

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan masyarakat akan informasi tidak pernah terpuaskan, maka dari pada itu teknologi informasi terus berkembang dari masa ke masa, televisi salah satunya. Dengan adanya televisi masyarakat dapat mendapatkan informasi secara cepat dan beragam, mulai dari berita, hiburan, dan informasi-informasi lainnya. Media televisi menjadi pilihan utama dari kebanyakan masyarakat, dikarenakan televisi menyajikan tampilan yang lebih menarik yang berbasis *audio visual*, berbeda dengan radio yang hanya mendengarkan suara dan kita menggunakan imajinasi untuk gambaran visualnya.

Dalam penemuan televisi, terdapat banyak pihak penemu maupun inovator yang terlibat, baik perorangan maupun perusahaan. Televisi adalah karya massal yang dikembangkan dari tahun ke tahun. Awal dari televisi tentu tidak bisa dipisahkan dari penemuan dasar, yaitu hukum Gelombang Elektromagnetik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Farady pada tahun 1831 yang merupakan awal dari era komunikasi elektronik. Pada tahun 1876 George Carey menciptakan *Selenium Camera* yang digambarkan dapat membuat seseorang melihat gelombang listrik. Belakangan Eugen Goldstein menyebut tembak

gelombang sinar dalam tabung hampa itu dinamakan sebagai Sinar Katoda (Badjuri,2010:5).

Dengan terjadinya perkembangan teknologi, tidak mungkin adanya teknologi-teknologi yang baru tercipta kemudian, salah satunya televisi yang bebas melihat walau pun ada penghalangannya. Istilah televisi berasal dari kata “*tele*” yang berarti jauh dan “*visi*” (*vision*) yang berarti pengelihatan dari kata *videre* yang berarti melihat (Sutisno,1993:1).

Sekarang ini sudah banyak stasiun televisi yang berdiri, menyajikan segala macam bentuk informasi dan hiburan. Stasiun-stasiun televisi bersaing untuk mendapatkan penonton dengan cara pengolahan informasi dan hiburan yang *terupdate* dan berbeda, dikarenakan di era modern ini budaya konsumtif masyarakat sangat tinggi.

Perkembangan perfilm-an Indonesia juga berkembang dengan seiring berkembangnya teknologi televisi, salah satunya perfilm-an yang ber-*genre* dokumentar. Dokumentar televisi sangat terikat dengan perkembangan dan sejarah perfilm-an dokumenter.

Istilah dokumenter pertama kali dipakai oleh John Grierson yang pertama kali mengkritik film-film karya Robert Flaherty di New York Sun pada 8 februari 1926. Bill Nichols mengatakan film dokumentar adalah upaya menceritakan

kembali sebuah kejadian atau realitas menggunakan fakta dan data (Nichols dalam Fachruddin,2012: 318).

Program dokumentar merupakan program yang menyajikan fakta yang menyangkut dengan kehidupan, lingkungan hidup, dan situasi sekitarnya. Program dokumentar menyajikan sesuatu dengan apa adanya, namun hal itu diserahkan kepada produser dan editor sebagai tahap akhir penyelesaian program.

Joris Ivens dalam bukunya "*The Camera and I*" mengatakan sebuah karya film dokumentar bukan cerminan pasif dari kenyataan, melainkan terjadinya proses penafsiran atas kenyataan ditentukan oleh pembuat film dokumentar (Fred Wibowo,2007:147). Hal ini dapat dibuktikan bahwa sebuah karya film dokumentar bisa bersifat subjektif dikarenakan sifat objektif pada film dapat dipengaruhi oleh pembuat film, penafsiran sebuah film berbeda-beda setiap pembuatan film, tetapi campur tangan subjektif dari pembuat film bukan berarti merekayasa dan memutar balikan fakta, melainkan dari mana sudut pandang film itu diambil.

Perkembangan film dokumenter di Indonesia terbagi menjadi dua motivasi, yaitu film independen dan film yang dibuat khusus untuk televisi. Film-film dokumenter independen ditandai dengan adanya festival-festival film dokumenter seperti FFD (Festival Film Dokumenter) yang berfungsi sebagai

wadah untuk para film maker independen. Sudah banyak film-film dokumenter televisi yang beredar di televisi-televisi Indonesia sejak TVRI berdiri dan menampilkan dokumenter flora dan fauna (Fachruddin, 2012: 320).

PT Lativi Mediakarya yang merupakan pemilik stasiun televisi TvOne. TvOne merupakan salah satu dari sekian banyak stasiun televisi nasional yang ada di Indonesia. TvOne sebelumnya bernama Lativi, stasiun televisi Lativi didirikan pada tanggal 30 Juli 2002 oleh Abdul Latief dan dimiliki oleh ALatief Corporation, dikarenakan gagalnya manajemen dan persaingan konsep program acaranya banyak menonjolkan masalah yang berbau klenik, erotisme, berita kriminalitas dan beberapa hiburan ringan lainnya. Sejak tahun 2006, sebagian sahamnya juga dimiliki oleh Grup Bakrie yang juga memiliki stasiun televisi ANTV. Pada tanggal 14 Februari 2008, Lativi secara resmi berganti nama menjadi TvOne, dengan komposisi 70 persen berita, sisanya gabungan program olahraga dan hiburan. Abdul Latief tidak lagi berada dalam kepemilikan saham TvOne. Direktur utama TvOne saat ini adalah Ardiansyah Bakrie (<http://profil.merdeka.com/indonesia/t/tvone/>) Di akses tanggal 12 Desember 2016.

Peneliti akan meneliti disalah satu departemen yang terdapat di stasiun televisi TvOne yaitu departemen *documentary*. *Documentary* pada televisi

termasuk kedalam jenis berita lunak (*soft news*), didalam *soft news* ini ada beberapa kategori yaitu, *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan talkshow.

Pada stasiun televisi TvOne ini, *documentary* memiliki program-program informasi yang berjenis *tapping* yang memiliki konsep seperti cara pembuatan dokumenter pada umumnya, perbedaannya terdapat pada crew film, cara pembuatan, dan prosedurnya. peneliti ingin meneliti proses pembuatannya, pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Peneliti juga akan memeliti bagaimana seorang produser dapat meningkatkan kerja tim dengan lima tahap, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), dan evaluasi (*evaluating*).

Berbicara tentang manajemen program tidak lepas dari pelaku manajemen itu sendiri, yaitu produser program. Seorang produser bertanggung jawab terhadap perencanaan suatu program televisi dan harus memiliki kemampuan berpikir dan menuangkan ide dalam suatu tulisan atau proposal untuk suatu program acara. Sebagai seorang produser yang memimpin sebuah program, produser juga harus memiliki kemampuan untuk memimpin dan bekerja sama dengan seluruh kerabat kerja.

Setiap stasiun televisi atau pun program yang berbeda, seorang produser memiliki peran-peran yang berbeda, produser bisa merangkap sebagai *program*



Gambar 1.1 Flyer Promosi Program Rupa Indonesia

*director* atau pun *creative*. Peran produser juga bisa berbeda dengan program yang melakukan rekaman di dalam stasiun televisi dan produser yang melakukan rekaman di luar stasiun televisi. Tugas produser berbeda-beda dan menyesuaikan dengan kebutuhan, tetapi inti dari tugas seorang produser adalah memimpin dan mengarahkan sebuah program dari pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

Peneliti akan mengambil salah satu program yang terdapat di departemen *documentary* yaitu “Rupa Indonesia”. Program Rupa Indonesia merupakan dokumenter televisi yang renyah mengkritik tren sosial dan gaya hidup masyarakat Indonesia berupa *pop culture*, *culture shock*, *consumerism*, *fanaticism*, *hedonism*, dan *anarcism*. Durasi tayangan Rupa Indonesia yaitu 60 menit, termasuk *commercial break* dan memiliki empat segmen. Rupa Indonesia merupakan program yang direkam secara *outdoor* yang tidak memerlukan studio dan pembawa acara. Rupa Indonesia memakai hanya reporter saat di layar kaca melaporkan dan mewawancarai narasumber, Rupa Indonesia juga biasanya hanya memakai narasi *voice over* dan narasumber. Manajemen produksi Rupa Indonesia sedikit berbeda dengan program berita yang memerlukan studio untuk memulai acara, Rupa Indonesia memakai *opening* langsung tanpa adanya presenter.

Peneliti akan meneliti crew Rupa Indonesia (reporter,produser,editor) dalam satu episode yang diperkirakan akan berjalan selama satu bulan.

Dalam penelitian ini penulis meninjau dari beberapa tulisan, buku, atau pun jurnal. Penulis menemukan beberapa penelitian skripsi jurnal yang hampir sama dengan yang akan penulis teliti, yaitu yang berkaitan dengan manajemen produksi, televisi, dan dokumenter. Penelitian tersebut akan penulis jabarkan didalam tabel.

**Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian yang Sudah Ada**

Judul Penelitian	Komodifikasi Dai di Televisi: Kajian Ekonomi Politik Media
Tahun Penelitian	2013
Sumber	Jurnal Komunikator Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Volume 4, Nomor 5, 2013
Nama Peneliti	Asri Nuraini & Rona Mentari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina
Bahasan	Membahas tentang produksi program Dai Muda Pilihan ANTV
Persamaan	Sama-sama membahas tentang program acara televisi
Perbedaan	Perbedaan terletak pada subjek dan objek penelitian, Asri & Rona membahas tentang sebuah program show

	yang ada di stasiun televisi ANTV, yang di kaji dalam segi ekonomi politik
Judul Penelitian	Peran Radio Komunitas dalam Menumbuhkembangkan <i>Civic Community</i>
Tahun Penelitian	2012
Sumber	Jurnal Komunikator Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Volume 4, Nomor 1, 2012
Nama Peneliti	Rochmad Effendy Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Merdeka
Bahasan	Membahas tentang bagaimana praktek operasional siaran radio komunitas Mustika FM dalam mengembangkan <i>Civic Community</i> warga Ketawang serta anggota fans club Mustika FM
Persamaan	Membahas tentang manajemen operasional yang dimana sangat dibutuhkan dalam manajemen perusahaan
Perbedaan	Rochman membahas tentang manajemen operasional sebuah stasiun radio



Judul Penelitian	Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari-Mei 2013)
Tahun Penelitian	2014
Sumber	Jurnal ASPIKOM, Volume 2, Nomor 2, Januari 2014
Nama Peneliti	M.Irfan Fazryansyah, Heriyani Agustina & Nuruzzaman Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon
Bahasan	Membahas tentang bagaimana manajemen redaksional pada surat kabar harian umum Radar Cirebon
Persamaan	Sama-sama membahas tentang manajemen media massa
Perbedaan	Perbedaan terletak pada objek penelitian, didalam penelitian ini peneliti membahas sebuah manajemen media cetak, sedangkan yang diteliti peneliti adalah televisi

Dari beberapa contoh hasil penelitian di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaannya. Persamaannya mereka semua membahas tentang bagaimana manajemen sebuah program atau sistem produksi dengan benar sehingga tercipta sebuah hasil yang memuaskan. Dengan berbeda-beda objek seperti televisi, radio, dan surat kabar, mereka semua membutuhkan sebuah proses manajemen yang begitu baik sehingga dapat mencapai tujuan dan hasil yang diharapkan.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diambil suatu permasalahan:”Bagaimanakah manajemen produksi dokumentar televisi “Rupa Indonesia” TvOne?”

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menjadi acuan bagi *film maker* yang ingin membuat dokumenter televisi
2. Untuk mengetahui model manajemen sebuah produksi program dokumenter
3. Untuk mengetahui manajemen produksi program Rupa Indonesia

## **D. Manfaat Penelitian**

### 4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan bisa menambah pengetahuan dan mengetahui cara-cara manajemen sebuah program dokumenter televisi yang benar.

### 4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini akan menghasilkan model manajemen produksi dokumenter televisi yang nantinya bisa diterapkan oleh stasiun televisi lain.

## **E. Kajian Teori**

### **E.1. Komunikasi Massa**

#### E.1.1. Pengertian Komunikasi Massa

Everett M. Rogers menyatakan komunikasi ada dua bagian, yaitu komunikasi massa tradisional seperti teater rakyat dan juru pantun, dan komunikasi massa modern seperti televisi dan radio (Effendy,1993:79).

Mevin L. De Fleur dan Dennis membagi media massa terdiri dari media cetak dan elektronik (Bungin,2001:19). Dengan pernyataan ahli tersebut televisi termasuk kedalam media massa yang juga bagian dari komunikasi massa. Ada berbagai macam pendapat oleh para ahli tentang komunikasi massa :

1. Komunikasi massa adalah Komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interposed* ketika antara sumber dan penerima

tidak terjadi kontak secara langsung, pesan-pesan komunikasi mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, film, atau televisi (Pool dalam Wiryanto,2000:3).

2. Komunikasi massa merupakan suatu proses di mana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar (Joseph R. Dominick dalam Wahyuti,2014:2).
3. Komunikasi massa merupakan proses perbanyakan pesan dengan menggunakan saluran atau media pembagi yang dikenal dengan media massa (Wilson dalam Liliweri,1991:8).
4. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Rakhmat dalam Ardianto,2004:3).

## **E.2. Kateristik Komunikasi Massa**

### **E.2.1. Komunikator Terlembagakan**

Ciri komunikasi massa yang utama adalah dari Komunikatornya. Komunikasi massa terjadi dikarenakan adanya media massa, elektronik maupun cetak. Yang dimaksudkan dengan komunikasi terlembagakan adalah

media massa berdiri sendiri atau pun perorangan, media massa terbentuk dari banyak orang terlibat di dalamnya. Misalkan, di media cetak komunikator atau orang yang mencari bahan artikel atas permintaan atasan atau pun keinginan sendiri, selanjutnya pesan tersebut akan diperiksa oleh editor atau yang bertanggung jawab atas penyuntingan artikel, dan kemudian diberi *layout*, setelah semua tahap selesai kemudian artikel dicetak dan siap di distribusikan kepada pembaca.

Jika di media massa televisi akan lebih rumit, dikarenakan banyak sekali orang yang akan terlibat di dalamnya, seperti reporter dan *cameraman* yang melaporkan dari tempat kejadian, kemudian orang-orang yang di dalam studio akan memproses laporan tersebut dengan tugasnya masing-masing seperti juru kamera yang lebih dari satu, juru lampu, pengarah acara, penata rias, *floor manager*, dan masih banyak lagi orang-orang yang terlibat didalam studio (Effendy,1993:81).

#### E.2.2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan kepada semua orang dan tidak ditujukan ke kelompok atau orang tertentu, oleh karena itu komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi yang disampaikan berupa fakta, peristiwa, dan opini. Tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat di media massa. Pesan

komunikasi harus memenuhi kriteria yaitu penting dan menarik. Ada peristiwa yang memiliki kategori penting tapi hanya untuk kalangan beberapa orang saja, contohnya pemilihan lurah dalam sebuah daerah, dalam peristiwa ini sangat penting untuk daerah tersebut tetapi tidak penting atau tidak menarik untuk daerah-daerah lain di Indonesia, kecuali di dalam pemilihan tersebut ada peristiwa menarik dan unik yang tidak biasa ada pada masyarakat, maka peristiwa tersebut dapat dimasukkan ke media cetak maupun elektronik (Muhtadi,1999:75).

#### E.2.3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Komunikasi pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen, hal ini dikarenakan komunikasi massa terjadi tidak dengan bertatap muka, melainkan melalui media, yang dimaksudkan disini adalah komunikasinya tidak perlu mengenal komunikannya secara detail seperti: nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, dan bahkan tidak perlu mengenal tingkah laku komunikannya.

Selain anonim, komunikasi massa juga bersifat heterogen karena terdiri dari berbagai macam lapisan dan golongan masyarakat yang dikelompokkan dalam beberapa faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi. Dapat dicontohkan dalam sebuah program siaran berita di salah satu media televisi,

mereka bisa terdiri dari dari wanita dan pria; remaja, dewasa dan orang tua; agama Islam, Kristen, Katholik, Hindu, dan Budha; pendidikan akhir SMP, SMU, Akademi dan Perguruan Tinggi; etnik Sunda, Jawa, Minangkabau, Melayu, Batak, Dayak, dan lain-lain. Dalam hal ini komunikator harus cermat dalam membuat sebuah program atau artikel. (Muhtadi,1999:76).

#### E.2.4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan dari komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya terletak pada komunikannya, komunikasi massa bersifat relatif dan tidak terbatas, lebih dari itu para komunikan yang menerima informasi secara serempak pada waktu bersamaan dimana informasi tersebut disampaikan (Effendy,1993:82).

#### E.2.5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu syarat adanya komunikasi adalah adanya hubungan, tetapi didalam komunikasi massa hal ini tidak perlu karena didalam komunikasi massa yang diperlukan adalah isi. Semakin menarik isi didalam informasi tersebut semakin banyak komunikan yang melihat, penyusunannya harus sistematis, baik, dan sesuai dengan medianya (Ardianto,2004:9).

#### E.2.6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Hal ini merupakan kelemahan dari komunikasi massa, dikarenakan komunikan tidak dapat melihat atau berada di lokasi yang sama dengan

penyiar dan reporter. Contohnya, apabila komunikan tidak mengerti isi berita yang disampaikan komunikan tidak dapat menanyai kepada komunikator dikarenakan jarak yang sangat jauh (Ardianto,2004:10).

#### E.2.7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Ini juga merupakan kelemahan dari komunikasi massa, sangat berbeda dengan komunikasi antarpersonal yang bersifat tatap muka sehingga semua stimulasi alat indra dapat terpakai. Berbeda dengan komunikasi massa, pada televisi komunikannya hanya bisa melihat dan mendengar, pada radio komunikan hanya bisa mendengarkan, pada media cetak komunikan hanya bisa melihat dan membaca (Ardianto,2004:11).

#### E.2.8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Berbeda dengan komunikasi antarpersonal yang komunikasinya bertatap muka, komunikator dan komunikan dapat umpan balik secara langsung (*direct*) atau segera (*immediate*). Dalam komunikasi massa hal ini berbanding terbalik yaitu tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*), artinya komunikator komunikasi massa tidak dapat melihat langsung reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Tanggapan khalayak bisa diterima dari telpon, email, dan surat pembaca, hal ini menggambarkan komunikasi massa bersifat tidak langsung (*indirect*). Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telpon, mengirim email, dan menulis surat



pembaca menunjukkan bahwa komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*) (Ardianto,2004:11).

### **E.3. Televisi Sebagai Media Massa**

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi dunia semakin mudah dicapai, dikarenakan dalam waktu singkat kita bisa berhubungan dengan belahan dunia lain. Perkembangan media massa televisi berkembang dengan sangat cepat dan memiliki mamfaat yang besar, mamfaat tersebut dapat dirasakan oleh orang-orang dibelahan dunia lain dan dalam waktu bersamaan dengan jumlah penonton yang relatif tidak terbatas jumlahnya.

Stasiun-stasiun televisi berlomba-lomba dalam memikat para penonton, para khalayak penonton memiliki berbagai macam pilihan program yang menarik dan memikat. Stasiun-stasiun televisi dituntut harus meningkatkan kualitas program siarannya, dikarenakan khalayak penonton akan merasa bosan jika program tersebut ditampilkan secara terus menerus.Masalah perencanaan program harus mengacu kepada selera, keinginan serta kebutuhan masyarakat, manajemen dan teknik produksi stasiun televisi harus bisa memenuhi kebutuhan tersebut (Subroto, 1994:14).

### **E.4. Karakteristik Media Televisi**

Karateristik media televisi berbeda dengan film, didalam pembuatan film harus menunggu waktu pada saat pembuatan selesai dan baru bisa langsung

dilihat. Media televisi bisa disaksikan secara bersamaan meskipun di belahan dunia yang berbeda, dengan adanya teknologi satelit khalayak penonton dapat melihatnya secara bersamaan.

Ada kekurangan terdapat pada media televisi bila dibandingkan dengan surat kabar. Kekurangan media televisi terdapat pada pengulangan isi konten, pada media televisi suatu program tidak dapat diulang kembali pada saat jam tayang yang sama dikarekan media televisi setiap saat menampilkan program dengan tema yang berbeda setiap harinya, para khalayak penonton tidak dapat mengulangi atau memutar kembali program tersebut apabila tidak paham dengan isi program tersebut. Berbeda dengan surat kabar, walau pun surat kabar sama dengan media televisi dengan menampilkan isi konten yang berbeda setiap harinya, surat kabar dapat dibaca berkali-kali apabila tidak paham dengan isi konten didalamnya. Hal ini berlaku pada sebuah film atau video yang diputar di *CD player* atau *home theater* dimana penonton dapat memutar kembali atau memundurkan video tersebut.

Faktor waktu (*Time Factor*) yang terdapat di media televisi menuntut produser-produser di stasiun televisi membuat konten sederhana dan mudah dimengerti untuk khalayak penonton namun tetap menarik untuk dilihat (Subroto,1994:6).

Keuntungan media televisi dari pada media massa lainnya adalah terletak pada *audio visual*. Sangat berbeda dengan surat kabar dan radio yang hanya memiliki *audio* dan surat kabar hanya memiliki *visual*.

## **E.5. Manajemen Produksi Secara Umum**

### E.5.1. Manajemen

#### E.5.1.1. Definisi dan Cara

Manajemen berasal dari kata Perancis kuno, *menagement* yang berarti sebuah pelaksanaan atau pengaturan. Manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien (Griffin dalam Fachruddin,2016:8).

Manajemen bisa memiliki berbagai macam arti dari berbagai macam persepsi, banyak para ahli yang mendefinisikan arti dari manajemen, yaitu:

1. Wayne Mondy mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, memengaruhi, dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi (Morissan,2008:136).
2. R.T Livingstone dalam bukunya *The Engeneering of Organization and Management* mengatakan manajemen merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan dengan cara-cara terbaik, yaitu dengan pengeluaran

waktu dan uang yang paling sedikit, biasanya dengan penggunaan fasilitas yang ada sebaik-baiknya (Sukarna,1992:2).

3. Ilmu pengetahuan yang menjelaskan mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk mencapai tujuan dan mengajarkan bagaimana sistem kerjasama yang lebih bermamfaat bagi manusia (Gulick dalam Ranupandojo,1996:3)
4. Proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya lainnya guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Stoner dalam Ranupandojo,1996:3)
5. Suatu usaha merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, mengkoordinir serta mengawasi kegiatan dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Reksohadiprodo,1999:13)

Dalam perusahaan manajemen sangat diperlukan sebagai penyatu pemikiran dan membetuk peraturan-peraturan yang harus dipatuhi agar sebuah perusahaan tersebut bisa mencapai sasaran (*goals*). Dalam memajemen perusahaan harus ada unsur-unsur atau alat-alat yang merupakan syarat suatu usaha untuk mencapai hasil yang ditetapkan. *Tools* tersebut dikenal dengan 6M yang digunakan untuk tujuan bersama.

1. *Man* (Manusia)

Sumber daya manusia sangat penting bagi sebuah perusahaan, dikarenakan dengan adanya sumber daya manusia sebuah perusahaan dapat berjalan dengan baik. Manajemen akan berjalan dengan baik apa bila sumber daya manusia cukup atau terpenuhi (Handoko dalam Fachruddin, 2016: 9).

2. *Money*(Uang)

Uang merupakan hal yang sangat penting yang tidak bisa diabaikan, karena uang sebagai alat tukar dan alat pengukur nilai. Pemasukan dan pengeluaran kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar diperusahaan. Uang juga berhubungan dengan hal lain seperti membiayai gaji karyawan, pembelian alat-alat, dan sarana prasarana lainnya ( Manullang , 2002: 5 ).

3. *Material*

*Material* terdiri dari bahan setengah jadi (*raw material*) dan bahan jadi. Didalam perusahaan terdapat manusia yang berbeda-beda *skill* dan kemampuan, setiap manusia membutuhkan bahan yang diperlukan agar suatu tujuan perusahaan dapat tercapai. *Material* dan sumber daya manusia tak dapat dipisahkan. Tanpa adanya materi sebuah perusahaan tidak dapat maju dan berkembang (Herujito,2001:6).

#### 4. *Machine*

Mesin digunakan untuk memberi kemudahan dalam mencapai tujuan perusahaan, dikarenakan dengan adanya mesin efisiensi kerja menjadi cepat dan mudah (Mustikawati,2006:99)

#### 5. *Metode*

Suatu tata cara kerja yang memperlancar pekerjaan sumber daya manusia, seperti peraturan-peraturan tugas yang diserahkan dan dilaksanakan oleh sumber daya manusia. Hal ini harus diingat, walau pun metode-metode yang diterapkan bagus namun sumber daya manusia tidak mengerti apa yang mereka kerjakan hasilnya tidak akan memuaskan. Maka dari itu perusahaan harus memilah sumber daya manusia yang sesuai (Mustikawati,2006:99).

#### 6. *Market*

*Market* atau pasar merupakan sasaran yang dituju oleh sebuah perusahaan. Pasar merupakan tempat perusahaan dimana perusahaan tersebut memasarkan produk yang dihasilkan. Agar sebuah pasar dapat ditaklukan dan dikuasi maka perusahaan ini harus membuat produk yang menarik perhatian pasar (konsumen).

Dari ke-enam *tools* ini tidak dapat dipisahkan dari sebuah manajemen perusahaan, semua *tools* sangat berhubungan erat satu sama lainnya, sebuah perusahaan harus dapat me-managemen ke-enam *tools* ini dengan baik dan benar (Handoko dalam Fachruddin, 2016: 11).

### 1.6.1.2. Fungsi Manajemen

Dalam fungsi manajemen terdapat elemen-elemen yang harus dipenuhi bagi seorang manajer untuk memajemen perusahaannya. Fungsi manajemen secara umum terdapat 4 aspek.

#### 1. Perencanaan (*Planning*)

Fungsi perencanaan sangat penting didalam sebuah perusahaan, semua yang mencakup tujuan sebuah perusahaan diawali dengan perencanaan. Adapun hal-hal yang harus dilakukan dalam perencanaan adalah: (Hasibuan dalam Fachrudin, 2016: 12).

1. Menetapkan tujuan dan target bisnis
2. Merumuskan strategi bagaimana cara mencapai tujuan
3. Menentukan sumber-sumber daya yang diperlukan
4. Menetapkan standar keberhasilan dalam menetapkan tujuan

#### 2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses menciptakan hubungan antara fungsi-fungsi, personalia dan faktor fisik, agar supaya kegiatan-kegiatan yang harus dilaksanakan disatukan dan darahkan pada pencapaian tujuan bersama (Reksohadiprojo,1999:31).

### 3. Pengarahan (*Actuating*)

Tindakan pengarahan sangat diperlukan dalam perusahaan atau organisasi. Suatu organisasi akan selalu terdiri dari manusia-manusia, yaitu manusia pimpinan dan bawahan, mereka harus bekerja sama dalam mencapai tujuan organisasi (Ranupandojo,1996:107).

Fungsi pengarahan dan implimentasi, berfungsi agar program-program berjalan dengan baik oleh seluruh pihak didalam organisasi serta memotivasi agar semua pihak tersebut menjalani tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas.

### 4. Pengawasan (*Controlling*)

Fungsi pengawasan dan pengendalian, proses ini berfungsi untuk memastikan semua kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan dapat berjalan sesuai dengan target yang sudah ditetapkan.

Mereka yang mengawasi kegiatan-kegiatan, haruslah memahami dan menguasai sistem pengawasan yang dianut oleh perusahaannya, tanpa pengertian dan pemahaman itu sistem pengawasan yang diterapkan tidak akan efektif (Manullang,2002:176).



#### **E.6. Manajemen Produksi Program Dokumenter Televisi**

Film dokumenter merupakan film nonfiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dan membuat orang-orang yang menontonnya terbawa suasana, film dokumenter sering kali diambil tanpa skrip dikarenakan film dokumenter mengambil gambar apa adanya yang terdapat di lapangan. Skrip tetap dibutuhkan oleh produser sebagai acuan produksi agar mengerti alur cerita jalan filmnya tersebut.

Paul Rotha mendefinisikan film dokumenter adalah mengkombinasikan seni pembuatan film, seni produksi, dan penulisan jurnalistik (Rotha dalam Fachruddin,2012: 321).

Prinsip film dokumenter membiarkan spontanitas objek yang difilmkan dan bukan rekayasa. Ide-ide diangkat dari hal-hal kecil dan sederhana yang luput dari perhatian di sekeliling kita.

Sedangkan Dokumenter televisi adalah program dokumenter dengan tema topik tertentu, disajikan dengan gaya bercerita, menggunakan narasi voice over, menggunakan wawancara, juga ilustrasi musik sebagai penunjang gambar visual (Gerzon dalam Fachrudin,2012: 321).

Pada era modern ini, orang-orang sering menganggap reality show sebagai film dokumenter yang menayangkan perjalanan sebuah artis dengan

seseorang dari selesai sampai akhir, reality show bukanlah produk dari sebuah film dokumenter dikarenakan adegannya yang bersifat rekayasa dan fiktif.

Model produksi film dokumenter televisi berbeda dengan produksi film dokumenter independen, dokumenter televisi memiliki waktu riset yang sangat cepat dan singkat karena memakai sistem kejar tayang yang harus mengisi slot kosong yang ada pada televisi, dokumenter televisi juga memakai pendekatan yang sederhana. Berbeda dengan dokumenter independen, dokumenter independen mempunyai waktu yang banyak untuk riset dan pengambilan gambar karena tidak dituntut oleh apapun.

Dokumenter televisi harus memperhitungkan karakter audensinya, tidak semua kalangan dapat mencerna isi daripada dokumenter tersebut, karakter yang dicari adalah yang pasif dan cerdas. Memproduksi film dokumenter juga harus memperhatikan dan mengikuti prinsip jurnalistik yang memakai keakuratan fakta, kompetensi narasumber, dan keseimbangan tidak ada berpihakan.

Dengan penjelasan tersebut, dokumenter televisi harus memperhitungkan waktu, biaya, sumber daya, dan jadwal deadline yang sangat ketat. Akan menjadi tantangan bagi para produser untuk membuat film dokumenter yang bagus dan menarik. Hampir sama dengan manajemen produksi program umum, namun ada sedikit perbedaan dengan manajemen

produksi film dokumenter. Setiap stasiun televisi berbeda-beda dalam menerapkan manajemen-manajemennya.

Menerapkan manajemen sesuai fungsinya akan membuat sebuah manajemen produksi bisa berjalan dengan semestinya dan membuat sebuah produk standar yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Fungsi operasional produksi pada industri pertelevisian adalah menghasilkan program siaran yang disukai penonton sesuai dengan kebijakan perusahaan dan sesuai dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia (P3SPS KPI) (Fachruddin,2016:21).

Produksi televisi tidak bekerja secara individual tetapi bekerja secara tim, apabila sebuah program acara tersebut mendapat apresiasi atau penghargaan kesuksesan tidak diberikan kepada perorangan tetapi program tersebut hasil dari kerja tim produksi.

Zettl menyebutkan tahapan manajemen produksi program televisi yang juga dipakai oleh program televisi dokumenter. Menurut Herbert Zettl, tahapan manajemen produksi program televisi memiliki tahapan sebagai berikut (Zettle dalam Fachruddin,2012:2).

a. Rencana Praproduksi

1. Ide Program

Seluruh jenis program yang akan ditayangkan untuk masyarakat harus diawali dengan ide dan konsep. Sebagai seorang produser televisi, harus mencari ide dan konsep yang menarik sesuai dengan pemirsa televisi (target audiensi).

Ide tidak bisa berbentuk ide apabila belum dituliskan diatas kertas atau berupa naskah. Seorang produser menjabarkan ide dan konsepnya diatas kertas dan memulai mengkoordinasikan ide tersebut kepada tim produksi yang terlibat.

2. Proposal Program

Setelah kru tim produksi setuju dengan kejelasan ide, proses selanjutnya membuat program proposal. Proposal program televisi dibuat agar memudahkan ide pesan mudah untuk disampaikan dan dipresentasikan.

b. Koordinasi

Di tahap ini ada beberapa tugas yang tidak perlu dilakukan oleh produser dan bahkan reporter, namun ditahap ini semua tim

produksi harus bekerja sama secara utuh demi terwujudnya program yang bagus. Ada beberapa hal yang harus dilakukan sebelum program tersebut *on air* di televisi, yaitu: mengumpulkan tim produksi, mempersiapkan peralatan, menetapkan jadwal produksi, menyelesaikan perizinan, dan publikasi atau promosi.

c. Promosi

Sebagus apapun program yang diproduksi akan menjadi sia-sia jika tidak orang yang mengetahuinya, seperti jam tayang dan hari apa penayangannya. Dengan melakukan promosi orang-orang bisa mengetahui lebih awal kapan program tersebut akan tayang, hal ini sangat penting bagi program yang sudah ditunggu-tunggu oleh pemirsa seperti program olahraga, program televisi drama, program pendidikan, dan lain-lain. Promosi program televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu *on air* dan *off air*

1. Promosi *on air*

Promosi *on air* merupakan metode promosi yang dilakukan stasiun televisi memakai media stasiun itu sendiri, produser memakai media televisi itu sendiri itu untuk kegiatan promosi. Produser dan editing bekerjasama untuk membuat video untuk promosi, jenis-jenis

promosi ini bisa berupa trailer, *teaser*, *super impose*, *running text*, *tag on*, dan *promo continuity*.

## 2. Promosi *off air*

Metode promosi ini dilakukan tanpa dibantu oleh media televisi. Promosi *off air* harus tetap dilakukan dikarenakan persaingan ketat dari stasiun televisi saingan yang mempunyai format berita yang sama. Ada beberapa bentuk promosi *off air* yang bisa dilakukan, yaitu melalui media cetak, internet, *billboard*, Media penyiaran, Pamflet dan brosur.

### d. Paska Produksi

Jika semua fase produksi selesai, semua akan dilanjutkan dengan fase *postproduction*. Fase paska produksi ini tugas produser belum selesai, produser harus tetap mengawasi jalannya sesi editing dan evaluasi.

#### a. Editing

Pada tahap ini produser harus hadir untuk melihat proses *editing*. Master *shooting* atau hasil semua *shoot* akan diedit menjadi satu kesatuan yang utuh, panduan editor dalam mengedit adalah sebuah naskah yang sudah dibuat oleh produser. Editor

melakukan hal-hal seperti *mixing audio, subtitling, color correction*, dan sebagainya.

b. Evaluasi

Dalam tahap ini semua tim produksi berkumpul dan membicarakan hasil produksi akhir setelah program tersebut *on air*. Di fase ini tidak ada tim yang saling menyalahkan apabila hasil produksi diluar tujuan dan meleset dari perkiraan, misalnya seperti warna gambar yang gelap, kurangnya narasumber, hasil gambar goyang. Semua harus bekerja dalam satu kesatuan dan tidak ada yang saling menyalahkan. Biarlah kesalahan menjadi pelajaran untuk produksi selanjutnya agar tidak kesalahan yang sama.

## **F. Metode Penelitian**

### **F.1.1. Jenis Penelitian**

Peneliti memakai metode penelitian kualitatif. Denzin dan Lincoln mendefinisikan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moeleong,2007:5).

Jenis penelitiannya adalah deskriptif kualitatif yaitu menguraikan dan menjelaskan metode manajemen produksi program yang dilakukan TvOne pada program Rupa Indonesia.

Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu (Azwar,1998:7).

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berbentuk kutipan-kutipan yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan, dan dokumen resmi lainnya. Penelitian ini akan berisi dengan pertanyaan apa, mengapa, dan bagaimana sesuatu itu dapat terjadi.

## **F.2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dari penelitian ini adalah stasiun televisi TvOne dan objeknya adalah salah satu episode yang akan tayang pada program Rupa Indonesia.

## **F.3. Sumber Data**

Peneliti akan membagi data menjadi dua sumber yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer peneliti dapatkan dari teknik pengumpulan data yaitu dari observasi, studi dokumentasi, dan wawancara



2. Data sekunder peneliti dapatkan dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan internet.

#### **F.4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **F.4.1. Observasi Alamiah ( *Naturalistic Observation* )**

Observasi dilakukan tanpa adanya campur tangan sama dari pihak peneliti. Objek observasi adalah fenomenana-fenomena yang dibiarkan secara alamiah (Azwar,1998:19).

Peneliti akan mengobservasi keadaan kantor dari segi sarana dan prasarana pendukung produksi tim kerja, peneliti juga akan mengobservasi teknik kerja produksi tim Rupa Indonesia. Dengan observasi peneliti dapat mengkaji ulang apakah hasil wawancara dengan narasumber benar adanya.

##### **F.4.2. Studi Dokumentasi**

Guba dan Lincoln mendefinisikan dokumen dan *record* adalah sesuatu yang berbeda. *Record* adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian. Dokumen adalah setiap bahan terutulis ataupun film yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik (Moleong,2006:216).

Pengumpulan data diambil dari berbagai macam bentuk dokumen dari yang elektronik seperi *flashdisk* dan data dari *server*, mau pun dokumen yang berbentuk laporan, buku-buku, dan data dari website.

Dokumen yang akan peneliti pakai bisa bermacam-macam seperti, foto, *rating card*, CV narasumber, dan dokumen program Rupa Indonesia contohnya poster, *flyer*, proposal program, dan program detail. Peneliti juga bisa mendapatkannya berupa data elektronik yang disimpan dalam *harddisk*, *server*, dan *flashdisk* yang isinya berupa episode-episode yang sebelumnya sudah tayang dan bermacam-macam dokumentasi yang bisa peneliti pakai.

#### **F.4.3. Wawancara**

Wawancara dan informan dari crew program Rupa Indonesia, produser, editor, juru kamera, reporter. Berg membatasi wawancara sebagai suatu percakapan dengan suatu tujuan, khususnya tujuan untuk mengumpulkan informasi (Berg dalam Satori,2012:129).

Metode wawancara yang akan dipakai adalah wawancara bertahap. Wawancara bertahap adalah wawancara yang mana peneliti melakukannya dengan sengaja berdasarkan jadwal yang ditetapkan sendiri untuk melakukan wawancara dengan informan dan peneliti tidak sedang observasi partisipasi, dia bisa tidak terlibat intensif dalam kehidupan sosial informan, tetapi dalam kurun waktu tertentu peneliti bisa datang berkali-kali untuk melakukan wawancara (Satori,2012:131).

Peneliti akan mewawancari tiga orang yang ada di tim Rupa Indonesia, yaitu produser, reporter, dan editor. Ketiga orang ini akan diwawancarai dalam waktu dan tempat yang berbeda sesuai dengan kondisi narasumber. Pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan terlampir didalam halaman lampiran.

#### **F.4.4. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat. Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteleiti dan tidak dimaksudkan untuk pengajuan hipotesis (Azwar,1998:126).

Analisis data dimulai dengan melakukan wawancara dengan narasumber kunci, yaitu seseorang yang benar-benar memahami dan mengetahui situasi produksi program Rupa Indonesia. Setelah melakukan wawancara, analisis data dimulai dengan membuat transkrip hasil wawancara, dengan cara memutar kembali rekaman hasil wawancara, mendengarkan dengan seksama, kemudian menuliskan kata-kata yang didengar sesuai dengan apa yang ada direkaman tersebut. Setelah peneliti menulis hasil wawancara tersebut kedalam transkrip, selanjutnya peneliti harus membaca secara cermat untuk kemudian dilakukan reduksi data. Peneliti membuat reduksi data dengan cara membuat abstraksi, yaitu mengambil dan mencatat

informasi-informasi yang bermanfaat sesuai dengan konteks penelitian atau mengabaikan kata-kata yang tidak perlu sehingga didapatkan inti kalimatnya saja.

Analisis data dilanjutkan dengan model observasi, dengan mengobservasi keadaan kantor dan proses produksi program Rupa Indonesia. Kemudian dari gambaran observasi tersebut dibuat data analisis berupa paragraf dan tabel. Dari observasi inilah peneliti mendapat gambaran proses produksi program Rupa Indonesia. Nantinya juga data-data dari observasi ini dapat membantu dan memperkuat data-data informasi yang didapat dari narasumber.

Terakhir menganalisis data dari studi dokumentasi, data-data dari studi dokumentasi dicari atau meminta kepada narasumber apabila ada data yang kurang dan belum terlengkapi. Dari studi dokumentasi juga peneliti dapat melengkapi penelitian ini, karena studi dokumentasi bisa didapatkan dari sumber mana saja.

#### **G. Uji Keabsahan Data**

Untuk menguji keabsahan data peneliti memakai teknik Trianggulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong,2006:178).

Ada tiga macam teknik triangulasi, peneliti akan memakai tiga macam teknik tersebut agar sesuai dengan kondisi lapangan. Tiga teknik tersebut adalah : (Satori,2012:170)

#### A. Triangulasi Sumber

Teknik ini digunakan peneliti dengan cara mencari dan mengeksplorasi lebih dari satu sumber untuk mengecek kebenaran data.

Sumber-sumber tersebut bisa berupa buku, jurnal, dan kajian tertulis lainnya. Sumber-sumber ini yang kemudian menjadi acuan penelitian, pembandingan untuk peneliti ketika berada dilapangan, apakah sumber yang ada sesuai dan mungkin adanya perubahan ketika pada saat proses produksi program Rupa Indonesia.

#### B. Triangulasi Teknik

Menguji kevalidan data bisa dari berbagai macam cara, teknik ini dipakai untuk mengecek data dengan informan yang sama namun dengan teknik pengumpulan data yang berbeda seperti wawancara, studi dokumen, dan observasi.

### C. Triangulasi Waktu

Dengan perubahan waktu akan berubah juga pola pikir dan kondisi dari narasumber atau kondisi lapangan. Peneliti melakukan pengecekan kebenaran data dengan waktu yang berbeda, pagi, siang, sore, atau pun malam. Teknik ini juga bisa memakai teknik pengumpulan data yang berbeda, apakah yang dikatakan informan sama pada pagi hari dan malam hari melalui teknik wawancara, apakah yang dilakukan informan sama pada pagi hari dan malam hari melalui teknik observasi.

### H. Sistematika Penulisan

Guna mendapatkan gambaran yang jelas dari penelitian yang dilakukan, maka disusun sistematika penulisan yang berisi informasi yang mencakup materi dan hal-hal yang dibahas pada setiap bab, adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang sejarah stasiun televisi tvOne, visi dan misi, struktur organisasi televisi tvOne, gambaran umum program *documentary* Rupa Indonesia, struktur organisasi program Rupa Indonesia dan gambaran desain program Rupa Indonesia.

## **BAB III Analisis Data**

Pada bab ini berisi tentang manajemen produksi dari program dokumenter Rupa Indonesia di tvOne yang yang di mulai dengan fungsi manajemen sampai proses produksi program Rupa Indonesia. Serta membahas hasil penelitian serta analisis berdasarkan teori-teori yang disampaikan pada bab I dan dipadukan dengan hasil keseluruhan data penelitian.

## **BAB IV Penutup**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah disimpulkan serta saran dari peneliti.