

**STRATEGI *PRODUCTION HOUSE* PLaT-AB DALAM  
PRODUKSI  
ACARA TELEVISI**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna  
Memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam**

**Disusun Oleh :**

**DEWI LESTARI  
03210119**

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

**2007**

**Drs. MOKH. SAHLAM, M.Si**  
**DOSEN FAKULTAS DAKWAH**  
**UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi sdr. Dewi Lestari

Kepada yth:  
Bapak Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga  
Di  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, mengoreksi dan menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dewi Lestari

Nim : 03210119

Judul : STRATEGI *PRODUCTION HOUSE* PLaT-AB DALAM PRODUKSI  
ACARA TELEVISI

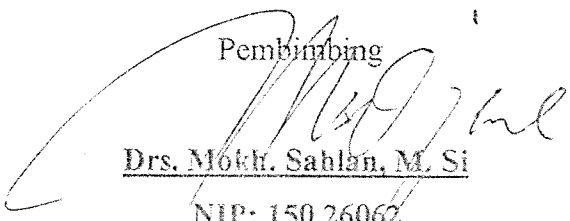
Sudah dapat dimunaqosayahkan dalam siding dewan munaqosayah Fakultas Dakwah.

Selanjutnya atas kebijaksanaannya, sebelum dan sesudahnya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 22 Oktober 2007

Pembimbing

  
Drs. Mokh. Sahlan, M. Si

NIP: 150 26062



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

## PENGESAHAN

Nomor : UIN/02/DD/PP.00.9/ 2176/2007

Judul Skripsi:

**STRATEGI PRODUCTION HOUSE PLAT - AB  
DALAM PRODUKSI ACARA TELEVISI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Dewi Lestari  
NIM. 03210119

Telah dimunaqosyahkan pada:

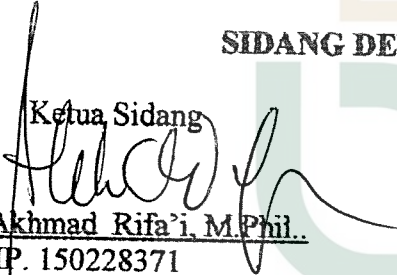
Hari : Selasa

Tanggal : 20 November 2007

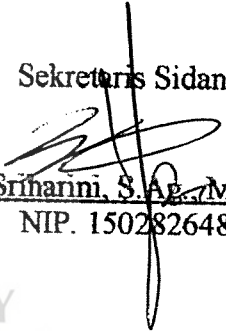
Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

### SIDANG DEWAN MUNAQOSYAH

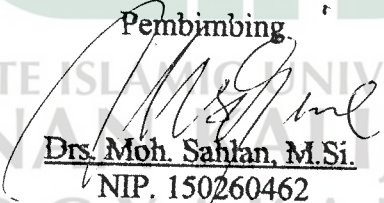
Ketua Sidang

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

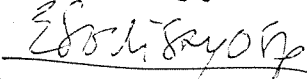
Sekretaris Sidang

  
Sriharini, S.Ag., M.Si.  
NIP. 150282648

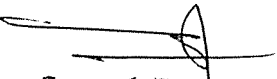
Pembimbing

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

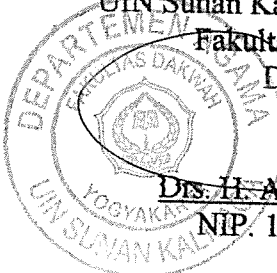
Penguji I

  
Dra. Endang Sulistyasari, MS  
NIP. 50045634

Penguji II

  
Saptoni, S.Ag., MA  
NIP. 150291021

Yogyakarta, 10 Desember 2007  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Fakultas Dakwah  
Dekan

  
Drs. H. Afif Rifai, MS  
NIP. 150222293

## MOTTO

"DO THE BEST BUT DON'T FEEL THE BEST"

LAKUKAN YANG TERBAIK TAPI JANGAN MERASA  
TERBAIK...



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PERSEMBAHAN

Kupesembahkan karya ini untuk :

Orang-orang yang teramat kusayangi dan berarti dalam tiap jejak langkahku ayah, ibu, dan adik tercinta, kalian adalah motivasi terbesar dalam hidupku!.....

Agastyaku yang telah memberikan warna baru dalam langkah, wacana, dan bait-bait cerita tinta hidupku!..terimakasih ...

Pengalaman yang membuatku belajar tentang banyak hal dan karenanya aku bisa lebih baik serta lebih tegar menjalani hidup ini...



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT bagi limpahan kasih dan sayang-Nya yang tiada pernah terhenti untuk semua umat. Salawat serta salam selalu turunkan kepada nabi yang tidak ada nabi sesudahnya Nabi Muhammad SAW, serta orang-orang yang mengikuti petunjuk dan menjalankan ajarannya sampai akhir hayat.

Penulis mengakui secara jujur bahwa dalam penulisan skripsi yang berjudul “Strategi *Production House* PLAT AB Dalam Produksi Acara Televisi”, tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak baik sarana maupun kontribusi pemikiran. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. Afif Rifa’I, M. Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta segenap pimpinan fakultas, ketua jurusan dan sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Mokh. Sahlan, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan petunjuk dan saran terbaik selama proses penulisan skripsi ini.
3. Semua dosen KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mentransformasikan ilmu-ilmunya selama penulis menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga.
4. Orang tuaku tercinta bapak Syafri Yasin SE dan ibu Nur Hasannah, adikku tercinta Dian Safitri, “Agastyaku”, serta kerabat-kerabat terdekat (Edo, Alfi,

Bude), terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan tulus, kasih sayang, cinta, dan kesabaran yang tecurahkan, baik itu berupa material maupun spiritual selama penggarapan penulisan skripsi ini.

5. Segenap Perangkat Gubernur dan Walikota DIY yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk meneliti di Yogyakarta.
6. Seluruh tim produksi *Production house* PLAT-AB yang berperan dan memberikan izin penelitian dalam menempuh penelitian ini.
7. Buat teman-temanku di jurusan KPI, terutama KPI C, rangkaian kisah di antara kita terpatri dan tak kan lekang dimakan waktu dan usia. Semoga sifat kritis dan kreatif semasa kuliah membuat kita menjadi pejuang-pejuang tanggung dimana kaki berpijak nanti.
8. Teman-teman KKN Patuk, Kebersamaan kita selama satu bulan lamanya adalah pembelajaran refleksi hidup yang berkesan dalam file memoriku!...

Yogyakarta, 22 Oktober 2007

Penulis

Dewi Lestari

## ABTRAKSI

Industri pertelevisian di Indonesia semakin berkembang pesat dewasa ini. Kebebasan penyiaran dan dunia pers yang terusung akhirnya mendapatkan ruang berekspresi setelah dibukanya *open sky policy* yang ditandai oleh disahkannya undang-undang penyiaran No.32 tahun 2002, diberlakukannya undang-undang otonomi daerah, dan demokratisasi penyiaran pasca reformasi yang menyeruak ke permukaan. Hal ini menjadi dasar bagi berbagai pelaku bisnis media di daerah berlomba-lomba mendirikan usaha di bidang media massa. Saat ini media televisi bagaikan kebutuhan skunder bagi masyarakat luas yang menjadi media pilihan untuk mendapatkan hiburan serta informasi dengan cepat dan terpercaya. Pesatnya perkembangan dunia pertelevisian yang ditandai dengan berkembangnya stasiun-stasiun penyiaran, menjadikan persaingan semakin ketat hingga setiap stasiun televisi berusaha meningkatkan daya saingnya menjadi media tontonan pilihan terbaik bagi pemirsa.

Maraknya dunia pertelevisian juga menjadi lahan subur bagi tumbuh kembangnya rumah-rumah produksi (*production houses*) saat ini. Hadirnya RBTV ditengah maraknya industri pertelevisian sebagai salah satu televisi lokal di Yogyakarta, tentunya harus mempunyai strategi-strategi produksi untuk menghasilkan acara berkualitas. Salah satu strategi tersebut adalah menjalin kerjasama dengan *production house* Jogja PLaT-AB. Pesatnya perkembangan rumah-rumah produksi yang menghasilkan program-program alternatif, mendorong *production house* PLaT-AB untuk lebih kreatif dan inovatif dalam berkarya dengan memberikan cita rasa berbeda pada setiap acara-acara yang diproduksi. Siasat tersebut dilakukan *production house* PLaT-AB agar mampu bersaing dalam dunia pertelevisian, dapat merebut segmen pasar, dan lebih memperkokoh eksistensinya.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I :     PENDAHULUAN	
A. Penegasan judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
E. Telaah Pustaka .....	8
F. Kerangka Teoritik .....	10
G. Metode Penelitian .....	30
H. Sistematika Pembahasan .....	35

BAB II :	GAMBARAN UMUM <i>PRODUCTION HOUSE</i> PLaT-AB	
	A. <i>Production House</i> PLaT-AB .....	37
	1. Sejarah singkat berdiri dan berkembangnya <i>production house</i> PLaT-AB .....	37
	2. Visi-Missi <i>production house</i> PLaT-AB .....	40
	3. Manajemen <i>production house</i> PLaT-AB.....	40
	B. Deskripsi acara-acara yang diproduksi.....	48
	1. Obral .....	48
	2. <i>Girl Power</i> .....	51
	3. PLaT-AB Quiz .....	54
	4. Ustadz Gawat Darurat .....	56
	5. Cakruk.....	59
	6. Music Mania .....	62
	7. Salam PLaT-AB.....	64
BAB III :	SIASAT <i>PRODUCTION HOUSE</i> PLaT-AB UNTUK MEMPRODUKSI ACARA TELEVSI BERKUALITAS	
	A. Proses Produksi Acara Televisi Sesuai SOP.....	67
	B. Pengadaan Peralatan Studio Berstandar Broadcasting.....	91
	C. <i>Professionalism Reqrruitment</i> .....	92
	D. Mekanisme dan Suasana Kerja yang Kondusif.....	94
BAB IV :	PENUTUP	
	A. Kesimpulan .....	96
	B. Saran-saran .....	98
	C. Kata Penutup.....	99

DAFTAR PUSTAKA .....100

LAMPIRAN-LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel I.	Run Down Acara Obral.....	50
Tabel II	Run Down Acara Girl Power.....	52
Tabel III	Run Down Acara PLaT-AB Quiz.....	55
Tabel IV	Run Down Acara Ustadz Gawat Darurat.....	58
Tabel V	Run Down Acara Cakruk.....	61
Tabel VI	Run Down Acara Music Mania.....	63
Tabel VII	Run Down Acara Salam PLaT-AB.....	65



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB I

### STRATEGI *PRODUCTION HOUSE* PLaT-AB DALAM PRODUKSI ACARA TELEVISI

#### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi “Strategi *Production House* PLaT-AB dalam Produksi Acara Televisi”, maka penulis memandang perlu memberikan batasan-batasan istilah yang ada dalam judul tersebut.

Adapun istilah-istilah yang perlu dibatasi adalah sebagai berikut:

##### 1. Strategi

Strategi menurut Kamus Ilmiah Populer adalah: Muslihat untuk mencapai sesuatu.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini strategi yang dimaksud adalah cara-cara kreatif memproduksi acara televisi dan taktik operasional produksi *production house* PLaT-AB dalam produksi acara-acara televisi ditengah variatif acara-acara yang siarkan televisi nasional ataupun televisi lokal Jogja lainnya. Acara-acara televisi produksi *production house* PLaT-AB yang ditayangkan di RBTv Yogyakarta meliputi; Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB.

---

<sup>1</sup> Dahlan Yacub Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: ARKOLA, 1994), hlm. 727

## 2. *Production House*

*Production House* atau rumah produksi adalah perusahaan pembuatan rekaman video dan/atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya adalah memproduksi acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini *production house* yang menjadi subjek penelitian adalah PLaT-AB. PLaT-AB merupakan nama group perusahaan *production house* Jogja yang memproduksi acara-acara televisi meliputi; Obral, Girl Power, PLAT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB yang di tayangkan di stasiun televisi RBTv. PLaT-AB sendiri tidak mempunyai arti khusus atau kepanjangan. Nama PLaT-AB digunakan perusahaan *production house* tersebut, dengan alasan kata PLaT-AB mudah diingat karena mewakili identitas nomer polisi kendaraan kota Jogja.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>2</sup> “UUD RI. 24 tahun 1997 tentang penyiaran”, ( Online ), [http://www.internews in Indonesia.com](http://www.internews.inIndonesia.com), diakses 8 April 2007

### 3. Produksi Acara Televisi

Produksi menurut Kamus Ilmiah Poluler adalah: Apa yang dihasilkan atau diperbuat.<sup>3</sup> Produksi yang dimaksud dalam penelitian adalah kegiatan produksi acara televisi, dimana acara yang menjadi acuan penelitian pada skripsi ini merupakan acara-acara yang diproduksi oleh *production house* PLaT-AB meliputi; Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB.

Jadi yang dimaksud dengan judul “Strategi *Production House* PLaT-AB dalam Produksi Acara Televisi” adalah sebuah deskripsi tentang strategi operasional *production house* PLaT-AB dalam memproduksi acara-acara televisi yang ditayangkan di RBTV Yogyakarta meliputi; Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB. Strategi produksi acara-acara tersebut dilihat dari segi kreatifitas isi acara dan teknik operasional produksi acara.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>3</sup> Dahlan Yacub Al Barry, *Op. Cit*, hlm. 626

## B. Latar Belakang Masalah

Selama empat dekade sejak kemunculan TVRI pada tahun 1962, dunia pertelevisian Indonesia disemarakkan dengan mengudaranya stasiun-stasiun televisi swasta. Stasiun-stasiun televisi swasta tersebut yaitu RCTI, SCTV, TPI, ANTV, Indosiar, TransTV, Trans7, Global TV, dan Lativi Pertumbuhan pesat jumlah stasiun televisi swasta bisa menjadi suatu bukti bahwa sebagian besar masyarakat kita belum jemu menikmati hiburan ataupun informasi yang disajikan lewat media televisi. *Open sky policy* yang dibuka dengan ditandai oleh disahkannya undang-undang penyiaran No.32 tahun 2002, ditambah isu desentralisasi, otonomi daerah, dan demokratisasi penyiaran pasca reformasi yang menyeruak kepermukaan, hal ini menjadi dasar bagi berbagai unsur di daerah untuk berlomba-lomba mendirikan media alternatif. Stasiun-stasiun televisi lokal pun bermunculan, yang menurut data Asosiasi Televisi Lokal Indonesia ( ATVLI ) berjumlah hampir lima puluh stasiun televisi yang telah dan akan mengudara. Lima puluh stasiun televisi lokal tersebut tersebar dari Papua hingga Pematang Siantar dan berupaya menggaet pemirsa lokal dengan program acara di masing-masing daerah.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Wadi Wahid. M, *TV Lokal: mampukah mereka bersaing?*, ( Online ), <http://www.tvconsulto.com>, diakses 8 April 2007



Jogjakarta yang dikenal sebagai kota pariwisata dan kota pendidikan tidak menyia-nyiakkan kesempatan emas tersebut untuk turut serta berkontribusi dalam dunia pertelevisian dengan mendirikan stasiun televisi lokal, satu diantaranya adalah RBTV. Sebagaimana diketahui televisi sebagai salah satu media massa elektronik memiliki kemampuan kuat untuk mempengaruhi manusia melalui pesan-pesan yang disampaikannya. Sifat audio-visual yang dimiliki televisi menjadi media informasi, serta media hiburan yang mempunyai daya penetrasi paling kuat terhadap kehidupan manusia. Hadirnya RBTV ditengah maraknya perindustrian televisi tentunya harus mempunyai strategi-strategi produksi untuk menghasilkan acara bermutu. Salah satu strategi tersebut adalah menjalin kerjasama dengan *production house* Jogja PLaT-AB dalam acara-acara yang ditayangkannya.

Lewat kerjasama yang terjalin, selama ini PLaT-AB telah memberikan kontribusi dan warna tersendiri dalam produksi acara-acara yang telah dihasilkannya. Acara-acara yang diproduksi PLaT-AB dan ditayangkan melalui stasiun televisi RBTV tersebut meliputi; Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB. *Production house* PLaT-AB merupakan perusahaan yang berperan dalam dunia pertelevisian dengan manajemen tim produksi hanya berjumlah 14 orang. Jumlah tim produksi yang tidak banyak tersebut tentunya merupakan hal yang tidak mudah bagi *production house* PLaT-AB untuk dapat terus eksis ditengah maraknya rumah-rumah produksi yang lebih mempunyai modal besar, serta

jumlah tim produksi yang lebih banyak dalam memproduksi suatu acara televisi. Tumbuh kembang rumah-rumah produksi yang memberikan tayangan-tayangan alternatif mendorong *production house* PLaT-AB untuk lebih eksis berkarya, kreatif serta inovatif dengan memberikan cita rasa berbeda dalam acara-acara yang diproduksinya agar mampu bersaing dalam dunia pertelevisian dan dapat merebut segmen pasar.

Maraknya variatif acara-acara televisi nasional maupun televisi lokal Jogja lainnya serta tumbuh kembang rumah-rumah produksi saat ini, mendorong *production house* PLaT-AB untuk menggunakan strategi dalam acara-acara yang diproduksinya, baik dari segi kreatifitas isi acara maupun teknik oprasional produksi. Strategi-strategi tersebut dilakukan *production house* PLaT-AB selain untuk menghasilkan acara yang inovatif, tentunya juga sebagai salah satu strategi untuk merebut segmen *audience*. Khususnya *audience* daerah Yogyakarta yang telah dimanjakan oleh maraknya variatif acara televisi nasional ataupun televisi lokal Jogja lainnya.

### C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut, dapat dirumuskan suatu pokok permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimana strategi operasional *production house* PLaT-AB dalam produksi acara televisi?”.

#### D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Tujuan utama peneliti adalah menemukan jawaban terhadap pertanyaan utama yang tersimpul dalam rumusan masalah yaitu; Untuk menjelaskan strategi *production house* PLaT-AB dalam memproduksi acara-acara televisi yang ditayangkan di RBTV.

Adapun kegunaan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis yaitu: Secara teori penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan tentang strategi produksi acara televisi khususnya dibidang ilmu penyiaran dan ilmu komunikasi.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur untuk memahami problematika mengenai ilmu-ilmu terkait dan dapat menambah pengalaman pengetahuan tentang strategi *production house* dalam memproduksi acara televisi yang baik.

## E. Telaah Pustaka

Penelitian maupun tulisan mengenai “Strategi *Production House* PLaT-AB dalam produksi acara televisi” sejauh pengetahuan penulis secara spesifik belum pernah dilakukan. Khususnya rumusan masalah penelitian yang ditujukan pada *production house* PLaT-AB dalam produksi acara televisi.

Penelitian skripsi yang berkaitan dengan strategi namun dengan rumusan masalah yang berbeda telah diteliti oleh Radityo Andrias K pada tahun 2002, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jurusan Ilmu Komunikasi dengan judul “Strategi Stasiun TV lokal (Lombok TV) Dalam Menghadapi Persaingan dengan TV Nasional”. Metode yang digunakan dalam skripsi tersebut adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Lombok TV dengan keterbatasan yang ada sebagai satu-satunya televisi lokal di pulau Lombok menggunakan strategi produksi dalam menyajikan program-program lokalnya. Strategi yang digunakan adalah dengan mengangkat potensi-potensi yang ada di pulau Lombok dalam acara-acara televisi yang diproduksinya, di mana selama ini potensi yang ada di pulau Lombok tersebut jarang terekspos ke masyarakat luas.

Pada penelitian skripsi ini penulis menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi, dalam pengumpulan data-data, dimana hasil dari penelitian adalah menjawab dari rumusan masalah mengenai strategi secara operasional yang digunakan *production house* PLaT-AB dalam memproduksi acara-acara televisi yang variatif, berkualitas, serta mampu bersaing di tengah maraknya variatif program-program acara yang ditayangkan televisi nasional atau pun televisi lokal Jogja lainnya.

## F. Kerangka Teoritik

### 1. Proses Produksi Acara Televisi

Sofjan Assauri dalam bukunya *Management Produksi* menyatakan tentang produksi sebagai berikut :

Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) suatu barang atau jasa, untuk kegiatan dimana dibutuhkan faktor-faktor produksi yang dalam ilmu ekonomi berupa tanah, modal, tenaga kerja dan *skills*. Proses produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber yang ada.<sup>5</sup>

Setelah membahas pengertian di atas, maka dapat disebutkan bahwa apabila terdapat suatu kegiatan yang dapat mengakibatkan adanya penambahan faedah atau manfaat, kegiatan tersebut dapat dikatakan produksi, sedangkan cara atau metode untuk menciptakannya dikatakan proses. Dengan demikian proses produksi acara televisi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan dan menambah kegunaan suatu acara siaran televisi dengan menggunakan sumber-sumber yang ada.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Heriyanto, *Produksi Acara Televisi*, ( Yogyakarta: Diklat Ahli Multi Media MMTC, 2006), hlm. 71

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm. 72

Program siaran baik radio maupun televisi dibagi menjadi dua, *pertama* yang bersifat berita dan *kedua* yang bersifat non berita. Pada program yang bersifat berita sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, maka untuk memenuhi kriteria tersebut, kecepatan bertindak sangat menentukan, dan pendekatan produksinya lebih menekan pada nilai jurnalistiknya, sehingga masalah artistik menjadi unsur pendukung, berarti pendekatannya ke arah jurnalistik artistik. Hal ini berbeda dengan yang bersifat non berita, dimana masalah jurnalistik menjadi unsur pendukung saja, dengan demikian pendekatannya ke arah artistik jurnalistik.<sup>7</sup>

Program yang bersifat berita dengan demikian isinya tidak dapat direncanakan, sebaliknya yang bersifat non berita perencanaan isinya mutlak diperlukan. Dengan adanya dua karakteristik program tadi, maka untuk memudahkan perbedaannya dapat disebut dengan program yang bergaya berita dan bergaya cerita, dimana acuan antara dua karakteristik program tadi seperti berikut :<sup>8</sup>

Seni/Non Berita	Jurnalistik/Berita
1. Masalah keindahan	1. Masalah waktu
2. Mendapat kepuasan	2. Mendapatkan informasi sejelasa-
3. Memenuhi rasa apresiasi seseorang	2. Mendapatkan informasi sejelasa- jelasnya

<sup>7</sup> Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, ( Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994 ), hlm. 152

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm. 153

4. Improvisasi tidak terbatas	3. Memenuhi keinginan untuk mengetahui
5. Kode moral	4. Improvisasi sangat terbatas
6. Penulisan Cinematik	5. Kode Etik
7. Pembicara Dramatis	6. Penulisan Efektif
8. Imitasi abstrak	7. Berbicara efektif
9. Pemikiran imajinasi	8. Sesuatu yang nyata
10. Dapat berupa fiksi	9. Terikat norma-norma
11. Dibuat sedemikian rupa agar dapat mengasikkan	10. Pengalihan pengalaman
	11. Unsur kepercayaan diperlukan

Di dalam bukunya *Television Production*, Alan Wurtzel menguraikan prosedur baku untuk memproduksi program siaran televisi yang disebut *Standard Operation Procedure* (SOP) produksi acara televisi dan mencakup empat tahap (*Four Stages of Television Production*). Keempat tahap produksi acara televisi tersebut adalah sebagai berikut :<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Darwanto Sastro Subroto, *Op. Cit*, hlm. 157-160



### 1) *Pre Production Planning*

Pada tahapan ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan yang akan datang, atau juga disebut sebagai tahap perencanaan.

Bermula dari timbulnya sebuah gagasan atau sering disebut sebagai ide dan ide atau gagasan ini menjadi tanggung jawab seorang produser, tetapi tidak berarti bahwa ide datangnya harus dari produser tadi, dapat saja datangnya dari luar, hanya tanggungjawab ide tadi diambil alih oleh produser dari acara yang bersangkutan.

Dengan bertitik tolak dari gagasan tadi, produser yang bersangkutan segera mulai melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk bahan pengembangan gagasan tadi, selanjutnya dengan data-data dan fakta yang diperoleh produser segera meminta kepada penulis naskah untuk menuangkan dalam bentuk tulisan dan penulis naskah segera merangkai berbagai data dan fakta tadi untuk dikembangkan menjadi bentuk naskah, dengan format, durasi yang telah ditentukan, demikian pula olahan dan gaya bahasanya disesuaikan dengan khalayak sasarannya.

Apabila naskah dinilai telah memenuhi syarat, maka produser menyelenggarakan *planning meeting*, dengan mengundang anggota kerabat kerja inti (*Key member*) yang terdiri dari Pengarah Acara, *Technical Director*, *Audio Engineer*, *Lighting Engineering*, dan *Art Director*.

Di dalam *planning meeting* ini produser melakukan pendekatan produksi (*production approach*) tentang rencana produksinya dan seluruh anggota inti memberikan berbagai masukan yang diperlukan, sehingga akhirnya rencana produksi tadi akan dapat direalisasikan atas kesepakatan bersama.

Selanjutnya produser mempersiapkan berbagai hal yang bersifat mendukung rencananya, seperti misalnya melakukan *casting* artis pendukungnya, merencanakan anggaran yang diperlukan dan sebagainya. Sedang para anggota inti dengan selesainya *planning meeting* tadi berarti telah mempunyai bahan-bahan sebagai rencana kerjanya, yang bersifat mendukung rencana produksi nantinya, karena itu bersama kerabat kerjanya segera mempersiapkan yang berhubungan dengan tugas-tugas dan tanggung jawabnya.

## 2) *Set-up and Rehearsal*

*Set-up* merupakan tahapan persiapan-persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan oleh anggota inti bersama kerabat kerjanya, sejak dari mempersiapkan peralatan yang akan digunakan baik untuk keperluan di dalam maupun di luar studio, sampai mempersiapkan denah untuk seting lampu, mikrofon maupun tata dekorasi. Sedang masalah latihan (*rehearsal*) tidak saja berlaku bagi para artis pendukungnya, tetapi sangat penting pula bagi anggota kerabat kerja, mulai dari *switcher*, penata

lampu, penata suara, *floor director*, kamerawan sampai ke pengarah acaranya sendiri. Dalam latihan ini dipimpin oleh pengarah acara.

Selama latihan produser dengan cermat mengamati monitor program, bertindak sebagai wakil pemirsa atau penonton dan membuat catatan tentang perubahan-perubahan yang disarankan untuk memperbaiki kualitas estetika dan teknis dari produksi. Selama waktu istirahat, catatan tersebut dibahas bersama pengarah acara, pengisi acara, dan kerabat kerja produksi. Adapun langkah-langkah latihan (*rehearsal*) dapat dilakukan dengan tahapan diantaranya sebagai berikut:<sup>10</sup>

- a. *Read Through*; Pengisi acara melakukan latihan dengan membaca naskah secara lengkap, selanjutnya pengarah acara memberikan petunjuk tentang tanda baca, vocal, *acting* dan penafsiran peran yang dibawakannya. Keberhasilan dalam latihan ini akan sangat membantu tahap latihan berikutnya.
- b. *Walk Through*; Pengisi acara dalam melakukan latihan dialog tidak lagi menggunakan naskah.
- c. *Blocking*; Latihan ini dapat di mulai diluar studio, kemudian di dalam studio. Dalam tahap ini dilakukan latihan *blocking* kamera dan pengisi acara.

---

<sup>10</sup> Heriyanto, *Op. Cit*, hlm. 75

- d. *Dry Rehearsal*; Latihan ini dikenal sama dengan geladi kotor di mana pengisi acara dalam latihan ini belum mengenakan tata rias dan busana sebenarnya atau lengkap, tetapi pengisi acara dituntut untuk melakukan sesuai yang telah diarahkan oleh pengarah acara.
- e. *General Rehearsal*; Dalam latihan ini seluruh yang terlibat produksi sudah harus dipersiapkan seperti pelaksanaan sebenarnya.

### 3) *Production*

Yang dimaksud dengan *production* adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk auditif bagi radio dan bentuk audio visual untuk televisi. Seperti telah kita ketahui pelaksanaan produksi tergantung dari tuntutan naskahnya, dengan demikian karakter produksi acara televisi pada umumnya lebih ditentukan oleh karakter naskah atau karakter acaranya. Dengan demikian produksi acara televisi secara umum dapat ditinjau dari beberapa segi, antara lain:<sup>11</sup>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm. 80

a. Penyiarannya

1. Produksi acara siaran langsung (*Live production*).
2. Produksi acara siaran tidak langsung (*Recorded production*).
  - Rekaman langsung jadi (*Live on tape production*).
  - Rekaman pembagian persegmen/sequel (*Recording in segment production*).
  - Rekaman persegmen dengan satu kamera produksi

b. Lokasi

1. Produksi di dalam studio (*in door*).
2. Produksi di luar studio (*out door*).
3. Produksi gabungan (*in-out door*).

c. Karakteristik kamera

1. *single camera production*.
2. *Multi camera production*.

d. Karakteristik *sound*.

- *Live sound production*.
- *Play back sound production* (pemutaran ulang rekaman suara).
- *Live and play back sound production* (perpaduan antara suara langsung dengan pemutaran ulang rekaman suara).

#### 4. *Post Production*

Tahap terakhir atau tahap *post production* merupakan tahap penyelesaian atau penyempurnaan dari bahan yang berupa pita auditif maupun pita audio visual. Tahap penyelesaian meliputi:

- a. Melakukan editing baik suara maupun gambar.
- b. *Insert* visualisasi.
- c. *Dubbing*
- d. Pengisian narasi.
- e. Pengisian *sound* efek dan ilustrasi.
- f. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksi. Di dalam evaluasi ini dapat saja hasil produksi masih diberikan beberapa catatan misalnya, masalah ilustrasi, *sound* efek, editing gambar, dan sebagainya, sehingga masih harus dilakukan perbaikan.

Jika Alan Wurtzel membagi empat tahap kegiatan dalam proses produksi acara, lain halnya dengan pendapat Gerald Millerson. Di dalam bukunya *The Technique of Television Production*, Gerald membuat tahapan serta rincian tugas lebih rinci lagi untuk proses produksi acara sebagai berikut:<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Darwanto Sastro Subroto, Op. Cit, hlm.164-166

## PROSES PRODUKSI MENURUT GERALD MILLERSON

- |                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1. IDE                         | RISET ( PENELITIAN )   |
| 2. NASKAH KASAR                | <i>OUT LINE</i>  |
| 3. PERENCANAAN AWAL            | DISKUDI AWAL TENTANG:  |
|                                | a. Produksi.   |
|                                | b. <i>Stage design</i> berupa perencanaan kasar dan sketsa.  |
|                                | c. Tata cahaya.  |
|                                | d. Make up.  |
|                                | e. Kostum.   |
|                                | f. Fasilitas teknik.   |
| 4. NASKAH                      | a. <i>Casting</i> .  |
|                                | b. <i>Booking Artis</i> .  |
| 5. PERENCANAAN TEKNIS          | a. Pemantapan penyajian produksi ( <i>production treatment</i> ).  |
|                                | b. Perencanaan secara terinci dari penyajian produksi.   |
|                                | c. <i>Graphic, properties, special effect</i> (scan atau video).   |
|                                | d. Administrasi produksi.  |
|                                | e. Konstruksi produksi.  |
|                                | f. <i>Insert</i> : dari perpustakaan film, <i>graphic</i> , pengambilan lokasi atau film video.                                  |
| 6. <i>REHEARSAL SCRIPT</i>     | Pembuatan atau mendapatkan: <i>Properties</i> , kostum, model, dan lain-lain.  |
| 7. <i>PRE STUDIO REHEARSAL</i> | a. Latihan pemain: dialog presentasi, <i>action</i> .  |
|                                | b. Pengukuhan penyajian produksi.  |
|                                | c. Penentuan akhir mengenai tata cahaya, fasilitas produksi.   |
|                                | d. Pemilihan <i>effect</i> , <i>audio background</i> musik.  |
|                                | e. <i>Review</i> atau edit: <i>Insert</i> (film atau video) <i>graphic</i> .   |
| 8. <i>CAMERA SCRIPT</i>        | a. Mempersiapkan:  |
|                                | • <i>Breakdown sheet</i> ( <i>run down</i> ).  |
|                                | • <i>Camera cards</i> (alat Bantu <i>floor director</i> untuk menyambung komunikasi antara <i>floor director</i> dengan studio). |
|                                | • <i>Cue cards</i> ( alat Bantu panduan  |

- acara siaran untuk presenter).
- *Prompters* (juru bisik).
- b. Transport untuk:
- Peralatan yang disewa.
  - *Properties*.
  - Kostum.
  - Dan lain-lain.
9. PERSIAPAN STUDIO
- Membuat *stage*, tata cahaya, persiapan peralatan dan lainnya.
10. *BLOKING CAMERA*
- PENGATURAN:  
Pengarahan kamera
- Tata cahaya.
  - Pengarahan kamera.
  - Mikrofon.
  - Make up.
  - *Effects*.
  - Kostum.
  - Dan lain-lain.
11. *RUN THROUGH*
- Lanjutan dari kamera *blocking*.
12. *GENERAL REHERSAL*
- Penilaian akhir: Presentasi, penyajian operasional.
13. VIDEO TAPE *RECORDING*
- Recording*, check waktu, *retake* (pengambilan ulang gambar) dan lain-lain.
14. PEMILIHAN BAHAN
- Melihat hasil rekaman dengan maksud memilih *shot* yang diinginkan, titik edit dan urutan *shotnya*.
15. EDITING
- Proses editing, penambahan *title*, audio *effects*, *background music* dan video *effects*.
16. *REVIEW*
- Penentuan waktu siaran.
17. TRANSMISI
- ARSIP.



Darwanto SS dalam bukunya *Produksi Acara Televisi* mengemukakan terdapat lima dasar yang sangat penting dalam merencanakan, memproduksi dan menyiarkan suatu acara bagaimanapun sifat dan bentuknya. Kelima acuan ini satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan bahkan akan saling terkait, dengan demikian apabila salah satu dari kelima acuan tidak ada, maka suatu stasiun penyiaran atau stasiun produksi keliling, tidak mungkin melakukan kegiatannya. Kelima acuan tersebut adalah:<sup>13</sup>

1. Ide: Semua acara siaran televisi baik dari bentuk yang paling sederhana, selalu didahului timbulnya sebuah ide atau gagasan, ide timbulnya bisa saja tidak timbul dari anggota satuan kerja produksi, tetapi dapat timbul dari luar. Ide merupakan buah pikiran dari seseorang perencana acara siaran dalam hal ini produser, sesuai dengan teori komunikasi ide merupakan rencana pesan yang akan disampaikan kepada khalayak penonton, melalui medium televisi dengan maksud dan tujuan tertentu, karena itu sewaktu akan menuangkan idenya dalam bentuk sebuah naskah siaran, harus selalu memperhatikan faktor penonton, agar apa yang akan disajikan dalam bentuk acara siaran dapat mencapai sasarannya.
2. Pengisi acara siaran: Pengisi acara siaran dapat berupa seorang pembaca berita, artis yang belum dikenal sampai dengan para cendekiawan, dan artis yang cukup terkenal di masyarakat. Tetapi

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hlm. 47-52

meskipun demikian karena produksi acara televisi memerlukan waktu yang panjang dan berliku-liku, biasanya para artis mengalami kesulitan sehingga terjadi kebosanan pada dirinya, sehingga mereka menilai bahwa kerja produksi televisi bertele-tele. Dengan kondisi demikian maka perlu dijalinnya suatu kerjasama agar dapat terjalin saling pengertian di antara anggota kerabat kerja dengan para artis pendukung, dengan tujuan untuk dapat menghasilkan suatu karya produksi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

3. Peralatan; Peralatan dipergunakan untuk memperlancar dan pengendalian proses produksi (misalnya kamera, lampu-lampu, mikropon, dekorasi dan lain sebagainya). Dalam rangka upaya pelayanan terhadap masyarakat yang sebaik-baiknya, maka segala peralatan yang ada akan selalu mengalami peningkatan, sejalan dengan perkembangan teknologi elektronika.
4. Kelompok kerja produksi; Kelompok kerja produksi merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara bersama-sama (kolektif) sampai hasil karyanya dinyatakan layak untuk disiarkan. Kelompok kerja satuan produksi dibagi menjadi empat satuan kerja yang terdiri dari :
  - a. Satuan kerja produksi atau siaran. Secara umum terdiri dari :
    - 1) Kepala Siaran.
    - 2) Perencana Siaran.

- 3) Pengarah Acara.
  - 4) Penulis naskah.
  - 5) Pembaca berita.
  - 6) Pewawancara.
  - 7) Penyiar kesinambungan (pasangan dari presenter).
- b. Fasilitas produksi; Tugas utama satuan kerja fasilitas produksi ini mendukung terlaksananya produksi sesuai perencanaan , dengan jalan membantu menyediakan segala fasilitas produksi agar proses produksi dapat berjalan lancar. Anggota satuan kerja fasilitas produksi terdiri dari:
- 1) Perekayasa dekorasi yaitu; orang yang bertugas membuat sheet (lembaran) dekorasi untuk acara yang diproduksi.
  - 2) Perekayasa grafis yaitu; orang yang bertugas membuat desain grafis untuk acara yang diproduksi.
  - 3) Penata rias dan busana.
  - 4) *Propertyman* (orang yang membawakan barang-barang keperluan produksi).
  - 5) Tukang kayu.
  - 6) Pelukis.

- c. Satuan kerja operator teknik; Setelah ide dari produser mendapatkan dukungan dari satuan kerja produksi atau siaran, baik dalam bentuk naskah, dekorasi, tata busana, tata rias dan sebagainya, maka tahap akhir adalah merubah naskah yang telah disiapkan menjadi gambar dan suara. Satuan kerja ini terdiri dari:
- 1) Penata lampu.
  - 2) Kameraman.
  - 3) Penata suara.
- d. Satuan kerja teknisi (*Engineering*); Yang dimaksud teknisi adalah mereka yang tidak terlibat langsung dengan pelaksanaan produksi, misalnya:
- 1) Pemelihara dan perbaikan.
  - 2) Instalator alat komunikasi
  - 3) Video tape recorder.
  - 4) Pemancar.
  - 5) *Telecine* (alat Bantu visualisasi naskah bagi presenter).
5. Penonton; Penonton adalah sasaran dari setiap acara yang disiarkan dan mereka merupakan salah satu faktor yang ikut menentukan berhasil tidaknya suatu acara yang telah dibuat.

### 3. Strategi Pemrograman Televisi

Televisi merupakan bisnis yang tidak hanya memerlukan biaya investasi awal yang besar untuk pengadaan infrastruktur , peralatan produksi studio dan penyiaran (pemancar dan jaringan transmisi), melainkan juga memerlukan biaya operasional yang besar, terutama untuk biaya produksi dan pengadaan (pembelian) program. Dukungan biaya operasional yang cukup dan stabil dari pemilik sangat menentukan kemampuan suatu stasiun TV untuk memproduksi dan menyiarkan program bermutu, menarik, diminati dan dibutuhkan masyarakat. Popularitas dan image merupakan kunci keberhasilan suatu stasiun televisi dalam merebut kue iklan atau memperoleh pendapatan dan keuntungan dari siaran komersial. Banyak faktor atau variabel yang menentukan image stasiun televisi, namun yang terpenting adalah mutu program, siarannya, dan kualitas penerimaan signal (*reception quality*) di masyarakat.<sup>14</sup>

Karena pada gilirannya, program bermutu akan menarik atau menghasilkan banyak pemirsa, populer, dan akhirnya pemirsa dengan jumlah yang besar akan menarik bagi pemasang iklan (*advertiser*) untuk beriklan di stasiun yang bersangkutan. Dalam hal ini stasiun televisi untuk dapat mensegmentasikan stasiunnya kepada sasaran khalayak dan mampu bersaing dengan stasiun televisi lainnya diperlukan strategi. Istilah strategi berasal dari

---

<sup>14</sup> Wardi Wahid. M, *TV Lokal: Mampukah mereka bersaing?*, ( Online ), <http://www.tvconsulto.com>, diakses 8 April 2007

bahasa Yunani yang berarti “kepemimpinan” (*leadership*). Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkna arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>15</sup>

Programming dalam dunia pertelevisian dilihat dari dua sudut pengertian sudut pemirsa dan stasiun televisi adalah:<sup>16</sup>

1. Dari sudut pemirsa, Programming adalah proses penyediaan materi siaran yang sesuai keinginan dan kebutuhan pemirsa yang dapat ditonton pada waktu yang paling sesuai bagi mereka;
2. Sedangkan bagi stasiun TV, Programming adalah mendapatkan dan mengembangkan program serta menjadwalkan penyiaraannya agar dapat menarik sebanyak mungkin pemirsa dan bersaing dengan seluruh kompetitor yang ada.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>15</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992), hlm.7

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm.19

Program merupakan faktor yang memiliki kekuatan penetrasi terbesar dalam menyentuh daya tarik *audience*. Sehingga setiap stasiun televisi memiliki ciri tersendiri mempengaruhi khalayak sasarannya melalui program yang disajikan. Sehubungan dengan itu, Head menguraikan lima elemen dalam programming, yaitu:<sup>17</sup>

- a. *Compatibility*; Program acara yang disusun sesuai dengan kegiatan sehari-hari khalayak. Misalnya kapan mereka biasanya sarapan, kerja, istirahat, dan sebagainya. Hal itulah yang menjadi acuan stasiun televisi dalam menjalankan kebijakan programmingnya.
- b. *Habit Formation*; Kebiasaan khalayak dibentuk melalui program acara yang ditayangkan. Tidak jarang di pembentukan kebiasaan ini timbul suatu sikap fanatic dari khalayak terhadap suatu program acara, sehingga khalayak pun enggan meninggalkan program acara yang ditayangkan.
- c. *Control of Audience Flow*; Khalayak dimanjakan dengan program acara yang ditayangkan. Jika suatu program selesai, langsung diganti dengan program acara lain. Tentunya program acara yang ditayangkan tersebut tidak jauh dengan yang diinginkan oleh khalayak.

---

<sup>17</sup> J.B Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, ( Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm.4

- d. *Conservation of Program Resources*; Terkadang program acara yang dikenal dan digemari oleh khalayak adalah program-program yang kuno ketika ditayangkan kembali pada saat sekarang. Untuk itu, dibutuhkan kreativitas stasiun televisi dalam menyajikan materi program acara yang akan ditayangkan.
- e. *Breadth of Appeal*; Program acara yang ditayangkan dapat menjangkau khalayak luas baik secara teknis maupun sosial. Namun hal ini bergantung pada status stasiun televisi dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang ditayangkan.

Programming dalam dunia pertelevisian meliputi:<sup>18</sup>

1. Jangkauan siaran (Nasional atau Lokal);
2. *Audience Research* (jangkauan pemirsa).
3. Penjadwalan (Pola waktu masyarakat, Target *Audience* dan lain-lain).
4. Isi program
5. Konteks program
6. Variasi program

---

<sup>18</sup> Wardi Wahid. M, *Sekilas tentang TV PROGRAMMING*, ( Online ), <http://www.tvconsulto.com>, diakses 8 April 2007



7. Kombinasi terbaik (optimal) antara idealisme dan kepentingan bisnis (profit)

Kegiatan Programming dalam dunia pertelevisian mencakup:<sup>19</sup>

1. Pemantauan dan pengkajian kecenderungan masyarakat dan kompetitor serta mengelola persaingan.
2. Penyusunan pola acara dan kriteria acara.
3. Penetapan sumber program.
4. Pemilihan dan penetapan program.
5. Pengembangan program.
6. Penyusunan acara harian (*Run Down*).
7. Persetujuan produksi.
8. Penilaian bahan siaran
9. Pemantauan siaran

Programming merupakan strategi untuk memenangkan persaingan untuk dapat meraih perhatian penonton. Strategi programming tersebut termasuk perencanaan (*planning*) dan pengarahan (*directing*) terhadap segala kegiatan operasional seperti pengaturan jaringan siaran dan penyusunan program-program acara yang sedemikian rupa sehingga tepat sasaran kepada target *audience* yang telah ditetapkan. Hal ini vital dalam perkembangan stasiun televisi khususnya stasiun televisi lokal yang ada di

---

<sup>19</sup> *ibid*

daerah, ditengah maraknya keseragaman tayangan program acara yang dihadirkan stasiun televisi nasional, sehingga perlu adanya kepekaan dari stasiun televisi lokal dalam menghadapi acara-acara televisi nasional.

Selain itu, salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan terhadap khalayak dalam pemrograman yaitu pemahaman stasiun televisi terhadap karakteristik masyarakat yang menjadi target *audiensnya*. Karakteristik masyarakat dalam hal ini termaksud berdasarkan golongan, tingkat pendidikan, status ekonomi, dan kebiasaan-kebiasaan yang dimiliki masyarakat dimana stasiun televisi itu berada.

## G. Metode Penelitian

### 1. Fokus dan Lokasi Penelitian

Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *production house* PLaT-AB dalam produksi acara televisi yang ditayangkan di RBTv ditengah variatifnya acara televisi nasional maupun televisi Jogja lainnya.

Lokasi yang dituju oleh peneliti adalah *production house* PLaT-AB  
Jl. D.I. Penjaitan no: 17 Yogyakarta.

## 2. Sumber Data

Sumber data atau sumber informasi adalah seseorang yang berfungsi sebagai sumber pengumpul data atau pemberi informasi. Dan yang menjadi sumber data dari penelitian ini adalah direktur utama *production house* PLaT-AB dan tim produksi acara televisi PLaT-AB.

## 3. Metode Pengumpulan data.

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

### a. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>20</sup> Observasi ini dilakukan dengan teknik Non-Partisipan, dimana peneliti tidak terjun langsung dalam kegiatan yang dilaksanakan, yaitu hanya menyelidiki dan mengamati pelaksanaan kegiatan PLaT-AB sebagai *production house* dalam produksi acara televisi yang ditayangkan di RBTv meliputi ; Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB serta strategi-strategi yang digunakan dalam memproduksi program acara. Observasi ini dilakukan penulis untuk menguatkan dan mencari data yang diperlukan.

---

<sup>20</sup> Koentjara Ningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, cet. XI, 1991), hlm.44

## b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara ( *interviewer* ) yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai ( *interviewee* ) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>21</sup> Wawancara ini dilakukan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang sudah ditentukan ataupun yang sifatnya spontan muncul pada saat interview berlangsung. Penulis menggunakan teknik ini dengan harapan bisa memperoleh data secara langsung untuk kelengkapan penelitian.

Wawancara dilakukan dengan mendatangi informan atau orang yang mengetahui tentang permasalahan penelitian ini, baik dari jajaran pengurus *Production House* PLaT-AB atau pihak-pihak yang bisa memberikan masukan data bagi kejelasan permasalahan dalam penelitian. Hingga diharapkan dapat menemukan data-data dan keterangan mengenai gambaran umum strategi yang digunakan *production house* PLaT-AB dalam produksi acara televisi yang di tayangkan di RBTv meliputi; *Obral*, *Girl Power*, *PLaT-AB Quiz*, *Ustadz Gawat Darurat (UGD)*, *Cakruk*, *Music Mania*, dan *Salam PLaT-AB*.

---

<sup>21</sup> Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, ( Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cet. XV, 2001 ), hlm. 135

### c. Dokumentasi

Yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan memilih suatu catatan (dokumen) mengenai obyek tersebut.<sup>22</sup> Dokumentasi yang dimaksud dalam kegiatan penelitian ini meliputi laporan yang mendukung berupa arsip, catatan-catatan, surat-surat, dan dokumen apapun yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

### d. Metode Analisa Data

Analisis data, menurut Patton (1980:268), adalah proses mengukur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.<sup>23</sup> Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif. Semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Data yang telah diperoleh baik berdasarkan hasil dari observasi maupun wawancara, dan juga informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini kemudian dikumpulkan dan di analisis sehingga diperoleh gambaran tentang strategi *production house* PLaT-AB dalam produksi acara televisi yang di tayangkan di RBTv meliputi; Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB.

---

<sup>22</sup> Koentjoroningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, ( Jakarta: Gramedia, cet. XI, 1991), hal. 129

<sup>23</sup> Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cet. XV, 2001 ), hlm. 103

#### e. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan yang di digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton 1987:331). Hal tersebut dapat dicapai dengan jalan:<sup>24</sup>

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 178

## I. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memberi gambaran secara umum terhadap skripsi ini, serta untuk mengetahui hubungan yang logis antara bagian satu dengan bagian berikutnya, penulis akan memaparkan sistematika pembahasan yang digunakan dalam skripsi ini yaitu sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan yang meliputi penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah pembahasan mengenai *production house* PLaT-AB yang meliputi sub bab yaitu sejarah berdiri dan berkembangnya *production house* PLaT-AB, visi-missi, tim produksi, serta deskripsi acara-acara televisi yang diproduksi PLaT-AB dan ditayangkan di RBTv meliputi; Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Bab ketiga adalah inti dari pembahasan yaitu membahas tentang siasat production house PlaT-AB untuk memproduksi acara yang berkualitas yang dibagi ke dalam sub bab, antara lain deskripsi mengenai produksi acara sesuai *Standard Operational Procedure* (SOP), pengadaan peralatan studio berstandar broadcasting, professionalism *reqcrutment*, serta ciptakan mekanisme dan suasana kerja yang kondusif.

Bab keempat, berisi tentang penutup. Yang meliputi kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis sajikan dalam bentuk laporan penelitian dimana telah dilakukan penganalisaan terhadap semua data yang ada, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi oprasional yang digunakan *production house* PLaT-AB untuk menghasilkan produksi acara televisi yang berkualitas dengan manajemen tim produksi yang berjumlah hanya 14 orang di dalam produksi acara-acara televisinya meliputi Obral, Girl Power, PLaT-AB Quiz, Ustadz Gawat Darurat (UGD), Cakruk, Music Mania, dan Salam PLaT-AB adalah:

1. Menggunakan siasat dalam memproduksi acara-acara televisinya sesuai dengan *Standard Operational Procedure* (SOP) meliputi; *pre production planning* (*production house* PLaT-AB melakukan *meeting* produksi ditahap awal), *set-up and rehearsal* (peralatan syuting produksi *production house* PLaT-AB seperti tata dekorasi, lampu, mikrofon, dan peralatan pendukung produksi lainnya selalu *stand by* serta siap pakai di studio, dan latihan naskah dilakukan bagi para pengisi acara serta tim produksi untuk menghasilkan *angle* gambar yang berkualitas, *production* (*production house* PLaT-AB

memproduksi acara *live* dengan format *talk show* yang didalam segmen acara-acaranya selalu menghadirkan kuis dan interaktif telepon dengan pemirsa dirumah, *post production* (*production house* PLaT-AB pada tahap produksi akhir ini selalu melakukan evaluasi terhadap hasil produksi acara-acaranya baik dari segi editing gambar, ilustrasi, sound efek dan sebagainya dari setiap penayangan produksi acara-acaranya serta pemantauan rating dari setiap acara-acara yang diproduksinya. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi kesalahan yang sama pada produksi acara-acara yang akan ditayangkan selanjutnya.

2. Strategi lainnya yang digunakan *production house* PLaT-AB dalam memproduksi acara televisi yang berkualitas meliputi; Pengadaan peralatan studio berstandar broadcasting untuk menghasilkan gambar-gambar yang optimal, *professionalism reqruitment* dengan mengutamakan skill dan seleksi tes yang dilakukan secara praktek dan wawancara pada penerimaan karyawan, serta mekanisme dan suasana kerja yang kondusif di dalam manajemen tim produksi pada saat pra produksi, pelaksanaan produksi, dan pasca produksi.

## B. Saran-Saran

Setelah penulis mengadakan penelitian dan sedikit banyak memahami keadaan sesungguhnya, kiranya perlu adanya saran-saran pada pihak-pihak yang saling terkait dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Kepada pihak *production house* PLaT-AB hendaknya lebih ditambah dan ditingkatkan lagi inovasi alat-alat pendukung kegiatan produksi serta kreatifitas isi acara-acara yang diproduksi, sehingga mampu bersaing sehat dengan maraknya tayangan acara-acara yang disiarkan televisi nasional ataupun televisi jogja lainnya.
2. Kepada civitas akademik Fakultas Dakwah beserta segenap jajarannya khususnya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, ada baiknya teori yang diberikan selama kuliah dapat seimbang dengan praktek dilapangan, sehingga diharapkan mahasiswanya mempunyai skill dalam mengemas pesan-pesan dakwah lewat produksi acara-acara televisi.

### **C. Kata Penutup**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini meskipun hanya sebagian kecil dari ilmu pengetahuan yang sangat luas dan senantiasa mengalami perkembangan sesuai dengan keadaan zaman.

Akhirnya, Penulis berharap semoga laporan penelitian ini benar-benar dapat bermanfaat bagi para pembaca semuanya, khususnya bagi para civitas akademis Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

**DAFTAR PUSTAKA**

Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994.

-----, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1995.

Dahlan Yacob Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: ARKOLA, 1994.

Fred Wibowo, *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*, Jakarta: Grasindo, 1997.

Foto copy mata kuliah Produksi Siaran Televisi, semester 6 dengan dosen pengampu  
Dra. Elvi Listyorini, M. Si

Heriyanto, *Produksi Acara Televisi*, Yogyakarta: Diklat Ahli Multimedia MMTC,  
2006.

J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka  
Utama, 1994.

Koentjara Ningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia, cet. XI, 1991.

Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, cet. XV, 2001.

Onong Uchyana Effendy, *ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992.

Purnama Suwardi, *Seputar Bisnis dan Produksi siaran Televisi*, Padang: TVRI Sumbar, cetakan pertama, 2006.

“UUD RI 24 Tahun 1997 tentang penyiaran”, <http://www. Internews.com>, diakses 8 April 2007.

Widi Wahid.M, *Sekilas tentang TV PROGRAMMING*, ( Online ),  
<http://www//.tvconsulto.com>, diakses 8 April 2007.

-----, *TV lokal: mampukah mereka bersaing?*, ( Online ),  
<http://www//.tvconsulto.com>, diakses 8 April 2007.