

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi merupakan salah satu media massa yang paling dikenal oleh masyarakat. Di televisi, masyarakat bisa melihat dan memilih beraneka ragam tayangan dan program yang sudah dikemas dan siap untuk ditonton. Berbagai tayangan dan program dibuat semenarik mungkin oleh stasiun TV supaya mendapatkan perhatian dari masyarakat. Dari sinilah lahir berbagai macam jenis program yang menjadi unggulan di setiap stasiun televisi. Setiap stasiun televisi memaksimalkan setiap perkembangan teknologi yang ada untuk meningkatkan tayangan dan programnya, sehingga nantinya program itu akan menarik dan bermanfaat bagi masyarakat. Di sinilah timbul adanya persaingan antar stasiun televisi di Indonesia yang menuntut penampilan yang bagus dan layak dari setiap tayangan dan program stasiun televisi itu sendiri.

Lahirnya puluhan stasiun televisi baru membuat persaingan bisnis televisi menuntut strategi kompetisi yang dibangun berdasarkan pemahaman selera pasar dan idealisme masing-masing stasiun TV. Bisnis televisi ini cukup menjanjikan, walaupun sekarang setiap stasiun TV harus berebutan iklan dengan stasiun TV lain.

Televisi sendiri merupakan alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *Tele* dan *Vision*, yang mempunyai arti jauh (*tele*) dan tampak

(*vision*). Televisi berarti melihat dari jarak jauh¹. Kemajuan dan perkembangan pertelevisian terkait dengan kebutuhan manusia akan hiburan, informasi dan pendidikan.

Dengan keberadaannya sekarang, TV menjadi salah satu bentuk dari media massa yang paling efektif dibandingkan dengan media massa yang lain. Dengan televisi, manusia mampu mempersingkat ruang dan waktu dalam menyampaikan informasi. Selain itu kita dapat melihat peristiwa dan perkembangan yang sedang terjadi di belahan dunia manapun di dunia ini. Bahkan kita dapat melihat secara kejadian langsung maupun kegiatan olahraga, di luar negeri. Saat ini, tidak ada bentuk komunikasi massa lainnya yang dapat meyamai televisi dalam hal jumlah penonton maupun isinya.

Dari sekian banyak stasiun TV yang ada di Indonesia, Trans TV sebagai stasiun yang masih tergolong baru, mendapatkan jumlah pemirsa yang cukup banyak, bersaing dengan stasiun TV lama seperti RCTI, SCTV dan Indosiar. Program acara yang orisinal dan menarik membuat Trans TV naik ke peringkat atas dan menjadi pesaing yang harus diperhitungkan oleh stasiun televisi swasta lain di Indonesia. Program *in house* dari Trans TV menjadi keunggulan tersendiri di masyarakat. Sejauh ini persentase yang digambarkan Ishadi (Dirut Trans TV) adalah 60-70% program yang tayang di Trans TV merupakan program buatan

¹ Artikel bersumber dari <http://id.wikipedia.org/wiki/NTSC>

sendiri, seperti sinetron, *game*, kuis, ataupun *talk show* dan sisanya dibeli dari pihak lain, yaitu pada perusahaan film atau *production house*².

Salah satu program yang paling menarik untuk dilihat adalah program tayangan drama atau sinetron. Sinetron adalah *Sinema elektronik* atau lebih populer dalam akronim *sinetron* adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Di Indonesia, istilah ini pertama kali dicetuskan oleh Soemardjono (Salah Satu Pendiri dan Mantan Pengajar Institut Kesenian Jakarta)³. Sinetron sendiri merupakan sebuah tayangan program cerita dalam sebuah media massa televisi yang dibuat berdasarkan sebuah naskah cerita yang telah disusun sedemikian rupa, sehingga cerita tersebut menarik bagi penontonnya. Tayangan berupa sinetron ini sangat menarik bagi masyarakat pada umumnya, cerita sinetron ini dibuat lebih banyak bersambung dan berseri, sehingga masyarakat harus mengikuti dari awal sampai dengan akhir tayangan program tersebut untuk mengetahui cerita keseluruhannya.

Hampir semua stasiun televisi yang ada di Indonesia sekarang ini menyajikan sinetron sebagai program andalannya. Memang tidak bisa disangkal bahwa sinetron itu sendiri menjadi kesukaan bagi masyarakat berbagai kelas ekonomi dan sosial. Sebut saja sinetron Tersanjung, Inikah Rasanya, Cincin, Anakku Bukan Anakku, Hidayah, Legenda dan lain-lain. Berbagai sinetron yang dikemas tersebut berupa sinetron dengan bentuk serial ataupun dalam bentuk tayangan lepas/perjudul. Tiap sinetron mempunyai cerita dan gaya penceritaan

² Artikel berjudul "TV Swasta Orientasinya Harus Earning, Bukan Spending seperti TVRI" bersumber dari www.republika.co.id

³ www.id.wikipedia.org/sinetron

masing-masing. Karakteristik dari tiap sinetron inilah yang menarik bagi masyarakat, apalagi didukung dengan adanya artis-artis yang ikut bermain didalam sinetron tersebut.

Sekarang ini pembuatan sinetron hampir 90% dibuat oleh *production house*. PH atau *Production House* adalah sebuah badan usaha yang dibentuk dengan tujuan membuat sinetron atau tayangan khusus film.⁴

Dengan hadirnya PH, maka stasiun TV didorong membeli tayangan atau program sinetron dari PH tersebut. Tidak ada stasiun TV di Indonesia yang membuat tayangan atau program sinetron dengan cara memproduksinya sendiri.

Trans TV sebagai salah satu stasiun baru yang mempunyai potensi tinggi di dalam tayangan dan kualitas siarannya, mengetahui fenomena tentang hadirnya sinetron yang menjadi salah satu kekuatan tayangan bagi televisi. Trans TV membentuk sebuah Divisi Drama dengan berbagai kemampuan dan pertimbangan di dalam memproduksi tayangan atau acara. Divisi ini sendiri bertujuan untuk membuat tayangan maupun program acara yang berkaitan dengan program drama atau sinetron, dengan kata lain program yang tidak menggunakan lokasi dalam studio dalam proses produksinya.

Sampai pada akhirnya Divisi Drama membuat sebuah strategi pengembangan program yang baru, dengan format yang berbeda dengan konsep dari PH maupun bentuk sinetron-sinetron yang ada di Indonesia tersebut. Lewat Divisi Drama, Trans TV membuat sebuah format FTV yang mengkombinasikan tayangan musik dan sinetron, dengan menampilkan para pemain musik yang

⁴ Broadcast Development Programm 2006. PT. Televisi Transformasi Indonesia

langsung akan berakting dengan tema cerita lagu yang telah dibuat dalam sebuah naskah. Program ini diberi nama Bioskop Indonesia. Format tayang dan konsep cerita yang berbeda dengan sinetron yang lain ini, nantinya diharapkan mampu menyaingi produksi sinetron PH dan memberikan sesuatu yang baru kepada khalayak yang menonton tayangan di Trans TV.

FTV adalah FILM TELEVISI, tayangan yang berupa film atau sebuah program yang digambarkan melalui *visual* media massa dengan teknologi untuk menceritakan sebuah cerita yang telah dibuat dan diolah oleh penulis cerita tersebut. *Film is a term that encompasses individual motion pictures, the field of film as an art form, and the motion picture industry*⁵. Film merupakan sebuah karya dari olahan gambar visual dan audio yang digabungkan untuk membantuk suatu jalinan cerita dari naskah yang telah dibuat. Film Televisi merupakan sebuah program yang dibuat berdasarkan cara dan proses pembuatan film secara menyeluruh, yang kemudian hasil dari pembuatan dan proses tersebut ditayangkan dalam sebuah stasiun televisi tertentu.

Walaupun FTV bukan merupakan sebuah hal yang baru dalam Trans TV, karena sebelumnya Divisi Drama juga telah membuat format FTV Religi Hikayah. Namun dengan tampilan FTV dan konsep yang benar-benar baru, strategi pengembangan program dan cara yang dipergunakan serta proses didalam produksinya merupakan hal-hal yang sangat menarik untuk diteliti. Pembuatan tayangan yang diproduksi sendiri oleh Trans TV atau *in house production* ini merupakan hal yang baru di dunia pertelevisian di Indonesia. Kekuatan dan

⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Film_industry

kemampuan untuk terus bekerja keras, bertahan dan mampu untuk terus menerus menciptakan pengembangan program yang baru dalam sinetron dan semua yang ditayangkan dalam Divisi Drama Trans TV tersebut, adalah hal yang sangat menarik dan unik.

Divisi Drama Trans TV itu sendiri, mempunyai strategi pengembangan program dalam menghadirkan dan menciptakan FTV, yang berbeda dengan sinetron ataupun tayangan yang lain. Strategi pengembangan program inilah yang menjadi salah satu tujuan dan pengolahan dari peneliti untuk mendapatkan sesuatu yang berbeda dari suatu penelitian agar bermanfaat bagi banyak orang dan masyarakat pada umumnya, ataupun pada insan produksi atau *broadcast* pada khususnya.

“Strategy is the overall plan for deploying resources to establish a favorable aposition for action”⁶

Strategi adalah pengembangan sumber-sumber produksi dan prosesnya perencanaan secara menyeluruh untuk memperkokoh suatu rancangan mencapai tujuan tertentu yang bisa langsung diaplikasikan.

Strategi pengembangan program Bioskop Indonesia akan mencakup tujuan dari program itu sendiri, sumber daya manusia yang ada didalamnya, proses pengembangan kreatif, pengembangan naskah, konsep perencanaan dan pembuatan, proses produksi, dan aplikasi langsung dalam proses syuting.

Strategi dan pengembangan program yang dimiliki Divisi Drama itu sendiri bukan hanya hal-hal yang bisa cukup dimengerti dengan perbandingan

⁶ <http://hadisugito.fadla.or.id/2005/11/11/konsep-strategi>

atau hitungan saja, namun strategi dan cara pengembangan tersebut harus benar-benar diperhatikan dan dilihat dalam waktu tertentu dan bukan hanya dengan proses yang sebentar saja. Pengembangan program menjadi suatu kekuatan bagi keberhasilan program itu sendiri, kita tidak akan pernah tahu kemana kita akan pergi, jika kita tidak tahu tujuan kita, istilah tersebut tepat dengan strategi dan pengembangan program yang dimulai dan direncanakan oleh Divisi Drama itu sendiri.

Pengembangan dan strategi ini nantinya akan difokuskan pada program drama FTV Bioskop Indonesia, yang merupakan program yang disajikan berbeda dengan program yang lain yang ada di stasiun TV di Indonesia. Sejauh mana strategi pengembangan program yang ada di dalam Divisi Drama dalam program Bioskop Indonesia? Bagaimana memaksimalkan potensi Divisi Drama dalam memproduksi program sinetron? Perbedaan antara program FTV Bioskop Indonesia dengan tayangan FTV yang lain? Bagaimana membuat program yang berkualitas tinggi di Trans TV namun tetap mempertahankan jati diri Trans TV itu sendiri? Di atas merupakan beberapa pertanyaan dan suatu permasalahan yang menarik untuk diulas dan diteliti dalam penelitian tentang strategi pengembangan program ini.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengembangkan penelitian tentang strategi pengembangan program FTV yang dilakukan Trans TV.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah digambarkan diatas, maka permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi pengembangan program dalam FTV Bioskop Indonesia pada di PT. Televisi Transformasi Indonesia?”

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi pengembangan program FTV Bioskop Indonesia di PT. Televisi Transformasi Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Teori

Diharapkan dalam penelitian ini akan:

- a. Mendukung dan melengkapi literatur penelitian studi komunikasi mengenai penerapan strategi pengembangan program dalam perencanaan suatu program acara pada sebuah media massa, khususnya kajian televisi di Program studi Komunikasi pada khususnya dan di Indonesia pada umumnya.
- b. Memberikan kontribusi secara teori dan praktikal secara langsung maupun tidak langsung kepada peneliti yang melakukan penelitiannya langsung ke lapangan.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan memberikan kontribusi bagi PT Televisi Transformasi Indonesia dalam menerapkan strategi komunikasi yang tepat untuk sebuah program pada tahap pengembangan dan proses penayangan suatu program acara di masa yang akan datang agar dapat berhasil mencapai tujuan dan sasaran, serta mempertahankan keberhasilan pada strategi perencanaan awal.

Peneliti melakukan penelitiannya lebih kepada praktis dan lebih kepada setiap detail proses kegiatan produksi dalam pengembangan program FTV Bioskop Indonesia pada Divisi Drama Trans TV. Diharapkan penelitian ini memberikan pengetahuan dan ketrampilan baik secara teori maupun praktikal dalam setiap pembuatan program, maupun strateginya dan bagi setiap orang yang terjun langsung dalam program di stasiun TV, khususnya divisi produksi.

E. Kerangka Teori

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁷

⁷ Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*. 1987. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 83

Strategi didefinisikan oleh Minzberg dan Quinn dalam Placet dan Branch sebagai:

“The pattern or plan that integrates on organization’s major goals, policies, and action sequence into a cohesive whole. A well formulated strategy helps to marshal and allocate an organization’s resource into a unique and riable posture on its internal potencies and shortcomings, anticipated changes in the environment and contingent mores by intelligent opponents (emphasis included in the original).”⁸

Dalam penelitian ini akan dilihat pentingnya suatu strategi atau perencanaan untuk menghadapi semua masalah dalam menentukan arah pengembangan programnya. Strategi yang dibuat tentulah harus mampu mengangkat program tersebut dan menjadikan program tersebut untuk mempunyai daya tarik dan kekuatan dalam penayangannya nanti, dan yang pasti harus bisa diterima oleh semua pihak dalam masyarakat.

Dalam pengembangan startegi program Divisi Drama ini, tentu saja tidak hanya melibatkan beberapa orang saja, namun secara menyeluruh harus mencangkup kerjasama dengan semua komponen yang termasuk dalam Divisi Drama itu sendiri. Kerjasama, sistem dan kepemimpinan yang bagaimanakah dalam Divisi Drama Trans TV ini, yang nantinya membuat suatu keberhasilan dalam Divisi Drama inilah menjadi hal yang patut kita perhatikan juga. Dibutuhkan juga suatu kerja sama antara Divisi Drama dengan divisi lain. Kerja sama dengan pihak produksi lain ini akan menentukan suatu sasaran dan tujuan akhirnya adalah kepada keberhasilan suatu program.

⁸ Quinn. B.C & H. Mintzberg. The Strategy, Concepts, Concepts, Cases. 2nd ed. 1991. New Jersey : Prentice Hall Inc. Hal 5

Pada penelitian tentang strategi pengembangan program ini yang paling penting untuk diketahui adalah tujuan dari strategi pengembangan program itu sendiri. Bioskop Indonesia mempunyai target untuk mendapatkan *rating* 5 dan *share* 15 yang sesuai dengan target dari Trans TV itu sendiri. Tujuan untuk mendapatkan *rating* dan *share* yang tinggi tersebut merupakan salah satu tujuan dari pembuatan program Bioskop Indonesia itu sendiri. Di samping target *rating* dan *share*, Bioskop Indonesia juga mempunyai target penjualan dan *sale* Trans TV yang tinggi pula. Strategi dan pengembangan program tidak lepas dari tujuan dan target Trans TV tersebut.

Untuk mencapai tujuan dan target dari strategi pengembangan program tersebut, Divisi Drama juga harus mengetahui posisi dan kekuatan dari kompetitor yang ada di Indonesia. Secara khusus kompetitor yang ada sekarang ini adalah sinetron dan tayangan yang ditayangkan pada jam dan waktu yang sama dengan Bioskop Indonesia, yaitu pada hari Selasa dan Kamis pukul 19.00-21.00 wib. Secara keseluruhan kompetitornya adalah tayangan sinetron maupun segala tayangan drama yang ada di stasiun TV di Indonesia.

Modal Dasar Pengembangan Strategi.

Proses pemikiran strategi dasar terdiri dari 4 fase, yaitu intelegensi, analisis, generasi alternatif dan evaluasi⁹.

a. Intelegensi

Keinginan pasar terhadap suatu tontonan yang diberikan oleh stasiun TV.

⁹ <http://hadisugito.fadla.or.id/2005/11/11/konsep-strategi>

Segala faktor yang mempengaruhi keinginan masyarakat terhadap tontonan yang ditayangkan di setiap stasiun TV.

b. Analisis

Program harus membandingkan faktor-faktor *rating & share*, keinginan pasar masyarakat untuk memperoleh suatu pemahaman mengenai peluang dan ancaman dari lingkungan dan para pesaing dan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program itu sendiri dibandingkan para pesaing.

c. Generasi Alternatif

Tahap ini merupakan suatu kreatifitas yang tercipta dengan suatu rancangan, atau malah mungkin suatu kreatifitas yang ditemukan secara kebetulan. Alternatif ini mempunyai kekuatan jika program yang diciptakan mempunyai karakteristik unik dan tidak dipunyai program lain.

d. Evaluasi Strategi

Tahap ini untuk mempertimbangkan apakah strategi mencapai tujuan. Apakah program yang telah dibuat tersebut bisa meraih tujuannya. Melakukan evaluasi terhadap semua faktor yang berhubungan dengan program tersebut.

Selain itu diperlukan juga strategi pengembangan yang juga berkaitan dengan kemampuan untuk memprediksi kecenderungan pergerakan pasar di waktu yang akan datang, perkembangan situasi dan kondisi penonton, kemajuan teknologi, peraturan dari pemerintah, juga akan sangat menentukan kekuatan dan keberhasilan program tersebut. Sehingga nantinya strategi pengembangan program dalam Trans TV ini akan bergerak dinamis mengikuti pergerakan Indonesia dan memberikan kontribusi yang terbaik dalam setiap tayangan acara,

khususnya program yang ditayangkan oleh Divisi Drama Trans TV.

Divisi Drama harus mampu membuat strategi yang mampu mengangkat program acara yang nantinya akan dibuat. Dalam hal ini Divisi Drama Trans TV menghasilkan suatu program dengan format berbeda yaitu Film Televisi Bioskop Indonesia yang merupakan FTV. Sekarang ini dalam kenyataannya kebanyakan masyarakat lebih menyukai sinetron dan program dengan tema percintaan atau penderitaan. Dengan hadirnya konsep musik dan drama yang dijadikan satu dalam sebuah tayangan FTV menjadi sebuah hal yang baru di Indonesia.

Untuk memulai mengetahui strategi dan pengembangan program tersebut, kita harus melihat dari awal sampai dengan akhir proses pembentukan Divisi Drama itu sendiri, kemudian kita juga harus mengetahui komponen-komponen yang ada di dalam drama itu sendiri, faktor dan orang-orang yang berperan di dalamnya, dan yang terpenting sistem kerja dari Divisi Drama itu sendiri. Kita juga harus mengetahui tentang proses produksi dalam Divisi Drama ini dan orang-orang serta tugas dan keahlian mereka yang berada didalam Divisi Drama ini sendiri.

Divisi kreatif dalam drama juga bertanggung jawab untuk membuat sebuah ide yang baru dan menjaga konsep isi program acara yang telah ditentukan, selain itu menjaga ide-ide baru yang muncul untuk tetap mempertahankan kualitas program tersebut. Peran Divisi Drama dalam hal kerja sama komponen-komponen dan sumber daya manusia yang ada di dalamnya menjadi sangat penting, karena semuanya nanti akan menjadi penentu

karakteristik atau ciri khas, baik program acara tersebut maupun televisi yang bersangkutan.

FTV Bioskop Indonesia ini hadir dengan konsep dan strategi pengembangan yang berbeda dengan sinetron-sinetron religi lain yang ada di Indonesia. Selain itu FTV Bioskop Indonesia ini juga mempunyai tujuan untuk memberikan kontribusi pengetahuan maupun pendidikan agama kepada masyarakat Indonesia pada umumnya.

Tugas dari Divisi Drama untuk membuat strategi dan perencanaan yang terbaik harus menjadi acuan dalam pembuatan program yang nantinya akan tayang. Tugas untuk membuat strategi dan mengembangkan perencanaan tidak lepas dari kreatifitas dan kerja keras dari orang-orang yang ada dalam Divisi Drama itu sendiri. Sejauh mana kreatifitas dalam pembuatan program tersebut dilakukan dan sebagaimana berpengaruh dalam strategi perencanaan yang nantinya akan mempengaruhi secara menyeluruh strategi Divisi Drama di Trans TV.

Semua hal yang bersangkutan dengan strategi pengembangan program Divisi Drama akan menjadi data dan bahan dalam penelitian ini. Sistem kerja dalam Divisi Drama, proses dan sampai dengan program yang nanti tayang ini akan memberikan kontribusi dan informasi untuk penelitian tentang strategi dan pengembangan program drama secara menyeluruh.

Sebuah strategi yang terencana dengan baik mampu menyusun dan mengatur sumber-sumber organisasi dalam hal yang unik dan mampu bertahan

dalam jangka waktu yang lama berdasarkan pada kemampuan dan kelemahan internal, mengantisipasi perubahan dan tindakan yang dilakukan rival atau lawan.

Jadi Mintzberg dan Quinn berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal yaitu¹⁰:

1. *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan
2. *Strategy as pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka tertentu.
3. *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan sesuatu pada tempat yang tepat.
4. *Strategy as a perspective*. Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan berbagai kebijakan.
5. *Strategy as a play*. Cara atau manuver yang spesifik yang dilakukan organisasi dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau kompetitor. Dalam hal ini merupakan suatu konsep dan suatu terobosan baru dalam hal konsep program maupun pengerjaannya.

Berkaitan dengan proses produksi film dan pembuatan Film Televisi maka teori yang akan dipakai adalah teori tentang pembuatan dan proses produksi sebuah film “Film Art and Filmmaking”¹¹.

¹⁰ Quinn. B.C & H. Mintzberg. *The Strategy, Concepts, Concepts, Cases*. 2nd ed. 1991. New Jersey : Prentice Hall Inc. Hal 5

¹¹ Bordwell, David and Kristin Thompson. *Film Art; an introduction*. McGraw-Hill.2008

*Formalist Film theory is a theory of film study that is focused on the formal, or technical, elements of a film: i.e., the lighting, scoring, sound and set design, use of color, shot composition, and editing. It is a major theory of film study today*¹².

Teori yang menitikberatkan kepada proses dan pembuatan sebuah film, dengan secara detail mempelajari dan mengembangkan semua komponen dalam film tersebut. Melihat dari semua setiap aspek proses pembuatan produksi yang ada dalam film untuk menjadi satu buah kesatuan dan menciptakan suatu film yang berkualitas tinggi. Yang kemudian teori tersebut akan membentuk, melengkapi dan mendukung secara praktikal maupun secara teoritis penelitian dan studi deskriptif kualitatif tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian lebih secara praktikal proses pengembangan program pada FTV Bioskop Indonesia di Divisi Drama. Setiap teori yang ada dalam penelitian ini akan sangat mendukung dan menunjang penulis dalam melakukan penelitian secara keseluruhan.

F. Unit Penelitian

Unit analisis penelitian ini meliputi organisasi perusahaan PT Televisi Transformasi Indonesia secara umum. Bagian yang lebih terkait dalam penelitian ini adalah Divisi drama yang ada di dalam Trans TV. Akan kita lihat bagaimana kebijakan dan kemampuan perusahaan dalam menentukan program siaran baik dalam sisi penjadwalan maupun segi isi dalam program FTV Bioskop Indonesia. Pada Divisi Drama sendiri akan dilihat strategi pengembangan program FTV Bioskop Indonesia itu sendiri. Divisi produksi drama, termasuk di dalamnya

¹² [www.wikipedia.com/film theory](http://www.wikipedia.com/film%20theory)

jajaran Produser, Kreatif, Asisten produksi, Sutradara, Asisten Sutradara dan seluruh kru yang terlibat akan dilihat bagaimana mereka bisa bekerja sama dalam suatu sistem dan memberikan distribusi bagi kemajuan dan keberhasilan drama.

G. Keunikan Kasus

Berkaitan dengan keunikan kasus ini, peneliti akan menjelaskan tentang keunikan strategi pengembangan program yang dimiliki Divisi Drama Trans TV yang tidak dimiliki oleh stasiun - stasiun televisi lain.

Berdirinya Divisi Drama itu sendiri merupakan suatu hal yang baru. Divisi Drama merupakan divisi yang pertama kali hadir di Trans TV, selain itu Divisi Drama yang telah memproduksi berbagai program yang mendukung dan memberikan kontribusi dan sumbangan yang besar bagi Trans TV. Divisi Drama yang ada di Trans TV merupakan sebuah divisi yang unik dan berbeda dengan divisi produksi yang lain yang ada di Trans TV. Keberanian Trans TV dalam membuat divisi ini juga merupakan suatu terobosan dalam bidang *broadcasting*.

Divisi Drama ini juga mempunyai kompetitor yang kuat, selain oleh PH atau *Production House* yang juga memproduksi program-program sinetron yang nantinya di jual ke stasiun Televisi, Divisi Drama ini juga mempunyai kompetitor dengan acara-acara *non* drama lain. Dalam hal ini tentu saja Divisi Drama mempunyai kekuatan dan strategi pengembangan program yang berbeda dalam menghadapi tantangan dan kompetitor program lain di stasiun televisi lain. Trans TV juga tentu saja melalui Divisi Drama ini juga dituntut menampilkan yang terbaik untuk setiap programnya, bahkan Trans TV sebagai stasiun televisi baru,

memperoleh ISO 9001-2000 untuk divisi *News, Production & Technical Services, Finance Resource Management*. Trans TV telah mempunyai prestasi yang membanggakan dalam hal pembagian penayangan program *in-house* dan *outsourcing* serta pertimbangan *rating* dan *share* yang makin tinggi. Hal tersebut harus terus dipertahankan untuk kedepannya.

Hal yang lain yang perlu kita lihat, bahwa Bioskop Indonesia ini merupakan FTV atau merupakan sebuah FILM TELEVISI yang sangat berbeda dengan sinetron ataupun tayangan drama yang lain, keunikan dan perbedaan inilah yang merupakan suatu keunikan tersendiri bagi Bioskop Indonesia.

Bioskop Indonesia ini juga ditayangkan pada Selasa dan Kamis pukul 19.00-21.00 wib. Tepat diantara jam *prime time* (19.00-22.00 wib), di waktu inilah, penonton yang paling banyak dalam menyaksikan acara di TV. Dengan demikian, persaingan antar acara dalam jam tersebut juga pasti sangat ketat, karena semua stasiun TV menampilkan sinetron-sinetron unggulannya pada jam itu. Maka dengan strategi pengembangan programnya, Bioskop Indonesia juga dituntut untuk harus bisa bertahan dan mendapatkan penonton untuk *rating & share* tinggi.

Pada Divisi Drama, strategi pengembangan program yang akan diterapkan dalam sistem akan sangat mempengaruhi. Selain berpengaruh kepada kualitas dan tayangan dari program itu sendiri, pengembangan strategi program Divisi Drama ini juga mempengaruhi segenap kekuatan dan penampilan dalam Trans TV itu sendiri, dengan penampilan sinetron yang diproduksi ini, secara langsung juga

menjadi cermin dan kemampuan Trans TV dalam menampilkan suatu tayangan bagi masyarakat.

Strategi pengembangan program Divisi Drama berbeda dengan Divisi lain, karena Divisi Drama mempunyai proses produksi yang berbeda dengan Divisi *Non-Drama* yang ada di Trans TV. Proses produksi dari Divisi Drama lebih banyak dilakukan di luar studio, dan pengerjaannya bergantung dengan naskah dan konsep program tersebut. Perbedaan yang sangat besar juga terletak kepada proses pengerjaannya, dengan syuting drama yang ada di luar studio tentu saja, memerlukan alat-alat yang juga berbeda dengan divisi *non drama* yang ada di Trans TV.

H. Waktu dan lokasi penelitian

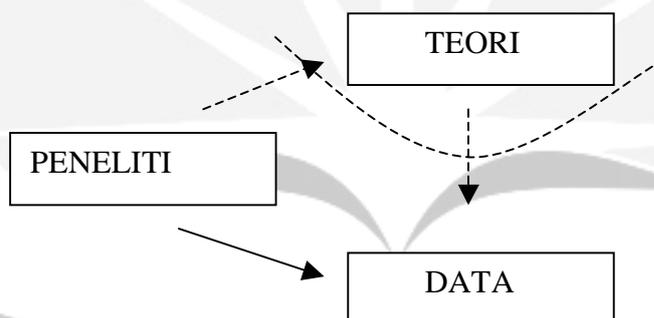
Kegiatan penelitian yang meliputi pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi terhadap berbagai dokumen dan literatur dilakukan mulai bulan Maret 2008-September 2009 yang berlokasi di Jln. Kapt P. Tendean kav 12-14a, Jakarta Selatan 12790.

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan tipe *deskriptif kualitatif*, yaitu hasil dari penelitian dapat memberikan gambaran dan memaparkan konsep-konsep penelitian secara mendalam mengenai strategi pengembangan program Bioskop Indonesia di Divisi Drama PT. Televisi Transformasi Indonesia.

Dalam penelitian *kualitatif*, proses penelitian dan ilmu pengetahuan tidak sesederhana apa yang ada dalam penelitian *kuantitatif*, karena sebelum hasil-hasil penelitian *kualitatif* memberikan sumbangan kepada ilmu pengetahuan, tahapan penelitian *kualitatif* melampui berbagai tahapan berpikir kritis-ilmiah, yang mana seorang peneliti memulai berpikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta dan fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan di lapangan, kemudian menganalisisnya dan kemudian berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati itu¹³ Pada prinsipnya penelitian kualitatif menggunakan cara berpikir induksi yang berarti bahwa teori sesungguhnya adalah alat yang akan diuji kemudian dengan data dan instrumen dari peneliti.



Model Induksi; *blank theory and data focus*¹⁴

Pada penelitian ini, menggunakan model induksi pada kualitatif, yaitu pemahaman terhadap teori bukan sesuatu yang haram, namun data tetap menjadi fokus peneliti di lapangan. Teori menjadi tidak penting, namun pemahaman objek penelitian secara teoritis membantu peneliti di lapangan saat mengumpulkan data.

Peneliti sebenarnya tidak akan buta sama sekali terhadap data namun pemahamannya terhadap data sebelumnya cukup membantu peneliti untuk

¹³ Penelitian Kualitatif; Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S. Sos, M. Si. hal 6

¹⁴ Penelitian Kualitatif; Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S. Sos, M. Si. hal 7

memahami data yang akan diteliti. Teori akan membantu peneliti membuka misteri data yang sebenarnya tidak diketahui peneliti, namun fokus peneliti hanya tertuju pada data karena pemahaman terhadap data adalah kunci jawaban terhadap fenomena ataupun masalah yang sedang diteliti.

Pada penelitian dapat dilihat, bahwa subjektifitas peneliti sangat terkendali dan yang pasti keaslian dari data akan sangat terjaga, sementara itu pemahaman peneliti secara teori terhadap data akan memudahkan peneliti bekerja serta memberi wawasan yang luas kepada peneliti untuk mengembangkan berbagai pertanyaan dalam data.¹⁵

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Divisi Drama yang memproduksi program Bioskop Indonesia, yang berada dibawah PT Televisi Transformasi Indonesia, yang beralamat di Jln. Kapt P. Tendean kav 12-14a, Jakarta Selatan 12790.

3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian, atau lebih sering disebut batasan penelitian. Penelitian (*Research Question*) yang berkaitan dengan strategi pengembangan program FTV Bioskop Indonesia adalah :

1. Kemasan, meliputi :
 - Konsep acara
 - *Durasi dan scheduling.*

¹⁵ Penelitian Kualitatif; Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S. Sos, M. Si. hal 25

- Isi dan konteks acara.
 - Segmen
2. Dinamika, meliputi :
- *Pilot project*
 - Proses Syuting
3. Evaluasi, meliputi :
- *Rating dan share*
 - Evaluasi rutin

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian dilakukan dengan cara:

a. Observasi Partisipasi (*Participant Observer*)

Metode observasi adalah metode dengan pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan¹⁶.

Melalui observasi ini, peneliti mengumpulkan data melalui observasi terhadap objek pengamatan dengan peneliti langsung ikut bekerja di dalam proses produksi, merasakan serta berada dalam aktivitas kehidupan Divisi Drama dalam pembuatan program Bioskop Indonesia itu sendiri. Proses syuting Bioskop Indonesia dilaksanakan selama 7 hari, ditambah dengan persiapan syuting kurang lebih selama 1 minggu. Maka untuk satu episode, memerlukan waktu 3 minggu proses produksi.

¹⁶ Penelitian Kualitatif; Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S. Sos, M. Si. hal 115

1. Hal-hal yang diamati.

Hal yang diamati dalam penelitian ini adalah, proses pra produksi, yang mencakup pembuatan dan penentuan naskah dari penulis, penentuan artis, *meeting* naskah dan pembuatan konsep syuting, persetujuan dari produser untuk penetapan jam tayang dan proses pengembangan konsep, penetapan jadwal syuting dan *editing*, *technical meeting* untuk syuting, *booking* alat, pembuatan *breakdown* naskah dan *daily* syuting. Untuk proses produksinya mencakup, proses dan pelaksanaan syuting itu sendiri, peralatan syuting yang dipakai, tugas dan tanggung jawab produser dalam program, proses kreatif selama syuting, tugas dan tanggung jawab sutradara dan kru, peran kreatif. Untuk pasca produksinya mencakup, jadwal *editing*, proses *editing* oleh editor, penayangan program, sampai dengan hasil *rating* dan *share* program tersebut.

2. Pencatatan Pengamatan

Peneliti menggunakan alat bantu pengamatan yang berupa kamera, maupun dengan buku catatan. Peneliti menggunakan kamera untuk membantu pengamat dalam merekam kejadian dalam bentuk gambar dan buku catatan untuk mencatat setiap kegiatan dan hal yang penting ketika melakukan penelitian. Cara pengamatan langsung menggunakan cara langsung (*on the spot*), cara pencatatan ini masih dianggap sebagai alternatif yang terbaik karena dapat menghindari bias akibat lupa¹⁷.

¹⁷ Penelitian Kualitatif; Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S. Sos, M. Si. hal 115

b. Wawancara Mendalam (*depth interview*)

Wawancara mendalam secara umum adalah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman, di mana pewawancara dan informan terlibat langsung dalam kehidupan sosial yang relatif lama¹⁸.

Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi verbal secara langsung dari nara sumber. Tujuan dari wawancara ini adalah perolehan informasi mengenai strategi penyusunan program dan hal-hal lain yang berkaitan dengan program Bioskop Indonesia.

Wawancara tidak berstruktur mirip dengan percakapan informal. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tertentu dari seorang responden, disesuaikan dengan sikap dan ciri dari masing-masing responden. Wawancara ini lebih luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata dapat dirubah pada saat wawancara. Hal tersebut disesuaikan dengan karakteristik sosial-budaya (agama, suku, gender, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan sebagainya) dari masing-masing responden.

1. Nara Sumber.

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu mengenai strategi pengembangan program Bioskop Indonesia, maka peneliti mengadakan wawancara dengan tim Produksi Bioskop Indonesia yaitu Ibu. Siska Franika, sebagai *Associate Produser / Produser* program Bioskop Indonesia. Sedangkan

¹⁸ Penelitian Kualitatif; Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S. Sos, M. Si. hal 108

untuk proses produksinya, Bpk. Betul Solihin selaku sutradara, dan Sdri Evi Rahayu selaku *Creative Program*.

Biasanya dalam wawancara tak berstruktur dimulai dengan kata tanya terbuka “bagaimana”, “apakah” dan “mengapa”.

Peneliti berupaya untuk mengarahkan wawancara agar sesuai dengan tujuan dari penelitiannya. Oleh karena itu peneliti akan menggunakan pedoman pertanyaan yang akan diajukan. Setelah wawancara juga akan diadakan triangulasi data, yang merupakan wawancara dengan orang lain yang mempunyai yang mempunyai hubungan dekat dengan subjek penelitian (*significant others*). Triangulasi data penting dilakukan untuk mengkonfirmasi data yang diperoleh peneliti yang pada gilirannya menjaga atau meningkatkan kepercayaan temuan penelitian.¹⁹

2. Tujuan Wawancara

Tujuan dari wawancara ini adalah memperoleh informasi dan keterangan selengkap-lengkapya tentang penelitian yang dilakukan, yaitu mengenai strategi pengembangan program yang dilakukan oleh Divisi Drama itu sendiri. Peneliti akan mengarahkan wawancara supaya mendapatkan informasi dan data tertentu dari setiap orang yang diwawancarai. Data dan informasi dari subjek wawancara tersebut sangat tergantung dari posisi, jabatan, tugas dan tanggung jawabnya dalam tim Bioskop Indonesia itu sendiri.

¹⁹ Deddy Mulyana. *Metode Penelitian Kualitatif. Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 2002. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.hal 180.

3. Cara Melakukan Wawancara

Peneliti memakai metode wawancara terbuka, artinya peneliti melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung, di mana narasumber mengetahui kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang bertugas melakukan wawancara di lokasi penelitian. Peneliti menggunakan alat bantu buku catatan untuk mencatat selama wawancara.

4 Tempat dan Waktu Wawancara

Tempat wawancara dilakukan di PT. Televisi Transformasi Indonesia. Lantai 7, bagian Divisi Drama. Wawancara akan dilakukan beberapa hari sebelum syuting, sebelum *technical meeting*, dan sesudah syuting.

c. Studi Dokumentasi

Metode ini peneliti mencari dan mengumpulkan data-data yang menunjang tentang informasi strategi pengembangan program dalam program Bioskop Indonesia di Divisi Drama tersebut.

Data yang menunjang tersebut antara lain:

1. *Daily Syuting*, atau laporan harian *syuting*.
2. Naskah
3. *Breakdown* naskah
4. *Daily Syuting*
5. *Location Breakdown*
6. Laporan Hasil *Technical Meeting*
7. Hasil *Rating* dan *Share*

8. *Rating* dan *Share* per minute program

Selain itu, untuk data dokumentasi penunjang yang lain, peneliti juga mengumpulkan dokumen resmi dari Trans TV. Dokumen resmi terbagi menjadi dua yaitu; dokumen intern yang dapat berupa memo, pengumuman, aturan lapangan, data internet atau *konvensi* (kebiasan yang berlangsung dalam suatu organisasi atau lembaga)²⁰. Dokumen ekstern yang merupakan bahan-bahan informasi yang dikeluarkan oleh suatu lembaga. Trans TV sendiri mempunyai media informasi; Surat Sahabat, *Broadcast Development Program*, maupun informasi dari Divisi Drama itu sendiri. Dari bagian Program, peneliti akan mengambil data dari Divisi *Programming* Trans TV untuk pengembangan program, dan dari Divisi PCDC untuk data *rating* dan *share*.

5 Tahapan Operasional Penelitian

Pada penelitian strategi pengembangan program ini, peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu. Wawancara awal ini dilakukan supaya peneliti mendapatkan informasi dari nara sumber untuk strategi dan rencana syuting yang akan dilakukan oleh Divisi Drama dalam Bioskop Indonesia. Setelah itu peneliti melakukan observasi akan dilakukan selama proses produksi, yaitu mencakup proses pra produksi, proses syuting dan paska produksi. Setelah melalui proses produksi, peneliti melanjutkan penelitian dengan melanjutkan dengan wawancara mendalam dengan nara sumber yang telah ditentukan berkaitan dengan penelitian. Wawancara setelah syuting ini dapat melengkapi wawancara yang telah dilakukan

²⁰ Penelitian Kualitatif; Bungin, Prof. Dr. H. M. Burhan, S. Sos, M. Si. hal 115

pada awal penelitian. Wawancara yang dilakukan setelah proses produksi menambah keleluasaan peneliti untuk mendapatkan informasi dan keterangan untuk tujuan penelitian tersebut.

Pada studi dokumentasi, peneliti melakukan pengumpulan data sebelum proses produksi sampai dengan proses produksi dan wawancara tersebut berakhir. Peneliti terus mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk dokumen maupun data yang berkaitan dengan strategi pengembangan program Bioskop Indonesia. Studi dokumentasi dilakukan selama penelitian berlangsung, karena dalam pengumpulan data dan informasi dalam studi dokumentasi tersebut tidak akan mengganggu proses produksi yang sedang berjalan.

6 Teknik Analisis Data

Penulis melakukan teknik analisis data berdasarkan tahap-tahap yang diutarakan Creswell (1998:63)²¹ yaitu:

1. Deskripsi : memaparkan fakta-fakta mengenai kasus sebagaimana terekam atau tercatat oleh peneliti.
2. Analisis tema : menganalisa data yang merujuk pada tema, dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan mengelompokkannya menjadi beberapa bagian atau sub judul untuk diterangkan lebih lanjut.
3. *Assertions* (penonjolan) : merupakan langkah terakhir yang meliputi pemahaman peneliti tentang data dan interpretasi terhadapnya. Hal ini

²¹ Deddy Mulyana. Metode Penelitian Kualitatif. Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, 2002. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.

dapat dilakukan melalui pandangan personal peneliti ataupun dengan bantuan teori.

Pada analisis data ini peneliti memaparkan dan menerangkan tentang proses produksi dalam program Bioskop Indonesia itu sendiri. Proses produksi ini penting untuk dijelaskan karena hal ini berkaitan dengan penelitian dengan strategi pengembangan program. Proses produksi adalah salah satu aplikasi dari strategi pengembangan program yang dilakukan dalam oleh Divisi Drama Trans TV. Proses produksi yang dijelaskan adalah proses pra produksi, proses syuting dan proses paska produksi. Peneliti juga memaparkan tentang kasus dan keistimewaan program Bioskop Indonesia tersebut selama proses produksinya.

Selanjutnya peneliti menganalisis data yang berhubungan dengan strategi pengembangan program Bioskop Indonesia. Peneliti mengumpulkan setiap informasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan program di Bioskop Indonesia. Setiap informasi yang telah terkumpul tersebut dipisahkan dan dikelompokkan dalam beberapa bagian atau dalam sub judul untuk kemudian dianalisis dan diterangkan lebih lanjut lagi.

Pada tahap *assertions* (penonjolan) peneliti melakukan pemahaman tentang semua data dan informasi yang telah dikelompokkan dan dibagi dalam bagian-bagian tertentu. Tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap data dan informasi. Interpretasi dilakukan dengan bantuan teori maupun pandangan dari peneliti melalui pengembangan strategi pengembangan program tersebut. Pemahaman dan interpretasi peneliti berkaitan dengan tujuan penelitian tentang strategi pengembangan program Bioskop Indonesia.