36

Ayat (1):

Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.

Ayat (2):

Isi siaran dari jasa penyiaran televisi, yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran swasta dan lembaga penyiaran publik, wajib memuat sekurang-kurangnya 60% (enam puluh per seratus) mata acara yang berasal dari dalam negeri.

Ayat (3):

Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak, dan remaja dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran.

Ayat (4):

Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu.

Ayat (5):

Isi siaran dilarang:

- Bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong;
- Menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat terlarang
- Mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar golongan.

Ayat (6):

Isi siaran dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia indonesia, atau merusak hubungan internasional.

## 2. Pedoman Perilaku Penyiaran Pasal 48

Ayat (1)

Pedoman perilaku penyiaran bagi penyelenggaraan siaran ditetapkan oleh KPI.

Ayat (2):

Pedoman perilaku penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) disusun dan bersumber pada :

- a. Nilai-nilai agama, moral dan peraturan perundang-undangan yang berlaku; dan
- b. Norma-norma lain yang berlaku dan diterima oleh masyarakat umum dan lembaga penyiaran.

Ayat (3):

KPI wajib menerbitkan dan mensosialisasikan pedoman perilaku penyiaran kepada lembaga penyiaran dan masyarakat umum.

Ayat (4)

Pedoman perilaku penyiaran menentukan standar isi siaran yang sekurang-kurangnya berkaitan dengan:

- a. Rasa hormat terhadap pandangan keagamaan;
- b. Rasa hormat terhadap hal pribadi;
- c. Kesopanan dan kesusilaan;
- d. Pembatasan adegan seks, kekerasan, dan sadisme;
- e. Perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan;
- f. Penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak;
- g. Penyiaran program dalam bahasa asing;
- h. Ketepatan dan kenetralan program berita;
- i. Siaran langsung; dan
- j. Siaran iklan.

3. Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers

a. Hak Pers

Pada Pasal 4 Ayat (3) dan (4)

Ayat (3):

Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan gagasan dan informasi.

Ayat (4):

Dalam mempertanggungjawabkan pemberitaan di depan hukum, wartawan mempunyai Hak Tolak.

4. P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Progam siaran)

a. Pasal 2 Dasar dan Tujuan

Pedoman Perilaku Penyiaran ditetapkan oleh KPI berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, nilai-nilai agama, norma-norma lain yang berlaku serta diterima masyarakat, kode etik, dan standar profesi penyiaran.

b. Pasal 3 Dasar dan Tujuan

Pedoman Perilaku Penyiaran ditetapkan berdasarkan asas kemanfaatan, asas keadilan, asas kepastian hukum, asas kebebasan dan tanggung jawab, asas keberagaman, asas kemandirian, asas kemitraan, asas keamanan, dan etika profesi.

c. Pasal 4 Dasar dan Tujuan

Pedoman Perilaku Penyiaran memberi arah dan tujuan agar lembaga penyiaran:

- Menjunjung tinggi dan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- Meningkatkan kesadaran dan ketaatan terhadap hukum dan segenap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia;
- Menghormati dan menjunjung tinggi norma dan nilai agama dan budaya bangsa yang multikultural;
- Menghormati dan menjunjung tinggi etika profesi yang diakui oleh peraturan perundang-undangan;
- Menghormati dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip demokrasi;
- Menghormati dan menjunjung tinggi hak asasi manusia;
- Menghormati dan menjunjung tinggi hak dan kepentingan publik;
- Menghormati dan menjunjung tinggi hak anak-anak dan remaja;
- Menghormati dan menjunjung tinggi hak orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu; dan
- Menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik.

d. Pasal 11 Perlindungan Kepentingan Publik

Ayat (1):

Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik.

Ayat (2):

Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran.

e. Pasal 12 Layanan Publik

Ayat (1):

Lembaga penyiaran wajib menyiarkan program siaran layanan publik.

Ayat (2):

Lembaga penyiaran berhak menentukan format, konsep atau kemasan program layanan publik sesuai dengan target penonton atau pendengar masing-masing.

Ayat (3):

Lembaga penyiaran dapat memodifikasi program siaran yang sudah ada dengan perspektif atau muatan sesuai semangat program layanan publik.

f. Pasal 21 Penggolongan Program Siaran

Ayat (1):

Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan penggolongan program siaran berdasarkan usia dan tingkat kedewasaan khalayak di setiap acara.

Ayat (2):

Penggolongan program siaran diklasifikasikan dalam 5 (lima) kelompok berdasarkan usia, yaitu:

- Klasifikasi P: Siaran untuk anak-anak usia Pra-Sekolah, yakni khalayak berusia 2-6 tahun;
- Klasifikasi A: Siaran untuk Anak-Anak, yakni khalayak berusia 7- 12 tahun;
- Klasifikasi R: Siaran untuk Remaja, yakni khalayak berusia 13 – 17 tahun;
- Klasifikasi D: Siaran untuk Dewasa, yakni khalayak di atas 18 tahun; dan
- Klasifikasi SU: Siaran untuk Semua Umur, yakni khalayak di atas 2 tahun.

Ayat (3):

Lembaga penyiaran televisi wajib menayangkan klasifikasi program siaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas dalam bentuk karakter huruf dan kelompok usia penontonnya, yaitu: P (2-6), A (7-12), R (13- 17), D (18+), dan SU (2+) secara jelas dan diletakkan pada posisi atas layar televisi sepanjang acara berlangsung untuk memudahkan khalayak penonton mengidentifikasi program siaran.

Ayat (4):

Penayangan klasifikasi P (2-6), A (7-12) atau R (13-17) oleh lembaga penyiaran wajib disertai dengan imbauan atau peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orangtua yang ditayangkan pada awal tayangan program siaran.

Ayat (5):

Lembaga penyiaran radio wajib menyesuaikan klasifikasi penggolongan program siaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan pengaturan tentang waktu siaran.

g. Pasal 27 Narasumber dan Sumber Informasi

Ayat (1):

Lembaga penyiaran wajib menjelaskan terlebih dahulu secara jujur dan terbuka kepada narasumber dan/atau semua pihak yang akan diikutsertakan dalam suatu program siaran untuk mengetahui secara baik dan benar tentang acara yang melibatkan mereka.

Ayat (2):

Jika narasumber diundang dalam sebuah program siaran, wawancara di studio, wawancara melalui telepon atau terlibat dalam program diskusi, lembaga penyiaran wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- memberitahukan tujuan program siaran, topik, dan para pihak yang terlibat dalam acara tersebut serta peran dan kontribusi narasumber;

- menjelaskan kepada narasumber tentang program siaran tersebut merupakan siaran langsung atau siaran tidak langsung; dan
- menjelaskan perihal pengeditan yang dilakukan serta kepastian dan jadwal penayangan program siaran bila program sebagaimana dimaksud pada huruf b di atas merupakan program siaran tidak langsung.

Ayat (3):

Lembaga penyiaran wajib memperlakukan narasumber dengan hormat dan santun serta mencantumkan atau menyebut identitas dalam wawancara tersebut dengan jelas dan akurat.

Ayat (4):

Lembaga penyiaran tidak boleh menyiarkan wawancara dengan narasumber yang sedang tidak dalam kesadaran penuh dan/atau dalam situasi tertekan dan/atau tidak bebas.

## **2.7 Ekstraksi Laporan**

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik penelitian ini ditemukan fakta-fakta sebagai berikut:

Pertama, Meyda Hanifah (2017) berjudul: “Peran Asisten Produksi dalam Program Berita Lensa 44 ADiTV” dalam penelitian tersebut penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan terjun langsung di lapangan, wawancara secara langsung dengan produser dan tim lainnya guna mengetahui tugas dan tanggungjawab asisten produksi. Penulis memperoleh data tertulis terkait profil ADiTV dari Kepala Divisi Edukasi dan Intership. Keberhasilan suatu program siaran tidak lepas dari peran orang-orang yang berada dibelakang layar. Orang-orang yang berada di belakang layar tersebut bekerja secara totalitas dalam menyiapkan dan menyajikan program siaran dengan kemasan yang menarik serta menghibur bagi masyarakat yang menyaksikannya. Salah satu peran yang memiliki posisi penting dalam keberhasilan suatu proses produksi adalah

peran seorang asisten produksi. Seorang asisten produksi memiliki tugas dari mulai pra produksi, produksi, hingga pasca produksi dalam suatu acara. Asisten produksi disini merupakan jalur penghubung antara *crew* satu dengan *crew* lainnya dalam berlangsungnya proses produksi.

Kedua, Choirunisa “Kinerja Asisten Produser dalam Program Dialog Khusus ADiTV” dalam penelitian tersebut penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan terjun langsung di lapangan, wawancara secara langsung dengan produser, asisten produser dan tim lainnya guna mengetahui bagaimana asisten produser. Penulis memperoleh data tertulis terkait profil ADiTV dari Kepala Divisi Edukasi dan Intership, data peralatan produksi ADiTV dari Kepala Divisi Teknik dan lain-lain. Dalam penelitian tersebut penulis mendapatkan data bagaimana kerja seorang asisten produser dalam memproduksi program *talkshow* Dialog Khusus ADiTV mulai dari pra hingga pasca produksi. Asisten produser berperan mulai dari pra produksi seperti; menyiapkan materi, TOR, *treatment*, *ssd*, hingga input data kedalam komputer grafis. Lalu ditahapan produksi asisten produser berperan untuk mengatur penonton, dan menjalankan komputer grafis, dijeda iklan asisten produser masuk ke studio untuk kembali mengingatkan hal-hal apa saja yang harus dilakukan *crew* dan *talent* di studio. Setelah proses produksi selesai, selanjutnya proses pra produksi, asisten produser bertugas menyerahkan hasil produksi ke bagian *ingest* untuk di arsipkan datanya, lalu mengabsen *crew-crew* yang terlibat dalam produksi, setelah itu absen dan *treatment* akan disimpan dilemari produser. Asisten produser dalam membantu kerja produser program *talkshow* tidak luput dari kendala atau hambatan baik saat pra produksi hingga pasca produksi.

Ketiga, Canggih Bekti Pratiwi “Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADiTV” dalam penelitian tersebut penulis menggunakan metode penelitian kualitatif karena memerlukan kedalaman analisis data yang ada di lapangan. Penulis terjun langsung ke lapangan dengan ikut terlibat dalam proses produksi dan wawancara mendalam dengan produser Tamu Istimewa ADiTV untuk mengetahui bagaimana tindakan kreatif atau

terobosan-terobosan baru yang diterapkan produser Tamu Istimewa dalam upaya mempertahankan eksistensi program tersebut. Dalam penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi kreatif produser untuk mempertahankan eksistensi program Tamu Istimewa yaitu dengan cara menerapkan kriteria strategi kreatif menurut Naratama yang terdiri dari 13 item. Produser juga menerapkan berbagai terobosan-terobosan baru pada program Tamu Istimewa dalam upayanya mempertahankan eksistensi program.

Keempat, Ida Arifatul Husna “Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung Di ADiTV Yogyakarta”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subyek penelitiannya produser dan penata artistik Kangen Tembang-Tembung. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi serta dokumentasi. Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kreatif yang diterapkan produser program Kangen Tembang-Tembung ADiTV Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program melalui 13 elemen strategi kreatif Naratama. Hasil penelitian menunjukkan adanya strategi kreatif yang digunakan produser dalam mempertahankan eksistensi program Kangen Tembang-Tembung. Dari 13 elemen strategi, *Fashion* dan Format Acara adalah elemen yang paling khas. *Fashion* dalam Kangen Tembang-Tembung yaitu busana adat Jawa dan kerudung bagi pengisi acara perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kangen Tembang-Tembung mengintegrasikan budaya lokal dengan nilai-nilai islam yang menjadi ciri khas ADiTV. Pada elemen format acara produser menambahkan *fragmen* yang berisi update informasi terbaru atau topik yang sedang hangat di masyarakat. Produser juga menerapkan strategi lain yaitu produksi *outdoor* untuk mengenalkan Kangen Tembang-Tembung kepada khalayak luas.

Ke lima Sinta Taryas Putri “Manajemen Produksi Program Siaran Tv Parlemen Di DPR Ri”. Metodologi penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini adalah analisi deskriptif kualitatif. Peneliti tidak menguji hipotesis, dan hanya menjelaskan dan menggambarkan secara kualitatif dari Objek penelitiannya yaitu fungsi manajemen program siaran Semangat Pagi di TV Parlemen, yang akan mendeskripsikan bagaimana penerapan fungsi manajemen pra, pro dan pasca produksi yang termasuk kedalam fungsi manajemen pada umumnya. Menurut Morissan dalam bukunya yang berjudul Manajemen Media Penyiaran, manajemen dalam melaksanakan tanggung jawab manajemen, terdapat empat fungsi dasar POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling), Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan. Dengan melakukan penelitian dan pencarian data melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi manajemen produksi yang terdapat pada program Semangat Pagi di TV Parlemen pada dasarnya sama dengan sistem manajemen pada program produksi yang lainnya, hanya saja pastinya memiliki sedikit perbedaan-perbedaan dengan sistem manajemen yang dipakai dalam program lain. Faktor SDM dan peralatan yang kurang memadai masih menjadi kendala. Meski demikian, dengan adanya kekurangan tersebut produksi yang dihasilkan sudah cukup baik meskipun belum cukup efisien.

Dari lima penelitian terdahulu diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa seorang asisten produksi memiliki peran penting untuk membantu produser dalam sebuah produksi *talkshow*. Asisten produser harus dapat memajemen kerjanya karena asisten produser memiliki tugas yang banyak dan bertanggungjawab dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

Dalam penelitian ini, penulis lebih menekankan pada bagaimana strategi manajemen kerja seorang asisten produser dalam produksi program *talkshow* yang memiliki tugas dan tanggungjawab yang banyak tetapi harus bisa diselesaikan secara bersamaan agar tidak menghambat saat produksi dilaksanakan.

## BAB III

### DESKRIPSI ADiTV

#### 3.1 Sejarah Singkat ADiTV

Begitu Kencangnya persaingan di dunia televisi mengakibatkan televisi lokal berlomba-lomba dalam menampilkan program acara yang menarik, salah satunya ADiTV. ADiTV adalah televisi lokal yang didirikan oleh persyarikatan Muhammadiyah pada tanggal 18 Juli 2009 yang merupakan amanah dari Muktamar Muhammadiyah Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota pelajar dan juga pusat kegiatan intelektual kebudayaan, dan sosial sehingga ADiTV menganggap itu sebagai peluang yang harus dipertahankan.

Sebelum menjadi televisi lokal, ADiTV merupakan televisi komunitas dari kampus UAD (Universitas Ahmad Dahlan) yang dikelola oleh mahasiswanya, dan masih bernama ADTV. Setelah beragam pemikiran dan masukan dari berbagai kalangan muhammadiyah maupun tokoh masyarakat Yogyakarta sehingga terlahirlah ADiTV, yang mempunyai slogan “Pencerah Bagi Semua”. Tayangan yang disediakan banyak tentang ibu dan anak. Tak melulu tentang ibu dan anak ADiTV juga mengutamakan pendidikan dan keagamaannya. ADiTV merupakan wadah ekspresi mengutarakan pendapat masyarakat daerah Yogyakarta dan sekitarnya karena berisi pendidikan, kebudayaan, informasi dan juga hiburan. Jangkauan siar dari ADiTV yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta, Sleman, Wonosobo, Klaten, Purwokerto, Solo, dan Boyolali.

ADiTV terpilih sebagai pemohon yang di nyatakan layak untuk menyelenggarakan dan melakukan penyiaran di kanal/*channel frekuensi* 44 UHF (Surat KPID DIY No : 11 / Ijin / V / 8).

Komisaris utama ADiTV, Amin Rais mengatakan bahwa modal awal dari pembangunan stasiun televisi bernilai minimal Rp 20 Juta, dan berharap bisa bersaing dengan televisi lokal yang ada di Yogyakarta. Format dari stasiun ini adalah pendidikan serta budaya lokal yang ada di sekitar,

dengan mengusung *brand* “Pencerahan Bagi Anda”. Pendirian televisi ini merupakan hasil dari amanat Mukhtar Muhammadiyah pada tahun 1995 silam. Namun, baru bisa terealisasi pada tahun 2008 dan ditetapkan berbasis di Yogyakarta dengan *channel* 44 UHF, berdasarkan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 96 /KEP/M. KOMINFO/3/2009 tertanggal 9 maret dan keputusan Komisi Penyiaran Indonesia nomor 151/IPP-UCS/LPS. DIY/KPI/04/2009 tertanggal 6 april 2009.

Jika dilihat dari aspek bisnis ADiTV mampu menyediakan ruang promosi dan komunikasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Aspek peran pencerahan, ADiTV berkomitmen memberikan tontonan dan tuntunan yang berbeda dengan televisi nasional untuk meningkatkan kecerdasan dan membangun budaya bangsa yang berbasis budaya lokal dan religius.

Televisi yang sebelumnya diberi nama ADTV (Ahmad Dahlan Televisi) ini dijalankan secara baik lalu berubah menjadi ADiTV (PT. Arah Dunia Televisi) setelah berbagai musyawarah Mukhtar Muhammadiyah ke – 43. ADiTV yang dulunya beralamat di jalan Kapas Komplek Kampus UAD sekarang sudah berpindah ke jalan raya Tajem Km 3, Wedomartani, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **3.2 Visi dan Misi ADiTV**

#### **1. Visi**

ADiTV menjadi televisi yang berbasis kearifan lokal budaya

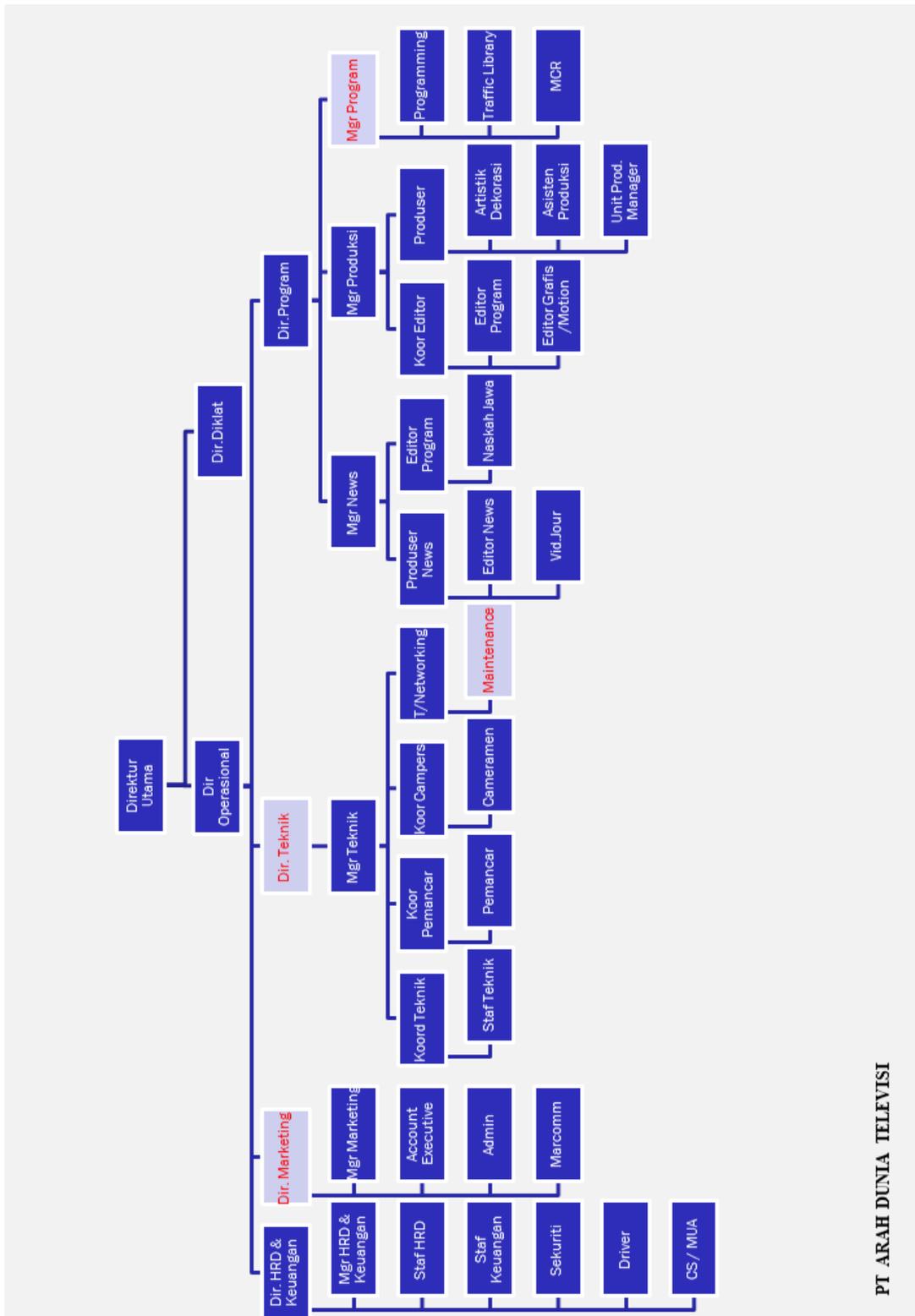
#### **2. Misi**

1. Menayangkan program-program yang dikemas dalam bentuk acara hiburan, informasi, pendidikan dan budaya yang mampu meningkatkan potensi sumber daya manusia Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya sehingga dapat bersaing di tingkat global dan menjunjung tinggi kepribadian bangsa.

2. Menayangkan program acara yang mendorong berkembangnya sektor pendidikan, budaya, perekonomian, dan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
3. Menjadi media komunikasi yang efektif antara pemerintah daerah dengan masyarakat dan di antara sesama warga masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya.
4. Berperan aktif menjaga dan mengembangkan citra Yogyakarta sebagai kota pendidikan.
5. Berperan aktif mewujudkan misi DIY “*Hamemayu Hayuning Bawono*”

### 3.3 Struktur Organisasi ADiTV

Gambar 3.1 Struktur Organisasi



PT ARAH DUNIA TELEVISI

Sumber : HRD ADiTV

### 3.4 Logo ADiTV

Gambar 3.2 Logo ADiTV



Sumber : [https://id.m.wikipedia.org>wiki.ADiTv](https://id.m.wikipedia.org/wiki/ADiTV)

Makna warna logo ADiTV :

1. Warna orange mewakili warna emas yang melambangkan kejayaan atau glory
2. Warna biru mewakili langit sebagai simbol Allah SWT. Semua itu melambangkan bahwa setiap langkah ADiTV akan senantiasa bersama, melindungi, dan dinaungi oleh Allah SWT.
3. Simbol matahari di atas huruf 'i' mewakili visi ADiTV yaitu pencerahan bagi semua.

Tentang ADiTV

ADi-TV Perjuangan

Kami hadir untuk menjawab tantangan jaman, menjadikan TV kami sebagai wahana perjuangan dakwah *modern*. Di era informasi dan teknologi ini kami ingin meneruskan perjuangan Ahmad Dahlan bagi Anak dan Ibu Indonesia (A-D-I) di abad millenium untuk mencerahkan masyarakat.

## ADi-TV Harapan

Ditengah maraknya berbagai tayangan televisi yang tidak mendidik dan merusak masyarakat, kami bertekad untuk terus menyiarkan program TV dengan jiwa dan nafas islami. Kami akan menjadi alternatif utama TV keluarga, yang terus menyajikan tayangan bermutu khususnya bagi Anak dan Ibu (A-D-I).

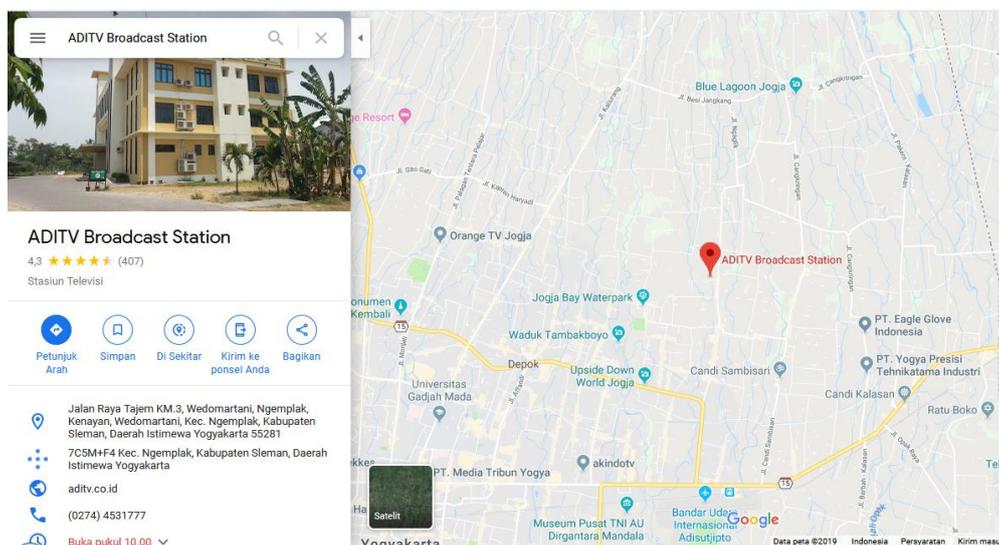
## ADi-TV Masa Depan

Kami adalah anak-anak muda terbaik Yogyakarta yang siap mengantar ADiTV menjadi TV masa depan. Dengan memperkuat strategi *branding* 3M : Muslim-Muda-Modern kami yakin selalu punya tempat di hati masyarakat, menjadikan kami berbeda dengan stasiun TV lainnya.

### 3.5 Lokasi ADiTV

Kantor ADiTV yang dulunya beralamat di jalan Kapas Nomor 9 Kecamatan Semaki Kabupaten Umbulharjo, Yogyakarta dan masih satu kompleks dengan kampus UAD. Pada tanggal 7 Desember 2012 berpindah ke Jalan Raya Tajem Km 3, Wedomartani, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dibawah naungan Budi Mulia Dua. Juga kantor dan studio berada di naungan yang sama.

Gambar 3.3 Lokasi ADiTV Yogyakarta

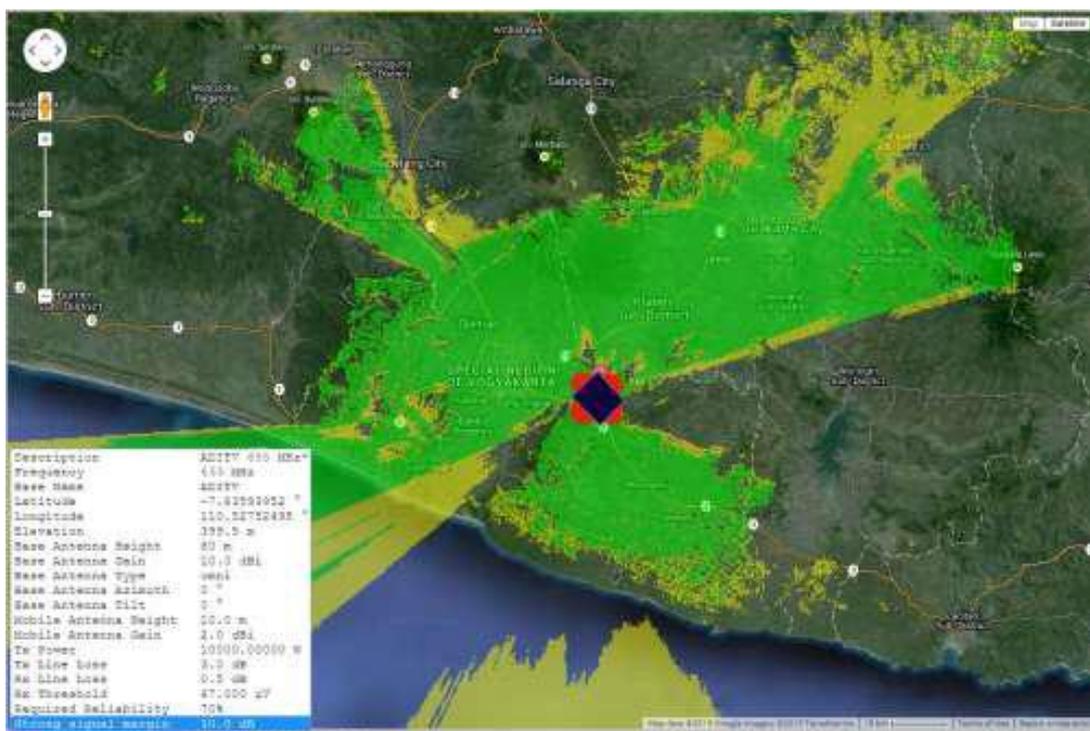


Sumber : <http://www.google.com/maps/place/ADiTV>

### 3.6 Daerah Jangkauan ADiTV

ADiTV mengudara setiap hari dengan jangkauan siar seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta, kemudian sebagian Jawa Tengah (Kab.Magelang, Kota Magelang, Kab.Purworejo, Kab.Temanggung, Kab.Klaten, Kab.Boyolali, Kab.Surakarta, Kab.Karanganyar). Kekuatan pemancar sebesar 12 Kwt, gambar ADiTV tampil lebih jernih pada semua *coverage area*. ADI TV pun dapat ditonton diseluruh dunia dengan mengakses *live streaming* [www.aditv.co.id](http://www.aditv.co.id)

Gambar 3.4 Jangkauan Siaran ADiTV



Sumber : HRD ADiTV

Tabel 3.1 Coverage Area

Wilayah	Luas Wilayah (Km <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km <sup>2</sup> )
Daerah Istimewa Yogyakarta	3.185,80	3.457.491	1.085, 28
Kab.Magelang	18,12	120.447	6.647
Kota Magelang	1.085,73	1.219.371	1.123
Kab.Purworejo	1.034,82	708.483	685
Kab.Temanggung	870,23	730.720	840
Kab.Klaten	655,56	1.153.047	1.759
Kota Surakarta	44,03	509.576	11.573
Kab.Sukoharjo	466,66	848.718	1.819
Kab.Boyolali	1.015,07	953.317	939
Kab.Karanganyar	772,20	838.762	1.086
Total penduduk coverage area		<b>10.539.932</b>	

Sumber : HRD ADiTV

### 3.7 Segmentasi Penonton

Sebagai media televisi alternatif yang memiliki konsep “TV Positif” yaitu televisi yang menyediakan konten bukan hanya tontonan namun juga merupakan tuntunan hidup, ADiTV memiliki pangsa pasar lokal pada jangkauan siarnya. ADiTV menasar pada segmen keluarga khususnya Anak dan Ibu (ADI) dimana kedua komponen ini penting bagi pembangunan karakter keluarga dan bangsa Indonesia.

Tabel 3.2 Segmentasi Penonton

<b>Gender</b>	Perempuan 65% Laki-laki 35%
<b>Pendidikan</b>	Perguruan Tinggi 10% Sekolah Menengah 65% Sekolah Dasar 25%
<b>Usia Penonton</b>	3-14 Tahun 30% 15-22 Tahun 20% 23-30 Tahun 20% 31-50 Tahun 30%

Sumber : HRD ADiTV

### **3.8 Prestasi ADiTV**

- Anugrah Penyiaran DIY untuk kategori program budaya terfavorit “Kangen Tembang Tembung” 2017
- Anugrah Penyiaran DIY untuk kategori program religi terbaik “Jendela Hati” 2017

### **3.9 Materi Produksi**

Pada setiap program ADiTV cara pengumpulan ide dan pembuatan materi berbeda-beda tergantung pada produksi apa yang akan dilaksanakan. Jika produksi itu dilaksanakan diluar studio dan memerlukan banyak perlengkapan, materi harus dipersiapkan secara matang untuk mengurangi kegagalan yang mungkin terjadi.

Materi produksi ada yang berasal dari narasumber, ada juga yang dibuat produser. Ketika berasal dari narasumber itu biasanya dilaksanakan untuk produksi *talkshow*, namun untuk produksi *feature*, dokumenter atau film berasal dari produser dan *crew* ADiTV.

Pada produksi program Dialog Khusus dari tema dan materi yang membuat narasumber karena program ini merupakan program masyarakat yang ditujukan untuk masyarakat. Sehingga ADiTV yang menyiapkan studio, program acara, hingga peralatan yang dibutuhkan.

Sehingga peran asisten produser disini yaitu mempersiapkan apakah sudah ada materi dan juga tema yang diberikan, sehingga mudah untuk di input ke komputer grafis. Untuk host juga memerlukan pertanyaan dan materi yang akan dibahas untuk menambah keseruan saat mengajak narasumber berbicara. Diperlukan pula treatment untuk acuan produser saat memasang nama narasumber di televisi.

### **3.10 Standar Operasional Prosedur ADiTV**

Pada saat membuat program televisi, seluruh profesi produser, jurnalis, sutradara, editor, dan *quality control* harus mengikuti prosedur atau persyaratan yang biasa dilakukan agar menghasilkan program yang berkualitas (Fachrudin, 2012:2).

Untuk itu prosedur kerja seorang produser program harus diketahui secara rinci.

1. *Planning* (persiapan)

Tahap ini merupakan tahap untuk mempersiapkan tema/topik program acara yang akan dibahas.

2. Survei Lokasi & Narasumber

Survei lokasi yang akan digunakan *shooting*, riset bagaimana kondisi lokasi disana, hingga menemui narasumber untuk program acara yang akan dilaksanakan.

3. *Shooting script*

Pembuatan naskah dan panduan gambar dari seorang produser untuk acuan dalam pelaksanaan program tersebut.

4. *Order Mdv & Kamera*

*Order* (pemesanan) MDV ke ruang *ingest (library)*, lalu pemesanan kameraman dan studio, hingga pemesanan sopir ke bagian unit manager.

5. *Shooting*

Setelah semua persiapan sudah selesai barulah pengambilan gambar atau produksi program berlangsung dengan menggunakan kameramen, presenter dan juga studio.

6. *Editing script*

Produser membuat editing skrip atau naskah panduan tayangan untuk editor, agar editor mengerti apa yang dimaksudkan oleh produser.

7. *Editing video*

Produser menyerahkan MDV (mini dv) ke bagian editor video, dan dilanjutkan dengan *voice over & recording*.

8. Periksa hasil *editing video*

Produser dan penanggungjawab program memeriksa hasil *editing video*, jika hasil *editing* sesuai dengan standar maka, produser akan menyerahkan ke *ingest (library)*, namun jika video belum standar akan dikembalikan ke editor video.

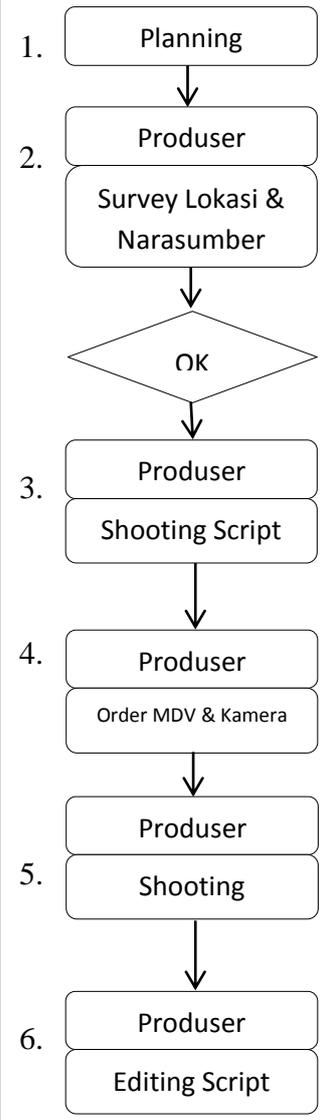
9. *Master control*

Dari hasil video yang sesuai standar tadi barulah masuk ke master control untuk kemudian siap untuk di tayangkan di televisi.

10. Disimpan di ruang *ingest*

Setelah ditayangkan di televisi, untuk mengarsipkan atau menyimpannya di ruang *ingest (library)*. Ruang *ingest* atau *library* berfungsi untuk menyimpan file-file mentah maupun siap tayang. Dan juga berguna untuk ketika suatu saat akan ditayangkan kembali.

Tabel. 3.3 SOP Produser Program

PROSES KERJA	DOK.	KETERANGAN
<p>1. </p>		<p>1. Tahap Persiapan Untuk Mempersiapkan Tema/Topik Program Acara</p> <p>2. Survei Lokasi Shooting, Riset, Menemui Narasumber</p> <p>3. Pembat Naskah Dan Panduan Gambar Oleh Produser</p> <p>4. - Order MDV Ke Library - Order Kameraman dan studio luar ke teknik - Order Sopir ke Bag.umum</p> <p>5. Produser Melakukan Take Gambar Dengan Kameramen, Presenter Dan Studio Luar</p> <p>6. Produser Membuat Editing Script Atau Naskah Panduan Tayangan Untuk</p>

<pre> graph TD     A[7. Video Editor Editing Video] --&gt; B[8. Produser &amp; Penanggungjawab Periksa Hasil Editing video]     B --&gt; C{OK}     C --&gt; D[Cont.]     D --&gt; E[9. Master Control Filling &amp; Dokumen]     E --&gt; F[10. Selesai] </pre>		<p>Editor</p> <p>7. Produser Menyerahkan MDV Kebagian Editing Video, Dan Dilanjutkan Dengan Proses Voice Over &amp; Recording</p> <p>8. Produser Dan Penanggungjawab Program Memeriksa Hasil Editing Video, Jika Hasil Editing Video Sesuai Standar Maka, Produser Akan Memproses, Jika Tidak Standar Akan Dikembalikan Ke Editor Video</p> <p>9. Master Control Menayangkan MDV Yang Siap Tayang</p> <p>10. Diskotik Menyimpan MDV Sebagai Dokumen</p>
---	--	---

Sumber : HRD ADiTV

### 3.11 Program Acara di ADiTV

ADiTV menyediakan berbagai program yang variatif dan selalu menonjolkan etika penyiaran Islami yang dikolaborasikan dengan nilai-nilai kearifan lokal. ADiTV mempunyai program yang sudah diproduksi secara reguler di dalam maupun di luar studio. Berikut adalah program-program yang telah diproduksi oleh ADiTV:

#### 1. Cahaya Rabbani



- Format : Tafsir Al-Qur'an
- Durasi : 60 menit 5 segmen (4 *commercial break*)
- Lokasi : *Indoor* (PP Muhammadiyah, Yogyakarta)
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *audience* : Semua Umur – Bimbingan Orang Tua (SU-BO)

Program ini membahas materi tafsir surat-surat dalam Al-Quran, yang diulas secara mendalam, lugas dan jelas. Untuk memberikan edukasi dan tambahan pengetahuan kepada pemirsa tentang surat dalam al-Qur'an dan penjelasannya.

#### 2. Jendela Hati



- Format : Dialog Religi
- Durasi : 60 menit 5 *segment* (4 *commercial break*)

- Lokasi : *Indoor/Outdoor*
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *audience* : Semua Umur – Bimbingan Orang Tua (SU-BO)

Jendela Hati (JH) adalah suatu program acara yang berisi tentang tausiyah agama islam dengan tema yang berbeda setiap minggunya baik mengenai fiqih, aqidah, atau akhlak yang dikemas dalam pertemuan-pertemuan sosial berisi pemahaman atas nilai-nilai, pendidikan, cara berpikir, serta pengupayaan solusi-solusi masalah masyarakat yang dikupas tuntas dengan pemikiran Islam.

### 3. Mocopat Syafaat



- Format : Syiar Agama Islam
- Durasi : 2 jam 30 menit 6-7 *segment* (5 *commercial break*)
- Lokasi : *Roadshow*
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *Audience* : Semua Umur – Bimbingan Orang Tua (SU-BO)

Mocopat Syafaat merupakan program *variety* religi yang berisi tentang pengajian dan sholawatan. Sebagai sarana *sharing* ilmu agama Islam kepada pemirsa dengan pembawaan santai khas Cak Nun.

#### 4. Bintang Cilik (Bincil)



- Format : *Variety Show*
- Durasi : 60 menit 4 *segment* (3 *commercial break*)
- Lokasi : *Indoor/Outdoor*
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *audience* : Anak-anak (A)

Bintang Cilik merupakan program yang diharapkan dapat menjadi wadah bagi adik-adik sebagai bintang cilik untuk untuk menampilkan keterampilan anak-anak, baik itu menari, menyanyi, bermain musik ataupun *story telling* di depan layar kaca ADiTV.

#### 5. Expo Event



- Format : *Feature Event*
- Durasi : 30-60 menit 2-5 *segment* (4 *commercial break*)
- Lokasi : *Roadshow*
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *audience* : Semua Umur – Bimbingan Orang Tua (SU-BO)

*Expo Event* Liputan tentang suatu kegiatan lembaga di wilayah jogja maupun luar jogja yang mana lembaga tersebut telah bekerjasama dengan stasiun televisi.

## 6. Mirip Sulap



- Format : *Reality Show*
- Durasi : 30 menit 3 *segment* (2 *commercial break*)
- Lokasi : *Indoor/Outdoor*
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *audience* : Semua Umur – Bimbingan Orang Tua (SU-BO)

Mirip Sulap merupakan program acara televisi yang hadir di tengah-tengah pemirsa untuk menghibur pemirsa. Dipandu oleh seorang host yang kocak, ia mempertunjukkan trik-trik sulap dengan pembawaannya yang unik.

## 7. Sinema



- Format : *News & Movie Preview*
- Durasi : 30 menit 3 *segment* (2 *commercial break*)
- Lokasi : *Indoor*
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *audience* : Bimbingan Orang Tua (BO)

Sinema merupakan suatu program acara yang menginformasikan tentang film-film bioskop *ter-update* serta menyampaikan berita tentang Hollywood, film dalam negeri, maupun luar negeri.

#### 8. Dokter Menyapa



- Format : *Talk Show*
- Durasi : 60 menit 4 *segment* (3 *commercial break*)
- Lokasi : Studio (VT *insert* + kombinasi)
- Format *On Air* : *Live*
- Target *audience* : Semua Umur (SU)

Dokter Menyapa (DM) merupakan program iberupa *talkshow* interaktif yang menghadirkan dokter-dokter spesialis dari Yogyakarta dan sekitarnya yang membahas seputar kesehatan serta informasi teknologi terbaru di dunia kedokteran.

#### 9. Dialog Khusus



- Format : *Talk Show*
- Durasi :60 menit 4 *segment* (3 *commercial break*)
- Lokasi : Studio
- Format *On Air* : *Live & Taping*
- Target *audience* : Semua Umur (SU)

Dialog Khusus merupakan program *talkshow* yang membahas isu-isu terkini dengan narasumber dari dinas-dinas pemerintah untuk memberikan informasi secara mendalam kepada pemirsa mengenai isu-isu tertentu.

#### 10. Lensa 44



- Format : Berita
- Durasi : 30 menit 3 *segment* (2 *commercial break*)
- Lokasi : *Studio & Outdoor*
- Format *On Air* : *Live & Taping*
- Target *audience* : Semua Umur (SU)

Berisi berita aktual daerah Yogyakarta dan sekitarnya, Lensa 44 mengupas berita-berita penting dari berbagai sudut pandang dan aspek ekonomi, budaya, hukum, keamanan, dan lain-lain. secara lebih jelas dan rinci untuk pemirsa.

#### 11. Galeri Halal



- Format : *Variety Show*
- Durasi : 30 menit 3 *segment* (2 *commercial break*)
- Lokasi : *Roadshow*
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)
- Target *audience* : Semua Umur (SU)

Galeri Halal berisi tayangan jajanan makanan/minuman khas Yogya yang dijamin halal dan pas dengan kantong Anda, liputan menarik mengenai lokasi sekitar tempat makan, menampilkan wawancara dengan *owner* tempat makan dan cara memasak makanan/minuman khas tersebut.

## 12. Wedang Ronde



- Format : *Variety Show*
- *Group* lawak : “Wedang Rondhe”
- Durasi : 60 menit 5 *segment* (4 *commercial break*)
- Lokasi : Studio ADiTV/Roadshow
- Format *On Air* : *Taping* (rakaman)
- Target *audience* : Semua Umur (SU)

Wedhang Ronde merupakan program hiburan ketoprak yang ditayangkan oleh ADiTV yang dikemas secara ringan dan diperuntukkan kepada siapa saja sebagai teman ngumpul. Disetiap episodenya tidak hanya berisi komedi saja, tetapi terdapat pesan moralnya.

## 13. Tips Tiga Menit



- Format : *Feature*
- Durasi : 30 menit 3 *segment* (2 *commercial break*)
- Lokasi : Studio ADiTV
- Format *On Air* : *Taping* (rekaman)

- Target *audience* : Semua Umur (SU)  
Tips Tiga Menit merupakan *tutorial fashion* hijab yang dikemas menarik, sehingga para hijabers terlihat anggun, menawan, dan menarik.

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Program Acara “Dialog Khusus”

Gambar 4.1 Program Acara Dialog Khusus



Sumber. Editor ADiTV

Dialog khusus adalah program *talkshow* yang membahas isu-isu terkini dengan narasumber yang mempunyai kompetensi dengan isu-isu yang sedang diperbincangkan di masyarakat. Tujuannya untuk memberikan informasi secara mendalam kepada masyarakat mengenai isu-isu tertentu. Dikemas dalam 4 segmen dengan durasi 60 menit. Ditayangkan secara *live* maupun *tapping* di ADiTV. Dipandu dengan satu atau dua *Host* yang piawai dalam berdiskusi. Program ini di produksi di studio ADiTV dengan menggunakan multi kamera (3 kamera) dengan target *audience* laki-laki dan perempuan remaja dan dewasa berusia 17-50 tahun dengan status ekonomi sosial C (menengah kebawah). Waktu tayang setiap senin dan rabu pukul 16.00-17.00 WIB.

Program yang dikemas dalam bentuk *talkshow* ini memberikan kesempatan untuk penelepon (*audience*) bertanya tentang apa yang sedang

dibahas, dengan begitu narasumber yang bersangkutan dapat memberikan jawaban yang terbaik dari pertanyaan yang diajukan.

Program acara ini diproduksi oleh produser dan *crew* ADiTV, namun program ini ditujukan untuk masyarakat dan membuka ruang masyarakat untuk berdiskusi di program ini. Sehingga ADiTV hanya memfasilitasi studio, peralatan, hingga *crew* yang melaksanakan produksi tersebut.

#### 4.1.1 Desain Program

- Nama Program : Dialog Khusus
- Format Acara : *Talkshow*
- Durasi : 60 menit *segment (3 commercial break)*
- Lokasi : Studio
- Format *On Air* : *Live & Taping*
- Target *audience* : Semua Umur (SU)

Dialog Khusus merupakan program *talkshow* yang membahas isu-isu terkini dengan narasumber dari dinas-dinas pemerintah untuk memberikan informasi secara mendalam kepada pemirsa mengenai isu-isu tertentu.

#### 4.1.2 Desain Penyajian

- Nama Program : Dialog Khusus
- Waktu Tayang : 16.00 – 17.00 WIB
- *Talent* : 1 *Host* dan 2 sampai 3 Narasumber
- Lokasi : Studio ADiTV
- Durasi *On Air* : 60 Menit
- Target *audience* : Semua Umur (SU)
- Pelaksanaan : 1 hari langsung tayang
- Penyajian :

##### Segmen 1

Pada segmen satu program Dialog khusus yaitu *opening* program dan perkenalan *host* yang membawakan acara tersebut. Asisten Produser bertugas mendampingi Produser di ruang *master control room* (MCR) sebagai operator komputer grafis atau *tellop*.

Produser bertugas mengawasi keseluruhan proses produksi sekaligus memberi arahan kepada kameramen dan *floor director* dalam pengambilan gambar dan mengarahkan *talent*. Kemudian *host* menceritakan tema yang akan dibahas pada saat itu dan memperkenalkan narasumber yang dihadirkan program dialog khusus tersebut. *Host* memberi pertanyaan kepada narasumber tentang topik pembahasan pada episode tersebut dan kemudian narasumber memberi penjelasan dengan pertanyaan tersebut. Ketika obrolan sedang berlangsung tetapi waktu durasi segmen 1 sudah hampir habis, maka Produser yang bertugas sebagai PD memberi aba-aba kepada kameramen dan FD untuk disampaikan kepada *host* agar menutup segmen 1 kemudian dilanjutkan iklan ± 2 menit. Persiapan sebelum masuk iklan PD memberi aba-aba untuk menampilkan *bumper* program saat *closing* segmen.

#### Segmen 2

Pada segmen kedua Produser yang bertugas sebagai PD memberi aba-aba saat akan selesai iklan dan memberi aba-aba kepada Asisten Produser untuk masuk ke *bumper* program. Asisten Produser bertugas sebagai operator komputer grafis atau *tellop* menunggu aba-aba Produser untuk memulai memasukkan bumper program, grafis nama *host*, nama narasumber, no telepon interaktif, tema, dll ke dalam program acara Dialog Khusus yang sedang di produksi. Produser juga memberi aba-aba kepada kameramen dan FD agar semua siap pada tempatnya dan bersiap melanjutkan program. *Host* mulai membuka membuka program acara dengan senyum dan ramah tamah. Setelah itu *host* tidak lupa menyampaikan kembali tema pembahasan episode tersebut dan membuka *line* telepon interaktif kepada penonton yang dirumah jika ingin bertanya kepada narasumber yang ada, kemudian melanjutkan perbincangan di segmen satu dengan tema yang sama namun pertanyaan yang berbeda. Jika ada VT dari narasumber bisa diperlihatkan di segmen 2 juga. Di segmen ini juga narasumber lain dipersilahkan untuk menyanggah, menambah atau menjawab pertanyaan yang di berikan. Setelah menjawab pertanyaan, *host*

dapat kembali memberikan nomor telepon interaktif yang bisa dihubungi, sehingga penonton ADiTV juga dapat berkomunikasi dan bertanya langsung kepada narasumber. Telepon interaktif disediakan hanya di segmen 2 dan 3, jadi penelepon interaktif akan langsung dijawab pertanyaannya. Selesai menjawab penelepon, *host* menutup segmen 2 untuk diberi jeda iklan. Ketika menutup program PD selalu memberi aba-aba kepada seluruh *crew* yang terlibat karena kendali ketika produksi berada di tangan seorang *Program Director*.

### Segmen 3

Seperti segmen kedua, segmen ketiga PD memberi aba-aba saat akan selesai iklan dan memberi aba-aba kepada Asisten Produser untuk masuk ke *bumper* program, kameraman dan *talent* di studio. Di segmen 3 *host* membuka program acara dialog khusus dengan ramah. Lalu masih melanjutkan pembicaraan yang sedang dibahas dengan pertanyaan lain, *host* menanyakan berdasarkan tema yang sedang dibahas. Untuk di segmen 3 lebih banyak pertanyaan di penelepon interaktif dan menjawab segala pertanyaan dari penelepon. Di segmen 3 ini juga merupakan penyelesaian pertanyaan dan jawaban. Aba-aba di setiap awal segmen atau akhir segmen selalu diperlukan untuk kelancaran dan ketepatan waktu saat produksi program. Selanjutnya penutup segmen 3.

### Segmen 4

*Program Director* memberi aba-aba masuk segmen 4, *host* diarahkan untuk membuka segmen 4 dengan menyebut nama program yaitu Dialog Khusus setiap kali iklan selesai. *Host* melanjutkan pembahasan dan mempertegas jawaban dari segmen 1 sampai 3, setelah pembahasan sebelum mengakhiri program *host* menyimpulkan hasil diskusi tanya jawab tentang tema yang dibahas agar penonton lebih paham dan jelas pembahasan dari segmen 1 sampai 4. *Host* menutup program acara Dialog Khusus kemudian PD memberi aba-aba untuk operator komputer grafis atau *tellop* dengan memunculkan *credit title* atau kerabat kerja yang bertugas dalam program acara Dialog Khusus. Di segmen 4

ini ketika penutup program tidak menggunakan bumper dikarenakan sudah menggunakan *credit title* dan akan dilanjutkan dengan logo ADiTV kemudian dilanjutkan ke program acara selanjutnya.

#### 4.1.3 Tugas Kerja Asisten Produser

produser (*production assistant*) yang disingkat PA adalah orang yang bertugas membantu seorang produser yang juga berperan sebagai *Program Director* dalam melaksanakan produksi. Asisten produser kadang juga merangkap menjadi *Floor Director* yaitu pengarah acara didalam studio. Seorang asisten produser harus mengikuti perintah produser yang berperan sebagai PD yang berada di dalam ruang *master control room* (MCR) dalam mengarahkan *talent* ataupun kameramen, dengan begitu apapun yang diperintahkan produser harus ditaati oleh asisten produser guna kelancaran dalam produksi suatu program acara.

Sebelum melaksanakan produksi, seorang asisten produser membantu dalam mempersiapkan apa saja yang diperlukan untuk kelancaran program tersebut. Seperti menyiapkan *treatment*, *crew* yang terlibat (organisasi pelaksana), jadwal produksi, hingga memastikan ketersediaan alat yang akan digunakan dengan berkoordinasi dengan tim teknik.

##### a. Menyiapkan *Treatment*

*Treatment* adalah pelaksanaan perwujudan gagasan menjadi program yang akan di tayangkan.

Di dalam *treatment* berisikan nama narasumber yang akan mengisi program acara tersebut, *host* yang memandu kelangsungan acara tersebut, *crew* yang membantu program tersebut, hingga durasi yang akan digunakan untuk setiap produksi program. bentuk dan sajian setiap *treatment* berbeda-beda, yaitu sesuai dengan program acara yang akan dibawakan.

*Treatment* yang dibuat digunakan dalam mencatat waktu jeda persegmen, ketika produksi berlangsung VTP juga ikut merekam setiap gambar yang muncul di televisi, dengan VTR adegan persegmen bisa berapa dicatat waktu yang dibutuhkan

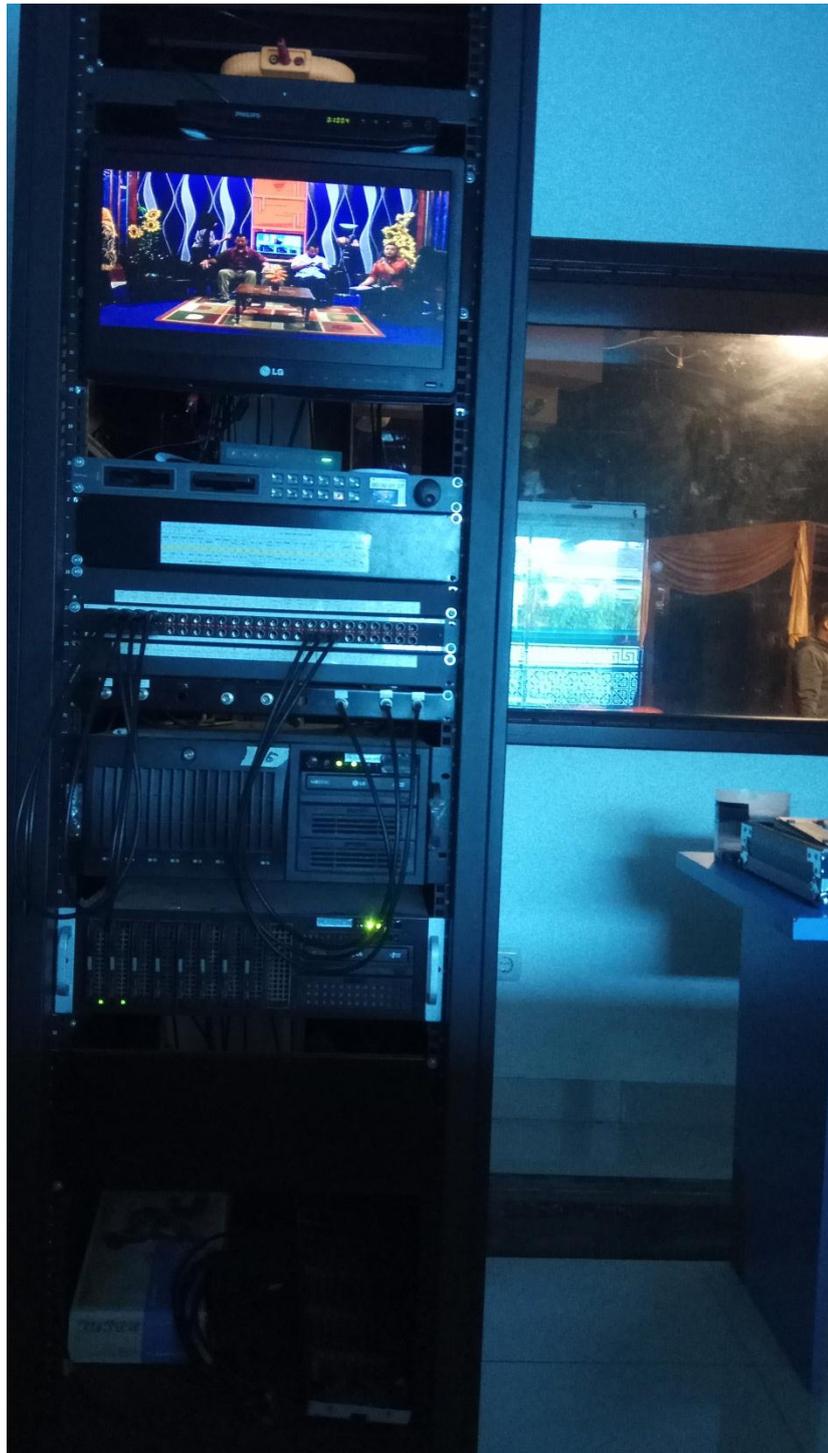
tanpa iklan, perekaman dimulai dari penayangan bumper program di awal segmen, hingga *bumper* akhir segmen. Pada setiap awal dan akhir segmen selalu direkam dengan VTR dan akan tersimpan ke SSD.

Gambar 4.2 Treatment ADiTV

TREATMENT PRODUKSI - ADiTV				
GRAM	EPISODE	PRODUKSI	TAYANG	P
CILIK		4 April	14 April 2019	Setya
TEMA/ KLIEN		NARSUM		
Madinah Tempuran				
DOWN				
RASI/ AM	KONTEN/ ISI SEGMENT			KET
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>MARS TK IT AL MADINAH 1</li> <li>MAGELANG</li> <li>OPENING ACARA HOST</li> <li>IKRAR DAN JANJI ANAK SHOLEH 3</li> <li>HAFALAN QS. AL KAUSAR 4</li> <li>DOA KEBAIKAN DUNIA/AKHIRAT 5</li> <li>PANTUN PERSEMBAHAN 7</li> </ul>			
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>GERAK LAGU NASIONALISME 11</li> <li>OPENING HOST: REVIEW/PREVIEW</li> <li>PUISI: USTADZAHKU 8</li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>TARI INDANG ACEH 9</li> <li>HADITS MENUNTUT ILMU 6</li> <li>OPENING HOST: REVIEW/PREVIEW</li> <li>WAWANCARA KEPALA SEKOLAH</li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tari BUNGONG JEUMPA 10</li> <li>Host + Closing</li> <li>GERAK &amp; LAGU SAYONARA 2</li> </ul>			
AIN				
INFORMASI PRODUKSI			KENDALA DI LAPANGAN	
PD	FD	CAMPERS	TEKNIK	CLAPPER

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 4.3 VTR ADiTV



Sumber : Dokumentasi Pribadi

b. Organisasi Pelaksana Produksi (*crew* yang terlibat)

*Crew* yang terlibat dalam program Dialog Khusus meliputi :

Tabel 4.1 Crew Program Dialog Khusus ADiTV

Produser + Program Director	1
Asisten Produser + Operator Grafis	1
Floor Director + Kameramen	2
Teknik Support + Lighting	3
On Air	2
Operator Cargen	1
Operator VT/AirBox	1
Operator VTR	1
Artistik	1
Make Up & Wardrobe	1
<b>Jumlah</b>	<b>14</b>

Sumber : Divisi Program ADiTV

Dari 14 orang yang terlibat dalam produksi program Dialog Khusus ini ada beberapa orang yang mempunyai lebih dari 1 tugas saat produksi, untuk produser biasanya merangkap sebagai *program director*, asisten produser sebagai operator komputer grafis/*tellop*, kameramen 1 sebagai *floor director*.

c. Jadwal Produksi

Jadwal produksi merupakan acuan untuk *crew* dalam menjalankan tugasnya, dengan mengetahui jadwal sesuai dengan program yang akan diproduksi dapat menjadikan *crew* lebih bisa mengatur waktu ketika melaksanakan tugas lainnya.

Gambar 4.4 Jadwal Produksi ADiTV

HARI/TKG	P/PM	PROGRAM	FORMAT	KONSEP	LOKASI	WAKTU ON CAM	PRODUSER	TEKNIK	CAMPERS	AE	DRIVER	TAYANG	EDITOR
JUMAT	19												
SABTU	20												
MINGGU	21												
SENIN	22	P	DOKTER MENYAPA	LIVE	IN	STUDIO	MALAM	19.30	SURYONO				
SELASA	23	P	KTBTB	LIVE	IN	STUDIO	MALAM	20.00	AAN				
RABU	24	P	MALAPAI SYAFAAI	IAPE	OUT	KASHAN BANTI UL	MALAM	20.00	SEIYA				
KAMIS	25	P	CAROB	TAPE	OUT	PP MUH	PAGI	06.00	SURYONO				
KAMIS	25	M	DIALOG KHUSUS - BALAI LAB KES DAN KALIBRASI	LIVE	IN	STUDIO	SORE	16.00	SURYONO			NIZMA	PANJI
JUMAT	26	M	DIALOG KHUSUS - DINKES DIY	LIVE	IN	STUDIO	SORE	16.00	MELINDA			NIZMA	
JUMAT	26	M	PIKNIK - DINPAR SLEMAN	TAPE	OUT	SLEMAN CITY HALL	PAGI	08.30	DISSY			KIKI	

Sumber : Data Dari Asisten Produser ADiTV

d. Peralatan yang digunakan

Sebelum melaksanakan produksi, UPM sudah menjadwalkan kapan produksi berlangsung dan program apa yang akan di produksi, sehingga peralatan yang akan digunakan sudah siap sebelum produksi dilaksanakan.

Tabel 4.2 Peralatan Program Dialog Khusus ADiTV

<b>Jenis peralatan</b>		
<b>Kelengkapan</b>	<b>Merk &amp; Tipe</b>	<b>Jumlah</b>
Video	Kamera Panasonic P2HD	4
	Baterai P2HD	3
	Adaptor P2HD	1
	Tripod Libec TH 650 DV	3
	Card P2 AJ-P2E32FG	3
MCR	Seperangkat <i>Switcher</i>	-
	<i>Headset Beltpack Communicator</i>	-
	Kabel Video + <i>Communicator</i>	-
	VTR Sony HDV	1
	VTR Sony HDV 700 + Adaptor	1
	<i>Beltpack Communicator</i>	1
	TV 19"	1
	TV 32"	1
	DVD Philips	1
	HT Firstcom, Weirwei	2
	Seperangkat Komputer <i>Grafis/tellog</i>	-
	Seperangkat Komputer AirBox/OBB	-
Audio	Clip On Senheiser EW 122	4
	<i>Headphone A4Tech</i>	3
	Audio Mixer Allen Heath 32 CH	1
	<i>Wireless Microphone Russel</i>	1
	Audio Mixer Behreinger 8 CH	1
	Audio Mixer Yamaha 12 CH	1

	Baterai 9V/AA 1,5V	8
	Charger DC 9V – AA/AAA 1,5V	1
	Kabel Audio	-
	Speaker	1
Lighting	<i>Kinoflo Daylight</i>	-
	<i>Fresnel 1000w</i>	
	<i>Par LED</i>	
	<i>Stand Lamp</i>	
	<i>Overlength Cable</i>	

Sumber : Divisi teknik ADiTV

#### 4.2 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan sebagai Asisten Produser

Selama Praktik Kerja Lapangan di ADiTV Yogyakarta, penulis selalu mencatat kegiatan harian yang di lakukan di ADiTV Yogyakarta. Penulis tidak hanya mengikuti produksi program yang di tentukan oleh pembimbing lapangan. Berikut jadwal kegiatan Praktik Kerja Lapangan penulis selama 2 bulan:

Tabel 4.3 Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Kegiatan	Bulan		Jumlah	Presentase %
	Maret	April		
Cetak Naskah News	23	1	24	13,33%
Mempersiapkan kebutuhan produksi	49	29	78	43,33%
Produksi program	18	17	35	19,44%
Koordinator penonton	6	2	8	4,44%
Absen crew dan Menyimpan hasil produksi	20	15	35	19,44%
Jumlah			180	

Sumber : diolah Penulis

### 4.3 Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah segala usaha/aktifitas/proses guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Tindakan manajemen akan berhubungan dengan pembuatan keputusan atas rancangan/desain dan pengawasan produksi termasuk didalamnya semua aktifitas/proses untuk mewujudkan suatu produk sesuai dengan tujuan yang telah disepakati (Anton Mabruhi, 2013:21).

Fungsi manajemen produksi secara umum yaitu:

1. *Planning*-perencanaan

*Planning* atau perencanaan dalam proses pra produksi program Dialog Khusus meliputi pencarian narasumber, pencarian *host*, , membuat TOR dan penentuan jadwal produksi.

2. *Organizing*-pengorganisasian

Asisten produser menyusun dan membagikan tugas-tugas kepada peserta PKL dengan pembagian tugas sesuai kemampuan peserta PKL masing-masing yang sebelumnya sudah dilatih bagaimana mengerjakan tugas-tugas asisten produser. Penentuan tim produksi dan alat-alat yang dibutuhkan saat produksi berlangsung.

3. *Actuating*-pelaksanaan

Dalam pelaksanaan produksi, asisten produser membantu program director dan mendampingi peserta PKL yang membantu mengerjakan tugas asisten produser agar tidak ada kesalahan saat produksi berlangsung.

4. *Controlling*-pengawasan

Asisten produser melakukan pengawasan terhadap kerja tim produksi, melakukan absensi tim produksi dan melakukan evaluasi kerja setiap hari jum'at bersama produser-produser dan manajer produksi.

### 4.4 Strategi Manajemen Kerja Asisten Produser dalam Produksi Program Dialog Khusus ADiTV

Televisi merupakan media *audio visual* (suara dan gambar) yang merupakan alat penyampaian pesan ke masyarakat luas sehingga pesan yang disampaikan berupa informasi, ilmu pengetahuan, hiburan dan dapat

diterima masyarakat luas secara mendalam dan mudah dipahami dari semua kalangan. Televisi dapat menjangkau jarak jauh hingga ke pelosok desa. Televisi mempunyai siaran program yang dihadirkan seperti *talkshow*, *infotainment*, *realityshow*, berita, dan program hiburan lainnya. Siaran televisi berpusat pada stasiun nasional sehingga seluruh Indonesia dapat menyaksikan acara yang sama secara serempak. Dengan berkembangnya jaman dan sumberdaya yang begitu luas, kini hampir setiap daerah mendirikan stasiun televisi lokal yang memberikan suasana baru. Stasiun lokal memberikan suasana baru dengan menghadirkan budaya lokal yang ada di Indonesia, sebagai penghargaan kepada masyarakat. Program yang dibawakan seakan dekat dengan masyarakat karena materi yang dibawakan tidak terlalu luas. Hadirnya televisi lokal maka masyarakat memiliki kesempatan memilih dalam menonton televisi.

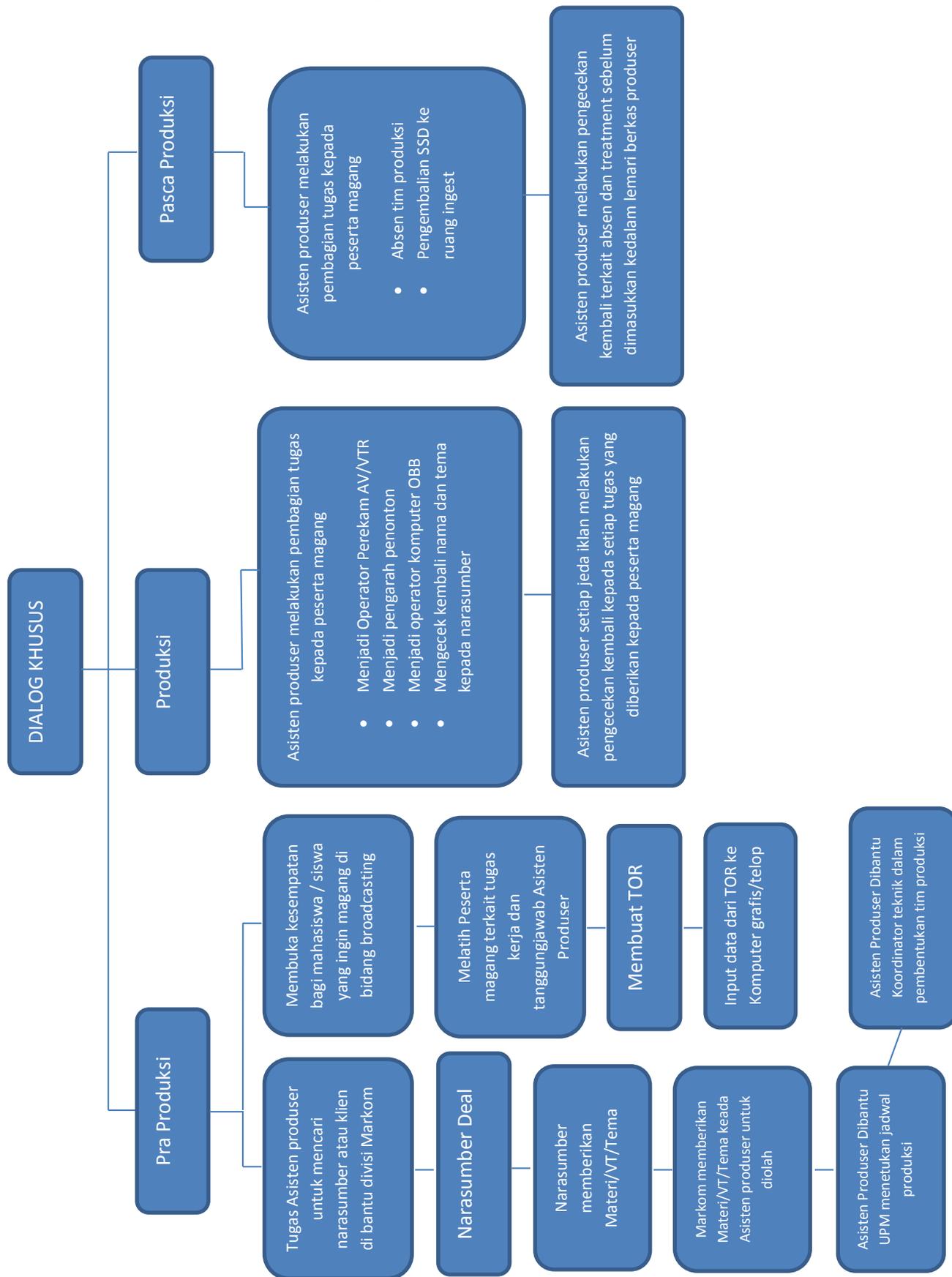
ADiTV merupakan televisi lokal Yogyakarta dengan menghadirkan konten Islami. Dengan berkembangnya jaman sehingga ADiTV mempunyai cara yang lebih variatif dan inovatif yaitu dengan memproduksi program tidak hanya tentang Islami tetapi ADiTV juga menjunjung kearifan lokal dan budaya, dengan memperkuat strategi *branding* 3M : Muslim-Muda-Modern. ADiTV yakin selalu punya tempat di hati masyarakat, dengan slogan ADiTV “Pencerah Bagi Semua”. Diharapkan dengan memberikan pencerahan bagi semua yang menonton ADiTV, menjadikan ADiTV selalu digemari akan tayangan-tayangannya yang menarik.

Program Dialog Khusus misalnya, menggunakan format *talkshow* dalam menyampaikan informasi berdasarkan isu yang sedang hangat di masyarakat, isu tersebut dibahas hingga diberikan solusi terbaik dalam mengendalikannya. Dialog Khusus ditayangkan secara *live* dan *tapping* di ADiTV sebagai hiburan untuk menemani sore hari pemirsa. Dialog Khusus mempunyai 4 segmen dalam setiap episodenya. Berjalannya program Dialog Khusus tidak terlepas dari peran Produser dan Asisten Produser dalam melaksanakannya.

Berhasilnya sebuah program acara yang baik juga ditentukan dari bagaimana pekerjaan yang dilaksanakan oleh *crew* yang bertugas, namun seperti yang diketahui SDM sebuah televisi lokal terbatas, mengingat anggaran dana televisi lokal tidak banyak, jadi karyawan yang dimiliki juga terbatas. Dengan terbatasnya SDM televisi lokal yang ada membuat karyawan-karyawan yang ada harus menangani beberapa pekerjaan sekaligus namun juga harus tepat waktu. Dengan tuntutan seperti itu, para karyawan televisi lokal dituntut memikirkan cara manajemen kerja yang paling efektif dan efisien agar semua pekerjaan dapat terselesaikan tepat waktu dan tidak mengganggu ketika produksi berlangsung. Salah satu *crew* yang mempunyai banyak tugas dan tanggungjawab dalam produksi Dialog Khusus ialah seorang Asisten Produser, untuk itu penulis ingin mengetahui bagaimana strategi manajemen kerja Asisten Produser dalam memproduksi program Dialog Khusus di ADiTV mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

Dialog Khusus merupakan program yang ditayangkan secara *live* dan *tapping* tergantung permintaan *client* dan dikemas dengan format *talkshow interaktif*. Maka menurut analisis penulis strategi manajemen kerja yang digunakan asisten produser dalam produksi program Dialog Khusus dalam pra produksi, produksi, sampai pasca produksi dapat dijelaskan sebagai berikut :

Gambar 4.5. Alur Manajemen Kerja Asisten Produser ADiTV



Sumber : Dokumen Pribadi

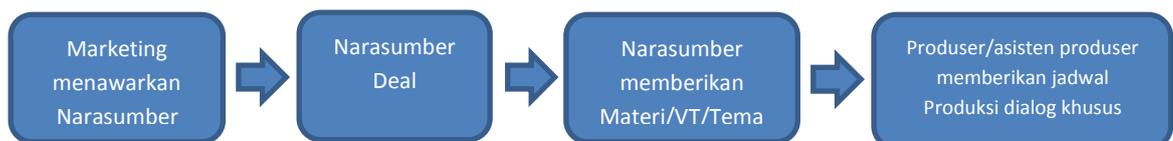
#### 4.4.1 Pra Produksi

Pada tahap ini merupakan tahap awal dari produksi program asisten produser memiliki tugas untuk mencari narasumber, menghubungi *host*, memesan Mini DV/P2 card, SSD, *crew* produksi, membuat *treatment* & TOR. Dengan berbagai tugas tersebut, asisten produser ADiTV memiliki strategi manajemen kerja sebagai berikut:

##### 1. Mencari Narasumber

Untuk mencari narasumber asisten produser mengatur tugas tersebut dengan memberikan tugas mencari narasumber atau klien kepada bagian *marketing* komunikasi ADiTV untuk mencari dan berhubungan langsung dengan *client* dengan cara menawarkan ke *client* atau narasumber yang ingin diangkat dalam produksi Dialog Khusus. Jika penawaran dari Markom (*Marketing* Komunikasi) ADiTV ke narasumber sudah diterima dan menyanggupi biaya yang akan dikeluarkan untuk produksi Dialog Khusus makan dilanjutkan dengan menyerahkan materi atau hanya tema yang akan diangkat, disini Produser atau Asisten Produser tetap ikut mendampingi Markom ADiTV dalam penyerahan materi, barulah jadwal dan tempat yang akan digunakan ditentukan dan jadwal mencakup jam berapa produksi dan jam berapa harus kumpul. Tema dan materi yang telah di berikan ke Produser kemudian di lanjutkan ke Asisten Produser untuk disusun menjadi TOR (Term Of Reference) sebagai panduan CG dan *host* sebagai skrip ketika produksi program acara.

Gambar 4.6. Alur Menemui Narasumber

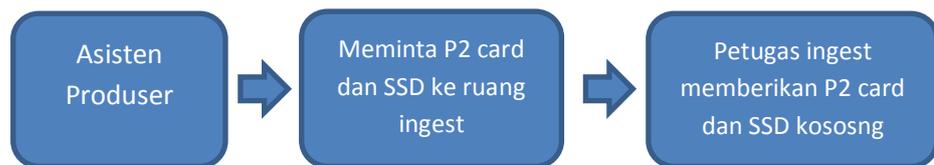


Sumber : Dokumen Pribadi

2. Menghubungi *Host*, memesan Mini DV/P2 card, SSD, dan *crew* produksi

Dalam tugas ini, asisten produser akan dibantu unit manager produksi (UPM) untuk mengatur bagian penjadwalan. Setelah setuju dengan narasumber sesuai dengan tema dan materi yang diberikan, maka selanjutnya koordinator *talent* dan *host* menghubungi *host* yang akan mengisi acara Dialog Khusus tersebut. *Host* yang dihubungi sesuai dengan sesuai dengan tema yang akan dibawakan pada program Dialog Khusus.

Gambar 4.7. Alur pesan P2 card dan SSD

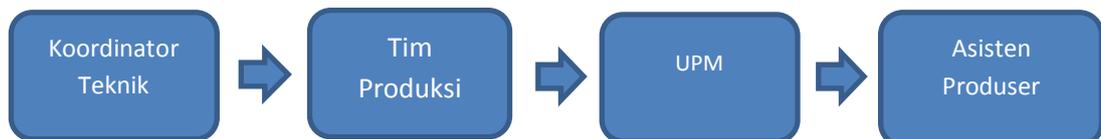


Sumber : Dokumen Pribadi

Produser memberi komando ke Asisten Produser untuk meminta P2 card dan SSD ke ruang *ingest*, petugas *ingest* memberikan P2 card dan SSD yang kosong, jadi ketika digunakan bisa menampung file hasil produksi dengan durasi yang lama.

Setelah itu memberitahu unit produksi manager (UPM) jika pelaksanaannya di luar studio untuk mencarikan mobil kosong dan *drivernya*. Jika pelaksanaannya di dalam studio menghubungi *driver* tidak diperlukan lagi.

Gambar 4.8. Alur Order Tim Produksi

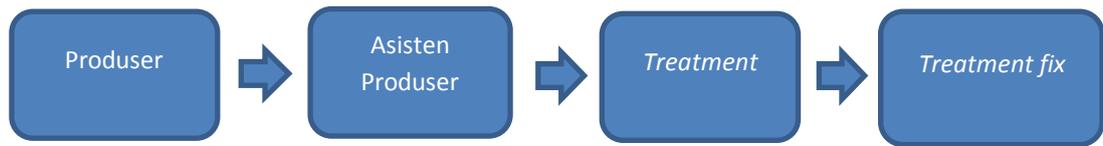


Sumber : Dokumen Pribadi

Koordinator teknik menyampaikan nama-nama tim produksi ke bagian Unit Produksi Manager kemudian dicatat pada matriks yang dibuat oleh UPM untuk selanjutnya disampaikan kepada asisten produser, dalam penyampaian ini bisa melalui papan jadwal produksi yang ditempel pada dinding sebelum pintu masuk studio ADiTV atau melalui grup tim produksi ADiTV.

### 3. Pembuatan *treatment*

Gambar 4.9. Alur pembuatan *Treatment*

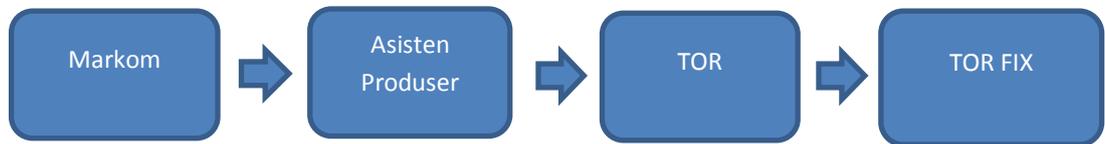


Sumber : Dokumen Pribadi

Tahap selanjutnya yaitu pembuatan *treatment*. *Treatment* merupakan panduan untuk produser dan asisten produser dalam melaksanakan produksi program Dialog Khusus. Pada *treatment* yang diperlukan untuk menuliskannya yaitu, jadwal produksi, jadwal penayangan, tema, nama narasumber, nama *host*, nama *crew* yang bertugas, waktu per segmen, isi dari setiap segmen, dan kendala (jika menemui kendala saat produksi). Jadwal produksi diisi sesuai tanggal dan jam produksi berlangsung, jadwal produksi ini dibuat oleh UPM, sehingga asisten produser mengisi jadwal produksi hingga jadwal tayang sesuai jadwal yang sudah ditentukan UPM. Tema diisi berdasarkan kesepakatan atau permintaan dari klien atau narasumber yang terlibat dalam produksi Dialog Khusus ini. Nama narasumber diketahui melalui komunikasi ke bagian Markom yang berhubungan dengan klien atau jika ada pergantian narasumber nama akan ditanyakan ke narasumber ketika narasumber datang 30 menit sebelum produksi dimulai. *Crew* yang bertugas juga sudah tersedia di jadwal yang dibuat oleh UPM ADiTV. Isi dari setiap segmen meliputi; *bumper* program (OBB), *opening host*, dialog sesi 1, *closing* segmen, lalu *bumper out*. Pada segmen ke 2 meliputi; *bumper in*, *opening host*, dialog sesi 2, *closing* segmen, *bumper out*. Pada segmen ke 3 sama seperti segmen ke 1 dan 2 namun pada dialog sesi 3 diselipkan telpon interaktif dari pemirsa ADiTV. Kemudian di segmen ke 4, dialog sesi 4 diganti dengan kesimpulan dari pembahasan sesi 1 sampai sesi 3 di program Dialog Khusus. Pada deskripsi waktu yang disediakan di *treatment* dituliskan waktu yang dibutuhkan setiap segmen dalam produksi program Dialog Khusus, waktu ini ditulis dengan dengan pena karena waktu yang digunakan berbeda setiap

segmennya, waktu produksi setiap segmennya dapat dilihat dari VTR ketika mengakhiri segmen dengan *bumper out*. Kendala yang dituliskan pada *treatment* meliputi kemunduran waktu produksi, hingga mati listrik pada saat produksi berlangsung.

Gambar 4.10. Alur Pembuatan TOR



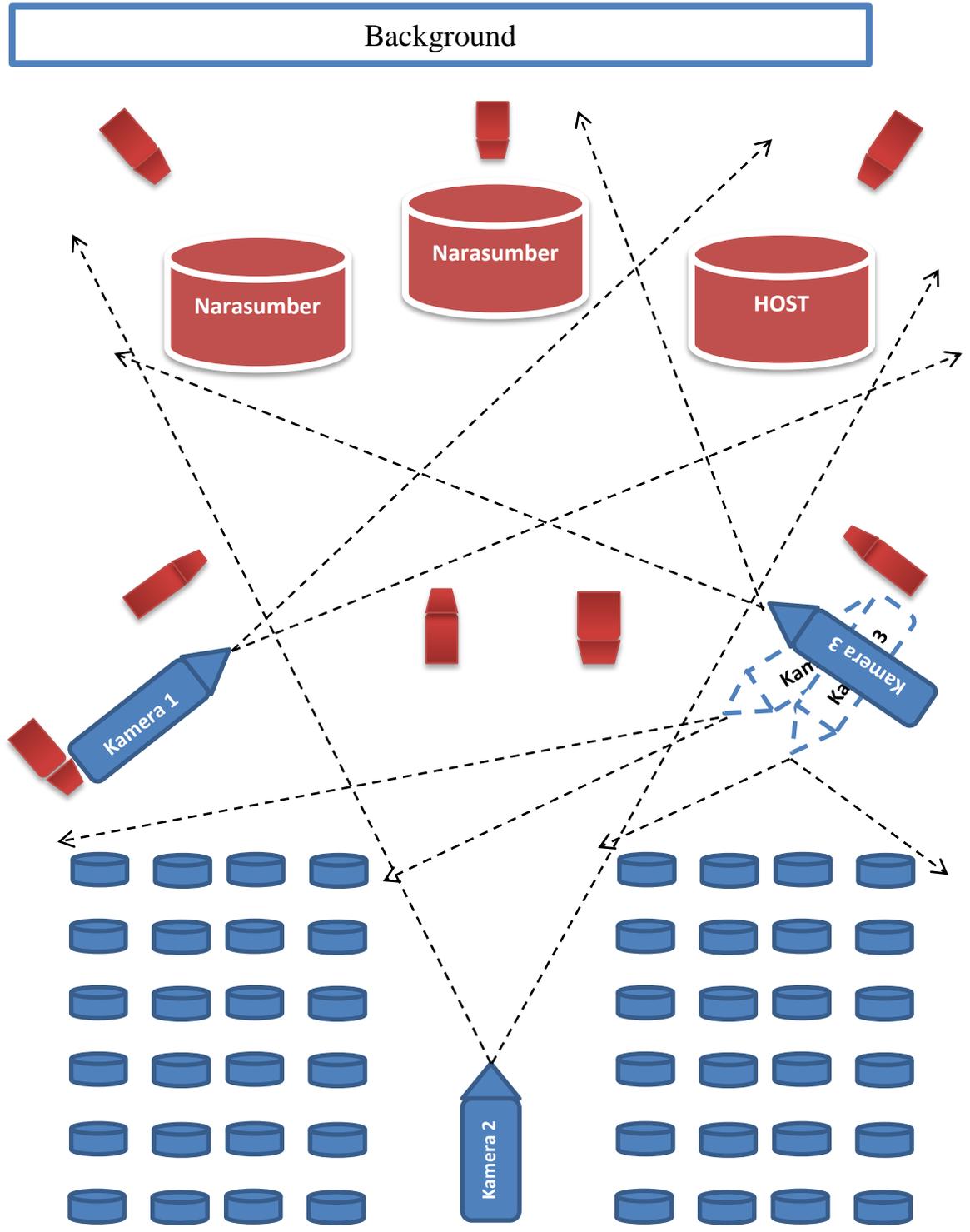
Sumber : Dokumen Pribadi

Tahap selanjutnya yaitu pembuatan TOR. TOR merupakan panduan asisten produser dalam menginput data komputer grafis terkait tema, nama narasumber, nama *host*, serta pertanyaan-pertanyaan untuk narasumber guna memudahkan *host* berkomunikasi dengan narasumber. Untuk data tema, nama narasumber didapatkan melalui komunikasi dengan Markom yang berhubungan dengan klien atau narasumber, untuk nama *host* didapat dari data UPM, kemudian pertanyaan-pertanyaan terkait tema didapatkan dari klien atau narasumber jika klien menyediakan pertanyaan, namun jika tidak, asisten produser yang bertanggungjawab dalam pembuatan pertanyaan-pertanyaan sesuai tema minimal 10 pertanyaan.

Dengan adanya beberapa tugas asisten produser dalam tahap pra produksi, asisten produser ADiTV membuka peluang praktik kerja lapangan di bagian divisi asisten produser, dengan adanya peserta PKL asisten produser dapat lebih mudah mengatur dalam penyelesaian tugas pra produksi dengan bantuan peserta PKL. Namun, peserta PKL harus dilatih dan diajari terlebih dahulu terkait tugas-tugas asisten produser, agar saat di berikan tugas bisa mengerjakan dengan baik dan benar, dengan begitu proses pra produksi tidak terhambat namu terbantu oleh peserta PKL yang ada.

4.4.2 Produksi

Gambar 4.11 Set panggung Dialog Khusus ADiTV



Sumber : Dokumen Pribadi

Narasumber Kamera Lighting Penonton



- Kamera 1 - Host
- Kamera 2 - Master
- Kamera 3 - Narasumber & Penonton

Gambar 4.12. Panggung ADiTV



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada tahap ini merupakan tahap awal dari produksi program asisten produser memiliki tugas membantu *Setting* panggung (studio) bersama kameramen, *art*, dan *technical support*, menjadi operator VTR, mencetak TOR, komputer grafis/telap, operator komputer OBB, cek nama narasumber, memberi arahan kepada penonton, memberi arahan kepada *host*, mengambil SSD dari ruang *ingest*, mencari penanya ke penonton dan membuatkan pertanyaan jika penonton yang bertanya belum mempunyai pertanyaan.

Asisten produser memberi komando kepada *crew* (tim artistik) untuk melakukan *setting* panggung. Memberikan komando kepada tim artistik untuk menyelaraskan dekorasi hingga artistik yang akan digunakan dalam produksi.

Selanjutnya asisten produser memberi komando kepada teknik dan kameramen untuk memasang tripod kamera, kamera, dan tidak lupa adaptor kamera harus terpasang. Kabel video juga harus dipastikan berfungsi dengan baik, menyiapkan *blocking* kamera, *lighting*, dan memasang audio yang diperlukan saat

produksi berlangsung. Semua harus dicek kembali untuk memastikan alat-alat yang akan digunakan berfungsi dengan baik.

Ketika narasumber datang, asisten produser akan kembali memastikan kembali tema, nama (nama lengkap, gelar) narasumber kepada klien agar tidak terjadi kesalahan saat input data ke komputer grafis.

Kemudian asisten produser akan mengambil *ssd* dari ruang *ingest* lalu dipasang ke VTR untuk perekaman. Asisten produser juga harus mencetak TOR untuk panduan *host* dan untuk panduan *input* data komputer grafis sesuai TOR yang ada, lalu mengecek semua data grafis dan OBB yang akan digunakan.

Ketika narasumber memasuki studio, tim teknik harus segera memasang *clip on* ke narasumber dan *host*, untuk kemudian dicek *audio* bersama tim *technical support* agar tidak ada ketidak sesuaian suara yang dihasilkan antara satu dengan yang lain.

Memberikan arahan singkat kepada narasumber dan *host*. Sehingga narasumber dan *host* tampil sesuai dengan apa yang dikehendaki.

Asisten produser juga harus memberi arahan kepada penonton yang hadir, menawarkan siapa yang ingin bertanya saat sesi tanya jawab, mencatat nama penanya guna keperluan grafis, dan menyiapkan atau membuatkan pertanyaan untuk penanya jika penanya dari penonton belum memiliki pertanyaan sendiri.

Kameramen kembali menentukan *blocking* kamera view yang menarik disesuaikan dengan panggung dan *talent* agar terlihat bagus saat perekaman berlangsung.

Proses produksi akan dilaksanakan jika semua perlengkapan/ sarana yang dibutuhkan untuk produksi sudah siap digunakan dan tidak ada masalah, sehingga ketika produksi berjalan bisa digunakan dengan baik dan lancar.

Ketika produksi dilaksanakan di dalam studio dengan format penyajian secara *live* maka persiapan lebih ringan dibandingkan dengan produksi diluar studio yang harus

mempersiapkan peralatan yang lebih banyak dibanding di dalam studio.

Pada saat produksi berlangsung *host* mengikuti arahan dari seorang PD (*Program Director*) yang berada di ruang MCR (*Master control room*) yang kemudian disampaikan oleh FD (*Floor Director*) yang sekaligus merangkap kameramen 1. Jika hanya menggunakan *stage* utama, kameramen dapat merangkap sebagai *floor director*, tetapi jika menggunakan *stage* yang lebih lebar maka dibutuhkan *floor director* yang tidak merangkap sebagai kameramen. Arahan tersebut meliputi memulai segmen, mengakhiri segmen, ada telepon interaktif masuk, mengarahkan antara kamera satu dengan yang lain untuk *switch* gambar yang di tampilkan di televisi.

Tugas asisten produser saat proses produksi berlangsung adalah sebagai operator CG yang bertanggungjawab terkait grafis nama narasumber, nama *host*, tema, telepon interaktif, dan daftar kerabat kerja, untuk menampilkan grafis ke televisi asisten produser menunggu aba-aba dari PD, lalu sebagai operator komputer OBB yang bertugas untuk menampilkan *bumper in dan bumper out* dan juga VT jika ada, kemudian operator VTR bertugas merekam proses produksi dan mencatat durasi persegmen agar mempermudah PD dalam mengakhiri setiap segmen agar tidak *over time*, dan ketika jeda segmen asisten produser akan masuk ke studio untuk kembali memberi arahan terkait apa saja yang perlu dilakukan *host*. Dengan adanya beberapa tugas Asisten produser sekaligus saat proses produksi berlangsung, strategi manajemen Asisten produser dalam menyelesaikan a tugasnya dengan bersamaan tepat waktu ialah dengan membuka program PKL (praktek kerja lapangan) untuk mahasiswa ataupun siswa SMK. Sebelum ikut terlibat dalam produksi Asisten produser akan mengajari peserta PKL terkait tugas-tugas asisten produser, mulai dari pembuatan TOR, *treatment*, *input* data CG/Telop, pengoperasian komputer grafis, Komputer OBB, VTR, cara mengisi *treatment* saat produksi bagaimana minta SSD ke ruang

*ingest*, cek nama narasumber, berkoordinasi dengan penonton dan absen tim produksi. Dengan adanya peserta PKL pekerjaan asisten produser.

Dengan banyaknya tugas kerja seorang asisten produser wajib mengerjakan pekerjaannya secara efektif dan efisien. Salah satu cara manajemen tugas-tugas tersebut yaitu dengan mengerjakan tugas-tugasnya di awal waktu, misal data untuk membuat TOR sudah ada sehari sebelum jadwal produksi maka asisten produser harus segera menyusunnya kemudian *input* datanya ke komputer grafis agar saat hari produksi tinggal mengecek kembali data yang di *input*. Dengan mengerjakan tugas di awal dan tambahan tenaga dari peserta PKL, asisten produser dapat menyelesaikan tugas kerja dan tanggungjawabnya secara tepat waktu sehingga produksi dapat berjalan secara lancar.

Tabel 4.4 Beberapa Produksi Dialog Khusus yang diikuti Penulis

Tanggal	Tema/Judul	Narasumber
13-03-2019	Pemahaman Gender/ Implementasi PPRG di Desa	- Kabid. KGPP DP3AP2 DIY - Danang Wahyu broto, S.E.,M.Si - IDEA
Dalam produksi ini, penulis terkendala dalam pembuatan TOR karena narasumber yang dari IDEA belum pasti siapa yang akan datang menjadi narasumber, hal itu menyebabkan terhambatnya pembuatan TOR dan penginputan data di komputer grafis		
15-03-2019	Pemahaman Gender/ Pemahaman Gender dalam Menyiapkan Keluarga Baru	- Kabid. KGPP DP3AP2 DIY - Ir. Hamam Mutaqim - Rifka Annisa
Dalam produksi ini, penulis bertugas lebih banyak sebagai pengarah penonton dan operator VTR. Dalam mengarahkan penonton penulis memberitahu himbauan dan larangan saat di studio, menawarkan kepada penonton yang ingin bertanya, dan juga membuatkan pertanyaan kepada penanya jika belum ada pertanyaan. Setelah urusan dengan penonton selesai, penulis bertugas di bagian operator VTR,		

saat menjadi operator VTR penulis hanya menunggu aba-aba dari PD untuk memulai merekam VTR dan stop merekam VTRnya. VTR ADiTV menggunakan SSD sebagai alat untuk menyimpan hasil rekamannya, tentu saja sebelum produksi dimulai penulis sudah mengambil SSD dari ruang ingest. Selain itu, penulis juga menulis treatment sesuai dengan hasil rekaman VTR

<b>19-03-2019</b>	Padat Karya Infrastruktur	- Sriyati, S.Pd.,MM - H.Kuswanto, SIP - Drs. Sulistiyanto, M.Pd - Drs. Untoro Budiharjo, MM
-------------------	------------------------------	--

Dalam produksi ini, tim produksi terkendala dengan tata panggungnya karena narasumber yang biasanya maksimal tiga orang tetapi kali ini ada empat narasumber yang hadir. oleh karena itu, tata panggung diatur lagi agar pas dan enak dilihat di kamera.

<b>19-03-2019</b>	Perlindungan Pekerja Migran Indonesia	- Dr. Andung Prihadi Santosa, M.Kes - H. Yoeke Indra Agung I, SE - Drs. H. Suwardi - Kepala Kantor Imigrasi Kelas I
-------------------	---	---

Dalam produksi ini, tim produksi terkendala dengan tata panggungnya karena narasumber yang biasanya maksimal tiga orang tetapi kali ini ada empat narasumber yang hadir. oleh karena itu, tata panggung diatur lagi agar pas dan enak dilihat di kamera.

<b>20-03-2019</b>	Peningkatan Kualitas SDM	- Dr. Andung Prihadi Santosa, M.Kes - Nur Sasmito, MT.,MM - Dra. Christina Lucy Irawati - Eko Wisnu Wardana, SE
-------------------	-----------------------------	---

Dalam produksi ini, tim produksi terkendala dengan tata panggungnya karena narasumber yang biasanya maksimal tiga orang tetapi kali ini ada empat narasumber yang hadir. oleh karena itu, tata panggung diatur lagi agar pas dan enak dilihat di kamera. Namun pada episode ini sewaktu akan produksi klien secara menginfokan narasumber yang

hadir Cuma ada tiga orang saja, jadi tata panggung harus diubah kembali menjadi tiga kursi untuk narasumber dan satu kursi untuk pembawa acara.

**20-03-2019** - Pemahaman Gender/ Layanan Kesehatan Yang Responsif di DIY - Kepala DP3AP2 DIY - H. Yose Rizal, S.H - Dinas kesehatan

Dalam produksi ini, penulis terkendala dalam pembuatan TOR karena narasumber yang dari Dinas Kesehatan belum pasti siapa yang akan datang menjadi narasumber, hal itu menyebabkan terhambatnya pembuatan TOR dan penginputan data di komputer grafis.

**22-03-2019** - Pemahaman Gender/ Implementasi PPRG di DIY - Sekretaris DP3AP2 DIY - Nur Sasmito, MT.,MM - AKSARA

Dalam produksi ini, penulis terkendala dalam pembuatan TOR karena narasumber yang dari AKSARA belum pasti siapa yang akan datang menjadi narasumber, hal itu menyebabkan terhambatnya pembuatan TOR dan penginputan data di komputer grafis.

**23-03-2019** - Pemahaman Gender/ Refleksi gerakan Perempuan DIY - Tustiyani - Nurjanah - IDEA

Dalam produksi ini, penulis terkendala dalam pembuatan TOR karena narasumber yang dari IDEA belum pasti siapa yang akan datang menjadi narasumber, hal itu menyebabkan terhambatnya pembuatan TOR dan penginputan data di komputer grafis.

Sumber : Diolah Penulis

#### 4.4.3 Pasca Produksi

Pada tahap ini merupakan tahap awal dari produksi program asisten produser memiliki tugas menyerahkan SSD ke ruang *ingest*, membereskan peralatan yang digunakan dan absensi tim produksi yang terlibat

##### 1. Menyerahkan SSD ke ruang *ingest*

Gambar 4.13 Alur Menyerahkan SSD ke ruang *ingest*



Sumber : Dokumen Pribadi

Ketika produksi selesai, produser akan mengingatkan asisten produser untuk menyerahkan SSD hasil perekaman VTR ke ruang *ingest* (ruang penyimpanan file-file hasil produksi yang mentah ataupun file produksi yang siap tayang, semacam *library*).

SSD yang berada di VTR diambil oleh asisten produser kemudian memberikan tanggal dan program apa yang direkam didalamnya kemudian ditempel ke SSD agar memudahkan petugas di ruang *ingest* dalam menyimpan dan menamai hasil produksi di komputer *library*.

##### 2. Membereskan peralatan yang digunakan dan absensi tim produksi yang terlibat

Setelah produksi program acara Dialog Khusus selesai, asisten produser membantu markom memberikan *snack* yang sudah disiapkan UPM kepada narasumber, *host*, dan para penonton yang hadir distudio. Kemudian asisten produser memberi arahan kepada *crew* yang bertugas untuk membantu membereskan peralatan yang sudah digunakan dan dikembalikan ke tempat semula. Kemudian asisten produser akan mengabsen *crew* yang bertugas selama produksi berlangsung yang kemudian disimpan di lemari produser bersamaan dengan *treatment* hasil produksi sebagai arsip kantor.

### 3. Evaluasi dan perencanaan

Setiap hari jum'at semua produser, koordinator, manager, unit manager, direktur operasional dan ppc akan melakukan evaluasi mengenai setiap produksi program satu minggu kebelakang. Disini semua anggota rapat akan menyampaikan masalah-masalah dan kendala-kendala yang dihadapi saat proses produksi yang kemudian akan dipecahkan bersama masalah dan kendala yang terjadi satu minggu kebelakang. Setelah evaluasi, di rapat ini juga semua akan membahas perencanaan produksi satu minggu kedepan, mulai dari jadwal produksi, *crew* produksi setiap program, dan lain-lain. Hasil dari rapat perencanaan akan dibagikan melalui grup dan ditempel papan jadwal ADiTV.

#### 4.4.4 Kendala & Solusi

##### 1. Pra Produksi

- a. Kadang Tema dari narasumber atau klien datang atau diberikan sewaktu hari pelaksanaan produksi, hal ini mengakibatkan penginputan data komputer grafis, membuat TOR, dan *treatmentnya* harus disebut hari itu juga. Solusi kendala tersebut adalah asisten produser harus selalu memantau atau menanyakan tema yang diinginkan klien ke bagian Markom yang bertugas atau berhubungan dengan klien agar segera meminta ke klien agar dapat segera dibuat TOR nya.
- b. Narasumber tidak menyediakan pertanyaan, solusi kendala tersebut adalah dengan membuat pertanyaan yang cukup dan sesuai dengan tema yang dikasih, kemudian dikonsultasikan dengan narasumber agar tidak terjadi salah pengertian antara *host* dengan narasumber.

##### 2. Produksi

- a. Salah satu narasumber ganti, sering terjadi saat penulis melaksanakan PKL kejadian bergantinya narasumber saat hari produksi, hal ini membuat asisten produser harus mengganti TOR dan menginput nama narasumber baru ke

komputer grafis. Solusinya menghadapi hal tersebut yaitu dengan segera menanyakan nama narasumber yang baru agar dapat segera mengubah TOR dan data komputer grafis, dengan begitu swaktu produksi di mulai TOR yang baru dan data komputer grafis sudah siap digunakan.

- b. Salah satu narasumber tidak datang tepat waktu, sering terjadi saat penulis melaksanakan PKL kejadian narasumber terlambat datang saat produksi, karena waktu produksi tidak bisa mundur, akhirnya solusi yang digunakan yaitu dengan memulai produksi dengan narasumber yang sudah hadir terlebih dahulu dan mengubah set panggung agar terlihat bagus di kamera. Jika narasumber yang terlambat sudah datang, narasumber tersebut akan dimasukkan di segmen selanjutnya dan kembali mengubah set panggung saat jeda iklan.

### 3. Pasca Produksi

- a. Penonton tidak datang saat produksi akan dimulai, biasanya klien akan mengundang sendiri penonton yang akan menyaksikan produksi dengan jumlah tertentu, namun terkadang karena kondisi tertentu penonton yang diundang tidak dapat datang ke studio, solusi untuk mengatasi hal tersebut biasanya asisten produser akan menyuruh peserta PKL yang tidak mendapatkan tugas untuk menjadi penonton.
- b. Penonton datang terlambat, penonton yang terlambat dapat mengganggu proses produksi, karena saat produksi berlangsung studio akan ditutup dan tidak ada yang boleh keluar masuk, solusi untuk masalah ini adalah dengan menahan penonton diluar studio terlebih dahulu kemudian setelah jeda iklan penonton baru disuruh masuk, dengan begitu produksi tidak terganggu.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

penulis menyimpulkan strategi manajemen kerja asisten produser ADiTV di setiap proses produksi. Asisten produser ADiTV memajemen tugas-tugas kerjanya secara efektif dan efisien mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi sehingga produksi dapat berjalan dengan lancar.

Dalam pra produksi strategi manajemen kerja asisten produser di ADiTV yakni dengan cara berbagi tugas dengan divisi Markom terkait pencarian klien dan narasumber. Kemudian ADiTV membuka kegiatan intership/PKL di ADiTV, salah satunya divisi asisten produser. Di bagian ini asisten produser wajib mengajari peserta magang secara mendetail terkait tugas kerja seorang asisten produser agar peserta magang dapat memahami semua tugas yang diberikan kepadanya dan dapat dikerjakan dengan baik tanpa ada kesalahan. Dengan begitu tugas kerja asisten produser dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien dengan bantuan peserta PKL sehingga saat produksi program Dialog khusus berlangsung dapat berjalan dengan lancar.

Dalam tahap produksi strategi manajemen kerja asisten produser di ADiTV yakni dengan cara membagi tugas asisten produser kepada peserta magang, mulai dari operator perekam AV/VTR, koordinator penonton, operator komputer OBB, operator komputer CG dan lain-lain. Namun asisten produser tetap harus selalu mendampingi dan mengecek tugas yang diberikan ke peserta PKL saat jeda iklan agar tidak terjadi kesalahan saat produksi berlangsung.

Dalam tahap pasca produksi strategi manajemen kerja asisten produser di ADiTV yakni dengan cara membagi tugas asisten produser kepada peserta magang. Namun asisten produser tetap harus selalu mengecek tugas yang diberikan ke peserta PKL sebelum data-data yang akan diarsipkan tidak ada kesalahan. Di tahap ini juga asisten produser dibantu UPM membagikan *snack* kepada penonton, narasumber, dan *host*.

Dengan strategi manajemen kerja seperti ini, terbukti tugas kerja asisten produser pada program Dialog Khusus ADiTV dapat terselesaikan secara efektif dan efisien sehingga program *talkshow* Dialog Khusus dapat berjalan lancar dan menghasilkan program acara yang berkualitas.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran untuk PT. Arah Dunia televisi (ADiTV)

1. Sebelum melakukan produksi lebih baik diadakan *briefing* dan doa keseluruhan *crew* yang bertugas untuk mengawali produksi agar diberi kelancaran saat produksi. Dan juga dilakukan *briefing* dengan narasumber dan *host* agar semua yang terlibat dapat memahami bagaimana produksi yang akan dilaksanakan.
2. Perlu mencari narasumber terkenal dan tidak monoton agar semakin meningkatkan minat pemirsa dalam menonton program Dialog Khusus ADiTV.
3. Perlu diadakan evaluasi rutin setelah produksi berlangsung, agar diproduksi selanjutnya bisa dilakukan lebih baik dari sebelumnya, dengan adanya evaluasi akan mengurangi kesalahan di produksi yang selanjutnya. Dan manajemen waktu *crew* maupun narasumber harus lebih ditingkatkan agar persiapan lebih matang dan produksi bisa tepat waktu sesuai jadwal.
4. Perlu memperhatikan peralatan yang akan digunakan sebelum produksi berlangsung baik peralatan di studio maupun di luar studio.

### 5.2.2 Saran untuk STIKOM Yogyakarta

1. Saran untuk kampus untuk memperhatikan alat-alat yang akan digunakan praktik mahasiswa banyak yang kurang memadai sehingga menghambat mahasiswa dalam praktik. Diharapkan pihak kampus segera menangani masalah tersebut agar praktik yang dilakukan mahasiswa dapat berjalan dengan lancar.
1. Kegiatan praktik dibidang *broadcasting* ditambah presentasinya agar mahasiswa lebih memahami bagaimana proses memproduksi sebuah program televisi.

### 5.2.3 Saran untuk Masyarakat

1. Diharapkan masyarakat dapat memilih dan memilah tontonan yang positif dan baik agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi-informasi yang belum tentu kebenarannya.
2. Masyarakat terutama para orangtua harus selalu mendampingi anak-anak mereka dalam menyaksikan siaran televisi.
3. Diharapkan masyarakat mau menonton program acara dari televisi lokal agar televisi lokal dapat terus berkembang dan tidak kalah dengan stasiun televisi nasional.

## Daftar Pustaka

- Baskin, Askurifai. 2009. *Jurnalistik Televisi (Teori dan Praktik)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badjuri, Adi. 2009. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ghony, M. Djunaidi & Almanshur, Fauzan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Komisi Penyiaran Indonesia Pusat. 2013. *Kedaulatan Frekuensi (Regulasi Penyiaran, Peran KPI, Dan Konvergensi Media)*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Latief, Rusman dan Yustiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Nondrama (Kreatif, Produktif, Public Relation, dan Iklan)*. Jakarta: kencana.
- Latief, Rusman dan Yustiatie Utud. 2017. *Menjadi Produser Televisi*. Jakarta: kencana.
- Mabruri, Anton. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara Televisi (Format Acara Non-Drama, News & Sport)*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Manan, Abdul. 2011. *Upah Layak Jurnalis: Survey Upah Layak AJI Di 16 Kota Di Indonesia*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publising.
- P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran)
- Setyobudi, Ciptono. 2012. *Teknologi Broadcasting TV*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Supadiyanto. 2015. *Eksplorasi Wartawan Di Era Konvergensi Multimedia Massa Dalam Buku Kedaulatan Komunikasi*. Jakarta: ISKI Pusat.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran
- Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers
- Daftar Referensi:
- Choirunnisa. 2017. *Kinerja Asisten Produser Dalam Program Dialog Khusus ADiTV Yogyakarta. Tugas Akhir Pada Program Studi D3 Penyiaran AKINDO Yogyakarta*.
- Hanifah, Meyda. 2017. *Peran Asisten Produksi Dalam Program Lensa 44 ADiTV. Tugas Akhir Pada Program Studi D3 Penyiaran AKINDO Yogyakarta*.
- Khusna, Ida Arifatul. 2018. *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung Di ADiTV Yogyakarta. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Pratiwi, Canggih Bekt. 2013. *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADiTV. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Prasetyo, Yan Wahid dan Fathul Himam. 2013. *Pengembangan identitas Organisasi sebagai Strategi Bisnis. Tugas Jurnal Psikologi Universitas Gajah Mada*.
- Putri, Sinta Taryas. 2014. *Manajemen Produksi Program Siaran Tv Parlemen Di DPR RI. Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah*.
- <https://kbbi.web.id/strategi> Diakses pada senin 8 juli 2019 pukul 22:40 WIB*
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi> Diakses pada senin 8 juli 2019 pukul 22:40 WIB*

# LAMPIRAN



Produksi Macapat



Produksi Wedang Ronde Indoor



Produksi Wedang Ronde Indoor



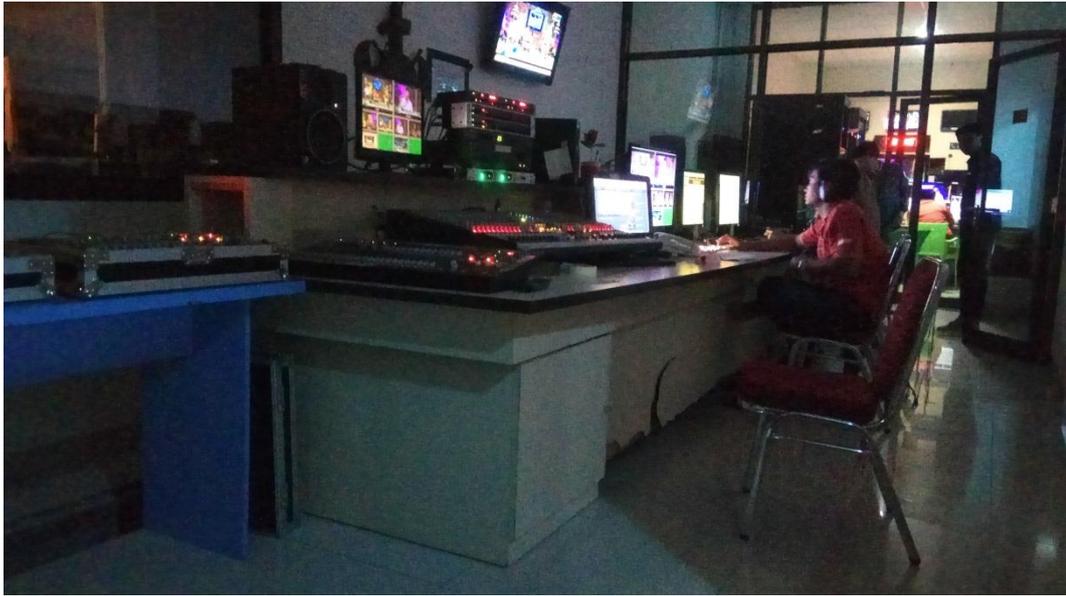
Produksi Wedang Ronde Outdoor



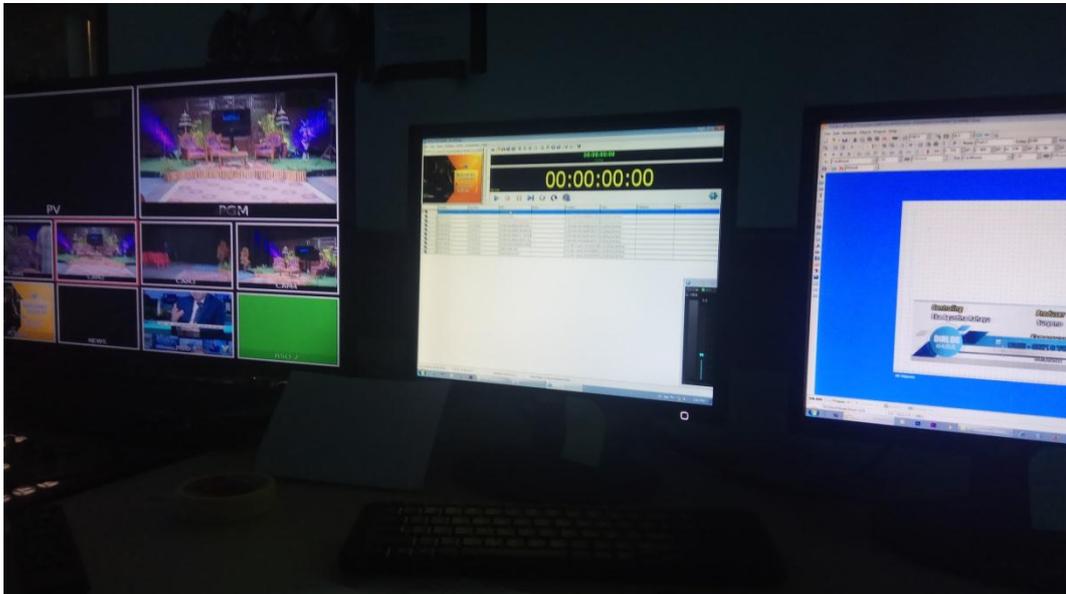
Produksi Wedang Ronde Outdoor



Produksi Dialog Khusus



MCR ADiTV



MCR ADiTV





Produksi Iklan ADiTV



Produksi KTBTB ADiTV



Produksi BINCIL ADiTV



Produksi BINCIL ADiTV



Lobby ADiTV



Produksi ILM ADiTV



Produksi ILM ADiTV