

MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA KOPI JOSS DI JOGJA TV



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh:

Dina Nakita

NIM 19102010047

Dosen Pembimbing:

Seiren Ikhtiara, M.A.

NIP: 199106112019032027

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2023

MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA KOPI JOSS DI JOGJA TV



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh:

Dina Nakita

NIM 19102010047

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Dosen Pembimbing:

Seiren Ikhtiara, M.A.

NIP: 199106112019032027

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1415/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA KOPI JOSS DI JOGJA TV

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DINA NAKITA
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010047
Telah diujikan pada : Kamis, 20 Juli 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Seiren Ikhtiar, M.A.
SIGNED

Valid ID: 64e49cef18278



Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 64bdc3361558d



Penguji II

Dra. Anisah Indriati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 64e35672ef1dc



Yogyakarta, 20 Juli 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64e81035688ea

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FALKUTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Nakita
NIM : 19102010047
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini dengan judul "MANAJEMEN PROGRAM ACARA KOPI JOSS DI JOGJA TV" adalah asli hasil penelitian peneliti sendiri dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Harap maklum adanya. Terimakasih

Yogyakarta, 07 Juli 2023

Yang menyatakan



Dina Nakita
NIM 19102010047

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FALKUTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Dakwah Dan Kumunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Di yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk , dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka Kami selaku Pembimbing berpendapat bahwa Skripsi saudara :

Nama : Dina Nakita
NIM : 19102010047
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Proposal : Manajemen Produksi Program Acara Kopi Joss di Jogja TV

Telah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (Bagian Pelayanan Seminar dan Munaqasyah).

Dengan ini Kami mengharap agar Skripsi tersebut di atas dapat segera disidangkan, Atas perhatiannya Kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 13 Juli 2023

Mengetahui

Ketua Jurusan

Pembimbing


Nanang Mizwan H. S.Sos., M.Si.
NIP. 19840307 201101 1 013


Seiren Ikhtiar M.A.
NIP. 19910611201903 2 027

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FALKUTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Nakita
Tempat Tanggal Lahir : 28 Mei 2001
NIM : 19102010047
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Ds. Nglempongsari, kel. Sariharjo, kec. Ngaglik, Kab. Sleman,
Prov. Yogyakarta
No Telpon : 083154913445

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pas foto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggungjawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 07 Juli 2023

Yang menyatakan



Dina Nakita
NIM 19102010047

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

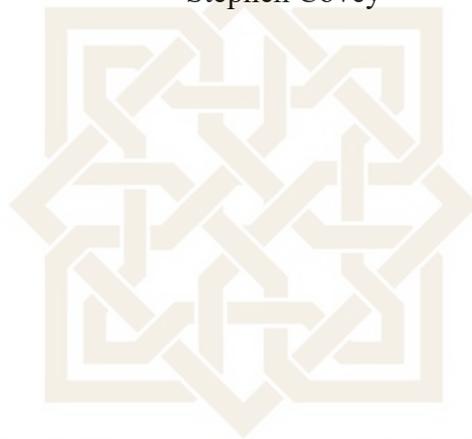
Kedua orang tua penulis yakni, bapak Subardi dan Ibu Sunarti. Terimakasih atas segala kasih sayang dan dukungan yang senantiasa diberikan untuk penulis.



MOTTO

Manajemen adalah keefektifan dalam menaiki tangga kesuksesan; Kepemimpinan menentukan apakah tangga tersebut bersandar pada tembok yang kokoh.

Stephen Covey



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin yang berjudul “ Manajemen Produksi Program Acara Kopi Joss di Jogja TV “. Tidak lupa sholawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing dari jalan kegelapan menuju ke jalan yang terang benderag seperti sekarang ini.

Sejak memulai penyusunan skripsi ini, tentu terdapat hambatan dan rintangan yang dilalui. Meskipun demikian, dengan terselesainya skripsi ini membuktikan bahwa banyak pihak yang tak lepas memberikan Ddoa, dukungan, dan motivasi kepada penulis, Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, MA., selaku rektor UIN Sunan Kalijaga
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan komunikasi
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.si, Selaku Kepala Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga
4. Ibu Seiren Ikhtiar, MA., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis
5. Ibu Dra. Anisah Indriati, M. Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memotivasi dan mengarahkan kepada penulis
6. Seluruh Dosen dan karyawan UIN Sunan Kalijaga khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membekali ilmu sehingga penulis mendapatkan banyak wawasan baru, Semoga dengan ini penulis dapat melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.
7. Ibu Satria Dewi, Bapak Prasetyo Agung, Bapak Timbul, Mas Bagas, Mas Kris, dan Kang Tedjo yang telah memberikan informasi terhadap penelitian penulis

8. Keluarga penulis Bapak Subardi dan Ibu Sunarti , Dimas Gardi, Dirga Purnadi dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada Penulis
9. Teman-teman seperjuangan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam 2019 yang telah berjuang dan menjadi teman baik.
10. Padukuhan Watugajah, Teman-teman KKN 108 kelompok 114 yang sudah memberikan pembelajaran kehidupan. Semoga keberkahan dan kemudahan selalu menyertai kalian.
11. Terakhir, terimakasih keada semua pihak dan orang-orang baik yang telah hadir dalam hidup penulis sehingga tercipta hari-hari yang bermakna setiap detik. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang setimpal atas apa yang dilakukan. Dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran penulis harapkan agar nantinya skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan memberikan kebermanfaatan bagi pembacanya.



ABSTRAK

Program Acara Kopi Joss adalah program milik Jogja TV yang termasuk kedalam jenis reality show. Program acara ini dikemas dengan menggabungkan pertunjukan yang bersifat interaktif. Pada produksi program acara Kopi Joss ini dilaksanakan secara rutin setiap minggunya yang berkaitan erat dengan manajemen produksi secara keseluruhan. Oleh karena itu, penulis bermaksud ingin memahami bagaimana proses manajemen produksi program acara Kopi Joss di Jogja TV.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Objek pada penelitian ini yakni manajemen produksi program acara Kopi Joss Jogja TV. Pembahasan yang diangkat terkait bagaimana proses manajemen produksi program Kopi Joss. Penulis menggunakan landasan teori George Terry yang terdiri dari pendekatan planning, organizing, actuating, dan controlling (POAC). Sementara itu proses manajemen didasarkan pada kendala yang didapatkan dalam pelaksanaan manajemen, sehingga menghasilkan solusi yang bersifat fleksibel.

Hasil dari penelitian terdiri dari 3 tahapan utama yakni pra produksi, Produksi, dan pasca produksi. Pada tahapan produksi produser memegang kendali dalam menentukan konsep dengan peraturan yang berlaku serta perizinan tayangan. Tahapan produksi adalah wujud realisasi dan penyesuaian konsep yang dibangun. Pada tahapan pasca produksi menitikberatkan pada pengeditan materi visual dan audio. Berdasarkan tahapan tersebut ditemukan hambatan berupa sulitnya fleksibilitas dan pemilihan talent, maka dilakukan strategi sebagai sebagaimana solusi terhadap hambatan yang terjadi.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Kopi Joss, Jogja TV

ABSTRACT

The Kopi Joss Program is a program owned by Jogja TV which is included in the type of reality show. The program of this event is packaged by combining interactive performances. The production of the Kopi Joss program is carried out regularly every week which is closely related to overall production management. Therefore, the author intends to understand how the production management process for the Kopi Joss program on Jogja TV is.

In this study the authors used a qualitative research method with a descriptive approach. The object of this research is the production management of the Kopi Joss Jogja TV program. The discussion raised was related to the production management process for the Kopi Joss program. The author uses George Terry's theoretical basis which consists of planning, organizing, actuating, and controlling (POAC) approaches. Meanwhile the management process is based on the constraints encountered in the implementation of management, resulting in a flexible solution.

The results of the research consist of 3 main stages, namely pre-production, production, and post-production. At the production stage, the producer holds control in determining the program concept with applicable regulations and broadcast licensing. The production stage is a form of realization and adjustment of the built concept. The post-production stage focuses on editing visual and audio material. Based on these stages, obstacles were found in the form of difficulty in flexibility and talent selection, a strategy was carried out as a solution to the obstacles that occurred.

Keywords: *Production Management, Kopi Joss, Jogja TV*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Lembaga Televisi.....	8
3. Lembaga Pendidikan.....	8
E. Kajian Pustaka	8
F. Kerangka Teori	11
1. Teori Komunikasi George R Terry dan Lestie W. Rue.....	11
2. Manajemen Produksi.....	15
3. Program Siaran Televisi.....	19

G. Metodologi Penelitian	22
1. Jenis Penelitian.....	22
2. Data Penelitian	22
3. Subjek dan Objek Penelitian	22
4. Teknik Pengumpulan Data	23
5. Teknik Analisis Data.....	24
H. Sistematika Pembahasan	26
BAB II PROGRAM ACARA KOPI JOSS.....	25
A. Sejarah Awal Kopi Joss Jogja TV.....	25
B. Struktur Organisasi	37
BAB III PROSES MANAJEMEN PRODUKSI ACARA KOPI JOSS.....	45
A. Proses Manajemen Produksi	45
BAB IV PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	73

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi menjadi bagian penting dalam penyebaran informasi yang merupakan sebuah kebutuhan masyarakat. Adanya komunikasi dan informasi memiliki kontribusi besar pada kemajuan pengetahuan. Hingga saat ini teknologi, komunikasi, dan informasi sudah melewati masa yang panjang pada perkembangannya seperti sekarang ini. Penemuan-penemuan baru terkait media penyiaran di era sekarang berjalan dengan dinamis dan berkemajuan tinggi.

Hadirnya teknologi memunculkan media baru yang beragam. Televisi, radio dan surat kabar sebagai media konvensional menjadi sumber informasi yang diminati masyarakat.¹ Hal ini sesuai dengan Undang-Undang tentang kebebasan pers No. 40 Tahun 1999 yang menjelaskan bahwa kebebasan pers dijamin sebagai hak serta tidak diperbolehkannya merubah, melarang, maupun menyensor siaran.²

Kekuatan televisi sebagai media massa menawarkan bermacam program bersamaan dengan visi dan misi perusahaan untuk dapat memikat

¹ Rizca Haqqu, "Era Baru Televisi dalam Pandangan Konvergensi Media," *Jurnal Rekam* 16, no. 1 (2020), hlm. 15.

² Dede, Elfie Mingkid, dan Anthonius Golung, "Peranan Jurnalis Media Televisi dalam Proses Pemulihan Korban Bencana Alam di Kota Palu (Studi pada Palu Tv)," *Acta Diurta Komunikasi* 1, no. 3 (2019), hlm. 2.

audiens. Menurut Munanjar, setiap program televisi ditujukan untuk memikat *audience* tertentu.³ Hal ini berkaitan dengan tujuan tayangan yang ingin dicapai baik dalam aspek hiburan, edukasi ataupun inspirasi. Maka dari itu pada masa ini stasiun televisi seolah berkompetisi guna memberikan tayangan yang menarik masyarakat.

Televisi dari masa ke masa mengalami berbagai macam perubahan. Perubahan ini membuat masyarakat kemudian selektif dalam memilih program yang ditonton. Keadaan tersebut menjadikan antar media televisi mulai bersaing, baik televisi lokal maupun nasional. Persaingan yang ada terjadi untuk mempengaruhi masyarakat serta merupakan bentuk eksistensi media. Termasuk dalam hal ini televisi lokal yang menyediakan siaran pada lingkup wilayah tertentu di kota dan kabupaten.⁴

Hadirnya televisi lokal mengangkat nama daerah dari berbagai aspek. Pemanfaatan potensi alam, kultur dan budaya yang ada membuat televisi lokal memiliki kekuatan untuk melestarikan kebudayaan dengan tayangan-tayangannya. Undang-undang pasal 36 ayat 1 No 32 Tahun 2002 menyatakan bahwa isi siaran mencakup informasi, pendidikan, dan hiburan yang membawa kemajuan bangsa.⁵

³ Puji Solifah, Singgih Adhi Prasetyo, dan Fine Reffiane, "Program TV Bocah Petualang Tema Pegunungan Sebagai Pematik Kreativitas Berkarya Anak," *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan* 4 (2020), hlm. 474.

⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2008), hlm. 113.

⁵ Umaimah Wahid dan Menati Fajar Rizki, "Upaya Komunikasi Pemasaran Terpadu Televisi Lokal Melalui Budaya Lokal," *Jurnal Kajian Komunikasi* 6, no. 2 (2018), hlm. 161.

Salah satu televisi lokal yang ada di daerah Yogyakarta adalah Jogja TV. Sebagai televisi lokal pertama di Yogyakarta, Jogja TV menghadirkan tayangan terdiri dari tiga pilar yakni kebudayaan, pariwisata, dan pendidikan.⁶ Jogja TV hadir ditengah-tengah masyarakat Jogja dan melebur dengan dinamika yang ada di dalamnya. Salah satu program yang ditayangkan di Jogja TV adalah Kopi Joss.

Program tayangan Kopi Joss adalah program talkshow yang membahas berbagai topik dari berbagai topik. Kopi Joss sebagai program yang membawakan informasi terkini menghadirkan narasumber dinas tertentu yang ditayangkan setiap hari Sabtu di jam 20.00 WIB.⁷ Jogja TV terus berkarya menciptakan konten yang relevan menyesuaikan zaman. tujuannya yakni agar pesan dari program yang ditayangkan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens.

Program Kopi Joss berfokus pada informasi kemasyarakatan yang membahas program kerja lembaga dan kinerjanya. Selain itu, tayangan dari program ini tidak hanya berupa informasi, namun juga dialog interaktif antara narasumber dan pemirsa. Penayaga Kopi Joss memiliki konsep semi formal dengan menggunakan angkringan sebagai artistik latar belakang. Kopi Joss berusaha untuk memberikan keterhubungan antara aparat pemerintah terhadap masyarakat dari program maupun permasalahan.

⁶ Muhammad Bahrudin, "Pengolahan Kaset Rekaman Video: Studi Kasus di Pusat Dokumentasi Video Jogja Tv" (Universitas Indonesia, 2021), hlm. 3.

⁷ Aditya, "Pimpinan DPRD Kabupaten Kulonprogo Hadir di Talkshow Kopi Joss," *Setwan Kulnprogo*, last modified 2022, <https://setwan.kulonprogokab.go.id/detil/778/pimpinan-dprd-kabupaten-kulon-progo-hadir-di-talkshow-kopi-joss-jogja-tv>.

Pada tanggal 12 Oktober 2022, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah menyelenggarakan Anugerah Penyiaran DIY yang bertempat di Taman budaya Yogyakarta. Tema yang diusung dalam acara tersebut adalah Dayaning Konten Lokal, Penyiaran Jaman Digital yang diselenggarakan untuk stasiun televisi lokal DIY.⁸

Tujuan dilaksanakannya Anugerah Penyiaran DIY yang bertempat di Taman budaya Yogyakarta ini bertujuan agar lembaga penyiaran lokal DIY dapat meningkatkan kualitas siaran.. Kegiatan ini juga merupakan wujud implementasi Perda DIY No 13 Tahun 2013 tentang media penyiaran DIY, yang sudah dilaksanakan setiap tahun.

Kopi Joss sebagai salah satu program unggulan Jogja TV ikut serta dalam Anugerah Penyiaran DIY. Dalam Anugerah ini Kopi Joss Jogja TV bersaing dengan 33 Nominasi dari berbagai stasiun televisi lokal DIY. Penilaian program diambil dari berbagai aspek yakni kualitas, kuantitas, dan lokalisasi budaya. Berdasar kriteria tersebut, Kopi Joss yang diwakili oleh Dimas Tedjo selaku salah satu presenter berhasil memenangkan nominasi program acara terfavorit, dengan tayangannya yang berjudul fenomena di masyarakat menjelang pemilu dan pilkada serentak tahun 2024.⁹

⁸ Mitra Strategis KPID, “Anugerah Penyiaran KPID DIY 2022: Dayaning Konten Lokal, Penyiaran Jaman Digital,” *Lensa44*, last modified 2022, <https://lensa44.com/anugerah-penyiaran-kpid-diy-2022-dayaning-konten-lokal-penyiaran-jaman-digital/>, diakses pada 23 Februari 2023 pukul 15.21.

⁹ Mitra Strategis KPID, “Pemenang KPID DIY Awards 2022, Lengkap dengan Daftar Nominasinya,” *Lensa44*, last modified 2022, <https://lensa44.com/pemenang-kpid-awards-diy-2022-lengkap-dengan-daftar-nominasinya/>, diakses pada 23 Februari 2023 pukul 15.30.

Gambar 1: Pengumuman Anugerah Penyiaran KPID DIY



Sumber: Dokumentasi pribadi

Dalam manajemen, terdapat fungsi dan tugas tertentu terhadap implementasi manajemen. Menurut pendapat George R Terry fungsi tersebut adalah perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), dorongan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), motivasi (*motivation*) dan pengarahan (*directing*).¹⁰ Dalam hal ini manajemen siaran berkaitan dengan strategi, sebagai penentu keberhasilan program. Manajemen berfungsi sebagai monitor dalam proses produksi dan juga sebagai pengukur keberhasilan melalui persaingan antara stasiun televisi.

Manajemen pada program siaran memiliki fungsi sebagai informan. Adanya manajemen yang terstruktur akan memberikan efek dalam efektifitas dan kualitas program. Menurut Mc Quail menyatakan bahwa “perspektif melihat peran media massa pada masyarakat modern sebagai

¹⁰ Luthfiyyah Saajidah, “Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Kurikulum,” *Islamic Education Management* (2018), hlm. 202.

jendela, cermin, filter, penunjuk, informasi dan partner.”¹¹ Televisi sebagai sarana komunikasi massa yang menyajikan visual dan audio secara bersamaan sebagai keunggulannya memudahkan khalayak untuk menikmati program-programnya.

Transparansi dalam islam adalah suatu kewajiban yang perlu dilakukan oleh setiap orang. Hal ini guna memberikan informasi serta sebagai bentuk pertanggungjawaban amanah. Untuk dapat menciptakan sistem yang transparan, diperlukan pengaplikasian berupa laporan. Menurut taufik menyatakan bahwa prinsip transparansi dalam Al-Qur’an adalah iman, ihsan dan takwa.¹² Manajemen dalam konteks ini melibatkan cara mengelola sumber daya, waktu, dan tenaga manusia dengan berpegang pada nilai-nilai Islam. Nilai nilai tersebut tertuang dalam Al-Qur’an surat Al Insyirah ayat 7 dan 8 berikut:

قَادًا فَرَعْتُمْ فَاَنْصَبْ

Adanya kebebasan media massa dalam menayangkan berita menjadi praktisi broadcasting untuk memberikan tayangan yang menarik. Hal ini menjadi tantangan tersendiri untuk dapat memfasilitasi informasi kepada masyarakat dengan menghadirkan aparat masyarakat sebagai pelayan masyarakat untuk menjelaskan kinerjanya. Manajemen produksi dalam

¹¹ Husnul Khatimah, “Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat,” *Tasamuh* 16, no. 1 (2018): 119–138, hlm. 129-130.

¹² Atep Hendang Waluya dan Aforisma Mulauddin, “Akuntansi: Akuntabilitas dan Transparansi Dalam QS. Al Baqarah (2): 282-284,” *Muamalatuna* 12, no. 2 (2021).

program acara ini perlu beradaptasi dengan topik pembahasan yang cenderung berat namun dikemas menarik bersama komedi di dalamnya. Dimana untuk menjadikan program yang diminati dan mengedukasi masyarakat perlu adanya kreatifitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sudut pandang manajemen produksi program acara Kopi Joss di Jogja TV. Selain itu, pengetahuan akan strategi yang diterapkan untuk dapat menyajikan tayangan yang berbobot namun menghibur juga menjadi poin penting. Kesadaran akan pentingnya strategi dalam produksi program siaran televisi, penulis ingin mengetahui lebih lanjut terkait **“MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA KOPI JOSS DI JOGJA TV”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen produksi program kopi joss di Jogja TV?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab masalah yaitu untuk mengetahui manajemen produksi program acara kopi joss sebagaimana yang ditayangkan di stasiun televisi lokal Jogja TV.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam keilmuan komunikasi, utamanya media terkait produksi program televisi. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam memperluas ilmu pengetahuan.

2. Lembaga Televisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi lembaga televisi utamanya dalam hal manajemen produksi program acara. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan inspirasi dalam menyajikan program acara yang menarik masyarakat.

3. Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung kerjasama antar lembaga dengan Jogja TV dan sebagai wujud sumbangsih penelitian kepada masyarakat guna dimanfaatkan oleh masyarakat.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan hasil mengkaji dan pencarian pada penelitian terdahulu terkait manajemen produksi siaran media televisi. Penulis menemukan penelitian yang terkait dan sudah ada sebelumnya. Penelitian yang ditemukan diantaranya; pertama, Jurnal penelitian oleh Santi Susanti dan Reksa Anggia Ratmita yang berjudul *Manajemen Produksi Program Berita di Inews TV Bandung Tahun 2020*. Penelitian ini menghasilkan tahapan

produksi program dari mulai perencanaan, pencarian data, produksi, dan pasca produksi program. Pada penelitian ini memiliki tiga analisis yakni analisis perbandingan dengan komunikasi massa, perencanaan produksi program dan analisis produksi program berita.¹³ Persamaan jurnal dengan penelitian yang penulis lakukan adalah terkait dengan metode dan pengumpulan data yang digunakan. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian serta pengkajian secara khusus terhadap strategi dari produksi program acara.

Kedua, jurnal penelitian oleh Rizki Widiawati tahun 2017 yang berjudul *Manajemen Produksi Program Siaran “Kampung Radio” Radio Republik Indonesia Pro 1 Pekanbaru Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kota Pekanbaru*. Penelitian ini membahas terkait proses siaran baik dari segi isi maupun kebermanfaatannya bagi masyarakat Pekanbaru. Penelitian tersebut mendeskripsikan terkait pelaksanaan produksi yang meliputi perencanaan, pengawasan, faktor penghambat, dan faktor pendukung dalam siaran.¹⁴ Perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada pembahasan yang berfokus pada media radio dan fokus analisis terhadap proses produksi.

Ketiga, artikel jurnal oleh Fredi Masahengke pada tahun 2018 yang berjudul *Manajemen produksi dan Komunikasi Program Komedi Baelang*

¹³ Santi Susanti dan Reksa Anggia Ratmita, “Manajemen Produksi Program berita Di Inews TV Bandung,” *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 10, no. 2 (2020): 1–17.

¹⁴ Rizki Widiyawati, “Manajemen Produksi Program Siaran ‘Kampung Radio’ Radio Republik Indonesia Pro 1 Pekanbaru Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kota Pekanbaru,” *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau*,: 6-11.

(Studi Kasus di LPP TVRI Kalimantan Timur). Penelitian ini membahas tentang Analisis fungsi manajemen, Pelaksanaan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan ,dan pengendalian.¹⁵ Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini terletak pada pengkajian, yakni terkait dengan manajemen program televisi dan metode penelitian berupa metode kualitatif. Perbedaannya yakni terletak pada objek dan subjek penelitian yang diambil.

Keempat. Jurnal oleh Dyah Paramitawati, Munadiah, dan Tanaya Tria Pandhita pada tahun 2022 yang berjudul *Manajemen Produksi Program Podcast Firasat Wirang Kilat TV di Era Pandemi*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan manajemen produksi program podcast yang tayang di Kilat TV. Hasil Penelitian ini menjelaskan terkait dampak covid-19 terhadap program Firasat Wirang, struktur organisasi, dan tantangan di masa covid-19.¹⁶ Persamaan pada penelitian penulis terletak pada kajian yang menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian yang diambil.

Berdasarkan keempat jurnal pada kajian pustaka yang tercantum, terdapat persamaan antara jurnal dan penelitian penulis. Persamaan tersebut mencakup metode yang digunakan dalam meneliti manajemen produksi program acara televisi. Namun demikian, terdapat juga perbedaan yang

¹⁵ Fredy Masahengke, "Manajemen Produksi dan Komunikasi Program Komedi Baelang (Studi Kasus LPP TVRI Kalimantan Timur)," *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen* 5, no. 1 (2018): 134.

¹⁶ Dyah Paramitawati, Munadiah, dan Tanaya Tria Pandhita, "Manajemen Produksi Program Podcast Firasat Wirang Kilat TV di Era Pandemi," *Jurnal Unimma* 2, no. 1 (2022): 45-51.

signifikan terhadap penelitian yang penulis lakukan. Hal ini dilihat dari objek, subjek, waktu, dan situasi pada penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis berbeda dengan kajian pustaka karena mencakup manajemen produksi program acara Kopi Joss Jogja TV.

F. Kerangka Teori

1. Teori Komunikasi George R Terry dan Lestie W. Rue

Teori komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa yang bertujuan untuk menarik khalayak dengan jumlah besar. Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa sebagai perantara.¹⁷ Menurut George Terry, manajemen memiliki struktur kerangka kerja yang melibatkan pengarah dan manajemen oleh manajer. Dalam prosesnya melibatkan komunikasi interpersonal, antar pribadi, kelompok, dan organisasi. Fokus pada manajemen yakni berada pada struktur media, keterkaitan media dan masyarakat, khalayak, dan budaya beserta dengan dampaknya. Cakupan media yakni berupa surat kabar, radio, maupun televisi.

a. Surat Kabar

Menurut Onong Effendi, surat kabar diartikan sebagai lembaran cetak yang memuat berita yang terjadi di masyarakat. Ciri dari surat kabar adalah adanya terbitan yang diterbitkan secara periodik, aktual, dan bersifat umum. Media surat kabar adalah pers yang memuat berita, risalah, iklan,

¹⁷ Onong uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 22.

dan sebagainya. Pers dalam hal ini berkaitan dengan jurnalistik yakni melibatkan proses mencari, memperoleh, mempunyai, mengolah, dan menyebarkan informasi dalam bentuk gambar, grafik dan tulisan.¹⁸

Keberadaan surat kabar masih terus berkembang eksistensinya pada dunia jurnalistik. Hingga saat ini jumlah penerbit surat kabar masih terus bertambah. Hal ini menjadikan setiap lembaga bersaing untuk memberikan tulisan-tulisan yang menarik khalayak. Eksistensi ini berkaitan juga dengan adanya kebebasan pers, dimana lembaga pers memiliki kebebasan dibandingkan media massa non pers untuk dapat berimprovisasi dan mengkritisi lembaga pemerintahan yang juga berdampak terhadap masyarakat.

b. Radio

Radio merupakan media penyiaran berupa pendidikan, hiburan, dan propracanda yang memiliki jangkauan luas di masyarakat. Media massa radio mampu menjangkau penyebaran pesan dengan cepat dan serentak di tempat yang terpencar dengan serentak hingga wilayah terpencil. Selain karena kebutuhan akan informasi, faktor lain yang mempengaruhi eksistensi radio adalah adanya hiburan. Sehingga radio dapat dijadikan alternatif dalam pemanfaatan informasi maupun hiburan secara bersamaan.

Menurut Sendjaja, S. Radio memiliki 3 kekuatan yaitu adanya mobilitas yang tinggi, realitas, dan kesegaran informasi. Mobilitas, radio

¹⁸ Anton Wahyu Prihartono, "Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)," *Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta* (2016), hlm. 108.

memberikan informasi yang tak terbatas wilayah meskipun audiens berada di lokasi tertentu dengan aktivitas yang juga beragam. Realitas, radio memiliki kekuatan untuk mengemas informasi yang menarik sesuai dengan kejadian, sehingga audience dapat turut merasakan apa yang terjadi sebenarnya. Kesegaran, informasi yang disajikan radio disiarkan secara cepat saat kejadian berlangsung tanpa audiens harus turut hadir di lokasi kejadian.

c. Televisi

Televisi berasal dari bahasa Yunani yakni kata *tele* dan *visi*, yang masing-masing berarti jarak dan citra. Dari pengertian tersebut maka televisi diartikan sebagai bentuk sajian gambar yang berada pada jarak jauh. Pada KBBI televisi berarti sebagai proses penyiaran gambar melalui gelombang radio yang diterima oleh pesawat penerima untuk memunculkan gambar. Gambar yang diterima tersebut merupakan gambar bergerak sebagai bentuk penyampaian informasi. Televisi memiliki beberapa unsur diantaranya:

- 1) Jangkauan yang luas
- 2) Menampakan objek
- 3) Menyajikan suatu proses
- 4) Tidak terpengaruh jarak dan waktu

Berdasarkan unsur di atas, televisi memiliki fungsi seperti halnya media massa lainnya seperti surat kabar dan radio. Fungsi tersebut terbagi menjadi tiga yaitu:

- 1) Fungsi Informatif (*Information Function*)

Fungsi ini terdapat pada televisi dengan mencakup dua faktor *immediacy* (ke segeran) dan *realism* (realita). Pada *immediacy*, cakupannya terletak pada proses yang langsung dan dekat. Peristiwa yang terjadi bisa dilihat dan didengar langsung oleh khalayak pada saat itu juga. Dalam hal ini kejadian sedang berlangsung dapat disaksikan meskipun tidak hadir di lokasi kejadian. Pada *realism*, berkaitan dengan realita ataupun kenyataan. Kenyataan ini berarti bahwa stasiun televisi menghadirkan secara langsung informasi yang diperoleh menggunakan aksesoris berupa mikrofon dan kamera.

2) Fungsi Pendidikan

Sesuai fungsinya sebagai media informasi, televisi juga memiliki peran dalam aspek pendidikan. Sebagai sarana pendidikan, televisi mengemas program acara edukasi yang menarik. Program acara yang ditampilkan berupa siaran kartun, animasi, komedi, dan sebagainya yang mampu menarik minat pelajar sebagai sasaran utama penonton. Untuk dapat menyaksikan film anak, diperlukan pengawasan orang tua dan dilakukan penjadwalan agar tidak menimbulkan kecanduan sehingga mengganggu aktivitas lainnya. Dengan demikian manfaat televisi dapat dipahami dengan baik melalui pengarahannya yang tepat.

3) Fungsi Hiburan

Media televisi selain menyajikan informasi dan pendidikan juga menyajikan hiburan bagi penonton. Adanya program-program acara yang menghibur sangat diperlukan untuk melepas kejenuhan selepas aktivitas. Adanya

hiburan dapat menyegarkan pikiran dari urusan ataupun permasalahan sehari-hari. Menurut Prof. D. R, Mar'at, program acara televisi dapat mempengaruhi pandangan, perilaku, perasaan, dan sudut pandang penonton. Hal ini karena televisi mempengaruhi psikologis, sehingga seakan-akan penonton turut hanyut dan terhipnotis karena tayangan yang disiarkan.

2. Manajemen Produksi

Manajemen produksi program televisi merupakan suatu kegiatan atau proses rangkaian produksi acara dengan berbasis pada rancangan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Tujuannya adalah untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produksi. Kegiatan ini tak lepas dari kerjasama tim produksi selama *shooting* program. Hal ini guna mencapai kemampuan sumber daya manusia untuk memberikan kinerja yang maksimal.¹⁹

Dr. Mamduh Hanafi dalam bukunya *Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen* memaparkan terkait manajemen. Dalam buku ini manajemen diartikan sebagai bentuk kerjasama berupa organisasi yang berkoordinasi untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi terdapat beberapa macam seperti organisasi bisnis, sosial, dan pemerintahan. Organisasi tersebut ditujukan untuk mencari keuntungan ataupun sukarelawan sesuai dengan fungsi masing-masing.²⁰

¹⁹ Leo Tornado, "Manajemen Produksi Program Wajah Desa Dalam Mempromosikan Desa-desa di Kabupaten Bengkalis di Bengkalis TV," *JOM FISIP* 5, no. 2 (2018), hlm. 1880.

²⁰ Mamduh Hanafi, "Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen," *Universitas Terbuka* 1, no. 1 (2019): 66, hlm. 3.

Proses manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Adanya manajemen yang terstruktur akan memberikan keseimbangan pada pelaksanaan program. Manajemen yang berhasil diukur dari efisiensi dan efektivitas kerja. Efisiensi berhubungan dengan input dan output, sedangkan efektivitas merupakan bentuk pelaksanaan tugas dengan benar.

Manajemen Produksi adalah suatu proses pembuatan suatu produk yang sudah ditetapkan. George Terry terbagi dalam empat proses yang membentuk sebuah manajemen. Keempat proses tersebut disebut POAC yakni *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pengarahan) dan *controlling* (pengawasan). Oleh karena itu penulis menguraikan masing masing proses manajemen tersebut.

a. Perencanaan

Pada manajemen produksi, perencanaan memiliki fungsi krusial dalam perusahaan. Hal ini sebagai wujud penyampaian ide atau gagasan untuk mencapai sasaran sesuai target yang ingin dicapai. Perencanaan menjadi proses pertama yang penting untuk mempersiapkan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi. Perencanaan menentukan kerangka kerja yang akan dilaksanakan pada tahapan selanjutnya yang terdiri dari perencanaan jangka pendek (kurang dari satu tahun), Jangka menengah (kurang dari lima tahun) dan jangka panjang (lebih dari 5 tahun).

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian berarti sebuah bagian-bagian yang menyatu dan saling terhubung satu sama lain yang memiliki tujuan yang sama. Tujuan dari pengorganisasian adalah sebagai wujud pembagian kerja sesuai divisi atau keahlian perorangan untuk melaksanakan tugas secara bersamaan. Pembagian tersebut disesuaikan dalam struktur organisasi yang terdiri dari keahlian, standar, dan penempatan.²¹ Dengan adanya pengorganisasian maka staf dapat mengetahui teknis pelaksanaan tugas sehingga proses produksi dapat berjalan dengan efisien dan terstruktur.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan proses penggerakan dan pengarahan tim dalam sebuah kelompok sesuai dengan tanggung jawabnya. Tujuan adanya pelaksanaan ini adalah untuk mencapai sasaran dari pengorganisasian tugas. Pengarahan dalam proses produksi ini mendorong staf yang bertugas untuk saling memotivasi, berkomunikasi, memimpin ataupun melatih diri. Proses tersebut nantinya akan membentuk progres pada pelaksanaan produksi yang dipantau oleh manajer. Oleh karena itu dalam pelaksanaan ini manajer melakukan penggerakan dengan memusatkan perhatian pada produksi dan memberikan contoh bagi staf yang bertugas.

d. Pengawasan

Ketiga tahapan mulai dari perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan kemudian dilakukan pengawasan. Pengawasan adalah aktivitas mengamati dan koreksi terhadap penyimpangan maupun kesalahan. Karena

²¹ Handoko, *Manajemen*, Yogyakarta, hlm 169.

dalam proses produksi bagaimanapun juga tidak sempurna. Kesalahan yang terjadi menjadikan program yang ditayangkan tidak maksimal. Oleh karenanya pengawasan dilakukan untuk mengevaluasi program untuk diperbaiki pada program berikutnya. Meski demikian, pengawasan tidak hanya melihat dari sisi negatif sebagai bahan dasar evaluasi, melainkan juga sisi positif untuk mengusahakan kinerja agar sesuai dengan tujuan produksi program.

Kegiatan pengawasan juga harus dilakukan secara tersruktur yang melalui tiga proses yakni:

- 1) Pengukuran hasil pekerjaan
- 2) Perbandingan standar dan hasil kerja
- 3) Koreksi kesalahan dan penyimpangan

Manajer sebagai pemegang fungsi pengawasan dalam produksi program melakukan tugas pengawasan dengan observasi kegiatan yang sedang dilaksanakan oleh tim, membandingkan standar program dengan hasil kinerja tim, dan menyetujui atau menolak hasil pasca produksi untuk kemudian dilakukan evaluasi.

Pada Manajemen produksi televisi terdapat beberapa fungsi yang harus dilakukan sehingga tercipta konsep audio visual yang menarik dan

terdapat kesinambungan dalam proses produksi. Morrisan M.A membagi proses produksi menjadi tiga diantaranya:²²

1) Pra Produksi

Merupakan tahapan pertama dari proses produksi yakni berupa perencanaan dan persiapan. Pada tahap ini dilakukan penemuan ide, perencanaan, dan persiapan produksi.

2) Produksi

Merupakan tahap menjalankan produksi program. Pada tahapan ini fungsi manajemen seperti yang disampaikan diatas terkait manajemen seperti yang dipaparkan oleh George Terry yakni melakukan fungsi organisasi, pelaksanaan, dan pengawasan.

3) Pasca Produksi

Tahapan terakhir dari proses produksi program televisi adalah pasca produksi. Pada pasca produksi program yang sudah diproduksi kemudian dilakukan evaluasi, editing dan *mixing* untuk kemudian dilakukan evaluasi program untuk diperbaiki dan menjadi acuan bagi pelaksanaan produksi program selanjutnya.

3. Program Siaran Televisi

Program siaran memiliki arti tampilan program yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Program dibuat sebagai bagian dari produk siaran televisi sekaligus sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat. Adanya

²² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2008), hlm. 135.

berbagai macam program memberikan masyarakat pilihan terhadap siaran yang akan ditonton. Program yang ditampilkan bervariasi, mulai dari program yang berjenis edukasi, informasi, maupun hiburan.

Televisi sebagai salah satu media penyiaran merupakan sebuah platform penyelenggara produksi siaran. Stasiun televisi terdiri dari perusahaan yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta. Program-program yang ditayangkan terdiri dari berbagai format acara. Format acara tersebut berupa program berita, musik, pertunjukan dan olahraga.²³

Media kepenyiaran yang semakin banyak menjadikan adanya kompetisi guna menjadi favorit masyarakat dengan konten-kontennya. Jika sebuah stasiun televisi tidak memiliki strategi dalam manajemen produksi acara, maka eksistensi perusahaan pada penonton dan klien akan hilang. Adanya strategi dalam manajemen produksi program acara memberikan bekal dalam memetakan program acara sehingga dapat menyuguhkan sisi menarik serta dapat berkompetisi dengan program acara pada stasiun televisi lainnya.

Melalui pengetahuan terhadap kebutuhan audiens menjadikan produk tayangan yang dihasilkan maksimal dengan pengemasan dan promosi yang semenarik mungkin. Hadirnya strategi adalah sebagai pemecahan masalah atas persoalan yang dihadapi. Sehingga dalam setiap tahapan manajemen dapat ditinjau terhadap strategi yang terdapat didalamnya.

²³ Andi Fachrudin, "Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI," *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 1 (2017), hl. 143.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelusuran yang bertujuan untuk eksplorasi dan memahami gejala sentral. Untuk mengetahui gejala tersebut peneliti menggunakan wawancara terhadap partisipan yang berisi pertanyaan untuk kemudian ditulis sebagai bahan analisis. Hasil analisis tersebut kemudian dijabarkan terhadap penelitian ilmuwan terdahulu. Hasil penelitian akhir metode kualitatif adalah berupa laporan **Sumber** tertulis.

2. Data Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan memberikan data secara langsung kepada pencari data berupa data primer dari penelitian ini terkait tahapan produksi acara Kopi Joss di Jogja TV melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek ada penelitian ini adalah pihak yang berkaitan dalam manajemen produksi program acara Kopi Joss. Beberapa informan yang berkaitan dengan subjek penelitian adalah produser, kameramen dan presenter. Adapun objek pada penelitian ini adalah Jogja TV.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Dengan mengetahui teknik pengumpulan data yang tepat maka akan mempermudah dalam mendapatkan data yang sesuai. Terdapat empat teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara, kuisioner, dokumentasi dan gabungan. Adapun teknik pengumpulan data yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan bertemu langsung dengan responden sebagai informan. Peneliti mendapat informasi berupa lisan yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terhadap narasumber terkait seperti Kriscahyo W Putra (Produser), Waskito (Kepala teknik), Andri (Kameramen), Prasetyo (marketing), dan Yanti (Host). Melalui wawancara, peneliti mendapatkan informasi mendalam terhadap interpretasi fenomena yang diteliti.

b. Observasi

Observasi adalah suatu susunan kegiatan mulai dari pengawasan, peninjauan, penelitian, dan riset dalam rangka mendata suatu permasalahan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman dan validitas informasi. Dimana dalam hal ini penulis mengamati proses produksi program acara Kopi Joss secara langsung di studio.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah tahap pengumpulan data yang didapat pada saat penelitian berlangsung atau perpustakaan. Pengumpulan data yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data sekunder berupa dokumen arsip, dan karya ilmiah yang sesuai dengan penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dikembangkan oleh Lincoln dan Guba, yang dikenal sebagai metode analisis kualitatif naturalistik, memfokuskan pada analisis data yang diperoleh dari sumber-sumber alami, seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Beberapa teknik yang digunakan dalam metode analisis kualitatif naturalistik Lincoln dan Guba adalah sebagai berikut:

a. Triangulasi

Triangulasi adalah pendekatan analisis data dengan mensintesa data dari berbagai sumber. Teknik ini ditujukan untuk menguji data yang sudah ada sebelumnya sebagai penguat data yang sudah tersedia sebagai bukti untuk mendapatkan data yang teruji, data yang diteliti menggunakan metode ganda. Pengecekan data diluar penelitian dimanfaatkan guna dilakukan pengecekan dan perbandingan terhadap data penelitian.

b. Fokus Grup

Fokus grup adalah teknik penelitian kelompok yang dilakukan melalui wawancara dan diskusi terkait sebuah topik tertentu. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran dari interaksi yang terjalin pada komunikasi grup.

Pada fokus grup, pewawancara berperan sebagai fasilitator. Tugas dari fasilitator adalah sebagai pengarah diskusi dan penanya.

c. Wawancara

Wawancara adalah proses pertemuan antara narasumber dan peneliti yang bertujuan untuk menggali data. Wawancara dapat dilakukan menggunakan software pencarian, internet, maupun tatap muka. Ketiga jenis wawancara tersebut memerlukan efisiensi waktu, jangkauan, dan estimasi biaya untuk mendapatkan data yang diperlukan. Subjek dari penelitian ini yakni produser, kameramen, dan presenter. Sedangkan objek penelitian ini adalah Jogja TV.

d. Observasi

Observasi adalah wujud tindak lanjut dari wawancara yang sudah dilakukan sebelumnya. Data yang sudah didapat kemudian dianalisa dalam konteks subyek dan obyek. Tujuan dilaksanakannya observasi yakni untuk mengetahui kontinum partisipatif atau non partisipatif. Dengan demikian dapat memudahkan etnografer sebagai peneliti untuk memahami fenomena yang diteliti.

e. Analisis Dokumen

Analisis dokumen adalah metode analisis data menggunakan dokumen sebagai penunjang. Dokumen yang digunakan adalah berupa surat, pengumuman, ikhtisar rapat maupun pernyataan tertulis. Adanya dokumen dalam penelitian dapat memberikan profil penelitian dengan intens. Dengan

pemeriksaan dokumen secara sistematis data yang diperoleh dapat terurai dengan objektif.²⁴

Analisis data merupakan tahap koordinasi data dengan dilakukan pemilahan, intensifikasi, merumuskan pola dan menemukan informasi penting untuk diberikan kepada orang lain. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yakni deskriptif kualitatif dengan dilakukan secara sistematis. Tahap selanjutnya adalah pemrosesan data dengan reduksi data untuk disimpulkan.

H. Sistematika Pembahasan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini mendeskripsikan mengenai beberapa pembahasan seperti latar belakang, yang menjelaskan alasan melakukan penelitian dengan didukung data, teori, dan penelitian sebelumnya, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian. Rumusan masalah dalam latar belakang berfungsi sebagai penegasan dan pemberian batasan. Tujuan berfungsi sebagai deskripsi hasil terhadap masalah dan manfaat yang akan didapat apabila membaca penelitian.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan gambaran umum dan konseptual yang didasari dengan kajian literatur internet, jurnal, dan buku.

BAB III: Pembahasan

²⁴ Yvonna S. Lincoln, *Naturalistic Inquiry* (London: Sage Publications, 1985).

Bab ini menjelaskan pembahasan hasil penelitian Manajemen Produksi Program Acara Kopi Joss di Jogja TV yang akan menjawab pertanyaan pada penelitian.

BAB IV: Penutup

Bab ini mendeskripsikan kesimpulan terhadap pembahasan yang ada sebagai jawaban penelitian. Dalam bab ini juga membahas terkait saran terhadap pihak bersangkutan yang terkait dalam penelitian ini.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan terkait Manajemen Produksi Program Acara Kopi Joss di Jogja TV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen Produksi Program Acara Kopi Joss terdiri dari tiga tahapan yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tahapan pra produksi sebagai awal dari program memiliki tantangan kreatifitas dan *skill* penawaran produser terhadap narasumber, yang mana dalam pelaksanaannya memegang peranan yang besar untuk menentukan keberhasilan desain program. Perencanaan dilaksanakan dengan cepat dan keputusan yang jelas. Manajerial program bertumpu pada Produser sebagai koordinator utama. Sedangkan untuk pelaksanaan produksi memperhatikan prosedur produksi Jogja TV dan anggaran program. Pada tahapan pasca produksi berfokus pada proses pengeditan materi visual dan audio.
2. Permasalahan yang ditemukan pada tahapan produksi sebagian besarnya dilandasi pada adaptasi dengan lokasi produksi. Berdasarkan solusi yang sudah diterapkan terhadap permasalahan tersebut, manajemen produksi program Kopi Joss lebih berfokus pada hasil *final* tayangan dan koneksi klien. Jaringan tersebut menjadi penunjang keberhasilan produksi. Keberhasilan program juga

didasarkan pada kompetensi Sumber daya Manusia baik dalam tim yang bertugas langsung saat produksi maupun tim yang terlibat pasca produksi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di stasiun Jogja TV pada program acara Kopi Joss maka masukan yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Diperlukan adanya penelitian lanjutan berkaitan dengan implementasi proses produksi acara Kopi Joss yang lebih efektif dan efisien sehingga dapat menambah keilmuan terkait produksi acara televisi.
2. Diperlukan perhatian terhadap jumlah crew yang bertugas dalam produksi dengan tidak berpaku pada siswa/mahasiswa magang sehingga tidak terjadi pergantian tugas dalam tanggungjawabnya atas tim secara cepat dan kurang.



DAFTAR PUSTAKA

Aditya. “Pimpinan DPRD Kabupaten Kulonprogo Hadir di Talkshow Kopi Joss.”

Setwan Kulnprogo. Last modified 2022.

<https://setwan.kulonprogokab.go.id/detil/778/pimpinan-dprd-kabupaten-kulon-progo-hadir-di-talkshow-kopi-joss-jogja-tv>.

Bahrudin, Muhammad. “Pengolahan Kaset Rekaman Video: Studi Kasus di Pusat Dokumentasi Video Jogja Tv.” Universitas Indonesia, 2021.

Dede, Elfie Mingkid, dan Anthonius Golung. “Peranan Jurnalis Media Televisi dalam Proses Pemulihan Korban Bencana Alam di Kota Palu (Studi pada Palu Tv).” *Acta Diurta Komunikasi* 1, no. 3 (2019).

Effendy, Onong uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

Fachrudin, Andi. “Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI.” *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 1 (2017).

Hanafi, Mamduh. “Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen.” *Universitas Terbuka* 1, no. 1 (2019): 66.

Handoko. *Manajemen*, n.d.

Haquq, Rizca. “Era Baru Televisi dalam Pandangan Konvergensi Media.” *Jurnal Rekam* 16, no. 1 (2020): 15–20.

Iskandar, Dede. "Iklim Komunikasi Organisasi di Bagian Master Control Room (MCR) Pt Mnc Sky Vision Tbk." *PT MNC Sy Vision Tbl* 13, no. 1 (2014).

Khatimah, Husnul. "Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat." *Tasamuh* 16, no. 1 (2018): 119–138.

KPID, Mitra Strategis. "Anugerah Penyiaran KPID DIY 2022: Dayaning Konten Lokal, Penyiaran Jaman Digital." *Lensa44*. Last modified 2022. <https://lensa44.com/anugerah-penyiaran-kpid-diy-2022-dayaning-konten-lokal-penyiaran-jaman-digital/>.

———. "Pemenang KPID DIY Awards 2022, Lengkap dengan Daftar Nominasinya." *Lensa44*. Last modified 2022. <https://lensa44.com/pemenang-kpid-awards-diy-2022-lengkap-dengan-daftar-nominasinya/>.

Kurniawan, Bakti. "Kameramen dalam Pembuatan Video Company Profile di "Sri Butik Batik Sidoarjo"." Universitas Dinamika, 2021.

Lincoln, Yvonna S. *Naturalistic Inquiry*. London: Sage Publications, 1985.

Masahengke, Fredy. "Manajemen Produksi dan Komunikasi Program Komedi Baelang (Studi Kasus LPP TVRI Kalimantan Timur)." *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen* 5, no. 1 (2018): 134.

Meliala, Djaja S. *Perkembangan Hukum Perdata Tentang Benda dan Hukum Perikatan*. Bandung: CV Nuansa Aulia, 2007.

Morissan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2008.

Paramitawati, Dyah, Munadiah, dan Tanaya Tria Pandhita. "Manajemen Produksi Program Podcast Firasat Wirang Kilat TV di Era Pandemi." *Jurnal Unimma* 2, no. 1 (2022).

Prihartono, Anton Wahyu. "Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)." *Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta* (2016).

Saajidah, Luthfiyyah. "Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Kurikulum." *Jurnal Islamic Education Management* (2018).

Solifah, Puji, Singgih Adhi Prasetyo, dan Fine Reffiane. "Program TV Bocah Petualang Tema Pegunungan Sebagai Pematik Kreativitas Berkarya Anak." *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan* 4 (2020).

Susanti, Santi, dan Reksa Anggia Ratmita. "Manajemen Produksi Program berita Di Inews TV Bandung." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 10, no. 2 (2020): 1–17.

Tornado, Leo. "Manajemen Produksi Program Wajah Desa Dalam Mempromosikan Desa-desa di Kabupaten Bengkalis di Bengkalis TV." *JOM FISIP* 5, no. 2 (2018).

Wahid, Umaimah, dan Menati Fajar Rizki. "Upaya Komunikasi Pemasaran Terpadu Televisi Lokal Melalui Budaya Lokal." *Jurnal Kajian Komunikasi* 6, no. 2 (2018).

Waluya, Atep Hendang, dan Aforisma Mulauddin. "Akuntansi: Akuntabilitas dan

Transparansi Dalam QS. Al Baqarah (2): 282-284.” *Muamalatuna* 12, no. 2 (2021): 15–35.

Widiyawati, Rizki. “Manajemen Produksi Program Siaran ‘Kampung Radio’ Radio Republik Indonesia Pro 1 Pekanbaru Dalam Pemberdayaan Masyarakat Kota Pekanbaru.” *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau* .

Wawancara dengan Andri, kameramen Program acara Kopi Joss Jogja TV, 13 Maret 2023.

Wawancara dengan Kriscahyo W Putra, Produser program Acara Kopi Joss Jogja TV, Februari 2023.

Wawancara dengan prasetyo Agung, marketing program acara Kopi Joss Jogja TV, Februari 2023.

Wawancara dengan waskito, Kepala teknik Program Acara Kopi Joss Jogja TV, Februari 2023.

Wawancara dengan Yanti, Host Program Acara Kopi Joss, 13 Maret 2023.