

SKRIPSI

**PROGRAMMING JOGJA TV MENGEMAS PENTAS WAYANG SEBAGAI
REPRESENTASI NILAI-NILAI LOKAL**

Pembimbing :

Dr. H. Akhmad Rifa'i. M.Phil

Nip. 150228371



**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana**

Oleh :

Chalwa Anjumi Tanauwar

Nim. 02211284

**FAKULTAS DAKWAH
JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2008

ABSTRAKSI

Skripsi ini berjudul “*Programming* Jogja TV Mengemas Pentas Wayang sebagai representasi Nilai-Nilai Lokal”.

Jogja TV adalah salah satu TV lokal yang ada di Yogyakarta. Jogja TV relatif mudah diakses dengan *Power transmitter* sebesar 10 KW sehingga mampu menjangkau seluruh DIY. keeksistensian Jogja TV sebagai TV tradisi dan menjadikan Keraton sebagai kiblatnya, seakan tidak diragukan lagi bahwa Jogja TV menjunjung tinggi nilai-nilai budaya Jogja sehingga mampu melestarikan tradisi *adiluhung* melalui program siarannya. Jogja TV sebagai TV Lokal mempunyai kekuatan tersendiri yaitu pada “kelokalannya” yang tidak mungkin disaingi oleh stasiun jaringan sebagai pesaing terberat stasiun lokal. Persoalannya tinggal lagi bagaimana menciptakan , memproduksi dan mengemas program yang berkonten lokal, seperti : berita lokal, kegiatan (peristiwa) masyarakat lokal, peristiwa hangat lokal, pendidikan dan hiburan lokal. Secara ringkas perlu diterapkan strategi *differentiation* pada *programming*. Dengan demikian penulis tertarik ingin mengetahui bagaimana proses pemrograman (*programming*) yang dilakukan *programmer* Jogja TV mengemas nilai-nilai lokal (budaya Jawa sebagai budaya Yogyakarta) pada program siarannya.

Dikarenakan banyaknya program-program Jogja TV yang berkonten lokal, penulis mengambil salah satu sampel yakni program tayangan wayang. Hal yang mendasari penulis mengambil sampel tersebut adalah : Pertama, wayang sebagai bentuk akulturasi Islam Jawa yang pernah sukses menjadi media dakwah Islam para wali. Kedua, seni pewayangan adalah dunianya orang Jawa, yang tidak hanya

berfungsi sebagai tontonan atau hiburan saja, melainkan juga sebagai tatanan yang banyak memberikan peluang untuk menuju penyempurnaan diri. Ketiga, ingin lebih mengenal wayang yang merupakan kesenian *adiluhung* warisan nenek moyang. Dan yang keempat, dikarenakan kualitas program tayangan wayang yang dirasa jauh dari unsur komersialitas stasiun TV karena ditayangkan diluar *prime time*, sehingga program wayang dianggap layak dijadikan representasi (perwakilan) dari beberapa program yang bermuatan nilai-nilai lokal/budaya Jawa.

Namun sebaik apapun kualitas program jika tidak diimbangi dengan pengaturan program dengan baik, maka tidak akan mampu mencapai tujuan yang diharapkan. Program merupakan ujung tombak sebuah stasiun TV yang langsung bersentuhan dengan pemirsa. Oleh sebab itu, diperlukan pengaturan yang tepat. Disinilah arti penting proses pemrograman (*programming*), karena *programming* ibarat pusat syaraf bagi stasiun TV, tentunya tanpa mengkesampingkan peran bagian lainnya dalam sebuah stasiun TV. Dan melalui skripsi ini maka akan dibahas tentang kegiatan *programming* yang dilakukan oleh Jogja TV sebagai sebuah organisasi penyiaran lokal dalam mengemas pentas wayang yang ada dimasyarakat Yogyakarta sebagai perwakilan program yang bermuatan nilai-nilai local.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Chalwa Anjumi Tanauwar
NIM : 02211284
Angkatan : 2002
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Judul skripsi

***PROGRAMMING JOGJA TV MENGEMAS PENTAS WAYANG SEBAGAI
REPRESENTASI NILAI-NILAI LOKAL***

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi tersebut tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah skripsi tersebut dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 05 May 2008

Pembuat Pernyataan



Chalwa Anjumi Tanauwar

Dr. H. Akhmad Rifa'i. M.Phil
Dosen Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Sdr. Chalwa Anjumi Tanauwar
Lamp :

Kepada :

Yth Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, mengarahkan dan menyarankan perbaikan terhadap skripsi saudara :

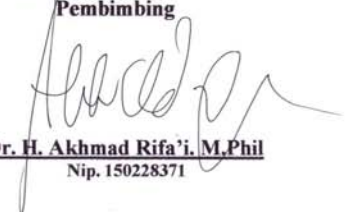
Nama : Chalwa Anjumi Tanauwar
NIM : 02211284
Fak/Jur : Dy / KPI
Judul : Programming Jogja TV Mengemas Nilai-Nilai Lokal

Maka selaku pembimbing kami menyatakan, bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqosah Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikianlah Nota Dinas skripsi ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 27 Maret 2008
Pembimbing


Dr. H. Akhmad Rifa'i. M.Phil
Nip. 150228371



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telpun (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 693/2008

Judul Skripsi:

**PROGRAMMING YOGYA TV MENGEMAS PENTAS WAYANG
SEBAGAI REPRESENTASI NILAI-NILAI LOKAL**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Chalwa Anjumi Tanauwar
NIM. 02211284

Telah dimunaqosyahkan pada:

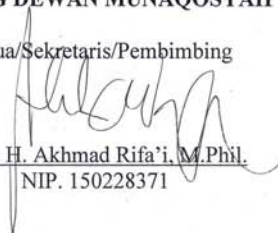
Hari : Selasa

Tanggal : 15 April 2008

Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

SIDANG DEWAN MUNAQOSYAH

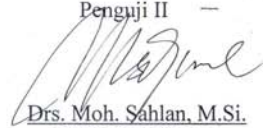
Ketua/Sekretaris/Pembimbing


Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 150228371

Penguji I


Drs. HM Kholili, M.Si.
NIP. 150222294

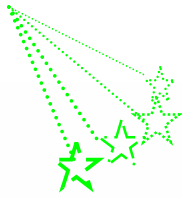
Penguji II


Drs. Moh. Sahlan, M.Si.
NIP. 150260462

Yogyakarta, 23 April 2008
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah
Dekan



Drs. H. Afri Rifai, MS
NIP. 150222293



MOTTO

- ★ Succes is my choise
- ★ Think big, start small, act now ! (Berfikir besar, lalu mulailah dari hal yang kecil, dan lakukan sekarang juga)
- ★ Tepa selira lan bisa rumangsa

.....and The Star is Me !

"Ini sungguh sekedar cuap-cuap penulis, tidak dibaca tidak berdosa !"

Seorang yang memiliki sifat "Bintang", ia adalah seorang *trendsetter*, dan bukannya *follower* yang selalu *me too*, ia akan menciptakan inovasi-inovasi, hal-hal baru yang mampu membuat perubahan, ia akan malu jika hanya menjadi pengekor. Ia adalah seorang inspirator, penggerak, pemimpin, pencetus ide-ide briliyan. Ia mampu melakukan hal tersebut karena ia memiliki konsep diri yang mapan. Ia mungkin hanya orang biasa seperti kita, akan tetapi dalam setiap diri orang "biasa" sebenarnya juga memiliki hal-hal yang "luar biasa". Tinggal seorang itu mampu menemukan, mengasah dan mengoptimalkan keluarbiasaannya tersebut atau kah justru menguburnya dalam-dalam ?..

Sejatinya.....Ada bintang dalam diri kita, Ia tersembunyi. Ia harus dicari, diasah cerlangnya, dilejitkan cahayanya. Sehingga puncak kesuksesan bukan lagi impian. Semua orang layak dan berhak menjadi bintang. Allah telah menyetting kita sebagai pribadi yang luar biasa dengan berbagai keunikan. Tinggal bagaimana menjadikan keunikkan itu sebagai **NILAI LEBIH** kita. Inilah tugas kita !...**SAATNYA KEKUATAN ITU DIBANGUNKAN...**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Aku merasa lelah menjalani enam tahun (2002-2003) masa *studi* setelah keberadaanku di kota ini “Yogyakarta”. *Studi* di Amikom mungkin tak selama Di UIN, ia mampu kuselesaikan sesuai dengan rancangan masa standart kuliah (D3) tiga tahun 2003–2006, bahkan hanya 2,7 (dua tahun delapan bulan) telah kudapatkan gelar A.Md dengan IPK *Very Satisfactory*. Tapi semua langkah terhenti dan begitu lama rasanya sudah terhenti. Keluh kesah mengiringi sebuah keinginan selesainya *studi* di UIN. Menggapai gelar sarjana tak semudah apa yang diceritakan, didalamnya penuh dengan gelombang pasang, surut semangat juang seorang pelajar, dari *the first time and to the end*. Tak dapat kuceritakan betapa susahnyanya menyempurnakan sebuah skripsi dibawah birokrasi kampus yang menghimpit, segala macam aturan menjepit kreativitas dan menyitukan *optimistic* para pelajar, menjadikan mereka malas bekerja untuk mengejar *made the grade*. Kalau saja semua dipermudah oleh masing-masing pihak yang terlibat dengan bertanggung jawab atas kewajibannya.

Semua keluh kesahku, kupersembahkan untuk koreksi dan rehabilitasi Kampus ini (UIN SUKIJOGA).

Dosen dengan kecendekiawannya membimbing tanpa basa-basi idealis angkuh akan kedosenannya. idealnya yang salah dibenarkan dan yang benar disahkan, bukankah seperti itu lebih memacu semangat para pelajar, dari pada menyalahkan yang salah dan menunda yang benar untuk disahkan. Membuat bingung “*be at a loss*” akan pilihan mana yang benar dan salah, semua selalu *repeatedly* mencari titik merah yang tak jelas. Para pengurus TU, kalian dipekerjakan untuk memudahkan mahasiswa dalam menyelesaikan masa *studi* mereka, bukan bersikap angkuh dengan mata tak bersahabat, seakan melihat kami sebagai pengganggu ketentraman jagad kampus. Waktu yang tak jelas, jadwal yang tak jelas, penundaan yang tak jelas telah menjadi adat dikampus ini. Menunggu untuk sebuah seminar saja sudah memakan waktu 1 bulan, dan munafik juga hal yang tak jauh berbeda, di+ lagi dosen yang tak bisa hadir karena sibuk maka akan jadi 3 bulan lamanya. Bukankah jadwal telah ditetapkan para pengurus adalah kewajiban dosen untuk memenuhinya.

Dan betapa tidak, dosen yang belum dikonfirmasi oleh mahasiswanya tidak akan mengerti kalau mereka ditetapkan sebagai yang berwenang, belum lagi dengan ketidakbersediaannya memenuhi jadwal yang ada dengan alasan pekerjaan lain. Dan para petugas yang hanya mampu berdiam tanpa bertindak untuk memecahkan semua non disiplin ini, malah mahasiswa yang bergerak kesana kemari menyesuaikan waktu luang sang dosen untuk bersedia mengikuti seminar skripsi mahasiswanya. Semua kami lakukan demi keinginan menyelesaikan semua yang membelit. Dimana semua profesionalisme kalian!!

Akhirnya.....diawal tahun 2008 kudapatkan sebuah titik terang kepastian *graduate* di UIN dengan gelar S.Sos.i. Dengan kegembiraan setelah menjalani *Munaqosyah* dan dipastikan *successful with value a*, rasa syukur akan rahmat yang telah kamu berikan pada hambamu ini ya Rabb, kupersembahkan sebuah hasil studi yang InsyaAllah memberikan banyak manfaat dalam kehidupan kita kelak (Amiiin) :

- Kepada kedua orang tuaku Abah dan Mama yang selalu mengerti keadanku disini. Kalian sumber kasih sayang yang tak pernah pudar.
- MifaCha..... yang setengah bagian hidupku ada pada dirimu, setelah *Studi* ini ada impian kita. Mari kita melangkah jauh kedepan, mengejar wujud sebuah kebahagiaan..!! Aku selalu berharap bisa menyandingmu *wahay kekasih...*
- Kakakku dan adik-adikku, sungguh kalian menjadi semangat untuk selalu berusaha sekuat tenaga.
- Untuk teman-temanku seperjuangan dalam meniti masa *Studi* di Yogyakarta, (Fahtur, Husni, Fatah, Arif, Hipni, Adong, Anas, Panjosua, Gencar, Jaky, Uut, Jamil, Rauf, Mu'ti, Rhomdani, Midy, Agus, Ade, dan semua yang belum kusebut namanya, "maafkan aku") kalian sahabat yang tak terlupakan.

***“Yes aku akan lulus!! Alhamdulillah, Congratulation for my graduate
in UIN Sunan Kalijaga, I hope have success after this all”.***

إسمي خير الفضل، إذن لكلّ خير مني فهو من فضل ربي.
و لكلّ خطيأ او ذنب او غلط مني، اكونهم تعليمًا في حياتي.

Namaku adalah Khairul Fadly, jadi semua kebaikan dariku adalah keanugrahan dari Tuhanku (Allah swt)
Dan semua kesalahan, dosa, kekeliruan dariku, akanku jadikan mereka pelajaran dalam hidupku. (Penulis)

تعلم، فإنّ العلم زين لأهله و فضل و عنوان ل لكلّ المحامد

Belajarlal, karena ilmu akan menghiasi ahlinya, dan dia keanugrahan, dan dia pula petanda semua pujian. (تعليم المتعلم)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, Robb semesta alam ini atas segala limpahan nikmat, rahmat, hidayah, dan karuniaNya sehingga penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat dan salam tercurahkan kepada pemimpin dan uswah kita Nabi Muhammad SAW sebagai rasul Allah SWT. Semoga kesejahteraan dan keselamatan dilimpahkan kepadanya, keluarganya, para sahabatnya dan seluruh pengikut beliau sampai hari pembalasan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang penulis hormati :

1. Drs. Afif Rifa'I MS selaku Dekan Fakultas Dakwah dan beserta seluruh keluarga besar Fakultas Dakwah.
2. Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil selaku dosen pembimbing yang berkenan memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini, sekaligus selaku pembimbing akademik dan ketua jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Direktur Jogja TV yang telah memberikan ijin dalam penelitian ini.
4. Andhi Wisnu Wicaksono selaku pimpinan redaksi dan program *director* dan Faizal Noor Singgih selaku penanggung jawab program budaya

sekaligus *floor director* program pentas wayang Jogja TV yang telah berkenan membantu dalam pengumpulan data penelitian ini.

5. *PR* Jogja TV (Widiana) yang telah memberikan pengarahan dan berkenan menghubungkan dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.
6. Mama dan Abahku yang senantiasa mengiringi langkah ini dengan keikhlasan cinta dan kasih sayang dalam mengarungi hidup ini.
7. Adikku MQ, Rajif, Billy yang kucintai dan kubanggakan yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabatku di plosokuning, terima kasih atas ukhuwah bantuan dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. *My Heart...the most precious gift from God!* Terima kasih atas inspirasi dan pertimbangannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan kerja samanya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini banyak memberikan manfaat dan memberikan kontribusi yang berarti bagi banyak pihak, khususnya bidang Komunikasi Penyiaran Islam. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun senantiasa penulis harapkan.

Yogyakarta 23 April 2008
Penulis

Chalwa Anjumi T

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Cover	i
Abstrak	ii
Surat Pernyataan	iv
Nota Dinas.....	v
Halaman Pengesahan	vi
Motto.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Kata Pengantar.....	xi
Daftar Isi.....	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. PENEGASAN JUDUL	1
B. LATAR BELAKANG MASALAH	4
C. RUMUSAN MASALAH.....	7
D. TUJUAN PENELITIAN.....	7
E. BATASAN MASALAH.....	7
F. KEGUNAAN PENELITIAN.....	8
G. TINJAUAN PUSTAKA	9
H. KERANGKA TEORI	11
1. <i>Programming</i> TV	11
a. Elemen Program	13
b. Tahapan Program.....	17
1) Pemilihan Program.....	18
2) Penjadwalan Program.....	22
3) Evaluasi	24
2. Nilai-Nilai Lokal dan Keserasian Hidup Sebagai Nilai Budaya Jawa	24

a. Nilai-Nilai Lokal.....	24
b. Keserasian Hidup Sebagai Nilai Budaya Jawa.....	25
I. METODE PENELITIAN.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Lokasi Penelitian	32
3. Sobyek dan Obyek Penelitian	32
4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
5. Analisis Data	33
6. Teknik Pemeriksaan keabsahan Data	35
 BAB II JOGJA TV DAN PROGRAM TAYANGAN PENTAS WAYANG .	37
A. SEKILAS PROFIL JOGJA TV	37
1. Motto, Visi Dan Misi JOGJA TV.....	39
2. Program Acara Jogja TV Bermuatan Lokal.....	40
B. PROGRAM PENTAS WAYANG JOGJA TV	43
C. SEKILAS PERKEMBANGAN CERITA WAYANG.....	47
D. SIMBOL SENI PEWAYANGAN DAN DAKWAH ISLAM.....	50
 BAB III <i>PROGRTAMMING</i> JOGJA TV MENGEMAS NILAI-NILAI LOKAL (Wayang sebagai Representasi Kemasan Program Bermuatan Nilai Lokal)...	58
A. <i>PROGRAMMING</i> PROGRAM WAYANG JOGJA TV	59
1. Pemilihan Program Wayang	61
a. Format Program.....	61
b. Tujuan Pemilihan Program.....	63
c. <i>Content</i> Program.....	63
d. Pertimbangan Pemilihan Program	64
2. Penjadwalan Program Wayang	65
3. Evaluasi.....	69
a. Evaluasi Penayangan	70
b. Kendala Peliputan Program.....	71
B. KEMASAN NILAI LOKAL DALAM PROGRAM WAYANG..	72

1. Visualisasi Nilai-Nilai Lokal.....	72
2. Visualisasi Nilai Keserasian Hidup Jawa	73
3. Wayang Wahana Pendidikan Watak	74
 BAB IV PENUTUP	76
A. KESIMPULAN	76
B. SARAN	78
C. KATA PENUTUP	77
Daftar Pustaka	79
Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Skripsi ini berjudul “*Programming* Jogja TV Mengemas Pentas Wayang sebagai representasi Nilai-Nilai Lokal”. Agar tidak terjadi salah penafsiran mengenai judul tersebut, maka perlu penulis tegaskan beberapa konsep berikut :

1. *Programming* TV

Dominick menjelaskan pentingnya *programming* dalam media penyiaran, adapun *programming* yang dimaksud meliputi beberapa tahapan yakni : proses pemilihan, penjadwalan, evaluasi program.¹ Hal tersebut senada dengan yang diutarakan oleh Ferguson yang mendefinisikan *programming* sebagai *The act of choosing and scheduling program on broadcast station or a subscribed channel*.² Dalam skripsi ini akan diutarakan kajian *programming* tayangan wayang, yang meliputi : pemilihan program wayang, penjadwalan dan evaluasi.

2. Jogja TV

Jogja TV merupakan salah satu Televisi (TV) lokal di Yogyakarta yang hadir sebagai upaya kreatif masyarakat Yogyakarta di bidang seni dan budaya. Istilah televisi sendiri terdiri dari “*tele*” yang berarti jauh dan “*visi*” (vision) yang berarti penglihatan, sedangkan secara lebih jauhnya, televisi siaran merupakan media dari jaringan dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah. Dengan demikian, televisi merupakan media audio-visual,

¹ Dominick, op. cit. hlm. 30.

² Eastman and Ferguson, *Broadcast Cable Programming* (California: Wadsworth Publishing Company, 5th Eds, 2000), hlm. 4.

yang disebut juga sebagai media pandang dengar, atau sambil didengar bisa langsung pula dilihat.³

Jogja TV termasuk dalam kategori TV lokal yang cenderung bersifat komersial. Adapun pengertian TV lokal menurut Dominick adalah *a local tv station provide television services to particular community in the industry, these communities are customarily referred to a market*.⁴ Pengertian tersebut menyebutkan, bahwa stasiun TV lokal menyediakan layanan *broadcast* pada segmen tertentu yang juga berfungsi sebagai pasar. TV Lokal mempunyai kekuatan tersendiri yaitu pada “kelokalannya” dengan program yang berkonten lokal, seperti : berita lokal, kegiatan (peristiwa) masyarakat lokal, peristiwa hangat lokal, pendidikan, hiburan lokal dan budaya lokal.

3. Pentas Wayang

Pentas wayang pada hakekatnya merupakan sumber nilai-nilai budaya *adiluhung* dan menjadi filosofi hidup bagi orang Jawa. Pentas wayang dapat pula dipakai sebagai arena penyampaian pendidikan masyarakat dengan cara menyiarkan petuah-petuah budi pekerti dan suri tauladan yang baik. Seperti halnya yang pernah dilakukan oleh Sunan Kalijaga⁵, pentas wayangnya digunakan sebagai media mendakwahkan Islam.⁶

³ Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Bandung: Benang merah press, 2004), hlm. 74.

⁴ Dominick, *The Dynamics of Mass Communication* (International Eds: Mc Graw-Hill, Inc., 1990), hlm. 275.

⁵ Sunan Kalijaga adalah salah satu dari Walisongo. Beliau terkenal sebagai seorang dalang wayang kulit (purwa) yang sangat menarik. Meski demikian, Ia tidak pernah menarik bayaran materi. Sebagai bayarannya ia mengajak kepada seluruh hadirin untuk bersyahadat dan mengajak kepada seluruh masyarakat untuk megurangi perbuatan syirik dan setia kepada Islam. Lewat sarana itulah Sunan Kalijaga berhasil meratakan Islam di seluruh bumi Jawa

⁶ Purwadi, *Dakwah Sunan Kalijaga* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 175.

Jenis tayangan program wayang di Jogja TV adalah hasil dari rekaman *shoting live* pementasan wayang kulit, wayang menak, wayang orang dengan peraga yang ada dimasyarkat Yogyakarta. Dengan adanya kemasan nilai-nilai lokal (nilai-nilai budaya Jawa) dalam sebuah pentas wayang tersebut, maka tayangan wayang dapat mewakili representasi nilai-nilai lokal setempat. Namun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tayangan program wayang yang disiarkan di waktu tengah malam oleh Jogja TV.

4. Representasi

Representasi adalah sebuah perwakilan yang dapat memenuhi kategori tertentu. Sedangkan yang dimaksud dalam skripsi ini adalah perwakilan program siaran TV yang mengandung nilai-nilai lokal didalamnya.

5. Nilai-Nilai Lokal

Nilai-nilai lokal yang dimaksud adalah nilai-nilai budaya, dimana sebagai landasan berpijak adalah budaya Jawa (menyesuaikan dengan budaya di mana Jogja TV berada). Adapun nilai-nilai lokal budaya Jawa adalah keserasian hidup yang diwujudkan dalam nilai-nilai hormat dan rukun. Agar dapat menjalankan nilai-nilai luhur ini, menurut orang Jawa seperti yang dipaparkan Murni Suseno bahwa orang harus melalui empat sikap yaitu : sikap batin yang tepat, tindakan yang tepat, tempat yang tepat dan pengertian yang tepat.⁷

Melalui beberapa *point* penjelasan tentang pengertian yang terkandung dalam judul skripsi ini, maka skripsi ini dimaksudkan untuk mengungkapkan

⁷ Murni Suseno, *Etika Jawa* (Jakarta: PT Gramedia, 1988), hlm. 139.

tentang ; “Kegiatan *programming* yang dilakukan oleh Jogja TV sebagai sebuah organisasi penyiaran lokal dalam mengemas pentas wayang yang ada dimasyarakat Yogyakarta sebagai perwakilan program yang bermuatan nilai-nilai lokal”.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan TV Lokal dewasa ini semakin marak, di DIY sendiri terdapat beberapa stasiun TV Lokal diantaranya Jogja TV, RB TV, Tugu TV dsb. Persoalanya adalah seberapa besar kebutuhan masyarakat lokal, dan apa saja yang dibutuhkan? Benarkah sudah dibutuhkan, apakah sudah melalui penelitian? Kesan yang muncul adalah “ujug-ujug” muncul TV lokal, terlihat dari hampir tiap daerah memiliki TV Lokal (misal- Bali TV di Bali, Pro TV di Semarang, Bandung TV di Bandung, dsb).

Secara obyektif harus dikatakan, *local content* pada TV Lokal masih menjadi persoalan dasar dan verbal. Apa yang dominan muncul di TV Lokal tidak bisa dibedakan dari segi konsep, teknis, maupun filosofis dengan TV yang sudah ada selama ini (TVRI dan TV swasta Jakarta). Jika ada harapan TV Lokal agar menjadi wahana aspirasi masyarakatnya hingga mampu mendorong proses demokratisasi masyarakat, maka semuanya masih harus dicermati. TV-TV lokal mempunyai kecenderungan yang tak jauh beda dengan TV Jakarta, yakni memposisikan masyarakat penonton sebagai obyek. Hal ini persis dengan karakter media televisi yang berkecenderungan mengeksploitasi dan bukannya mengeksplorasi masyarakat.

Oleh sebab itu, persepsi dan perspektif TV Lokal mesti harus berbeda dengan TV swasta yang ada di Jakarta (RCTI, SCTV, TPI, TRANS TV, dsb) yang berskala nasional. Strategi ini akan berguna untuk terus mencari peluang, dan mengembangkan kiat-kiat untuk mengatasi kendala dan keterbatasannya. Bahwa ia harus beda dengan Jakarta, dan harus menjadi kepentingan bagi masyarakatnya pula. Jika tidak, masyarakat juga merasa tidak perlu memiliki TV Lokal. Keberanian berbeda dengan TV swasta Jakarta bukan saja dari segi isi, melainkan juga dari segi manajemen dan marketing. Namun, jika tidak ada keberanian dan kreativitas dalam persoalan isi dan manajemen ini, maka TV Lokal bisa kita tunggu, kapan kebangkrutannya.

Jasa penyiaran TV Lokal sangat perlu difungsikan untuk mendukung upaya pengembangan budaya lokal. Caranya, tentu saja melalui pelaksanaan fungsi-fungsi kemasyarakatan media massa, yakni fungsi informasi, fungsi edukasi, fungsi hiburan (hiburan yang sehat), fungsi kritik dan kontrol sosial. Manfaatnya adalah agar penyiaran TV Lokal memiliki program siaran yang khas daerah (*local content*). Dengan demikian diharapkan terwujudnya pengembangan nilai-nilai budaya.

Jogja TV adalah salah satu TV lokal yang ada di Yogyakarta. Jogja TV relatif mudah diakses dengan *Power transmitter* sebesar 10 KW sehingga mampu menjangkau seluruh DIY. keeksistensian Jogja TV sebagai TV tradisi dan menjadikan Keraton sebagai kiblatnya, seakan tidak diragukan lagi bahwa Jogja TV menjunjung tinggi nilai-nilai budaya Jogja sehingga mampu melestarikan tradisi *adiluhung* melalui program siarannya. Jogja TV sebagai TV Lokal

mempunyai kekuatan tersendiri yaitu pada “kelokalannya” yang tidak mungkin disaingi oleh stasiun jaringan sebagai pesaing terberat stasiun lokal. Persoalannya tinggal lagi bagaimana menciptakan , memproduksi dan mengemas program yang berkonten lokal, seperti : berita lokal, kegiatan (peristiwa) masyarakat lokal, peristiwa hangat lokal, pendidikan dan hiburan lokal. Secara ringkas perlu diterapkan strategi *differentiation* pada *programming*. Dengan demikian penulis tertarik ingin mengetahui bagaimana proses pemrograman (*programming*) yang dilakukan *programmer* Jogja TV mengemas nilai-nilai lokal (budaya Jawa sebagai budaya Yogyakarta) pada program siarannya.

Dikarenakan banyaknya program-program Jogja TV yang berkonten lokal, penulis mengambil salah satu sampel yakni program tayangan wayang. Hal yang mendasari penulis mengambil sampel tersebut adalah : Pertama, wayang sebagai bentuk akulturasi Islam Jawa yang pernah sukses menjadi media dakwah Islam para wali. Kedua, seni pewayangan adalah dunianya orang Jawa, yang tidak hanya berfungsi sebagai tontonan atau hiburan saja, melainkan juga sebagai tatanan yang banyak memberikan peluang untuk menuju penyempurnaan diri. Ketiga, ingin lebih mengenal wayang yang merupakan kesenian *adiluhung* warisan nenek moyang. Dan yang keempat, dikarenakan kualitas program tayangan wayang yang dirasa jauh dari unsur komersialitas stasiun TV karena ditayangkan diluar *prime time*, sehingga program wayang dianggap layak dijadikan representasi (perwakilan) dari beberapa program yang bermuatan nilai-nilai lokal/budaya Jawa.

Namun sebaik apapun kualitas program jika tidak diimbangi dengan pengaturan program dengan baik, maka tidak akan mampu mencapai tujuan yang diharapkan. Program merupakan ujung tombak sebuah stasiun TV yang langsung bersentuhan dengan pemirsa. Oleh sebab itu, diperlukan pengaturan yang tepat. Disinilah arti penting proses pemrograman (*programming*), karena *programming* ibarat pusat syaraf bagi stasiun TV, tentunya tanpa mengkesampingkan peran bagian lainnya dalam sebuah stasiun TV.

C. RUMUSAN MASALAH

Merujuk pada latar belakang masalah, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *programming* yang dilakukan *programmer* Jogja TV megemas pentas wayang yang ada dimasyarakat sebagai sebuah program siaran?
2. Bagaimana nilai-nilai lokal yang terkandung dalam pentas wayang?

D. TUJUAN PENELITIAN

Mendeskripsikan mengenai *programming* yang dilakukan *programmer* Jogja TV megemas pentas wayang sebagai representasi program bermuatan nilai-nilai lokal/budaya Jawa.

E. BATASAN MASALAH

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka penelitian dalam skripsi ini dibatasi hanya sebatas mengetahui ruang

lingkup kegiatan *programming* Jogja TV dalam mengemas pentas wayang sebagai representasi program tayangan bermuatan nilai-nilai lokal/budaya Jawa, dan visualisasi nilai-nilai lokal yang ada dalam pentas wayang Jogja TV secara simbolis (bukan berdasarkan suatu cerita atau tema tertentu dari tayangan pentas wayang, melainkan hanya sebatas gambaran atau simbol-simbol tertentu dari tayangan pentas wayang yang terkait dengan teori nilai-nilai budaya Jawa).

F. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan di bidang penyiaran televisi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah, khususnya mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).
2. Meningkatkan profesionalisme aktivitas dakwah dalam memaksimalkan penguasaan terhadap media komunikasi, khususnya televisi sebagai media penyampaian pesan *tabligh*.
3. Sebagai masukan dan bahan evaluasi dalam bidang penyiaran televisi untuk Fakultas Dakwah Jurusan KPI dan pihak Stasiun Jogja TV.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang *programming* dalam bidang penyiaran televisi.
5. Menambah khasanah keilmuan komunikasi dakwah Islam dalam bidang karya seni berbasis kultural.

G. TINJAUAN PUSTAKA

Ada Beberapa karya Ilmiah (skripsi) yang sebelumnya membahas tentang TV Lokal dan *programming*.

1. Skripsi Heri Sunaryanto (00/139821/19123) dari Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM Yogyakarta. Judul sripsi “TV Komersial Lokal dan Kapitalisme (study kasus kebijakan *programming* Bali TV 2004)”, yang dalam penelitian tersebut diungkapkan tentang Bali merupakan pasar yang *segmented* untuk bisnis TV lokal. kapital (pemilik modal) sedikit banyak mempengaruhi dalam *programming* Bali TV. Tujuan utama *programming* Bali TV adalah memaksimalkan jumlah pemirsa TV untuk menonton program tertentu atau keseluruhan. Sedangkan hasil dari *programming* ialah dapat menyediakan konsumen potensial bagi pengiklan dengan biaya iklan yang lebih efisien.
2. Skripsi Tri Sulistyaningsih Astuti (01/149389/19297) dari Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM Yogyakarta. Judul skripsi “TV Lokal Komersial di Yogyakarta (Studi Diskriptif Pendirian TV Lokal Komersial di Yogyakarta : Jogja TV, RB TV dan Tugu TV)”, yang mengungkapkan persiapan internal dalam penyiaran TV, khususnya prosedur perizinan pendirian TV. Sebelum bersiaran resmi, stasiun TV melakukan siaran uji coba kepada khalayak. Siaran uji coba menjadi tolak ukur awal bagi TV komersial lokal untuk menjadi

'pembeda' dengan TV nasional, yakni citra lokal yang mengangkat nilai-nilai lokal.

3. Skripsi Aji Priambodo (97/116317/SP/17676/) dari jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM Yogyakarta. Judul skripsi "Proses Pemrograman dan Representasi Identitas Stasiun Televisi", yang mengungkapkan analisis program tentang proses pemrograman dalam upaya mempresentasikan identitas stasiun TV di RCTI pada tahun 2001.
4. Wiwin Siskawati (99/1315110/SP/18693) dari jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM Yogyakarta. Judul skripsi "Kebijakan *programming* Olah Raga TV", yang mengungkapkan tentang bagaimana kebijakan *programming* olah raga RCTI tahun 2002-2003.

Dari skripsi Heri.S dan Tri S.A sama-sama mengkaji tentang TV Komersial lokal, penulis mengkaitkan dengan kajian Jogja TV sebagai stasiun TV lokal yang berstatus komersial. hanya saja fokus dalam objek kajiannya berbeda, yaitu tentang pengaruh kapitalisme dalam *programming* sebagai TV komersial dan proses pendirian TV komersial lokal. Dalam penelitian ini penulis juga masih mengkaji tentang TV lokal yaitu Jogja TV, akan tetapi lebih difokuskan pada kinerja *programmer* dalam *programming* mengemas program acaranya yang berkaitan dengan nilai-nilai lokal dalam acara wayang. Sedangkan untuk skripsi Aji. P dan Wiwin. S, penulis mengkaitkan dalam pembahasan proses pemrograman atau *programming*-nya dan citra dari stasiun TV dalam kemasan

salah satu programnya. Dan sebagai pembedanya, terdapat dalam tinjauan mata acara dan keberadaan stasiun TV serta analisis yang dilakukan.

H. KERANGKA TEORI

1. *Programming TV*

Sebelum melakukan pembahasan lebih dalam, perlu kiranya menyamakan persepsi mengenai *programming*. Beberapa ahli mengemukakan pengertian tentang definisi *programming*. Berikut pandangan Britner mengenai *programming* adalah :

*The product of broadcasting. Just a store sell goods or law firm sell advice, broadcasting sells programming. Just store owners set prices of their goods and lawyers set fees for their services, broadcaster set rates for the commercials that will share time with programming. Even public broadcasting solicits contributions on the basis of the type of programming it can offer. But if programming in either commercial or public broadcasting should be irresponsible or not meet the public's needs, then, like the lawyer who give bad advice or store owner who sells inferior goods, broadcasting will be out of business.*⁸

Pendapat tersebut menunjukkan bagaimana seharusnya TV membuat *programming*. Kepentingan publik sebagai khalayak adalah hal yang paling pokok. Jadi *programming* yang dihasilkan tidak memenuhi kepentingan khalayak, maka mereka akan keluar dan kalah dalam bisnis. Ada ungkapan yang menyatakan *programming is war. You are a general. The object is to win.*⁹ Jika *programming* adalah perang, maka *programmer* harus mampu memenangkan peperangan. Ungkapan tersebut menggambarkan bahwa *programming* merupakan strategi untuk memenangkan kompetisi. Untuk dapat meraih penonton, program-

⁸ Britner, *Broadcasting and Telecommunication* (New Jersey: Prentice Hall. 1991), hlm. 124.

⁹ Eastman and Head, *Broadcast Cable Programming: Strategi and Practices* (California: Wodsworth publishing Company, 1985), hlm. 5.

program acara disusun sedemikian rupa sehingga sesuai dengan sasaran khalayak dan audiens yang telah ditetapkan, dengan demikian mampu memberikan pemasukan dengan terisinya slot iklan.

Dominick menjelaskan pentingnya *programming* dalam media penyiaran :

*Once the shows have been produced, where and when to place in the scheadule must be decided. This task, know as programming, is a crucial one. A bad programming decision might mean failure for a good show while a shrewd decision moght make a mediocre show a hit.*¹⁰

Pengertian tersebut mengutarakan bahwa *programming* merupakan proses untuk memilih, menyeleksi, menjadwalkan program dan mengevaluasinya. Sehingga *Programming* menjadi sangat penting karena menentukan berhasil atau tidaknya sebuah program meraih khalayak dalam jumlah besar.

Pengertian dari Dominick tersebut senada dengan yang diutarakan oleh Ferguson ada tiga tahapan *programming*, yaitu pemilihan program, penjadwalan program dan evaluasi. Berikut pendapatnya :

*A step-by-step procedure for doing programming would go something like this. First, choose programs that seem to meet the need and want of an audience. Second, organize them into a coherent scheadule that flows from one program into the next. Finally, evaluate the results and make necessary adjustments. This is basic recipe for cooking the perfect program scheadule.*¹¹

Pemilihan program dan penjadwalan program dapat dikelompokkan ke dalam perencanaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *programming* terdiri dari dua tahapan, yaitu : Perencanaan dan Evaluasi. Tinggal bagaimana sebuah stasiun TV mengaplikasikannya.

¹⁰ Dominick, op. cit. hlm. 304.

¹¹ Eastman and Ferguson, op. cit. hlm. 4.

Tahapan *programming* tersebut dapat dikatakan sebagai siklus kehidupan sebuah stasiun TV, dimana proses perencanaan hingga evaluasi yang terdapat didalamnya akan terulang terus-menerus sepanjang stasiun TV yang bersiaran masih ada. *Programming* yang dilakukan oleh stasiun TV harus berdasarkan pada format TV, harus direncanakan serta dilaksanakan secara rinci dan sistematis oleh *Program Director*, yang harus mempunyai kemampuan handal dalam seluk beluk industri pertelevisian, penyusunan program TV dan teknis pemasaran.

a. Elemen Program

Sedemikian penting *programming* dalam industri penyiaran televisi, hingga *programmer* perlu mengetahui keinginan-keinginan dari pihak khalayak dan juga pihak pengiklan. Untuk meraih simpati khalayak penonton, *programmer* perlu memperhatikan karakter penontonnya. Menurut Ferguson ada lima elemen terkait dengan *programming* dan khalayaknya :¹²

- 1) *Compatibility* (kesesuaian) yaitu program acara disusun sesuai dengan kegiatan sehari-hari khalayak. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menjadwalkan program yang berbeda jenis dan isinya untuk menyesuaikan situasi dan kondisi yang dialami khalayak.
- 2) *Habit formation* (membangun kebiasaan) yaitu sikap fanatik khalayak terhadap suatu program timbul atas bentukan kebiasaan khalayak menonton program acara yang ditayangkan. Oleh karena itu, masing-masing stasiun TV harus dapat membangun kebiasaan tersebut terhadap khalayak. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menyiarkan program acara secara live setiap harinya (*strip programming*), untuk memperbanyak jumlah khalayak. Dengan demikian semakin lama waktu

¹² Ibid, hlm. 10-16.

khalayak menonton program, maka berdampak pada lamanya pemasangan iklan untuk melakukan promosi.

- 3) *Control of audience flow* (mengontrol aliran khalayak) yaitu, berusaha untuk memaksimalkan jumlah khalayak yang menonton program dan meminimalisir jumlah yang berpindah *channel* ke siaran TV lain. Antara satu program dengan berikutnya jumlah khalayak tetap dipertahankan, yaitu dengan menyajikan program acara yang tidak jauh berbeda dengan apa yang diinginkan oleh khalayak.
- 4) *Conservation of program resources* (Pemeliharaan sumber daya program) yaitu berbagai upaya harus dilakukan agar materi yang terbatas dapat dipergunakan sebagai bahan siaran sepanjang hari, misalnya dengan cara mengemas ulang suatu materi program dengan menggunakan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.
- 5) *Breadth of appeal* (Daya tarik yang luas) yaitu program acara yang ditayangkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini bergantung pada status organisasi televisi dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang ditayangkan.

Programming tidak dapat berjalan begitu saja tanpa adanya riset mendalam, guna mengetahui kebutuhan dan keinginan khalayak serta untuk mengetahui keberhasilan sebuah program TV. Riset yang dilakukan dapat melalui *rating/share* (untuk mengetahui posisi TV atau program tertentu) dan *survey* khalayak. Untuk yang kedua biasanya dilakukan oleh pihak TV sendiri. Sedangkan *rating / share* dibeli dari perusahaan penyedia *survey* dan *research*.¹³

¹³ Televisi swasta di Indonesia banyak menggunakan hasil survey dari AC Nielsen.

Programming dilakukan untuk membentuk kepribadian yang khas dari stasiun TV, dengan tujuan mendapatkan khalayak sebanyak-banyaknya. Begitu pula sebaliknya sebuah program acara yang ditayangkan stasiun TV tidak hanya dimaksudkan untuk menarik perhatian khalayak penonton. Dengan kata lain program TV juga digunakan untuk menarik pengiklan. Berkait dengan hubungan televisi dan iklan, Kuswandi melihat ada dua sisi iklan masuk dalam paket acara TV yakni :¹⁴ Pertama masuknya iklan atau sponsor di TV untuk mendukung kelancaran produksi acara (dana produksi). Kedua Televisi sebagai media informasi dalam menginformasikan hasil-hasil produksi kepada pemirsa.

Hubungan antara TV dan iklan merupakan hubungan yang saling menguntungkan, dimana TV membutuhkan dana operasional yang besar dari iklan, sementara iklan membutuhkan media untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya kepada konsumennya.

TV telah menjadi media favorit bagi pengiklan karena TV dianggap lebih mampu mempengaruhi khalayak dibanding media masa lain. Biaya pemasangan iklan yang tinggi, mengharuskan pengiklan selektif dalam memasang iklan. Program acaranya harus mempunyai rating tinggi yang berarti acara tersebut banyak ditonton oleh masyarakat. Oleh karena itu, stasiun TV saling berlomba-lomba menghadirkan program-program yang mampu meraih audiens sebanyak-banyaknya agar dapat menarik pengiklan.¹⁵

¹⁴ Kuswandi, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta., 1996), hlm. 93.

¹⁵ Dominick, op. cit. hlm. 303.

Lokalisme menjadi salah satu elemen penting dalam TV lokal yakni, kontrol lokal dan isi yang mengacu pada nilai lokal (*local content*). Corteau & Hoynes menegaskan hubungan antara *local control* dan *local content* sebagai : *One potential consequences of decline in local control is the loss of local content.*¹⁶ *Local content* akan lebih bisa diakomodir bila pemilik media benar-benar mengenal budaya lokal setempat sehingga program acara yang disajikan kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Namun, *local control* bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi terjaganya *local content*. Faktor-faktor lain yang dominan adalah karakteristik stasiun TV lokal, pengelolaan dan pemenuhan finansialnya.

Mengingat bahwa bisnis penyiaran TV komersial menyandarkan hidupnya pada pasokan iklan dan elemen lokal menjadi kekuatan tersendiri bagi TV lokal, maka sebagai sebuah industri, stasiun TV lokal membutuhkan program siaran untuk ‘dijual’ kepada khalayak. Stasiun TV lokal harus terus-menerus memproduksi untuk mempertahankan eksistensinya. TV lokal harus selektif dalam penyediaan program acaranya tanpa mengesampingkan faktor lokalitasnya, hal tersebut akan berpengaruh dalam segi finansial stasiun TV lokal, karena apabila semakin menarik program acara yang disajikan maka akan semakin banyak pula minat pengiklan menempatkan iklan dalam program acara.

Tahun 1998, *FCC Commissioner* Gloria Tristani menekankan “*localism means covering local issues, reporting local news, doing local*

¹⁶ Croteau and Hoynes, *Business of Media: Corporate Media and the Public Interest* (Sage Publication-Inc, 2001), hlm. 155.

programming, providing an outlet for local voices".¹⁷ Definisi tersebut berusaha mendekatkan stasiun TV lokal dan program-programnya agar lebih dekat dengan masyarakat setempat. Mengapa lokalitas begitu penting dalam TV lokal? Disadari atau tidak, pasar stasiun TV lokal komersial adalah masyarakat yang baik secara sadar maupun tidak sadar akan mengalami efek produk stasiun TV lokal. Oleh karena itu, stasiun TV lokal komersial tentu memiliki tanggung jawab kepada masyarakat yang menjadi target beragam produk iklan yang menjadi sumber penghidupan stasiun TV lokal komersial. Sebagaimana disyaratkan UU no. 32/2002, TV lokal diperbolehkan siaran dengan daya jangkauan siaran yang dibatasi hanya untuk daerah yang menjadi *home-base-nya*.¹⁸ Batasan lokal mengacu pada lokasi televisi lokal dan wilayah jangkauan siaran televisi lokal berdiri. Dengan batasan daerah lokal saja, maka *programming* harus diselaraskan ke khalayak di mana stasiun televisi melakukan siaran.

b. Tahapan Program

Dari penjelasan sebelumnya dapat diketahui bahwa kegiatan *programming* melalui tiga hal yaitu pemilihan Program, penjadwalan dan evaluasi. Penjelasan lebih rinci akan diterangkan penulis sebagai berikut :

¹⁷ *Statement* ini disampaikan di depan praktisi penyiaran Texas dan merupakan catatan konsolidasi dari FCC tahun 1996. Dalam Corteau and Hoynes, Ibid. hlm. 156.

¹⁸ Wirodono, *Teror Media Televisi di Indonesia: Matikan TV-Mu* (Yogyakarta: Resist Book, 2006), hlm. 127.

1) Pemilihan Program

a) Format Program

Pemilihan program yaitu proses memilih jenis program berdasarkan format dan isi program tersebut. Dalam memilih program minimal harus termuat konsep-konsep program yang berkualitas. Vane dan Gross mengungkapkannya dalam dua format : Pertama, *Format dominant, the concept of the show is the key to it's success; performer are selected to fulfill the requirements of the core idea*. Kedua, *Star dominant, the star is key in gradient; a format is designed around the skill of the lead performer*.¹⁹

Format dominant mempunyai arti, bahwa program yang dibuat benar-benar kuat untuk menjadi sebuah program ada atau tanpa adanya bintang. Sedangkan *Star dominant* lebih pada menampilkan bintang pada program yang dibuat. Dua kaidah tersebut mendukung sukses tidaknya program untuk meraih simpati khalayak.

b) Tujuan Pemilihan Program

Tiap Stasiun TV memiliki rumusan tujuannya masing-masing. Akan tetapi secara umum, ada beberapa tujuan yang biasanya menjadi acuan stasiun TV dalam menyajikan program acaranya. Pengetahuan akan khalayak perlu dilengkapi dengan pengetahuan atas tujuan yang

¹⁹ Vane and Gross, *Programming for TV, Radio and Cable* (Washington: Butter-wort-Hinneman, 1994), hlm. 111.

hendak dicapai dari suatu program. Berikut beberapa tujuan yang diinginkan dari satu program :²⁰

- (1) *Widest Possible Audience*, yaitu TV sebagai media telah menjadi alat bagi para produsen untuk mengiklankan produknya. Karena biaya yang dikeluarkan untuk beriklan besar, maka pengiklan memilih program dengan jumlah audiens yang besar. Oleh sebab itu TV selalu berusaha meraih meraih jumlah audiens sebesar mungkin. Dengan kata lain, tanpa audiens maka tidak ada pengiklan. Tidak ada keuntungan maka tidak akan ada pula stasiun TV.
- (2) *A Specific Target Audience*, yaitu terkadang pengiklan lebih tertarik menjangkau segmen audiens tertentu daripada audiens yang dalam jumlah besar tetapi tidak potensial. Oleh karena itu, stasiun TV harus berhati-hati dalam menjadwalkan suatu program agar audiens yang dituju sesuai dengan kebutuhan sponsor program tersebut.
- (3) *Prestige*, yakni selain keuntungan finansial, *broadcaster* menyajikan program yang secara keseluruhan mampu meningkatkan gengsi. Meskipun secara relatif tidak mampu meraih audiens yang besar, tetapi suatu program diharapkan dapat meningkatkan *public relation* TV.

²⁰ Ibid, hlm. 107-109.

(4) *Award*, yakni merupakan penganugrahan terhadap program yang dianggap baik atau berkualitas. *Award* biasanya menjadi pengakuan atau eksistensi suatu stasiun TV yang juga bisa memberikan *image* baik bagi stasiun TV.

(5) *Particular Local or National Purpose*, yaitu setiap pasar (stasiun TV) memiliki *regional concerns*. Ada tanggung jawab untuk menyajikan program-program yang mampu menjawab permasalahan yang berada dalam *regional concern*-nya. Dibutuhkan kecerdasan dalam menentukan satu program untuk konsumsi nasional ataupun hanya *particular local*. Untuk menarik khalayak/*audience* sesuai dengan target yang telah ditetapkan, dengan cara memenuhi harapan publik lokal dengan unsur kelokalannya dan menjaga *mood* dari khalayak.

Dengan tujuan-tujuan tersebut, stasiun TV akan lebih mudah fokus terhadap pemilihan program-program yang diinginkan dan dibutuhkan pemirsa.

c) **Content Program**

Program acara merupakan *content* yang ditayangkan stasiun TV. Ada berbagai cara untuk mendapatkan *content* tersebut, mulai dari memproduksi sendiri (*in house production*) hingga membeli pada *Production House*. Vane & Gross menjabarkan sebagai berikut :²¹

²¹ Ibid, hlm. 47-56.

- (1) *Major Production Companies*, yaitu suatu program didapatkan dari perusahaan besar yang mempunyai spesialisasi membuat program-program berkualitas.
- (2) *Independent Production Companies*, yaitu sebuah program didapatkan dari perusahaan pembuat program independen (biasa disebut indie).
- (3) *Spesialized Production House*, yaitu rumah produksi yang mengkhususkan diri pada program-program tertentu, seperti : *game*, animasi dan dokumenter.
- (4) *Foreign Production Resources*, yaitu program juga bisa didapatkan dari rumah produksi yang berasal dari luar negeri.
- (5) *Networks, Station and Syndicators*, yaitu program didapat dari jaringan, grup maupun sindikasi. Program yang berhasil mendapatkan respon tinggi dari audiens di suatu daerah penyiaran akan dibawa kedaerah lain dalam sistem jaringan.
- (6) *The Buyer Themselves*, yaitu program dibuat oleh produsen demi kepentingan promosi produk mereka.
- (7) *Advertiser*, yaitu perusahaan periklanan membeli jam tayang televisi untuk menampilkan acara atau advetorial produk demi kepentingan promosi produk mereka.
- (8) *In House Production Units*, yaitu program dibuat secara mandiri untuk mengisi program-program rutin stasiun TV. Biasanya dilakukan oleh unit produksi stasiun TV tersebut.

2). Penjadwalan Program

Dalam ruang lingkup TV komersial yang terbebani untuk mendapatkan keuntungan secara finansial, khususnya pengembalian modal, maka dari itu TV komersial menjual menit-menitnya bagi keperluan pengiklan. Berkait dengan penjadwalan, ada strategi penting dalam menempatkan iklan pada program yang tepat. Salah satunya melalui penjadwalan pada *prime time*. Menurut Ferguson ada beberapa strategi yang diterapkan dalam penjadwalan program :²²

- (1) *Lead Off*, sebuah strategi dengan menempatkan program kuat atau potensial meraih khalayak dalam jumlah besar pada awal *prime time*. *Lead off* berpengaruh pada pendapatan *rating* program sepanjang malam tersebut.
- (2) *Lead In*, strategi yang menempatkan program potensial sebelum program baru, tujuannya agar penonton tidak beralih ke saluran televisi lain.
- (3) *Hammocking*, sebuah program yang belum terbukti dalam meraih khalayak, maka program tersebut akan dijadwalkan diantara dua program yang sudah punya penonton.
- (4) *Blocking*, strategi menyusun program-program sejenis atau setipe dalam waktu yang berurutan. Misalnya, setelah menyajikan drama komedi dilanjutkan dengan acara komedi lagi. Resikonya penonton yang tidak menyukai program tersebut akan mudah meninggalkan saluran TV tersebut.
- (5) *Tent Poling*, salah satu alternatif *hammocking*. Strategi ini digunakan jika *programmer* tidak punya cukup program potensial. *Programmer* fokus pada program yang telah memenangkan

²² Eastman and Ferguson, op. cit. hlm. 118-121.

khalayak untuk ditayangkan diantara dua program yang tidak kuat dalam meraih khalayak.

- (6) *Bridging*, strategi ini banyak dipakai oleh TV publik. *Bridging* digunakan pada jenis program berdurasi panjang (lebih dari satu jam), yang disiarkan pada saat jam sebelum *prime time* sampai memasuki *prime time*. Ketika memasuki *prime time*, program ini disela dengan *lead off*. Dalam bentuk lain, yaitu mencari sebuah program kira-kira lima menit setelah jam seharusnya.
- (7) *Counter Programming*, strategi dengan membuat program yang berbeda dengan TV lain pada waktu yang sama. Alasannya, sepopuler apapun program tetap tidak dapat memuaskan semua khalayak.
- (8) *Blunting*, strategi untuk menyaingi stasiun TV lainnya. Pada jam yang sama (*prime time*), banyak stasiun TV menyajikan program yang sama.
- (9) *Stunting*, strategi dengan menjadwal program spesial, dengan bintang tamu atau program *event* khusus. Jadi bukan acara reguler. Tetapi ketika program khusus selesai, program kembali lagi pada format regulernya.
- (10) *Seamlessness*, tujuannya agar penonton tidak berpindah ke *chanel* lainnya. Dengan jalan mempercepat pergantian acara.

Elemen-elemen tersebut sangat berguna dalam menyusun *schedule* serangkaian mata acara TV. Program apa saja yang pantas untuk pagi, sore hingga tengah malam. Dengan demikian, keinginan dan kebutuhan khalayak bisa terpenuhi meskipun tidak semua pihak terpuaskan. Hal ini dikarenakan setiap stasiun TV mempunyai target audiens yang juga dikehendaki pengiklan, walaupun mereka berusaha meraih audiens sebanyak mungkin.

3). Evaluasi

Kegiatan evaluasi penting dilakukan, untuk mengetahui apakah suatu *programming* yang dilakukan tepat sasaran, mencapai tujuan dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Evaluasi terhadap acara yang *decline* atau mengalami kemerosotan, bertujuan untuk mengambil keputusan apakah acara tersebut akan diselamatkan atau justru dihapus. Evaluasi juga dapat digunakan untuk melihat keberhasilan pelaksanaan strategi dapat mencapai tujuan seperti yang diharapkan atau justru sebaliknya. Evaluasi yang dilakukan dapat berupa survei terhadap khalayak. Dalam evaluasi, segala keberhasilan, kekurangan dan kesalahan yang dilakukan selama proses *programming* dilihat dan dipelajari, guna membuat perencanaan *programming* berikutnya.²³

2. Nilai-Nilai Lokal dan Keresasian Hidup Sebagai Nilai Budaya Jawa

a. Nilai-Nilai Lokal

Nilai merupakan produk dari kebudayaan manusia. Sedangkan lokal erat kaitannya dengan budaya. Kebudayaan dapat diartikan sebagai nilai-nilai (*values*) yang dianut oleh masyarakat, adapun persepsi yang dimiliki oleh warga masyarakat terhadap berbagai hal. Raymond Williams menambahkan definisi budaya sebagai suatu cara hidup tertentu yang dibentuk oleh nilai, tradisi, kepercayaan, obyek material dan wilayah (*territory*).²⁴ Nilai-nilai kebudayaan berisi tentang apa yang baik dan apa yang buruk, benar dan salah, sejati dan palsu, positif dan negatif, dan sebagainya. Nilai-nilai budaya juga

²³ Vane and Gross, op. cit. hlm. 101-102.

²⁴ Raymond Williams Dalam James Lull, *Media Komunikasi dan Kebudayaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998), hlm. 7.

menegaskan perilaku-perilaku mana yang penting dan perilaku-perilaku mana yang harus dihindari. Ditegaskan oleh pendapat Koentjaraningrat bahwa sistem nilai budaya adalah rangkaian konsep-konsep abstrak yang hidup dalam alam pikiran sebagian besar dari warga suatu masyarakat, mengenai makna penting dan berharga dalam hidup.²⁵ Dalam kehidupan bermasyarakat, sistem nilai ini berkait erat dengan sikap, dimana keduanya menentukan pola-pola tingkah laku masyarakat. Sistem nilai tersebut merupakan bagian terpadu dalam etika moral untuk mengatur kehidupan bermasyarakat. Adat istiadat menetapkan bagaimana seharusnya warga masyarakat bertindak tertib.

b. Keserasian Hidup Sebagai Nilai Budaya Jawa

Nilai budaya daerah tentu saja bersifat partikularistik, artinya khas berlaku umum dalam wilayah budaya suku bangsa tertentu. Permasalahan yang muncul adalah nilai budaya Jawa yang bagaimana yang juga dapat berfungsi membentuk struktur nilai budaya umum yang dapat berlaku bagi masyarakat Indonesia secara keseluruhan?. Pemecahan masalah ini tentu saja memerlukan telaah nilai budaya Jawa yang memiliki potensi tersebut.

Jika dicermati, akan dapat ditemukan sejumlah persamaan pola tatanan tingkah laku warga suku-suku di Indonesia. Misalnya saja, masyarakat Indonesia mengenal pola kerjasama yang secara umum dikenal sebagai gotong royong.²⁶ Sekalipun ada perbedaan variasi sistem kerjanya, namun terdapat kesamaan keserasian pada tata kerja bersama mereka.

²⁵ Koentjaraningrat, *Rintangan-Rintangan Mental dalam Pembangunan Ekonomi di Indonesia*, (Jakarta: Bhratara, 1969), hlm. 18.

²⁶ Sartono Kartodirjo, *Kedudukan dan Peranan Sistem Gotong Royong dalam Pembangunan Masyarakat Indonesia*, (Yogyakarta: Lembaga Studi Pedesaan dan Kawasan UGM, 1978),

Nilai budaya keserasian hidup bersama ini sesungguhnya telah berabad-abad menjadi filosofi dasar masyarakat Jawa, yaitu suatu cita-cita yang berupa tatanan sosial terorganisir secara rapi dan dalam keseimbangan.²⁷ Kehidupan masyarakat terorganisir secara rapi dalam masyarakat Jawa tercermin dalam nilai-nilai budaya Jawa, yakni hormat dan rukun.

Konsep keserasian hidup bermasyarakat di Jawa diwujudkan dalam nilai-nilai hormat dan rukun. Berdasar cara berfikir tertentu manusia Jawa memandang nilai-nilai nilai hormat dan rukun memiliki makna amat penting dan berharga dalam hubungan interaksi dengan sesamanya. Keduanya bukan saja merupakan petunjuk moral yang mendasari tindak tanduk kekeluargaan Jawa, melainkan malah merupakan pusat perhatian baginya. Yang pertama ialah sekelompok nilai yang berkenaan dengan pandangan Kejawen tentang tata krama penghormatan, dan yang kedua nilai-nilai rukun berarti semua orang dan semua pihak berkeinginan dan bertindak kearah suasana damai, saling membantu, saling menerima dengan tenang dan sepakat.²⁸

Ketika kedua nilai hormat dan rukun itu dapat dipraktekkan, maka ujung-ujungnya yang ingin dicapai adalah suasana harmonis, seimbang dan selamat. Suatu keadaan yang diidealkan dan diupayakan, baik secara nyata melalui tindak tanduk kongkret atas dasar prinsip nilai-nilai itu, maupun melalui praktek ritual religi (*slametan*), dimana suasana selamat adalah keadaan psikologis berupa ketentraman batin yang tenang. Semua proses itu dilandasi nilai-nilai luhur dalam ungkapan Jawa yang berbunyi : (*sepi ing*

²⁷ Koentjaraningrat, loc. cit.

²⁸ Magnis Suseno, op. cit. hlm. 38.

pamrih rame ing gawe, hemayu hayuning bawana) sebaiknya tidak mengutamakan kepentingan sendiri, dan giat rajin melakukan kewajiban untuk memelihara ketentraman masyarakat dan dunia.²⁹

Agar dapat menjalankan nilai-nilai luhur ini, menurut orang Jawa seperti yang dipaparkan Magnis Suseno, bahwa orang harus melalui 4 (empat) sikap yaitu sikap batin yang tepat, tindakan yang tepat, tempat yang tepat dan pengertian yang tepat. Penjelasan tentang empat sikap tersebut akan dipaparkan sebagai berikut :³⁰

1) Sikap batin yang tepat

Sikap batin yang tepat, dapat diartikan sebagai cara berpikir yang benar, direalisasikan melalui perilaku mawas diri, yaitu sikap batin untuk introspeksi tentang keadaan diri individu itu sendiri. Hasilnya ialah sikap manusia Jawa yang *waspada*, suatu keadaan yang selalu siap menghadapi segala sesuatu yang mungkin terjadi, dan kondisi *eling*, ialah keadaan selalu ingat akan keberadaan dirinya sebagai makhluk ciptaan Tuhan. Orang Jawa wajib selalu sadar dari mana asal usul dirinya kewajiban apa yang harus dilakukan, dan kemana arah tujuan hidupnya (*sangkan paraning dumadi*).

Godaan untuk mempertahankan sikap eling dan waspada adalah bekerjanya dorongan nafsu-nafsu naluriah dan sikap egoisme atau keinginan pribadi (*pamrih*). Nafsu-nafsu naluriah dan jasmaniah secara normal dan menurut etika Jawa wajib dipenuhi, agar manusia tetap hidup

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid, hlm. 139-159.

dan dapat mengembangkan diri dan jenisnya, agar mampu menjalankan kewajibannya. Sementara itu, pamrih adalah keinginan-keinginan untuk memenuhi kebutuhan jasmaniah dan kehendak memiliki sarana-sarana pemenuhan itu. Sepanjang upaya-upaya pemenuhan keinginan naluriah itu berada dalam batas rambu-rambu keseimbangan, upaya itu tidak menyebabkan gangguan dan kekacauan sosial. Akan tetapi, ketika upaya demikian melampaui batas nilai budaya itu, batin manusia mulai kacau sehingga masyarakat mulai terancam ketertibannya.

Dorongan-dorongan jasmaniah dan pamrih, menurut nilai budaya Jawa tidak perlu dilenyapkan, tetapi dijaga keseimbangan pemenuhannya. Ungkapan *sepi ing pamrih*, bukan berarti melenyapkan keinginan-keinginan pribadi individu, melainkan orang jangan sampai membesar keinginannya hingga melebihi kemampuannya, lebih-lebih menginginkan sesuatu yang bukan haknya. Pengendalian efektif untuk upaya itu ialah mawas diri dan laku tirakat yaitu sekedar laku tapa sedikit : mengurangi makan dan tidur, menguasai diri dibidang seksual.³¹ Serta mengendalikan letupan emosi dan mengatur tutur kata, nerima, temen, rila dan budi luhur.

2) Tindakan yang tepat

Sikap batin yang tepat menentukan tindakan yang tepat, tindakan yang tepat adalah perwujudan dari ungkapan *rame ing gawe* atau dharma, yang berarti rajin bekerja menjalani kewajiban untuk kepentingan

³¹ Ibid, hlm. 39.

keseluruhan masyarakat, yaitu sebagai diri sendiri, keluarga, masyarakat dan kesejahteraan manusia pada umumnya. Manakala banyak orang telah mampu mawas diri, artinya memiliki sikap batin yang tepat, dengan sendirinya orang itu telah menjalankan kewajibannya. Orang-orang demikian dipandang berada di tempat yang tepat dalam struktur kosmos. Dalam konteks ini, orang dituntut melakukan tindak-tanduk sesuai dengan diri secara tepat dalam struktur hubungan-hubungan masyarakat. Kondisi yang diharapkan adalah keserasian hidup masyarakat dan tatanan kosmos.

3) Tempat yang tepat

Begitu manusia Jawa mampu bertindak yang benar berarti ia telah memenuhi kewajiban hidupnya. Tindak tanduk yang dilakukan itu merupakan kewajiban yang ditentukan oleh posisi sosial yang ia tempati. Diharapkan sikap orang memenuhi dharmanya dengan setia dan kesejahteraan masyarakat, demi pemeliharaan keselarasan kosmos, dan demi mencapai ketentraman batin.³² Dengan menjalankan dharma seperti itu, berarti sekaligus *hamemayu hayuning bawana*, yang secara tersirat bermakna menyelamatkan ketertiban dan ketentraman masyarakat serta berarti memelihara tatanan kosmos.

4) Pengertian yang tepat

Pengertian yang tepat berkenaan dengan kemampuan manusia memahami bagaimana ia harus bersikap batin yang tepat, bagaimana ia

³² Ibid, hlm. 152.

harus bertindak yang benar, dan di mana ia harus menempatkan diri secara tepat dalam struktur hubungan-hubungan sosial dan keselarasan lingkungan alam. Siapa yang mengerti tempatnya dalam masyarakat dan dunia, dia juga mempunyai sikap batin yang tepat dan dengan demikian juga akan bertindak dengan tepat. Sebaliknya, siapa yang membiarkan dirinya dibawa oleh nafsu-nafsu dan pamrihnya, yang melalaikan kewajiban-kewajibannya dan acuh tak acuh terhadap rukun dan hormat, dengan demikian memberikan kesaksian bahwa ia belum mengerti tempatnya secara keseluruhan.³³ Dengan kata lain ia belum memiliki pengertian yang tepat.

Adapun pelajaran yang paling efektif guna mewujudkan nilai-nilai (hormat dan rukun) diperoleh orang Jawa melalui pentas wayang. Dikarenakan dalam wayang tersimpan nilai-nilai pandangan hidup masyarakat Jawa dalam menghadapi dan mengatasi segala tantangan dan kesulitannya. Menurut Sudharto berbicara tentang wayang sama dengan berbicara tentang filsafat Jawa, karena wayang adalah simbol filsafat Jawa. Menurut masyarakat Jawa, hidup harus senantiasa berdasarkan kebenaran. Menurut dunia pewayangan, kebenaran sejati hanya datang dari Sang Hyang Tunggal (Tuhan).³⁴ Bagi masyarakat Jawa sendiri pengkajian kebenaran tidak semata-mata harus melalui indra batin. Rasio dan indra batin dalam bahasa Jawa disebut *cipta* dan *rasa*. Sering kali rasio terdesak kebelakang sehingga penilaian indra batinlah yang kadang-kadang memegang peranan utama. Maka tidak mengherankan kalau filsafat orang Jawa

³³ Ibid, hlm. 156.

³⁴ Sudharto, *Makna Simbolis dari Seni Pewayangan dalam Merumuskan Kembali Interrelasi Islam-Jawa* (Yogyakarta: Gama Media, 2004), hlm. 81.

ada kalanya berhasil menjelajahi alam irasional, alam diluar akal atau dunia mistik.³⁵

I. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menjawab pertanyaan yang bersifat “how” dengan menggunakan studi kasus. Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan penelitian berkenaan dengan “how” atau “why”, bila penelitian hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.³⁶

Penelitian ini merupakan studi kasus tunggal (desain kasus tunggal diselenggarakan sebagai pendahuluan bagi penelitian selanjutnya), dimana analisis dilakukan pada satu kasus saja yaitu *programming* tayangan wayang pada Jogja TV dibulan November 2007. Untuk menjawab permasalahan tersebut, digunakan studi kasus deskriptif-eksplanatoris. Studi kasus deskriptif karena memberikan gambaran yang mendetail tentang proses *programming*. Sedangkan studi kasus eksplanatoris untuk mendapatkan jawaban mengenai alasan-alasan yang berkait dengan *programming* tayangan wayang Jogja TV, seperti : mengapa memilih nilai budaya tertentu sebagai landasan program, dan menjadwalkan pada waktu tertentu serta evaluasi yang dijalankanya.

³⁵ Purwadi, op.cit, hlm. 181.

³⁶ Yin, *Studi Kasus: Desain dan Metode* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, rev. ed, 2002), hlm. 13.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di *head office* Jogja TV yang berlokasi di Jalan Wonosari Km. 9 Sendangtirto, Berbah, Sleman, Yogyakarta 55822. Daya jangkau siar Jogja TV : Power 10 KW dan Channel 48 UHF.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah *program director*, serta pihak-pihak yang terkait dalam memperoleh data.

b. Obyek Penelitian

Jogja TV dipilih sebagai obyek dalam penelitian ini, adapun secara spesifik obyek penelitian ini adalah :

- 1) *Programming* Jogja TV mengemas pentas wayang
- 2) Nilai-nilai lokal yang terkandung dalam pentas wayang.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Merupakan cara untuk menjelaskan dan menguraikan apa-apa yang telah lalu melalui sumber-sumber dokumen penting yang berkaitan dengan program yang penulis teliti, seperti *company profile* stasiun TV, *rundown* acara TV, dan sebagainya.

b. Observasi

Kegiatan penelitian yang bersifat formal dan informal di lokasi penelitian. Penelitian di lapangan dilaksanakan untuk mendapatkan

data-data yang mendetail tanpa mengganggu proses yang terjadi atau peneliti hanya berperan sebagai pengamat.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan topik penelitian, seperti *Program Director*/yang mewakili, *Public Relation* (PR), serta pihak-pihak terkait yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

Wawancara yang dilakukan sesuai *interview guide* maupun secara spontan berdasar pada kebutuhan penelitian di lapangan dengan tipe pertanyaan *open-ended*, dimana peneliti mengajukan pertanyaan kunci tentang fakta-fakta yang berkaitan dengan obyek penelitian.

5. Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan cara analisis deskriptif kualitatif, yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata untuk menjelaskan (*descrable*) fenomena ataupun data yang didapatkan. Data-data yang diperoleh dibaca, dikaji, dan diklasifikasikan berdasarkan jenisnya, selanjutnya data dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan yang kompeherensif. Hasil dari korelasi dengan teori kemudian disajikan dalam bentuk narasi agar mudah untuk dipahami.

Penelitian dengan metode deskriptif tidak melakukan pengujian hipotesis. Sehingga teknik analisa data yang digunakan adalah pengolahan data kualitatif. Dalam analisa data penelitian kualitatif tidak ada suatu cara yang baku mengaturnya, sehingga setiap peneliti akan memiliki cara yang berbeda. Namun

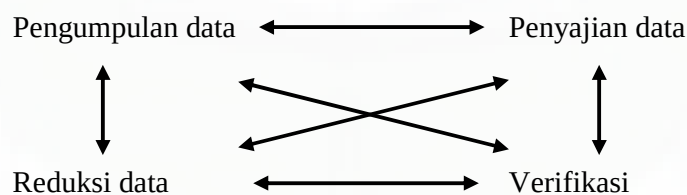
pada dasarnya analisa data dalam penelitian kualitatif adalah dengan cara menginterpretasikan data yang diperoleh dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori tertentu dengan baik dan selanjutnya ditarik sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut.

Analisa data dalam penelitian ini difokuskan pada programming Jogja TV mengemas nilai-nilai lokal pada program pentas wayang.

Menurut Mathew dan Michael, analisa data penelitian kualitatif dapat menggunakan model interaktif yang merupakan upaya berlanjut, berulang dan terus menerus,³⁷ sebagaimana diagram di bawah ini :

Diagram 1.1

Analisa Model Interaktif



Sumber : Miles dan Michael

Keterangan diagram sebagai berikut :

- a. Pengumpulan data sebagaimana yang dipaparkan penulis sebelumnya adalah upaya memperoleh data melalui kegiatan dokumentasi, studi pustaka, wawancara dan observasi.
- b. Reduksi data yaitu upaya menyeleksi data-data yang penting untuk laporan penulisan. laporan tersebut disusun lebih sistematis dan mudah dipahami.

³⁷ Mathew dan Michael, *Analisa Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Pres, 1992), hlm. 20.

- c. Verifikasi adalah pemeriksaan data, apakah sudah berkualitas atau tidak. Pemeriksaan data bisa ditempuh melalui teknik keabsahan data.
- d. Penyajian data yaitu melalui hasil yang sistematis sebagai laporan penelitian.

Dari gambaran analisa interaktif tersebut dapat dipahami bahwa analisa data kualitatif selalu terkait antar satu sama lain.

6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dilakukan sebagai upaya untuk mempertanggung-jawabkan penelitian kualitatif.³⁸ Ada empat kriteria teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keterangan, kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Tabel 1.1

Kriteria dan Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Kriteria	Teknik Pemeriksaan
Kepercayaan	➤ Perpanjangan keikutsertaan ➤ Ketekunan pengamatan ➤ Triangulasi ➤ Pengecekan sejawat ➤ Kecukupan referensial ➤ Kajian kasus negatif ➤ Pengecekan anggota
Keterangan	Uraian rinci
Kebergantungan	Audit kebergantungan
Kepastian	Audit kepastian

Sumber : Mathew dan Michael³⁹

³⁸ Ibid, hlm. 171.

³⁹ Ibid, hlm. 175.

Penulis menggunakan teknik triangulasi sebagai pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini.

Trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

Ada empat macam trianggulasi yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

- a.** Penggunaan sumber dapat dicapai dengan perbandingan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
- b.** Penggunaan metode dapat ditempuh dengan cara pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dari beberapa teknik pengumpulan data.
- c.** Penggunaan penyidik dengan jalan memanfaatkan peneliti lain untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data, atau dengan cara membandingkan hasil penelitian dengan peneliti yang lain.
- d.** Penggunaan teori adalah dilakukan dengan cara memikirkan kemungkinan-kemungkinan secara logis berdasarkan teori yang menunjang temuan data.

BAB IV

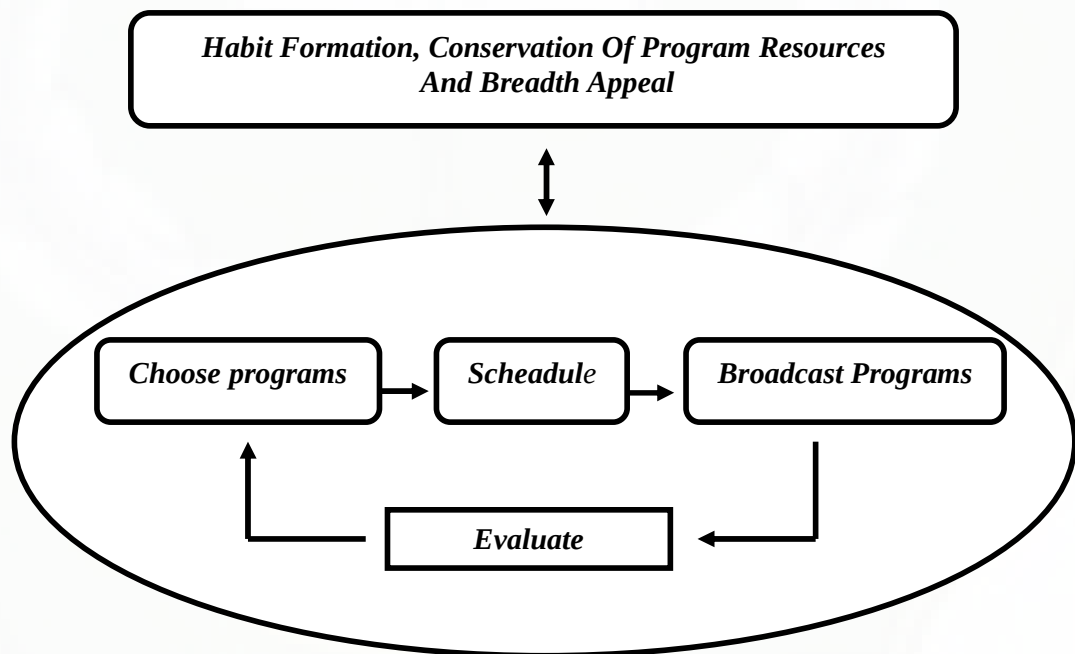
PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. *Programming* Wayang Jogja TV

Programming TV merupakan landasan dalam menampilkan program-programnya. *Programming* berkaitan dengan strategi Jogja TV memilih, menyeleksi program sesuai dengan target *audiens*-nya, kemudian menjadwalkan dan mengevaluasi program.

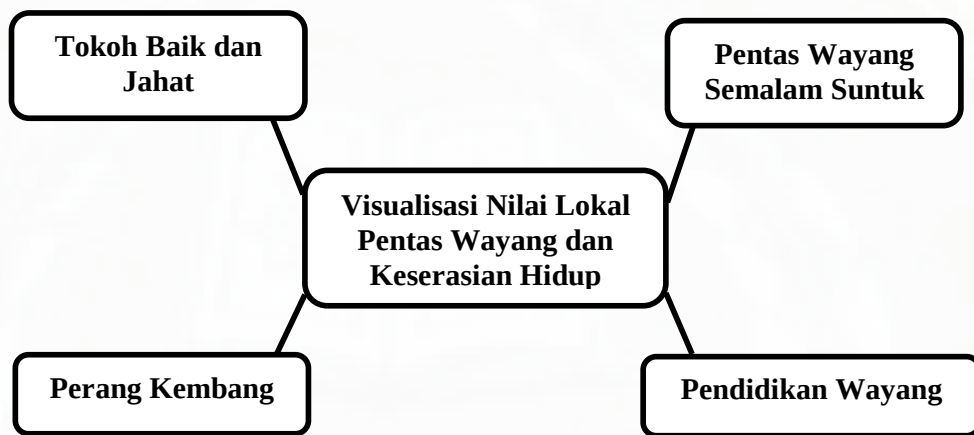
Setelah mengetahui *programming* wayang Jogja TV secara garis besar, maka dapat disimpulkan dalam sebuah skema berikut :



Programming tayangan wayang Jogja TV pada dasarnya menselaraskan dua hal yakni: konsep modern yang disesuaikan dengan konsep tradisi

masyarakat Jawa. Dengan kata lain bahwa, penayangan seni wayang kulit (tradisi adiluhung Jawa) bisa dipadukan dengan teknologi modern, menyajikan secara langsung (*live*) melalui media TV, sehingga mampu meraih khalayak lebih banyak.

2. Kemasan Nilai Lokal Dalam Program Wayang



Keeksistensian tayangan kemasan program wayang hingga saat ini merupakan salah satu bukti upaya pelestarian budaya, dimana tanggung jawab Jogja TV sebagai TV lokal berbasis tradisi mampu mengaplikasikan teknologi tanpa mengesampingkan tradisi adiluhung. Mengingat pentas wayang pada hakikatnya merupakan sumber nilai-nilai budaya *adiluhung* dan sumber filosofi hidup bagi orang Jawa khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Pentas wayang juga merupakan salah satu wahana atau alat pendidikan watak yang baik bagi masyarakat, sehingga muncul anggapan bahwa wayang merupakan pelajaran yang efektif guna

mewujudkan keserasian hidup, yakni dengan teraplikasikannya nilai-nilai lokal Jawa (hormat dan rukun).

B. SARAN

Dengan segala keterbatasan, bahwa penulis adalah manusia biasa. Namun demikian, penulis berusaha untuk dapat memberikan sedikit saran yang terbaik bagi Jogja TV.

1. Akan lebih baik jika kedepan, *programming* yang dilakukan mampu memberikan identitas yang betul-betul khas bagi Jogja TV dan tidak sekedar mengikuti program yang populer. Dengan semakin banyaknya stasiun TV lokal yang muncul kekhasan ini sangat diperlukan. Pemberian fokus pada masing-masing kategori program merupakan salah satu solusinya.
2. Agar Jogja TV tetap jeli dalam mempersiapkan materi acara program yang sesuai dengan citra lokal yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Jangan sampai aspek komersial menjadi alasan utama penentuan layak tidaknya sebuah program untuk di tayangkan kepada masyarakat. Mengingat pola perilaku menonton masyarakat yang sudah terbiasa dengan tayangan TV standar nasional, yang memiliki kualitas suara dan gambar yang bersih dengan tampilan lebih modern.
3. Masyarakat Jogja atau khalayak Jogja TV cenderung bersifat permisif terhadap Jogja TV. Mereka beranggapan bahwa Jogja TV sebagai salah satu institusi media yang mampu dan mau untuk mengangkat nilai-nilai

lokal setempat. Dengan demikian permisifnya khalayak tersebut sudah sepatutnya Jogja TV melakukan *reward* melalui program-programnya yang tidak semata-mata mengejar keuntungan.

4. Reputasi dan *image* Jogja TV yang sudah ada selama ini jangan sampai tergadai. Mengingat *Image* sebagai saluran tradisi tiada henti yang sudah melekat, yang mana hal tersebut tidak mudah dimiliki oleh TV lokal lainnya di era persaingan yang makin ketat ini. *Business is business*, tapi idealisme harus tetap dimiliki. **Sukses Jogja TV.**

C. KATA PENUTUP

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik serta karuniaNya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat penulis selesaikan. Tidak lupa ucapan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini, tanpa ada bantuan yang diberikan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu saran, kritik, dan masukan yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan. Semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat khususnya bagi penyusun dan orang lain pada umumnya.

Akhirnya hanya kepada Allah jualah segala urusan kita kembalikan. Kepadanya kita berserah diri dan memohon ampunan, semoga kita termasuk umat yang tidak merugi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aep Kusnawan. *Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Bandung: Benang merah press. 2004
- A. Muis. *Komunikasi Islam: Pertelevision yang Religius*. Bandung: Rosdakarya. 2001
- Anasom. Sudarto dkk. *Merumuskan kembali Interelasi Islam Jawa*. Yogyakarta: Gama Media. 2004
- Ashadi Siregar dalam Deddy Mulyana dan Idi Subandy Ibrahim. *Bercinta dengan Televisi: Televisi dan Nilai-Nilai Sosial dalam Masyarakat*. Bandung: Rosda Karya. 1997
- Britner. Johan R. *Broadcasting and Telecommunication*. An Introduction (Third Edition). New Jersey: Prentice Hall. 1991
- David Croteau and William Hoynes. *Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. Sage Publication-Inc. 2001
- Deddy Mulyana dan Jalaludin Rakhmat. *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2003
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. ed. 2. Jakarta: Balai Pustaka. 1994
- Dominick. Joseph R. *The Dynamics of Mass Communication*. (Third Edition), Boston : Mc Graw-Hill. 1990
- Eastman. Susan T. Klein. L and Head. W. *Broadcast Cable Programming*. California: Wodsworth publishing Company. 1985
- Ferguson. Douglas A and Eastman. Susan T. *Broadcast Cable Programming: 5th Eds*. California: Wadsworth Publishing Company. 2000
- Franz Magnis Suseno. *Etika Jawa*. Jakarta: PT Gramedia. 1988
- Hazim Amir. *Nilai-Nilai Etis Dalam Wayang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Atropologi*. Jakarta: Aksara Baru. 1983

- Koentjaraningrat. *Pembangunan Ekonomi di Indonesia: Rintangan-Rintangan Mental*. Jakarta: Bhratara. 1969
- Kuswandi. Wawan. Drs. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 1996
- Lull. James.. *Media Komunikasi Kebudayaan*. Jakarta: yayasan Obor Indonesia. 1998
- Muhammad Sulton. *Desain Ilmu Dakwah: Menjawab Tantangan Zaman*. Semarang: Pustaka Pelajar. 2003
- Usman AB. *Fenomena Akulturasi Budaya Lokal dan Islam Universal*. Yogyakarta, Gama Media:2004
- Purwadi. *Dakwah Sunan Kalijaga: Penyebaran Agama Islam di Jawa Berbasis Kultura*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005
- Saifuddin Aswar. *Sikap Manusia. Teori dan Pengukurannya*. ed. II. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995
- Sartono Kartodirjo. *Pembangunan Masyarakat Indonesia: Kedudukan dan Peranan Sistem Gotong Royong*. Yogyakarta: Lembaga Studi Pedesaan dan Kawasan UGM. 1978
- Sunardian Wirodono. *Matikan TV-Mu: Teror Media Televisi di Indonesia!*. Yogyakarta: Resist Book. 2006
- Vane. Edwin T. and Gross. Lyne S. *Programming for TV Radio and Cable*. Washington: Butter-wort-Hinneman. 1994
- Yin. Robert K. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. rev. ed: Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003

Website

www.google.com. Arly Budiono. “Globalisasi & Pengembangan kesenian Rakyat Suatu Penghampiran Awal”.

www.jogjatv.com

www.tvconsulto.com. Wardi Wahid. “Sekilas TV Programming dan TV Lokal”.

Skripsi

- Aji Priambodo. 1997. *Proses Pemrograman dan Representasi Identitas Stasiun Televisi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.
- Heri Sunaryanto. 2004. *TV Komersial Lokal dan Kapitalisme: studi kasus kebijakan programming Bali TV*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.
- Tri Sulistyaningsih Astuti. 2001. *TV Lokal Komersial di Yogyakarta: Studi Diskriptif Pendirian TV Lokal Komersial*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.
- Wiwin Siskawati. 1999. *Kebijakan programming Olah Raga TV RCTI tahun 2002-2003*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.



LAMPIRAN

Interview Guide

1. Apa konsep dasar yang digunakan dalam *programming* Jogja TV sebagai TV lokal? Mengapa?
2. Bagaimana dengan konsep *programming* wayang?
3. Jenis Wayang apa yang menjadi pilihan Jogja TV? Mengapa? Dan siapakah khalayak program tersebut?
4. Sedikit kilas balik, bagaimana perjalanan program wayang sebagai salah satu program Jogja TV?
5. Bagaimana peliputan program wayang?
6. Atas dasar pertimbangan apa saja sehingga dapat muncul program wayang?
7. Bagaimana dengan tujuan ditayangkannya program wayang?
8. Bagaimana diskripsi prosedur pemilihan tema wayang guna melayani kebutuhan masyarakat?
9. Bagaimana diskripsi prosedur pola waktu siaran program wayang?
10. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan penjadwalan program wayang?
11. Bagaimana diskripsi prosedur evaluasi program wayang?
12. Dalam bentuk apa penilaian mutu program wayang dilakukan (laporan tertulis, inspeksi visual, rekaman siaran)?
13. Berapa kali penilaian tersebut dilakukan?
14. Bagaimana *programmer* memaknai kemasan nilai-nilai lokal (budaya Jawa) dalam program wayang tersebut?
15. Bagaimana visualisasi dari kemasan nilai-nilai lokal tersebut dalam program wayang?

R A T E C A R D

NO	JENIS IKLAN	DURASI / WIB	BIAYA AIRTIME
1	SPOT 30" STILL STORE 30"	18.30 - 22.00	Rp 400.000,-/spot
		17.00 - 18.30	Rp 300.000,-/spot
		22.00 - 24.00	
		13.00 - 17.00	Rp 150.000,-/spot
		06.00 - 13.00	Rp 100.000,-/spot
2	ICON / SUPER IMPOSE	10"	Rp 100.000,-
3	PSA	30"	Rp 200.000,-
4	RUNNING TEXT a. Commercial b. Non Commercial		Rp 400.000,-
			Rp 250.000,-
5	FILLER	2'	Rp 300.000,-
6	STEELE TEXT	10"	Rp 100.000,-

NO	JENIS PROGRAM	DURASI / WIB	BIAYA AIRTIME
1	DIALOG INTERAKTIF a. Dialog Interaktif b. Blocking Time	60'	Rp 5.000.000,-
		20.30 - 21.30	
		17.00 - 18.00	Rp 10.000.000,-
		20.30 - 21.30	Rp 15.000.000,-
2	PENGobatan ALTERNATIF	20.30 - 21.30	Rp 3.000.000,-
3	BLOCKING TIME a. Prime Time b. Silver c. Continue: Prime Time Silver	19.00 - 22.00	Rp 15.000.000,-
		06.00 - 18.00	Rp 10.000.000,-
		19.00 - 22.00	Rp 7.000.000,-
		06.00 - 18.00	Rp 5.000.000,-
4	PROGRAM JOGJA TV	30'	Rp 3.000.000,-
5	NEWS Seputar Jogja/Berita Pagi/Berita Malam	1'45"	Rp 500.000,-
6	VIDEO KLIP	3'	Rp 200.000,-/tyg
7	QUIZ a. Prime Time b. Silver	5'	Rp 1.500.000,-/eps
		19.00 - 22.00	
		06.00 - 18.00	Rp 1.000.000,-/eps
8	LIPUTAN KHUSUS a. Commercial	5'	Rp 1.500.000,-
		10'	Rp 3.000.000,-
		15'	Rp 4.500.000,-
	b. Non Commercial	5'	Rp 1.000.000,-
		10'	Rp 2.000.000,-
		15'	Rp 3.000.000,-
9	PROPERTI PROGRAM a. Round Table & Kursi b. Musik Elekton c. Home Band d. Backdrop		Rp 500.000,-
			Rp 1.000.000,-
			Rp 1.500.000,-
			Rp 600.000,-

Coverage Area :

Wil. DIY (Jogja, Sleman, Bantul, Gunung Kidul, Kulonprogo)
Wil. Surakarta (Boyolali, Wonogiri, Klaten, Solo, Karanganyar, Sragen)
Wil. Kedu (Magelang, Parakan, Temanggung, Purworejo, Kutoarjo)
Wonosobo, Kebumen, Cilacap

Note :

- Harga belum t
- Harga belum t
- Harga berdas:
Rate 60" = 2 x
Rate 45" = 1.5
Rate 15" = 0.6

Rekening Jogja TV :

Bank Ekonomi Cab. Jl.Mangkubumi Jakarta, Acc.no 8101862845 a.n PT.Yogyakarta Tugu Televisi

NOMINATOR CAKRAM AWARD 2006 KATEGORI : TELEVISI LO



RUNDO WN ACARA " JOGJA TV " - September 2007 (Revisi 1)

(Berlaku Mulai 1 September s/d 12 September 2007)

JAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUM'AT	SABTU	MINGGU	JAM	RATE
5:50				CALL STATION				5:50	SILVER 2
06:00				SEKOLAH ALAM				06:00	
6:30				LINTAS MANCANEGERA PAGI			* GUYON MATON	6:30	
7:00				BERITA PAGI				7:00	
7:30				M FILE CHATTING			KOPI PAGI	7:30	
8:00				GOOD MORNING JOGJA				8:00	
8:30				PERNAK PERNIK DUNIA				8:30	
9:00				FILM SERIAL BRHAMA WISHNU MAHESH			KITA HARUS TAHU	9:00	
9:30				GOODRIL - LIVE			M FILE CAMPURSARI	9:30	
10:00							RUMAHKU ISTANAKU	10:00	
10:30				M FILE CHATTING		MUTIARA NUSANTARA	GALERI MODE	10:30	
11:00				YO NGIKLAN				11:00	SILVER 1
11:30				ROLASAN - LIVE		MOZAIK NUSANTARA	ROLASAN - LIVE	11:30	
12:00						CHATT & GAME	BECAK - LIVE	12:00	
12:30				DIALOG 30 MENIT			ICIP ICIP	12:30	
13:00				JOGJA NYASAR - LIVE			PENTAS CERIA	13:00	
13:30							CAPING	13:30	
14:00							ZODIAK	14:00	
14:30				* SEKOLAH ALAM - Ulangan				14:30	
15:00	THE HAPPY HOLY KIDS - Kartun Anak			FILM ANAK - MAJA THE BEE			TRAVELLING AROUND YK	15:00	
15:30	PUSAKA JOGJA - Ulangan	ORKES SORE / FORUM BISNIS - LIVE	JAVA EKSOTIK	WINASIS / ANALOG - LIVE	PENGobatan ALTERNATIF - LIVE	KLINIK CANTIK - LIVE	KAMPUNG HALAMANKU	15:30	
16:00	BIOGRAFI		JUST FOR LAUGHS				THE PLANET ANIMALS	16:00	
16:30				LANGEN LARAS			DENDANG YUK - LIVE	16:30	GOLD 2
17:00	KLITHIKAN	PROFIL BISNIS		WARTA NUSANTARA		SEKRING	JOGJA SPORT	17:00	
17:30	SAMBUNG RASA - LIVE	SILATURAHMI - LIVE	DUNIA OLAH RAGA / TOPIK PERS - LIVE	PENGobatan ALTERNATIF JEJE - LIVE	TOPIK PERS / DIALOG INTERAKTIF - LIVE	BOX OFFICE AMERICA	JAZZY CORNER	17:30	
18:00	HAMEMAYU	EMPU	FOTOFIL	MG	GUDEG YU IMAH	NDONGENG	KETHOPRAK	18:00	
18:30				SEPUTAR JOGJA				18:30	
19:00	JELAJAH KAMPUS	BLUSUKAN	DUNIA SASTRA	ADILUHUNG	DINIA PENDIDIKAN	ANAK KOST	EKSPRESI MUDA JOGJA	19:00	GOLD 1
19:30				PAWARTOS NGAYOGYAKARTA				19:30	
20:00				LINTAS MANCANEGERA MALAM				20:00	
20:30	METAFISIS / POCUNG - LIVE	KIDUNG MEMORY / PENGobatan - LIVE	PROJOTAMANSARI - LIVE	KLINONG - KLINONG CAMPURSARI - LIVE	DIALOG / PENGobatan - LIVE	TAMU KABARE	DOKTER KITA - LIVE	20:30	
21:30	JENDELA PUSTAKA	TEKAD						21:30	
22:00				SULUH INDONESIA		INYONG SIARAN (LIVE)	ROLL	22:00	GOLD 2
22:30				BERITA MALAM			DAGELAN / SERANDULAN	22:30	
23:00				WAYANG				23:00	
00:00				RAYUAN PULAU KELAPA				00:00	

Hari SABTU Tgl 1 September 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG HANDICRAFT
 Hari MINGGU Tgl 2 September 2007 Jam 22.00 - 23.00 WIB dipakai untuk acara GUYONAN BERINGHARJO
 Hari SENIN Tgl 3 September 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara SABDATAMA
 Hari SELASA Tgl 4 September 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara KIDUNG MEMORY
 Hari SELASA Tgl 4 September 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara FORUM BISNIS
 Hari RABU Tgl 5 September 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF BID KOTA
 Hari KAMIS Tgl 6 September 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara WINASIS
 Hari JUM'AT Tgl 7 September 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara KLINIK AKUPUNTUR
 Hari JUM'AT Tgl 7 September 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF
 Hari JUM'AT Tgl 7 September 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara HIKMAH SEJATI

 Hari SABTU Tgl 8 September 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara PENGOBATAN KUSADI (BALI TV)
 Hari MINGGU Tgl 9 September 2007 Jam 21.00 - selesai WIB dipakai untuk acara WAYANG LIVE RRI
 Hari SENIN Tgl 10 September 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara METAFISIS
 Hari SENIN Tgl 10 September 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF
 Hari SELASA 11 September 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG PEMKAB GUNUNG KIDUL
 Hari SELASA 11 September 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara ORKES SORE
 Hari SELASA 11 September 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara PENGOBATAN APITERAPHY
 Hari RABU Tgl 12 September 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara TOPIK PERS
 Hari RABU Tgl 12 September 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DUNIA OLAH RAGA



RUNDOWN ACARA " JOGJA TV " - NOVEMBER 2007 (Berlaku Mulai 1 November 2007)

JAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUM'AT	SABTU	MINGGU	JAM	RATE
5:50				CALL STATION				1:50	SILVER 2
5:55				MARS INDONESIA RAYA				1:55	
6:00				SEKOLAH ALAM				6:00	
6:30				LINTAS MANCANEGERA PAGI			* GUYON MATON	6:30	
7:00				BERITA PAGI				7:00	
7:30				M FILE CHATTING			KOPI PAGI	7:30	
8:00				GOOD MORNING JOGJA				8:00	
8:30				PERNAK PERNIK DUNIA				8:30	
9:00				FILM SERIAL BRAHMA WISHNU MAHESH			M FILE CHATTING	9:00	
9:30							LET'S SPEAK ENGLISH	9:30	
10:00				GOODRIL - LIVE			ARUPADHATU	10:00	
10:30				M FILE CHATTING			MUTIARA NUSANTARA	10:30	
11:00				YO NGIKLAN.....				11:00	
11:30				ROLASAN - LIVE	MOZAIK NUSANTARA	ROLASAN - LIVE	* ADILUHUNG	11:30	
12:00					CHATT & GAME		BOX OFFICE AMERICA	12:00	SILVER 1
12:30				DIALOG 30 MENIT		BIOGRAFI	PENTAS CERIA	12:30	
13:00				JOGJA NYASAR - LIVE			CAPING	13:00	
13:30							ZODIAK	13:30	
14:00				* SEKOLAH ALAM - Ulangan				14:00	
14:30	THE HAPPY HOLY KIDS - Kartun Anak			FILM ANAK - MAJA THE BEE			TRAVELLING AROUND YK	14:30	
15:00	* PUSAKA JOGJA	ORKES SORE / FORUM BISNIS - LIVE	ROLL	WINASIS / ANALOG - LIVE	PENGobatan ALTERNATIF - LIVE	KLINIK CANTIK - LIVE	KAMPUNG HALAMANKU	15:00	
15:30	DUNIA SASTRA		JUST FOR LAUGHS				THE PLANET ANIMALS	15:30	
16:00		LANGEN LARAS		MACAPAT / GEGURITAN (MG)		LANGEN LARAS	DENDANG YUK - LIVE	16:00	
16:30	TEKAD	PROFIL BISNIS		ICIP ICIP		SEKRING		16:30	
17:00	SAMBUNG RASA - LIVE	SILATURAHMI - LIVE	DUNIA OLAH RAGA / TOPIK PERS - LIVE	LESEHAN SPESIAL - LIVE	TOPIK PERS / DIALOG INTERAKTIF - LIVE	ENTREPRENEUR - LIVE	JOGJA SPORT	17:00	GOLD 2
17:30							JAZZY CORNER	17:30	
18:00	HAMEMAYU	EMPU	FOTO FILE	GALERI MODE	DUNIA PENDIDIKAN	NDONGENG	KETHOPRAK	18:00	
18:30				SEPUTAR JOGJA				18:30	GOLD 1
19:00	JELAJAH KAMPUS	PAWARTOS	BLUSUKAN	ADILUHUNG	FORUM REKTOR	PESONA WISATA	EKSPRESI MUDA JOGJA	19:00	
19:30	PAWARTOS				PAWARTOS NGAYOGYAKARTA			19:30	
20:00	LINTAS MANCANEGERA	RELAY TAMAN GABUSAN			LINTAS MANCANEGERA			20:00	
20:30	METAFISIS / POCUNG - LIVE		PROJOTAMANSARI - LIVE	KLINONG2 CAMPURSARI - LIVE	DIALOG / PENGobatan - LIVE	TAMU KABARE	DOKTER KITA - LIVE	20:30	
21:00		KIDUNG / PENGobatan						21:00	
21:30	KLITHIKAN				INYONG SIARAN		JENDELA PUSTAKA	21:30	
22:00				SULUH INDONESIA			DAGELAN / SERANDULAN	22:00	GOLD 2
22:30				BERITA MALAM				22:30	
23:00				WAYANG				23:00	
0:00				RAYUAN PULAU KELAPA				0:00	

Hari KAMIS Tgl 1 November 2007 Jam 16.30 - 17.00 WIB dipakai untuk acara WARTA NUSANTARA SUNDA
 Hari KAMIS Tgl 1 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF
 Hari SENIN Tgl 12 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara PENGobatan AKAR PINANG
 Hari JUM'AT Tgl 30 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF BKKBN
 Hari JUM'AT Tgl 9 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF

Hari SENIN Tgl 26 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF BPID
 Hari SENIN Tgl 12 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara SABDATAMA
 Hari SENIN Tgl 5 & 19 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara METAFISIS
 Hari SELASA Tgl 6 & 20 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara ORKES SORE
 Hari SELASA Tgl 13 & 27 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara FORUM BISNIS

Hari SELASA Tgl 13 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF
 Hari JUM'AT Tgl 9 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara PENGobatan ATFG - 8
 Hari JUM'AT Tgl 2 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara HIKMAH SEJATI
 Hari JUM'AT Tgl 2 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara AKUPUNTUR HERBAL
 Hari SELASA Tgl 20 November 2007 Jam 21.00 - 22.00 WIB dipakai untuk acara PAK ROBERT
 Hari JUM'AT Tgl 16 & 23 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara KI PUGER
 Hari SABTU Tgl 24 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara GELORA PENDIDIKAN
 Hari SELASA Tgl 27 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara PARLEMENTARIA
 Hari SENIN Tgl 26 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG TECHNOCLTURE
 Hari RABU Tgl 7 & 21 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara TOPIK PERS
 Hari RABU Tgl 14 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DUNIA OLAH RAGA
 Hari JUM'AT Tgl 2 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara TOPIK PERS
 Hari JUM'AT Tgl 9 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara PENGobatan AKUPRESUR IBU SITI
 Hari SABTU Tgl 17 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara WASKITA REIKI
 Hari RABU Tgl 28 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF GLOBAL

Hari SELASA Tgl 20 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG KULON PROGO
 Hari SELASA Tgl 6 & 27 November 2007 Jam 21.00 - 22.00 WIB dipakai untuk acara KIDUNG MEMORY
 Hari KAMIS Tgl 1 & 15 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara WINASIS
 Hari KAMIS Tgl 8, 22 & 29 November 2007 Jam 15.00 - 16.00 WIB dipakai untuk acara ANALOG
 Hari SABTU Tgl 10 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF
 Hari SELASA Tgl 6 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF GLOBAL
 Hari SELASA Tgl 13 November 2007 Jam 21.00 - 22.00 WIB dipakai untuk acara PENGobatan APITERAPHY
 Hari JUM'AT Tgl 16 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara PESTA RAKYAT (LIVE)
 Hari JUM'AT Tgl 30 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DEWA DEWI
 Hari KAMIS, JUM'AT, SABTU Tgl 15, 16 & 17 November 2007 Jam 20.30 - 22.30 WIB dipakai untuk acara PESTA RAKYAT
 Hari JUM'AT Tgl 16 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara TOPIK PERS
 Hari JUM'AT Tgl 23 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara TOPIK PERS
 Hari JUM'AT Tgl 30 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara PENGobatan H. YAHYA
 Hari RABU Tgl 14 November 2007 Jam 17.00 - 18.00 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF GLOBAL
 Hari JUM'AT 23 November 2007 Jam 20.30 - 21.30 WIB dipakai untuk acara DIALOG INTERAKTIF DINKES



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
(BAPPEDA)

Alamat : Jl. Parasamya No. 1 Beran, Tridadi, Sleman 55511
Telp. & Fax. (0274) 868800 e-mail : bappeda@slemankab.go.id

SURAT IZIN

Nomor : 070 / Bappeda / 1765 / 2007

**TENTANG
PENELITIAN**

KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

- Dasar : Keputusan Bupati Sleman Nomor : 55/Kep.KDH/A/2003 tentang Izin Kuliah Kerja Nyata, Praktek Kerja Lapangan dan Penelitian.
Menunjuk : Surat dari an. Dekan, Pembantu Dekan I Fak. Dakwah UIN "SUKA" Yogyakarta Nomor: UIN/2/PD I/TL.01.1/175/2007 Tanggal: 11 September 2007. Hal: Permohonan Izin Penelitian.

MENGIZINKAN :

- Kepada :
Nama : **CHALWA ANJUMI TANAUWAR**
No. Mhs/NIM/NIP/NIK : 02211284
Program/Tingkat : S1
Instansi/Perguruan Tinggi : UIN "SUKA" Yogyakarta
Alamat Instansi/Perguruan Tinggi : Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta
Alamat Rumah : Jl. Raya Ploso Kuning III No. 43 Minomartani Ngaglik Sleman
No. Telp / Hp : 08175422411
Untuk : Mengadakan penelitian dengan judul:
"PROGRAMMING JOGJA TV MENGEMAS NILAI-NILAI LOKAL"
Lokasi : Jogja TV
Waktu : Selama 3 (tiga) bulan mulai tanggal : 30 Oktober 2007 s/d 30 Januari 2008.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Wajib melapor diri kepada pejabat pemerintah setempat (Camat/ Lurah Desa) atau kepala instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.
3. Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian sebanyak 1 (satu) eksemplar kepada Bupati melalui kepala Bappeda.
4. Izin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.
5. Izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.

Demikian izin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/ non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

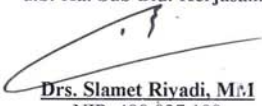
Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di : Sleman
Pada Tanggal : 30 Oktober 2007

Tembusan Kepada Yth :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan)
2. Ka. Dinas Pol. PP. Dan Tibmas Kab. Sleman
3. Ka. Kant. Telematika Kab. Sleman
4. Ka. Bag. Humas Setda Kab. Sleman
5. Camat Kec. Berbah
6. Lurah Desa Sendangtirto
7. Dir. Jogja TV, Jl. Wonosari Km 9
8. Dekan Fak. Dakwah-UIN "SUKA" Yogyakarta
9. Peringgal.

A.n. Kepala BAPPEDA Kab. Sleman
Ka. Bidang Teknologi & Kerjasama
u.b. Ka. Sub Bid. Kerjasama


Drs. Slamet Riyadi, M.I
NIP. 490 027 188



SURAT KETERANGAN

Nomor: 005/KP/SDM-JOTV/I/2008

Dengan ini kami menerangkan bahwa yang tercantum di bawah ini :

Nama : Chalwa Anjumi Tanauwar
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
NIM : 02211284

Yang bersangkutan telah melaksanakan Riset untuk skripsi di PT Yogyakarta Tugu Televisi (Jogja TV) dari tanggal 1 Desember 2007 sampai dengan 31 Januari 2008 dengan judul Programming Jogja TV Mengemas Nilai-Nilai Lokal.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk melengkapi syarat perkuliahan.

Yogyakarta, 31 Januari 2008

PT Yogyakarta Tugu Televisi

Herlina Noor Wulandari
SDM

Tembusan :
- Dekan Fakultas Dakwah
- Ketua Jurusan KPI
- Arsip

PT. YOGYAKARTA TUGU TELEVISI

Studio : Jl. Wonosari Km. 9 Sendang Tirta
Berbah, Sleman, Yogyakarta
Telp. : 0274 - 451900, 7488899
Fax. : 0274 - 451800

Marketing : Jl. P. Mangkubumi No. 105 Yogyakarta
Telp/Fax. : (0274) 560686

www.jogjatv.tv

KARTU KONSULTASI

No: UIN/WKAJUR/KPI/298/KPI/III/07

Judul Skripsi :

TELEVISI KOMERSIAL LOKAL (STUDI PROGRAMMING
JOGJA TV MENGEMAS NILAI-NILAI LOKAL)

Nama : **CHALWA ANJUMI TANAUWAR**
NIM : **02211284**
0Fakultas/Jurusan : **Dakwah/KPI**
Pembimbing 1 : **DR. H. AKHMAD RIFA'I, M.Phil**
Pembimbing 2 :
Alamat : **JL. RAYA PLOSOKUNING III NO. 43 MINOMARTANI YOGYAKARTA**

Batas Akhir Studi :

	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Konsultasi	Ket.
	Tgl. 2-04-07	Tgl. 14-04-07	Tgl. 1-05-07	Tgl. 10-05-07	Tgl. 12-11-07	Tgl. 21-01-08	
Pembimbing	Tgl. 12-03-08	Tgl. 20-03-08	Tgl.	Tgl.	Tgl.	Tgl.	

FREKUENSI MENGIKUTI SEMINAR TOPIK SDR. : CHALWA ANJUMI TANAUWAR

No.	Hari Tanggal Seminar	Yang Seminar Nama/NIM	Penyaji Peserta Pembahas	Nama serta Tandatangan Ketua Sidang
1	Selasa, 17 April 2007	Sadisatu Pitnani / 02210942	Peserta	
2	Selasa, 17 April 2007	Paul Maslim / 02210973	Peserta	
3	Rabu, 18 April 2007	Nur Amanina / 03210047	Peserta	
4	Rabu, 25 April 2007	Usman H / 03210050	Peserta	
5	Rabu, 20 Mei 2007	Chalwa A.T / 02211284	Penyaji	
6	Selasa, 3 Juli 2007	Chairul Fadli / 03210883	Pembahas	

Yogyakarta, 5 MARET 2007

PEMEGANG KARTU

CHALWA ANJUMI TANAUWAR

a.n. Dekan
Ketua Jurusan KPI

DR. H. AKHMAD RIFA'I, M.Phil
NIP.150228371

KETERANGAN :

Telah terdaftar sebagai mahasiswa

1. Setiap konsultasi harap membawa kartu untuk dimintakan tandatangan Pembimbing
2. Bila mahasiswa cuti tidak bisa konsultasi
3. Kartu ini merupakan syarat untuk mendaftarkan Seminar/ujian Munawar Syah Skripsi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Chalwa Anjumi Tanauwar, S.Sos.I.
Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta, 21 Juli 1984
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Asli : Jl. Raya Plosokuning 3 No 43 Minomartani
Sleman Yogyakarta
Alamat Sekarang : Jl. Raya Plosokuning 3 No 43 Minomartani
Sleman Yogyakarta

Data Orang Tua / Wali

Nama Ayah : Drs. H. Aliy As'ad M.M
Nama Ibu : Hj. RR. Siti Nuroniyah
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Raya Plosokuning 3 No 43 Minomartani
Sleman Yogyakarta

Latar Belakang Pendidikan

1989 – 1990 : TK Minomartani I Sleman Yogyakarta
1990 – 1996 : SDN Karangjati Yogyakarta
1996 – 1999 : SMPN 3 Ngaklik Sleman Yogyakarta
1999 – 2002 : MAN 1 Yogyakarta
2002 – 2008 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
S1 Fakultas Dakwah
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam