

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi saat ini merupakan media massa yang paling memasyarakat. Berkat kemajuan teknologi, pesawat televisi hadir dengan berbagai kecanggihan. Mulai dari televisi *portable*, layar datar, hingga *home theatre*. Harganya pun dapat dijangkau oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, televisi memiliki keunggulan dibanding media massa lain. Masyarakat dapat menerima informasi dalam waktu relatif cepat (dengan reportase langsung) dan serempak (dapat disaksikan masyarakat di berbagai daerah pada waktu yang sama). Informasi yang disampaikan melalui media televisi hadir dalam bentuk audio (suara) sekaligus visual (gambar). Hal ini membuat pemirsa lebih mudah mengingat informasi yang disampaikan. Keunggulan tersebut membuat masyarakat lebih memilih televisi sebagai sarana mendapatkan informasi, pendidikan, dan hiburan daripada media massa lain. Terlebih, televisi kini hadir dengan sajian program yang variatif dan menarik.

Siaran televisi tidak hanya bertujuan ekonomis, namun juga memiliki peran sosial yang tinggi. Televisi dapat menjadi sarana membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan hidup, yaitu lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan

dengan orang lain. Kelebihan lain yang dimiliki televisi dan menjadikannya media yang populer di masyarakat adalah sifatnya yang serentak dan dapat menjangkau lingkup masyarakat luas. Artinya bahwa siaran televisi dapat disaksikan oleh khalayak di berbagai daerah dalam waktu yang sama. Hal inilah yang menjadi kekuatan bagi media televisi untuk menarik minat para pengiklan, yang menjadi sumber kehidupan bisnis media.

D.I. Yogyakarta juga memiliki beberapa stasiun TV lokal, salah satunya adalah JOGJA TV. Sajian program acara JOGJA TV hadir dengan identitas lokal, seperti seni gamelan, sendra tari, tempat wisata di Jogja, berita seputar Jogja, dan lain sebagainya. Hingga saat ini JOGJA TV dapat meningkatkan rasa kedekatan masyarakat Yogyakarta pada daerahnya maupun kondisi lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. "Icip-Icip" merupakan salah satu program yang berisi tentang berbagai informasi yang berhubungan dengan makanan khas dan wisata kuliner yang ada di Jogjakarta dan sekitarnya.

Dari hasil Intership yang dilakukan, penulis menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh produser didalam pelaksanaan liputan seperti, Produser tidak melakukan observasi dalam pemilihan tempat yang akan dijadikan tempat liputan, yang menyebabkan liputan menjadi tidak efektif., Produser tidak mempersiapkan rencana cadangan saat liputan di luar kota, produser kurang memiliki bekal informasi menarik, Informasi yang dimiliki produser tentang tema masih belum lengkap,

Gagalnya suatu liputan yang kurang direncanakan dikarenakan produser tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu tempat yang akan dijadikan liputan, semata-mata produser hanya mendatangi tempat yang sudah ditentukan tanpa terlebih dahulu konfirmasi apakah tempat tersebut nantinya bisa untuk liputan atau tidak, Kurangnya fasilitas (mobil, kamera) dan tim liputan (*cameraman & driver*), Produser kurang mempersiapkan stock program Icip – Icip, Tidak dilakukan evaluasi bersama mengenai hasil liputan yang melibatkan seluruh tim liputan dan penanggung jawab produksi

Tanggung jawab produser dalam proses produksi sebuah acara sangat besar dan meliputi hal kecil hingga yang bersifat utama, seperti promo program acara. Tidak hanya ketrampilan secara teknis, kemahiran menjalin relasi dan menciptakan berbagai ide kreatif dan juga kerjasama sangat penting dalam keberhasilan tugasnya.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Sistem Pengorganisasian Acara Icip–Icip oleh Produser di Jogja TV.

C. Tujuan

Untuk mengetahui Sistem Pengorganisasian Acara Icip–Icip oleh Produser di Jogja TV.

D. Manfaat

a. Bagi penulis :

Sebagai sarana mempraktekkan ilmu yang didapat selama kuliah, untuk mengenal dunia kerja di bidang *broadcast* secara nyata, serta memperluas relasi. Selain itu untuk mengetahui bentuk pengorganisasian acara Icip – Icip oleh produser Jogja TV

b. Bagi JOGJA TV:

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai studi dan pertimbangan demi kemajuan program acara “Icip-Icip” khususnya dan program acara lain di JOGJA TV. Bagi produser diharapkan mendapatkan liputan yang lebih baik dari liputan-liputan sebelumnya.

c. Bagi pihak lain:

Tulisan ini dapat digunakan sebagai bahan studi perbandingan maupun bahan referensi.

E. Kerangka Konsep

Pengorganisasian adalah suatu organisasi yang bertujuan untuk mengalokasikan dan menugaskan kegiatan diantara para anggotanya agar tujuan tersebut dapat tercapai dengan efisien.

Organisasi mempunyai dua pengertian umum: Pertama menandakan suatu lembaga atau kelompok fungsional, seperti organisasi perusahaan, rumah

sakit, perwakilan pemerintah, atau suatu perkumpulan olahraga. Pengertian kedua berkenaan dengan proses pengorganisasian, sebagai suatu cara dalam mana kegiatan organisasi dialokasikan dan ditugaskan diantara para anggotanya agar tujuan organisasinya dapat tercapai dengan efisien.

Pengorganisasian (*Organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya - sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi, yaitu merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis yang saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Hal ini akan tercermin pada struktur formal suatu organisasi.

Pembagian kerja adalah pemerincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif. Istilah pengorganisasian mempunyai bermacam - macam pengertian. Istilah tersebut dapat digunakan untuk menunjukkan hal-hal berikut ini :

1. Cara manajemen merancang struktur formal untuk penggunaan yang paling efektif sumberdaya-sumberdaya keuangan, fisik, bahan baku, dan tenaga kerja organisasi.

2. Hubungan-hubungan antara fungsi, jabatan, tugas, dan para karyawan.
3. Cara dalam mana para manajer membagi lebih lanjut tugas-tugas yang harus dilaksanakan dalam departemen mereka dan mendelegasikan wewenang yang diperlukan untuk mengerjakan tugas tersebut.

Dari tiga hal di atas dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian merupakan suatu proses untuk merancang struktur formal, mengelompokkan dan mengatur serta membagi tugas-tugas atau pekerjaan diantara para anggota organisasi, agar tujuan organisasi dapat dicapai dengan efisien.

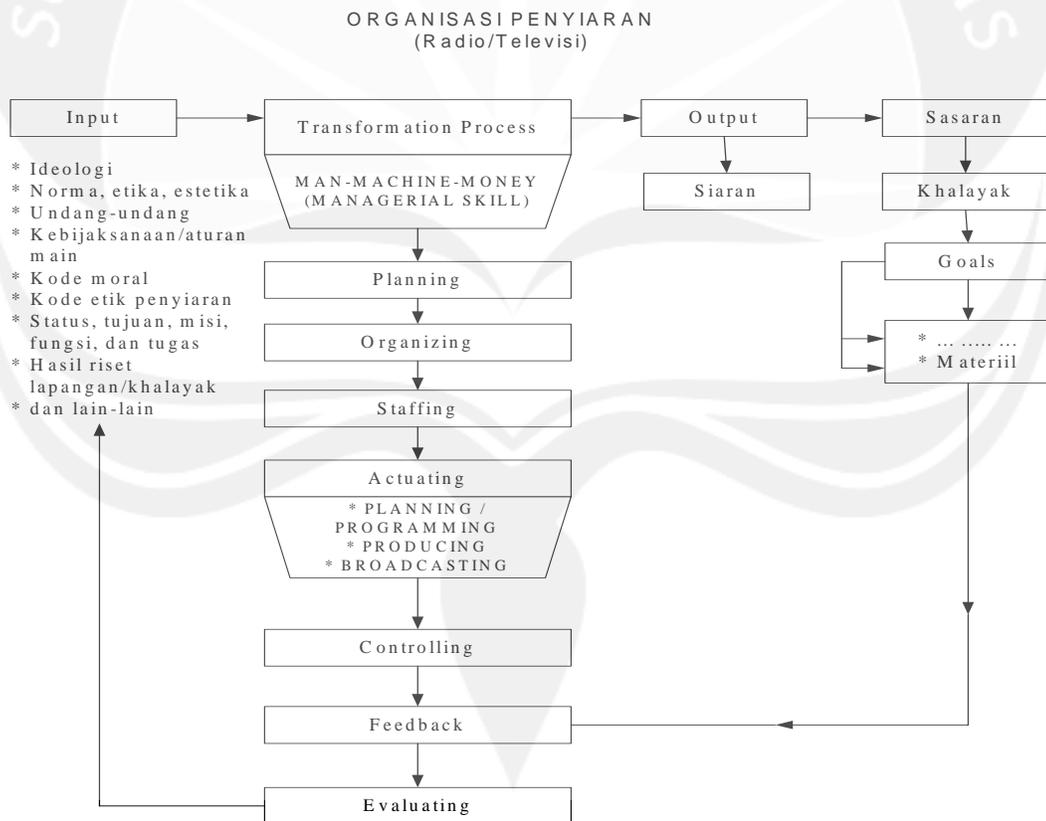
Sistem pengorganisasian berdasarkan teori Talcott Parson melihat bahwa kehidupan sosial itu harus dipandang sebagai sebuah sistem (sosial). Artinya kehidupan tersebut harus dilihat sebagai suatu keseluruhan atau totalitas dari bagian – bagian atau unsur – unsur yang saling berhubungan satu sama lain, saling tergantung, dan berada dalam suatu kesatuan. Kehidupan sosial seperti itulah yang disebut sebagai sistem sosial. Sebuah sistem sosial kemudian dapat didefinisikan sebagai suatu pola interaksi sosial yang terdiri dari komponen – komponen sosial yang teratur dan melembaga (*institutionalized*). Salah satu karakteristik dari sistem sosial adalah ia merupakan kumpulan dari beberapa unsur atau komponen yang dapat kita temukan dalam kehidupan bermasyarakat. Komponen dari sistem sosial adalah peran – peran sosial, namun dalam kenyataannya yang memegang peran – peran sosial adalah manusia – manusia juga. Yang dimaksud peran disini adalah tingkah yang diharapkan atau

tingkah normatif yang melekat pada status sosial seseorang. Sebagai komponen dari sistem sosial, peran – peran itu saling berhubungan secara timbal balik dan saling tergantung membentuk suatu kesatuan kehidupan bermasyarakat. (Narwoko, J. 2004: 124-129).

Sistem pengorganisasian penyiaran dalam suatu media televisi itu penting dalam membangun dan mengelola keberlangsungan suatu stasiun televisi lokal. Dapat dilihat dari Bagan 1.1 mengenai Organisasi Penyiaran Radio/Televisi.

1. Organisasi Penyiaran

Bagan 1.1 Organisasi Penyiaran Radio/Televisi



(Wahyudi, J.B, 1994:45).

Dalam bagan 1.1. ini bisa dilihat bahwa organisasi penyiaran itu dapat berjalan dengan melalui proses *input* yaitu merupakan proses dimana bahan baku dasar yang akan diolah menjadi mata acara siaran adalah informasi. Dalam hal ini produser dalam mencari liputan harus berdasarkan prosedur yang sudah ditetapkan oleh Jogja TV. Karena liputan yang di pegang oleh produser adalah acara Icip – Icip yang didalamnya menayangkan suatu tempat makan yang mungkin orang belum mengetahuinya dan Jogja TV sendiri memiliki patokan khusus dalam acara Icip – Icip tersebut. Yaitu tempat yang nantinya di tayangkan harus memiliki nama yang unik dan memiliki masakan yang berbeda dibandingkan dengan masakan lainnya. Selain itu juga mengedepankan muatan lokal yang ada di wilayah Jogjakarta dan Jawa Tengah, juga liputan yang dihasilkan tidak bersifat Sara, dan sesuai dengan kode etik penyiaran. Selain itu seorang produser juga harus memiliki wawasan yang luas tentang mata acara yang di ampunya. Sehingga acara yang di hasilkan sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan. Kemudian informasi tersebut diolah dalam proses transformasi. Proses transformasi adalah proses manajemen yang memiliki unsur manusia (pemimpin/manajer, staf, pelaksana), dana, sarana, dan prasarana.

Dari uraian di atas seorang produser dalam merencanakan suatu liputan harus mendapatkan persetujuan dari pihak diatas, karena semuanya berjalan berdampingan. Sebagai contoh : Seorang produser merencanakan

liputan ke luar kota dan membutuhkan biaya seperti transportasi, penginapan, uang makan dan kepentingan lainnya. Semua itu harus mendapatkan persetujuan dari koordinator produser, direktur operasional, setelah direktur operasional mempelajari apakah proposal yang di ajukan seorang produser nantinya apakah membutuhkan biaya yang besar atau tidak untuk liputan, apabila pengeluaran yang dilakukan sangat banyak, biasanya seorang direktur operasional menyarankan untuk liputan di sekitar jogjakarta saja. Untuk meminimkan pengeluaran. Setiap orang yang berada dalam proses transformasi itu melaksanakan tugasnya berdasarkan bagian kerjanya, supaya alur kinerja organisasi penyiaran dapat terkoordinir dengan baik dan dapat menghasilkan *output* siaran yang berkualitas. *Output* adalah hasil perencanaan yang telah diolah dalam proses transformasi melalui keterampilan manajerial. Selain itu *output* harus berimpit dengan tujuan yang akan dicapai, jika tidak terjadi himpitan kepentingan berarti ada penyimpangan atau kesalahan dalam tahap perencanaan. Suatu organisasi penyiaran perlu memperhatikan kesatuan alur dari proses *input* ke proses transformasi dan kemudian kearah *output*. *Output* menjadi bagian yang penting karena menyangkut isi yang akan ditayangkan atau pesan yang akan diberikan kepada pemirsa, *output* yang dihasilkan adalah berita (Wahyudi,J.B, 1994:45).

Media televisi adalah media komunikasi massa. Suatu penelitian sosiologis tentang peran pekerjaan yang penting dalam media televisi adalah menjadi seorang produser televisi. Seorang produser televisi merupakan orang yang memegang pimpinan dalam sebuah produksi program siaran televisi. Maka sosiolog Muriel G. Cantor memilih produser televisi untuk diteliti secara intensif. Muriel G. Cantor telah mewawancarai hampir semua produser pria yang aktif dalam seri-seri drama televisi Hollywood selama periode tahun 1967-1968. Fokus utama dari penelitiannya mengenai faktor-faktor organisasi, profesi, pekerjaan, dan kepribadian yang mempengaruhi isi televisi. Dari hasil penelitiannya, Muriel G. Cantor merumuskan bahwa produser berkuasa dalam :

- a. Pemilihan cerita (baik tema maupun isi),
- b. Mengubah para pemain, pengarah, dan penulis skenario,
- c. Bertindak sebagai koordinator antara perusahaan film dan stasiun televisi,
- d. Mempunyai kekuasaan terakhir untuk menyunting dan memotong pertunjukan yang difilmkan,
- e. Dan pada umumnya berwenang dalam aspek-aspek pokok produksi.

Dengan mengetahui peran yang dimainkan oleh produser maka posisi produser dipandang sebagai salah satu kekuasaan penting dan besar dalam industri media televisi (Wright.1988:79-80).

Redaktur berita merupakan yang paling bertanggung jawab dalam:

- a. Menghasilkan liputan.
- b. Menyeleksi dan memutuskan pemuatan sebuah berita.
- d. Memproses dan mengemas naskah.
- e. Mengendalikan proses pengumpulan dan penyajian berita.

(Rivers,William L.1994: 99)

Dari Sistem pengorganisasian di atas Produser di kontrol oleh seorang Koordinator produser yang tugasnya adalah mengontrol jalannya produser acara yang dia pegang.jadi apa bila seorang produser melakukan kesalahan dalam acaranya koordinator produser langsung menegor dan memberi pengarahan dan masukan, yang sesuai dengan konsep acaranya.

2. Tugas Pokok Produser

Tugas pokok seorang produser antara lain terjabar sebagai berikut. Pertama menciptakan dan mengembangkan gagasan untuk produksi acara radio/televisi. Pengembangan gagasan juga merupakan langkah pertama dalam tahap pra produksi. Gagasan yang masih ada di pikiran dikembangkan menjadi sebuah tema, agar nantinya dapat diproduksi secara konkret menjadi sebuah program acara. Pengembangan gagasan dapat dilakukan

sendiri oleh produser atau melalui diskusi bersama tim produksi. Tema yang dipilih akan menentukan batasan masalah, yaitu sampai sejauh mana pembahasan / ulasan tema yang diangkat. Misalnya produser ingin membuat sebuah program yang bertema *lifestyle*, maka batas pembahasannya adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan *lifestyle* saja.

Setelah menentukan tema, produser membuat judul / nama program. Judul program sebaiknya dibuat menarik, untuk menimbulkan rasa ingin tahu khalayak, sehingga ingin menyaksikan program tersebut. Selain itu, judul program juga harus mencerminkan identitas program (meliputi tema, target khalayak, format program). Misalnya program yang bertemakan *lifestyle* dapat diberi judul “*Your Style*” bila target khalayaknya umum / program cocok untuk semua usia dan kalangan, “Gaya Anak Muda Masa Kini” bila program hanya mengulas *lifestyle* anak muda (usia 12 – 22 tahun), “*Executive Class*” bila program ditujukan untuk orang dewasa (usia 20 – 40 tahun), kalangan eksekutif, dan berjiwa muda, “Bergaya Ala Artis” bila target khalayak umum dan program berformat *talkshow* atau *variety show* yang melibatkan wawancara dengan artis.

Tugas produser yang kedua adalah membuat desain produksi. Tahap awalnya, produser menentukan format program/cara penyajian sebuah program. Penentuan format program dipertimbangkan dari identitas program. Bila program ingin disajikan secara santai, produser dapat memilih format *talkshow*. Format *variety show* dapat dipilih jika produser ingin

menyertakan beberapa pertunjukan dalam satu program (terdapat talkshow, live music, quiz/game show). Namun ketika ingin mengulas topik secara mendalam, maka produser dapat memilih format dokumenter.

Ketiga, produser bertugas menentukan tim kreatif. Peran tim kreatif adalah mengembangkan konsep program acara dan tema umum yang diberikan oleh produser. Tim kreatif juga dapat memberikan saran dan pertimbangan kepada produser untuk mengubah sajian format acara, pemilihan bintang tamu dan presenter, hiburan pada setiap segmen agar pemirsa tidak bosan (kuis, interaktif, musik). Dapat dikatakan, produser dan tim kreatif merupakan kunci dari keberhasilan sebuah program. Bersama tim kreatif, produser selalu melakukan inovasi sajian program dan mempertahankan rating pemirsa. Produser dan tim kreatif mencari gagasan untuk dikembangkan menjadi topik. Kemudian mengemas topik tersebut dengan format yang cocok. Presenter dipilih dengan kriteria tertentu, pada umumnya harus sesuai dengan identitas program acara yang dibawakan. Misalnya untuk program olah raga, presenter adalah orang yang paham dunia olah raga dan perkembangannya, serta berpenampilan sporty. Bila ada bintang tamu, dipilih yang benar – benar berkompeten dalam bidangnya. Pemilihan format acara dan presenter yang pas, akan membuat topik yang biasa menjadi program yang menarik untuk ditonton.

Keempat, produser bertugas menentukan satuan kerja produksi. Proses pembuatan sebuah program acara dilaksanakan oleh sebuah satuan

kerja produksi atau biasa disebut tim produksi yang terdiri dari kameramen, pengarah acara, penulis naskah, tim kreatif, dan editor. Kerja tim produksi saling berkaitan satu dengan yang lain. Produser diberi kewenangan menentukan tim produksi, agar produser dapat memilih sendiri orang – orang yang sesuai dengan yang diharapkannya. Sebab biasanya produser memiliki *style* yang khas (*angle* pengambilan gambar, efek editing, pembawaan presenter) dalam menyajikan sebuah program, sehingga memerlukan tim produksi dengan keahlian khusus yang memahami keinginannya. Tak hanya objektifitas (berkaitan dengan keahlian anggota tim), namun faktor subjektifitas turut berpengaruh. Orang – orang yang sudah dekat dan telah dikenal oleh produser akan lebih mudah dipilih menjadi tim produksi dalam program yang diampunya. Sebab kemungkinan besar, produser sudah mengetahui cara dan hasil kerjanya, serta kesesuaian untuk bekerja dalam timnya.

Kelima, bersama dengan pengarah acara, produser bertugas menentukan pengisi acara. Pengisi acara merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat khalayak untuk menyaksikan acara tersebut. Kriteria dalam memilih pengisi acara antara lain, merupakan orang yang tenar / sudah dikenal khalayak, harus berkompeten di bidangnya (pemain band, penyanyi, pesulap, dll), bila pengisi acara merupakan narasumber dalam *talkshow* maka harus dipilih orang yang paham / berpengalaman tentang topik yang akan dibahas. Selain menentukan pengisi acara, pengarah acara

bertugas mengatur jalannya acara, yaitu mengarahkan presenter, mengarahkan pengisi acara, mengatur letak kamera, mengatur pembagian segmen acara, mengatur penonton).

Keenam, produser bertugas menentukan anggaran biaya produksi. Anggaran biaya produksi harus dibuat dengan detail, meliputi biaya kaset yang akan digunakan, *fee* presenter dan pengisi acara, bahan – bahan dan peralatan dekorasi, transportasi, konsumsi kru, akomodasi kru bila pengambilan gambar di luar kota dan membutuhkan waktu beberapa hari, dan dana cadangan.

Ketujuh, produser bertugas melakukan koordinasi, promosi, dan publikasi dengan bagian marketing. Koordinasi, promosi, dan publikasi merupakan tugas marketing program acara tersebut. Namun produser harus selalu melakukan konfirmasi mengenai tiga tersebut antara lain untuk menyertakan nama pihak sponsor pada saat acara ditayangkan, meminta tambahan sponsor yang dapat mendukung acara, dan lebih mengenalkan programnya pada khalayak. Koordinasi berkaitan dengan pihak yang menjadi sponsor pada programnya. Sponsorship yang diberikan biasanya berupa pakaian untuk presenter, *furniture, lighting*, hadiah untuk pemirsa, dan lain – lain. Promosi berkaitan dengan pengenalan nama program kepada pihak sponsor dan pemasang iklan. Sedangkan publikasi dilakukan dengan mengiklankan program acara di stasiun TV tersebut dan di media lain (koran,

majalah, radio, stasiun televisi lain), membuat media promosi (spanduk, *banner*, selebaran).

Tugas produser yang terakhir adalah mengadakan evaluasi terhadap acara yang ditangani. Evaluasi merupakan bagian dari proses paska produksi. Biasanya evaluasi dilakukan bersama dengan tim produksi, coordinator produser, penanggung jawab program/pemberitaan, dan manager operasional. Semua pihak yang datang pada evaluasi bersama, mengungkapkan kritik dan saran tentang hasil program acara dan kinerja seluruh tim produksi. Kekurangan dan kelebihan yang ada diungkapkan secara objektif. Agar produser beserta seluruh tim produksi dapat memperbaiki kekurangannya dan mempertahankan kelebihannya.

Dalam setiap tahap proses produksi, seorang produser memiliki spesifikasi tugas. Tugas produser pada tahap pra produksi mencakup mengembangkan gagasan, membuat rencana biaya produksi, menunjuk pengarah acara, berdiskusi dengan penulis naskah, menyetujui saran dari tim produksi, serta memimpin dan mengkoordinasi seluruh rencana produksi. Sedangkan dalam tahap *set up & rehearsal*, produser bertugas mempertimbangkan/menyetujui setiap perubahan yang dihasilkan dari inovasi program. Berbeda dengan seorang produser pelaksana (*executive producer*) yang bertugas mengawasi latihan dan jalannya acara saat proses produksi, produser tidak mempunyai tugas khusus dalam proses produksi.

Namun tentunya dalam pelaksanaan produksi, seluruh kerabat produksi saling bekerja sama untuk mencapai hasil yang diharapkan. Akhirnya, dalam proses paska produksi, produser bertanggung jawab untuk melakukan koordinasi dengan stasiun penyiar untuk *promo air*, serta menyetujui hasil akhir yang ditentukan.

Tanggung jawab produser dalam proses produksi sebuah acara sangat besar dan meliputi hal kecil hingga yang bersifat utama, seperti promo program acara. Tidak hanya ketrampilan secara teknis, kemahiran menjalin relasi dan menciptakan berbagai ide kreatif pun sangat penting dalam keberhasilan tugasnya.

Dalam melakukan perencanaan liputan keluar kota dalam waktu lama seorang produser harus membicarakan terlebih dahulu kepada koordinator produser tempat dan juga berapa lama liputan akan berlangsung dilakukan, setelah disetujui, seorang koordinator melaporkan kepada Direktur Operasional bahwa akan melakukan liputan keluar kota dan membutuhkan biaya selama berlangsungnya liputan. Setelah Direktur Operasional menyetujui barulah seorang produser bisa meminta uang operasional kepada bagian keuangan, sesuai dengan keputusan Direktur Operasional. jadi bisa dikatakan bahwa seorang produser dalam melakukan liputan luar kota harus konfirmasi terlebih dahulu kepada koordinator, dan

selanjutnya koordinator melaporkan kepada direktur Operasional, jadi tidaknya liputan tergantung pada Direktur Operasional.

Apabila tayangan mendapatkan komplain dari nara sumber penanggung jawab programlah yang akan menyelesaikannya, sebagai contoh tayangan yang di putar adalah tayangan yang bersifat sara yang dapat merugikan atau menyinggung perasaan atau merugikan, dalam hal ini penanggung jawab programlah yang akan menyelesaikannya.

Meskipun produser memiliki posisi yang relatif kuat, namun ia tidak memiliki otonomi, karena produser merupakan salah satu bagian dari birokrasi organisasi yang kompleks dan luas, ia tidak memiliki kontrol yang sempurna. Ia adalah seorang produser kerja, seseorang yang berada di tengah di antara orang yang ada di atasnya dan orang yang diawasi di antara awak produksi. Sebagai wakil pimpinan ia harus memenuhi tujuan organisasi. Idealnya produser mempunyai tanggung jawab atas aspek-aspek pertunjukan yang kreatif, tetapi ini selalu merupakan otoritas yang didelegasikan meskipun ia (produser) yang memiliki, mencipta, dan menghasilkan pertunjukan sendiri, namun pimpinan televisi tetap punya hak akhir dalam pemeriksaan *script*, pemain, dan persoalan-persoalan administratif lainnya (Cantor.1971:8-9).

Orang-orang penting yang berperan dalam mempengaruhi produser dalam pembuatan keputusan mengenai pemilihan cerita dan proses kreatif

yaitu penulis cerita, dan para pengarah. Penemuan-penemuan Cantor menyatakan bahwa produser berurusan dengan reaksi dari *secondary audience* (khalayak sekunder) untuk pertunjukannya yaitu para eksekutif studio, dan kelompok produksi, khususnya para penulis, pengarah, dan aktor. Selain itu juga berurusan dengan *primary audience* (khalayak primer) yang terdiri dari para pemirsa televisi. Tetapi dalam prakteknya sebagian produser nampak memproyeksikan cita-rasa mereka sendiri atau cita-rasa keluarga mereka tahu kenalan-kenalan mereka sebagai wakil dari cita-rasa "khalayak" (Wright, 1988:81-82).

Sistem pengorganisasian produksi program acara media televisi (khususnya berita) menjadi sangat penting, hal tersebut berhubungan dengan bentuk organisasi penyiarannya. Bentuk organisasi penyiaran akan mempengaruhi struktur dan tata kerja organisasi. Pembentukan struktur organisasi dan tata kerja sebuah stasiun penyiaran apakah itu milik pemerintah, swasta, pemerintah dan masyarakat, serta milik masyarakat *non profit* tetap harus berlandaskan pada kebutuhan sebuah stasiun penyiaran yang tidak boleh ada birokrasi yang ketat. Didalam suatu organisasi perlu adanya mekanisme hubungan kerja, baik antara pimpinan, dan pelaksanaan, antar pimpinan, antar pelaksana secara jelas dan tidak menyebabkan timbulnya birokrasi yang ketat.

Terselenggaranya sebuah program acara tidak lepas dari tahapan-tahapan produksi. Menurut Drs. Darwanto, S.S, proses produksi atau biasa disebut dengan (*Standart Operation Procedure*) terdiri dari empat tahap. Keempat tahap tersebut terdiri dari *Preproduction planning, Set up & Rehearsal, Production, dan Post Production.*

Preproduction planning atau biasa dikenal Pra-produksi, diawali dengan munculnya ide/gagasan. Konsep yang sudah ada mulai dikembangkan, produser melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Kemudian produser bekerja sama dengan pengarah acara dan penulis naskah, untuk menyusun naskah program. Akhirnya produser menyiapkan proposal proyek program siaran. Bila proposal telah disetujui, produser mengadakan *planning meeting*. Beberapa staf produksi yang terlibat dalam *planning meeting* antara lain pengarah acara/sutradara, penulis naskah, pengarah teknik, perencana dekorasi, teknisi audio, penata cahaya, dan *cameraman*. Pada intinya, tujuan *planning meeting* adalah mendiskusikan rencana produksi dan mendiskusikan rencana produser. Naskah dan proposal proyek program acara merupakan hasil dari *planning meeting*.

Tahap berikutnya adalah *Set up dan Rehearsal*. Pengarah acara berperan penting dalam proses *Set up*. Ia mulai mempelajari naskah dan mempersiapkan berbagai elemen visual yang diperlukan. Kemudian

pengarah acara menginformasikan tentang rencana produksinya kepada staf produksi dan kerabat kerja (yang telah dipersiapkan pengarah teknik) saat *production meeting*. Semua perencanaan dibuat gambar, agar lebih mudah dipahami. Setelah denah rencana disetujui, akan segera direalisasikan. Akhirnya pengarah acara akan membuat rencana produksi yang dituangkan dalam *production book*. Nantinya *production book* ini akan digunakan panduan saat latihan dan pedoman pelaksanaan produksi. Sedangkan *Rehearsal* merupakan kegiatan latihan yang dilakukan oleh artis bersama kerabat kerja. Latihan dipimpin oleh pengarah acara. Selama latihan, pengarah acara memberikan petunjuk dan mengarahkan hal-hal yang berhubungan dengan cara membawakan acara (membawakan peran, teknik vokal, teknik *acting*, dan *blocking*) serta menginformasikan tata dekorasi yang digunakan. Tahap-tahap dalam latihan terdiri dari:

- 1) *Read through*. Merupakan latihan awal, yang dilakukan dengan latihan membaca naskah secara lengkap. Pengarah acara akan memberikan petunjuk seperti tanda baca, *vocal acting*, dan penafsiran naskahnya.
- 2) *Walk through*. Dalam latihan ini, artis tidak menggunakan naskahnya lagi, dan dituntut mampu manghayati naskah.
- 3) *Blocking*. Latihan tahap ini menggunakan tiruan tata dekorasi. Pengarah acara dan *cameraman* mulai merencanakan pengambilan gambar.

Sedangkan kerabat kerja lainnya mengamati jalannya latihan, dengan kemungkinan adanya perubahan rencana yang telah dibuat.

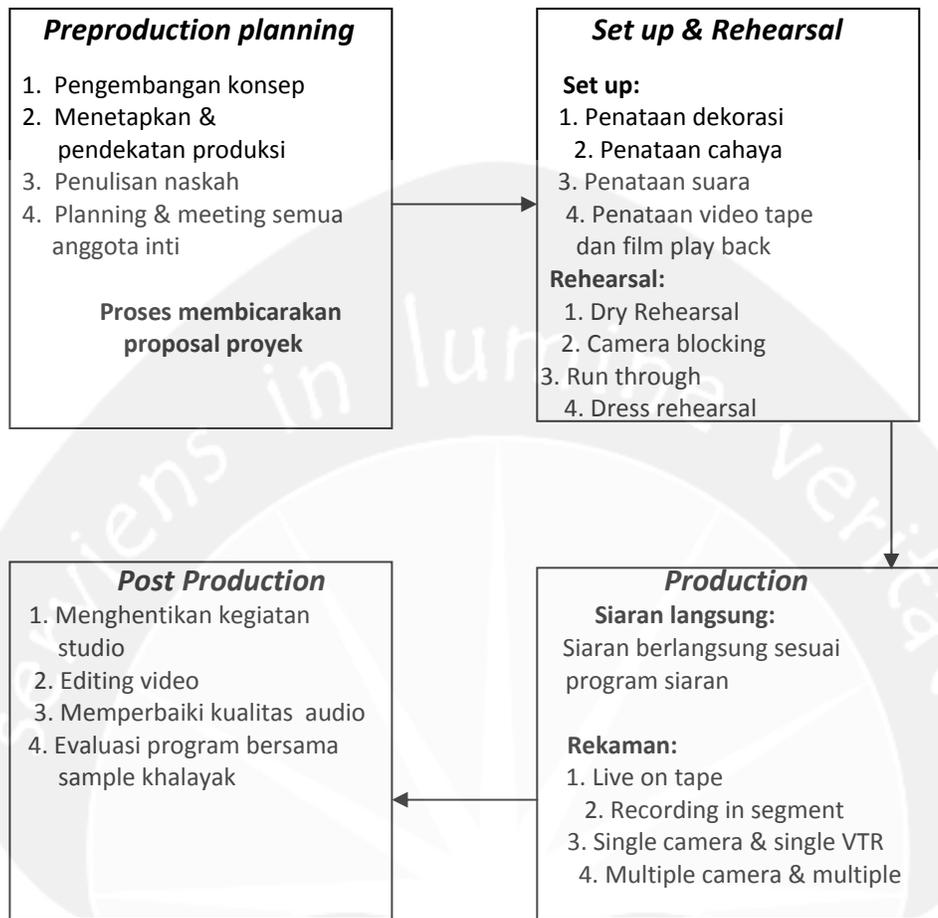
4) *Dry Rehearsal*. Disebut juga latihan kering, dimana para talent dituntut untuk melakukan semua yang telah diarahkan, namun belum menggunakan tata pakaian dan tata rias.

5) *Camera Blocking/Rehearsal*. Latihan ini berfokus pada tata gerak kamera.

Produksi segera dilakukan setelah tahap *set up & rehearsal* selesai. Dalam tahap ini pengarah acara bertugas sebagai penanggung jawab pelaksana sekaligus koordinator pelaksana. Pelaksanaan produksi berpedoman pada *production book* yang telah disusun. Terdapat dua jenis produksi program yaitu siaran langsung dan rekaman.

Tahap terakhir adalah *Post Production* atau biasa disebut paska produksi. Tahap ini merupakan penyelesaian akhir atau penyempurnaan sebuah produksi. Bagian-bagian dari tahap ini meliputi 1) pelaksanaan editing, baik video maupun audio, 2) pengisian grafis, 3) pengisian narasi, 4) pembuatan efek khusus, 5) evaluasi hasil akhir dari produksi.

Proses-proses dalam produksi membutuhkan waktu yang relatif lama dan biaya besar. Kekompakan dan kerja sama dalam tim sangat penting dalam proses produksi agar dapat menghasilkan program acara yang bagus dan sesuai dengan perencanaan. Untuk lebih jelasnya, proses produksi dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut:



Pada dasarnya media televisi memiliki fungsi seperti yang diungkapkan Robert.K. Avery dalam bukunya "*Communication And The Media*" dan Sanford B. Wienberg dalam bukunya "*Messages – A Reader in Human Communication*", Random House, New York 1980 adalah :

1. Mengamati lingkungan.
2. Mengadakan korelasi antara informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi.
3. Menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

(Kuswandi, Wawan, 1996:24-25)

Keberadaan media massa televisi sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat. Pengaruhnya pasti ada, baik itu dalam relasi sosial, kultural, maupun dalam tatanan ekonomi domestik khususnya. Temuan empirik memperlihatkan munculnya fenomena pergeseran beberapa aspek kehidupan antara lain : pola pikir, tatanan nilai dan norma, gaya hidup, perilaku, ilmu pengetahuan dan teknologi, mata pencaharian, kesenian, dan mobilitas penduduk (Adrianto, Ambar. 1997:192).

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Globalisasi informasi dan komunikasi setiap media jelas melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia. Media televisi pun akhirnya melahirkan istilah baru dalam peradaban manusia yang lebih dikenal dengan "*mass culture*" (kebudayaan massa) (Kuswandi, Wawan. 1996:22).

Khalayak yang heterogen dan tidak kenal satu dengan yang lainnya dipengaruhi oleh kehadiran media maupun terpaan pesan – pesan media yang diproduksi secara besar – besaran melalui media. Arus informasi dari media kepada khalayak cenderung datang bertubi-tubi sehingga kadang – kadang khalayak berubah posisi menjadi suatu masyarakat yang memiliki sifat – sifat massa (Liliweri, Alo.1991:75).

Dunia penyiaran mensyaratkan investasi yang padat modal. Untuk dapat eksis maka penyelenggara siaran harus memikirkan kontinuitas operasionalnya. Selain itu tidak dapat dihindari bahwa untuk mewujudkan fungsi sebagai media publik diperlukan dukungan riil dari pemerintah dan juga keterlibatan aktor-aktor yang rela menyumbangkan pikiran dan tenaganya untuk tujuan luhur tersebut. Penyelenggara media publik sendiri perlu memprioritaskan seleksi, prosesi, dan evaluasi yang didasarkan pada kriteria kreativitas, inisiatif, dan gagasan progresifnya. Berarti penyesuaian dalam tubuh penyelenggara media publik tidak cukup hanya dikenakan pada sistem, pola, dan struktur penyiaran, namun terutama pada *mindset* penyelenggaraan penyiaran publik itu sendiri. Ketergantungan pada pola-pola penyiaran yang diadopsi oleh industri penyiaran disinyalir hanya akan menempatkan media publik selalu berada di pinggiran. Contohnya TVRI yang mempunyai *resources* yang sangat memadai untuk mewujudkan tujuan-tujuan penguatan publik sebagaimana mestinya. Tentu saja pola-pola penyelenggaraan penyiaran yang konservatif perlu ditinggalkan/diperbaharui untuk dapat *survive* dan eksis sebagai lembaga penyiaran publik (Darmawan. 2007:55-57).

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh) (Bogdan, 1975:5).

F.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana data-data yang diuraikan bukan berupa angka, melainkan dalam bentuk penjelasan terhadap topik yang hendak diteliti oleh penulis, yakni pada konteks media yang perlu dilakukan penjelasan atau penjabaran. Adapun jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

F.2. Objek Penelitian adalah

Sistem Pengorganisasian Acara Icip – Icip oleh Produser di Jogja TV

F.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang dibutuhkan dalam analisis Pengorganisasian Acara Icip – Icip di Jogja TV (Produser Icip-icip Jogja TV, Kameramen, Presenter, Editor, Master Control). Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data yang sebanyak mungkin untuk mendukung penelitian.

F.4. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, data yang dibutuhkan adalah data primer (utama) dan data sekunder.

F.4.1. Data Primer

Data primer adalah data utama dan paling penting yang akan dijadikan bahan analisis serta elemen penting untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Data ini merupakan data-data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari narasumber terkait, yaitu dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung dan wawancara secara terstruktur. Yakni pengumpulan data-data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari narasumber terkait. Peneliti akan melakukan wawancara khususnya dengan Produser Icip-Icip Jogja TV, beserta pihak-pihak yang berkaitan dengan program acara Icip-Icip.

F.4.2. Data Sekunder

Merupakan data-data yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung pada objek penelitian, yaitu dengan melakukan studi kepustakaan ataupun juga beberapa dokumen dan artikel guna memperoleh data lain yang dapat mendukung penelitian ini

F.5. Teknik Pengumpulan Data

F.5.1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi adalah metode pengumpulan data yang dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Dalam penggunaan teknik observasi, yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan peneliti. Observasi dilakukan untuk melengkapi dan menambah hasil pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi

(Rahmat.2003:85). Yang menjadi objek observasi adalah Sistem Pengorganisasian Acara Icip – Icip oleh Produser di Jogja TV, dengan mengamati subjek penelitian yaitu Produser Icip-icip Jogja TV, Kameramen, Presenter, Editor, Master Control.

F.5.2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, alat yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *interview guide* yang dilakukan dalam bentuk pertanyaan (daftar pertanyaan terlampir) baik itu yang telah digariskan maupun yang muncul secara spontan. Wawancara yang dilakukan diharapkan untuk melengkapi apa yang tidak diperoleh dalam pengamatan penelitian (Rahmat, 2003:98). Wawancara adalah cara yang bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi rencana atau ide-ide yang dipikirkan seseorang untuk menyusun strategi. Subjek wawancara adalah Produser Icip-icip Jogja TV, Kameramen, Presenter, Editor, Master Control.

G. Proses Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah non statistic yaitu analisis kualitatif. Dalam menganalisis data menggunakan metode deskriptif dengan analisis *evaluation research*, untuk melihat informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan telah tercapai. Data yang diperoleh dari penelitian, kemudian dilaporkan apa adanya. Setelah itu dianalisis dengan dipaparkan secara deskriptif

untuk dapat gambaran fakta yang ada dan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

