

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta merupakan kota yang kental akan kebudayaannya, disebut begitu karena memiliki tradisi seni budaya yang beraneka ragam. Seni bersal dari bahasa sansekerta yaitu “sani” yang berarti pemujaan, persembahan, dan pelayanan. Kesenian tersebut harus dijaga dan dilestarikan, karena kesenian itu adalah warisan dari nenek moyang yang harus dijaga kemurniannya. Daerah istimewa ini memiliki ciri khas yaitu dengan adanya Keraton Yogyakarta Hadiningrat. Setiap kejadian yang diselenggarakan di Keraton Yogyakarta ini biasanya diiringi dengan pertunjukan seni. Berbagai kesenian tradisional Yogyakarta juga masih dilestarikan oleh masyarakat atau seniman yang peduli dengan kebudayaan.

Masyarakat Indonesia khususnya Yogyakarta harus bangga dengan adanya kesenian yang ada di Yogyakarta. Kesenian itulah yang dapat membuat Negara dan kota dapat dikenal dengan memiliki ciri khas tersendiri. Beberapa kesenian yang ada di Yogyakarta adalah wayang kulit, wayang orang, wayang golek, karawitan, jatilan, sendratari Ramayana, langen mandra wanara, tari kreasi baru, kethoprak, dan lainnya. Kesenian tersebut sering ditampilkan di Keraton Yogyakarta. Bukan hanya di Keraton saja, bahkan saat acara khitanan, perkawinan tidak jarang mengundang seniman untuk menampilkan kesenian tersebut

(<http://www.yogyalagi.com/2014/08/ragam-kesenian-tradisional-yogyakarta.html?m=1> diakses tanggal 6 Maret 2017).

Di era modern seperti sekarang ini, semakin banyak kebudayaan asing yang masuk ke Indonesia, tidak terkecuali Yogyakarta. Kota Yogyakarta termasuk kota yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan asing, karena terkenal dengan tempat wisata, kuliner dan kebudayaannya. Masuknya budaya asing atau budaya barat dapat memberi pengaruh positif dan negatif terhadap masyarakat Indonesia terutama di kalangan anak muda. Pengaruh positif dari masuknya budaya asing adalah dapat meningkatkan produktivitas dalam dunia industri, dan dapat mempelajari pola pikir masyarakat negara maju agar mampu memotivasi masyarakat Indonesia untuk menjadi lebih maju dan lebih baik. Adapun pengaruh negatif dari masuknya budaya asing yaitu dengan masuknya budaya asing akan lebih mudah diterima dan ditiru oleh anak muda bahkan orang tua dan meniru perilaku buruknya kemudian dapat menghilangkan budaya tradisional akibat percampuran budaya lokal dengan budaya asing karena tidak adanya generasi penerus yang melestarikan budaya tradisional. Budaya asing dapat mempengaruhi gaya hidup generasi muda zaman sekarang.

Sekarang ini budaya asing lebih mendominasi generasi muda karena sifatnya mudah diterima dan bahayanya kini dijadikan gaya hidup. Banyak generasi muda sekarang yang tidak mengetahui kesenian tradisional, bahkan acuh dan menganggap seni tradisional itu norak atau

tidak gaul akibat masuknya kebudayaan asing. Generasi muda sekarang lebih menyukai lagu barat, dan *dance* K-POP daripada menari tradisional. Banyak orang tua menyekolahkan anaknya tidak lagi untuk mengikuti kegiatan seni tradisional seperti bermain ketoprak, gamelan dan kesenian tradisional lainnya. Bahkan para orang tua menyekolahkan anaknya untuk mengikuti DJ (*Disk Jockey*), balet, *break dance* yang merupakan kebudayaan asing.

Munculnya *channel* baru di televisi dan program-program baru yang segar serta modern tentu sangat mempengaruhi kelestarian program sebelumnya yang masih menganut kebudayaan tradisional. Apalagi target audien tersebut menuju ke generasi muda yang mana sangat mudah menerima sesuatu yang baru dan menarik untuk dilihat. Persaingan dimulai, dengan menjamurnya acara televisi swasta dengan televisi lokal yang mana televisi swasta banyak mempunyai program yang modern dominan meniru gaya orang barat dan meninggalkan budaya tradisional seperti adanya *boyband*, *girlband*, yang berasal dari Korea. Indonesia pernah mengalami demam Korea dan meniru hal tersebut dengan menjamurnya *boyband*, *girlband*. Kemudian munculnya drama India di *channel* televisi swasta dengan target penonton orang tua atau ibu rumah tangga dan anak muda. Yang mana drama India tersebut masih menganut kebudayaan India yang sangat kental. Sedangkan Indonesia juga tidak kalah bagusnya jika dibuatkan program dengan menggunakan kebudayaan tradisional Indonesia.

Adanya televisi lokal sangat membantu dalam melestarikan kebudayaan, pasalnya televisi lokal bukan hanya memberikan informasi saja, tapi juga masih melestarikan kebudayaan tradisional dengan menayangkan program acara yang berbau tradisional. Seperti membuat program dengan menggunakan properti yang bernuansa kebudayaan, serta berbahasa daerah. Program itulah yang dapat mempertahankan kebudayaan di setiap daerah, yang mana akan punah dimakan zaman jika tidak dilestarikan.

Sebelum kemunculan televisi swasta nasional, TVRI telah menempatkan diri sebagai televisi yang akan memperjuangkan kepentingan publik. Sebagai stasiun penyiaran publik berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independent, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat (Morissan, 2008:97). Program acara dibuat sesuai dengan keberadaan wilayah TVRI itu berada. Salah satu stasiun TVRI yang memiliki tingkat penonton tinggi adalah stasiun TVRI di Yogyakarta. Di TVRI Yogyakarta selalu mengangkat nilai-nilai budaya melalui program acara yang ditayangkan sehingga membuat masyarakat Yogyakarta tidak sungkan untuk menonton program acara yang dibuat oleh TVRI. Apalagi masyarakat Yogyakarta terkenal kental dengan kecintaannya terhadap budaya lokal.

Acara TVRI Yogyakarta yang masih menggunakan kebudayaan tradisional adalah Ketoprak. Penayangan Ketoprak di televisi sebenarnya

bukanlah hal baru, mengingat TVRI Stasiun Yogyakarta dan Surabaya sudah cukup lama menayangkan Ketoprak. Bahkan tayangan Ketoprak merupakan salah satu tayangan unggulan TVRI Stasiun Yogyakarta (Nusantara dan Purwaraharja, 1997:78). Program acara Ketoprak yang ada di TVRI Yogyakarta menjadikan pembeda dengan stasiun-stasiun lokal di Yogyakarta lainnya. TVRI Yogyakarta menjadikan Ketoprak sebagai salah satu program unggulan dan digemari oleh masyarakat Yogyakarta, sehingga membuat *rating* acara Ketoprak tinggi. Keberadaan acara Ketoprak ini mengingatkan para penontonnya pada masa jaya-jayanya seni Ketoprak. Bukan hanya itu, adanya acara Ketoprak juga dapat meningkatkan rasa cinta masyarakat terhadap salah satu kesenian yang ada di Indonesia.

Ketoprak mengalami pembaharuan dan tidak sesesmarak tahun 90-an. Ketoprak televisilah yang paling banyak disukai masyarakat. Ada dua bentuk Ketoprak di televisi. Di televisi swasta Ketoprak sering tampil dalam bentuk humor dan berbahasa Indonesia. Sedangkan di televisi lokal seperti TVRI Yogyakarta, Ketoprak tampil dalam bentuk Ketoprak Sanepa dengan menggunakan bahasa Jawa. Di TVRI Yogyakarta pernah menayangkan Ketoprak Sanepa. Bedanya dengan Ketoprak biasa adalah di akhir acara Ketoprak Sanepa mengadakan kuis berhadiah untuk para penontonnya. Ketoprak Sanepa terdiri dari beberapa episode. Tujuan Ketoprak Sanepa adalah dengan adanya pemberian hadiah, penonton akan

senang dan dapat mempertahankan jumlah penonton Ketoprak Sanepa TVRI Yogyakarta.

Tujuan diproduksinya program Ketoprak di TVRI Yogyakarta ini melestarikan kebudayaan tradisional dan melestarikan kesenian tradisi Jawa, memberikan ruang eksistensi pada para pelaku seni Ketoprak, memberikan edukasi pada masyarakat lewat seni tradisi. Kontinuitas atau keberlanjutan acara Ketoprak masih berlangsung sampai sekarang. Kontinuitas acara Ketoprak dapat mempengaruhi penonton untuk selalu menonton Ketoprak itu sendiri pasalnya masyarakat Yogyakarta menyukai cerita rakyat, legenda, lalu cerita rakyat dan legenda tersebut diaplikasikan melalui acara Ketoprak. Maka dari itu, Ketoprak disukai oleh masyarakat Yogyakarta. Acara Ketoprak masih memiliki banyak penggemar setia yang menunggu kapan Ketoprak tayang dan Ketoprak dijadikan tontonan untuk menghibur (Kristiadi, Hasil wawancara, 21 Maret 2017).

Ketoprak yang akan penulis teliti adalah Ketoprak Sanepa. Ketoprak Sanepa adalah Ketoprak yang terdiri dari beberapa episode. Untuk lebih merangsang masyarakat kembali menonton budaya asli Yogyakarta ini, pihak TVRI menyediakan kuis berhadiah yang pertanyaannya disediakan disetiap akhir acara untuk penontonnya. Ketoprak Sanepa terdapat dua *host* yang menggunakan topeng dinamakan Bancak dan Doyok. Kedua *host* tersebut akan membawakan hasil pemenang kuis dari acara Ketoprak Sanepa minggu lalu secara *live* dan setelah itu mulai masuk materi acara Ketoprak Sanepa sekitar 45 menit

(*taping*) setelah materi selesai, *host* Bancak dan Doyok muncul lagi di akhir acara untuk membawakan pertanyaan secara *live* dari materi acara Ketoprak Sanepa yang hari itu juga ditayangkan. Penonton menjawab pertanyaan melalui SMS disertakan nama dan alamat akan diundi pada acara Ketoprak Sanepa satu minggu yang akan datang. Acara Ketoprak Sanepa ini tayang setiap hari Sabtu pukul 18.00-19.00 di TVRI Yogyakarta.

Untuk mempertahankan penonton Ketoprak Sanepa, tentu ada ide kreatif atau kreativitas dari kru program Ketoprak Sanepa agar masyarakat Yogyakarta mau menonton acara Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta.

“kreativitas dalam program Ketoprak Sanepa dari ceritanya. Cerita diambil dari legenda, cerita rakyat, tokoh heroik pokoknya segala sesuatu yang hidup dalam kehidupan masyarakat Yogyakarta. Karena masyarakat Yogyakarta masih menyukai cerita rakyat. Kemudian setting tempat, salah satu cirinya Ketoprak harus istana sentris. Maksudnya menggunakan latar tempat seperti di istana Jawa dan istana Mesir. Ketoprak TVRI Yogyakarta pernah menggunakan setting tempat berbentuk istana Mesir, sehingga dapat membuat penonton tidak bosan dengan setting yang begitu-begitu saja (Kristiadi, Hasil Wawancara, 21 Maret 2017).”

Kaitannya manajemen produksi program Ketoprak Sanepa dalam mempertahankan penonton adalah dari pengertian manajemen produksi program televisi yaitu proses pembuatan program acara televisi sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien dan mencapai hasil yang diinginkan melalui usaha kerabat kerja yang terdiri dari tindakan mendayagunakan bakat-bakat dan sumber daya manusia. Mencapai hasil yang diinginkan berarti program acara Ketoprak Sanepa memiliki pencapaian yaitu memiliki banyak penonton atau memiliki

penonton yang loyal. Oleh karena itu dapat dikaitkan manajemen produksi program Ketoprak Sanepa, seperti bagaimana susunan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan sehingga membuat Ketoprak Sanepa masih memiliki banyak penonton, *rating* Ketoprak Sanepa tinggi dan dapat mempertahankan penonton tersebut.

TABEL 1.1 Data penonton Ketoprak Sanepa TVRI Yogyakarta tahun 2015.

No.	Periode	Rata-rata jumlah penonton	Rating	Share
1.	Januari 2015	44,429	1,9	9,3
2.	Februari 2015	56,019	2,4	12,6
3.	Maret 2015	44,872	1,9	8,4
4.	April 2015	29,540	1,2	5,4
5.	Mei 2015	36,545	1,5	7,3
6.	Agustus 2015	34,266	1,4	7,6

Sumber : Nielson, Greater Yogyakarta (DI Yogyakarta, Sleman, Bantul), rata-rata pemirsa (dalam unit).

TABEL 1.2 Data Perolehan Penonton Program TVRI Yogyakarta Bulan Februari Tahun 2015.

No.	Program	Rata-rata jumlah penonton	Rating (%)	Share (%)
1.	PANGKUR JENGGLENG	89,588	3.8	21.7
2.	PENDOPO KANG TEDJO	64,644	2.7	14.4
3.	KETHOPRAK	56,015	2,4	12,6

4.	ANGKRINGAN	43,844	1.8	9.9
5.	ZONA MUSIK YUK DANGDUT	28,814	1.2	5.6
6.	NGUDHAR KAWRUH TEMBANG	24,238	1.0	9.8
7.	ZONA MUSIK SENANDUNG RINDU	19,493	0.8	3.9
8.	KAMI BISA (DISABILITAS)	17,903	0.8	4.7
9.	FILLER RUMAH TOTOK	15,705	0.7	4.2
10.	KANAL 22	14,856	0.6	4.4
11.	SABA DESA	14,642	0.6	4.9
12.	PESONA BUDAYA NUSANTARA	14,172	0.6	4.9
13.	DIALOG SEMBADA	13,733	0.6	2.8
14.	KERONCONG PILIHANKU	13,488	0.6	3.0
15.	FILLER BIO IN	12,878	0.5	3.3
16.	PLENGKUNG GADING	10,587	0.4	2.5
17.	FILLER	9,166	0.4	2.0
18.	GLADI KAWRUH	9,097	0.4	3.6
19.	RELAY TVRI NASIONAL	8,373	0.4	2.5
20.	JOGJA ISTIMEWA	7,965	0.3	1.9

Sumber : Februari 2015, All 5+, 15.00-19.00, Greater Yogyakarta (D.I Yogyakarta, Sleman Bantul), rata-rata pemirsa (dalam unit).

Program Ketoprak Sanepa mulai dari tahun 2014 memproduksi 25 seri dengan menayangkan 4 judul cerita. Cerita tersebut ditulis oleh Ari Purnomo selaku penulis naskah Ketoprak Sanepa yang berjudul ‘Manis Kebak Lamis’, ‘Landep Pikir Kethul Ati’, ‘Nyampar Malah Kesampar’, ‘Kamulyan Ing Dhuwur Kasangsaran’. Ketoprak Sanepa melakukan *shooting* di studio TVRI Yogyakarta, penayangannya seminggu sekali setiap hari Sabtu mulai pukul 18.00-19.00. Ketoprak Sanepa sudah

dirampungkan sebanyak 16 seri pada bulan September 2014. Hingga tanggal 30 Agustus 2014 sudah menyiarkan 10 seri, yang 6 seri akan ditayangkan September sampai pertengahan Oktober 2014.

Kemudian tahun 2015 diperpanjang 15 seri lagi karena respon penonton yang diluar perkiraan. Naskah yang dimainkan di Ketoprak Sanepa tahun 2015 salah satunya berjudul “Satru Ing Njero Slintru”. Ketoprak Sanepa menyediakan kuis berhadiah bagi penontonnya yang berhasil dan beruntung menebak kuis. Ketoprak salah satu kesenian tradisional ikon Yogyakarta perlu dilestarikan dan dikembangkan bisa dijadikan tontonan dan sekaligus menyampaikan nilai-nilai positif kepada penontonnya, oleh karena itu Ketoprak Sanepa harus dilestarikan supaya bisa bertahan di TVRI Yogyakarta yaitu dengan cara mempertahankan penontonnya.

Penulis meneliti jumlah penonton pada tahun 2015 karena di tahun 2015 jumlah penonton tidak terlalu merosot saat mengalami penurunan. Manajemen produksi program sangatlah penting dalam kontinuitas suatu program agar selalu ada. Seperti apa manajemen produksi yang dilakukan kru program Ketoprak Sanepa agar Ketoprak Sanepa ini dapat mempertahankan penonton. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana manajemen produksi yang dilakukan TVRI Yogyakarta dalam program Ketoprak Sanepa dalam mempertahankan penonton tahun 2015.

Penelitian mengenai manajemen produksi program sebelumnya pernah dilakukan oleh Sinta Taryas Putri (2014) dalam skripsinya yang berjudul “Manajemen Produksi Program Siaran TV Parlemen di DPR RI”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program Semangat Pagi sudah cukup memenuhi kriteria dan dasar sebuah manajemen produksi, pengorganisasian berjalan dengan baik, kerjasama tim sangatlah baik, pengarah dan pengawasan juga berjalan cukup baik, namun ada beberapa kendala dalam bagian produksi karena terbatasnya sumber daya manusia.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang penulis lakukan adalah “Manajemen Produksi Program Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta dalam Mempertahankan Penonton Tahun 2015”. Judul fokus ke manajemen produksi program dalam mempertahankan penonton yang hanya spesifik pada tahun 2015. Pada penelitian sebelumnya tidak meneliti faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan produksi program. Disini penulis juga meneliti apa saja faktor pendukung dan penghambat saat melakukan produksi program.

Penelitian sebelumnya yang kedua pernah dilakukan oleh Awendsa Urfatunnisa Tasyaul Muizzah (2014) dalam skripsinya yang berjudul “Manajemen Produksi Pemberitaan Kanal 22 di TVRI Yogyakarta” membahas tentang bagaimana manajemen produksi pemberitaan secara menyeluruh pada tayangan berita Kanal 22 di TVRI Yogyakarta. Perbedaan yang penulis teliti dengan peneliti sebelumnya adalah, penelitian sebelumnya membahas mengenai program acara berita dan

tidak memiliki tujuan untuk mempertahankan penonton. Sedangkan penulis meneliti tentang program acara drama yaitu Ketoprak Sanepa dan memiliki tujuan dalam mempertahankan penonton tahun 2015.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu: “Bagaimana manajemen produksi program Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta dalam mempertahankan penonton tahun 2015?”

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan manajemen produksi program Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui cara mempertahankan penonton Ketoprak Sanepa TVRI Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam proses produksi Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Memperkaya kajian tentang teori komunikasi khususnya tentang bagaimana manajemen produksi yang dilakukan dalam program acara televisi dalam mempertahankan penonton.
2. Mempelajari lebih dalam tentang manajemen produksi dalam program acara televisi dan mempertahankan penonton.

3. Dapat menambah bahan studi atau pemikiran yang juga meneliti tentang program siaran televisi.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi bagi tim manajemen produksi program Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta.
2. Menambah referensi mengenai manajemen produksi program hiburan di televisi dalam mempertahankan penontonnya.

E. Kajian Teori

1. Manajemen Produksi Program Televisi

Menurut Patricia Holland (1997:39) manajemen produksi merupakan suatu cara pengaturan dan logistik yang meliputi urusan mengenai anggaran belanja serta jadwal perencanaan segala aspek yang terlibat dalam proses produksi.

Manajemen produksi program acara televisi adalah seluruh aktivitas atau proses pembuatan program acara televisi sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien atau seluruh tindakan memikirkan dan mencapai hasil yang diinginkan melalui usaha kerabat kerja yang terdiri dari tindakan mendayagunakan bakat-bakat dan sumber daya manusia televisi. (Mabruri, 2011:22)

Manajemen menurut Morissan (2008:130) dalam melaksanakan tanggung jawab manajemen, manajer umum melaksanakan empat fungsi dasar, yaitu:

a. Perencanaan

Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan datang dalam perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, serta periode yang sekarang pada saat rencana dibuat (Morissan,2008:130).

Dalam melaksanakan fungsi perencanaan terdapat proses-proses dalam menetapkan program penyiaran yang mencakup langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menetapkan peran dan misi dengan menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan.
2. Menentukan wilayah sasaran.
3. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektifitas dari setiap pekerjaan yang dilakukan.
4. Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
5. Mempersiapkan rencana tindakan yang akan dilakukan .
6. Membangun pengawasan.
7. Menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen.
8. Pelaksanaan.

Ada perencanaan dari berbagai divisi pada televisi :

1. Divisi *executive producer* dengan mengadakan *planning meeting* didampingi sutradara atau program *director* dihadapan tim operasional produksi memaparkan konsep program dengan *treatment program, talent, stage/floor plan, jadwal produksi, layout audience studio* dan hal-hal lain yang serius harus diperhitungkan.
2. Divisi produser adalah seseorang yang bertanggung jawab pada perencanaan suatu program siaran dan harus memiliki kemampuan berpikir dan menuangkan ide dalam suatu tulisan atau proposal untuk suatu program acara secara baik dan sistematis
3. Divisi tim kreatif adalah membuat ide-ide program televisi dengan merancang desain program agar sponsor tertarik melalui konsep dan penulisan skenario untuk program nonfiksi, seperti *variety show, kuis, music, game show, talk show, magazine, realityshow*, dan sebagainya. Tim kreatif konsentrasi pada *content, skenario dan flow acara* (Fachruddin, 2016:152-155).

b. Organisasi

Morissan (2008:142) mengatakan pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan

kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama.

c. Pengarahan

Menurut Siswanto (2005:118) pengarahan adalah proses pembimbingan, pemberian petunjuk, dan instruksi kepada bawahan agar mereka bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

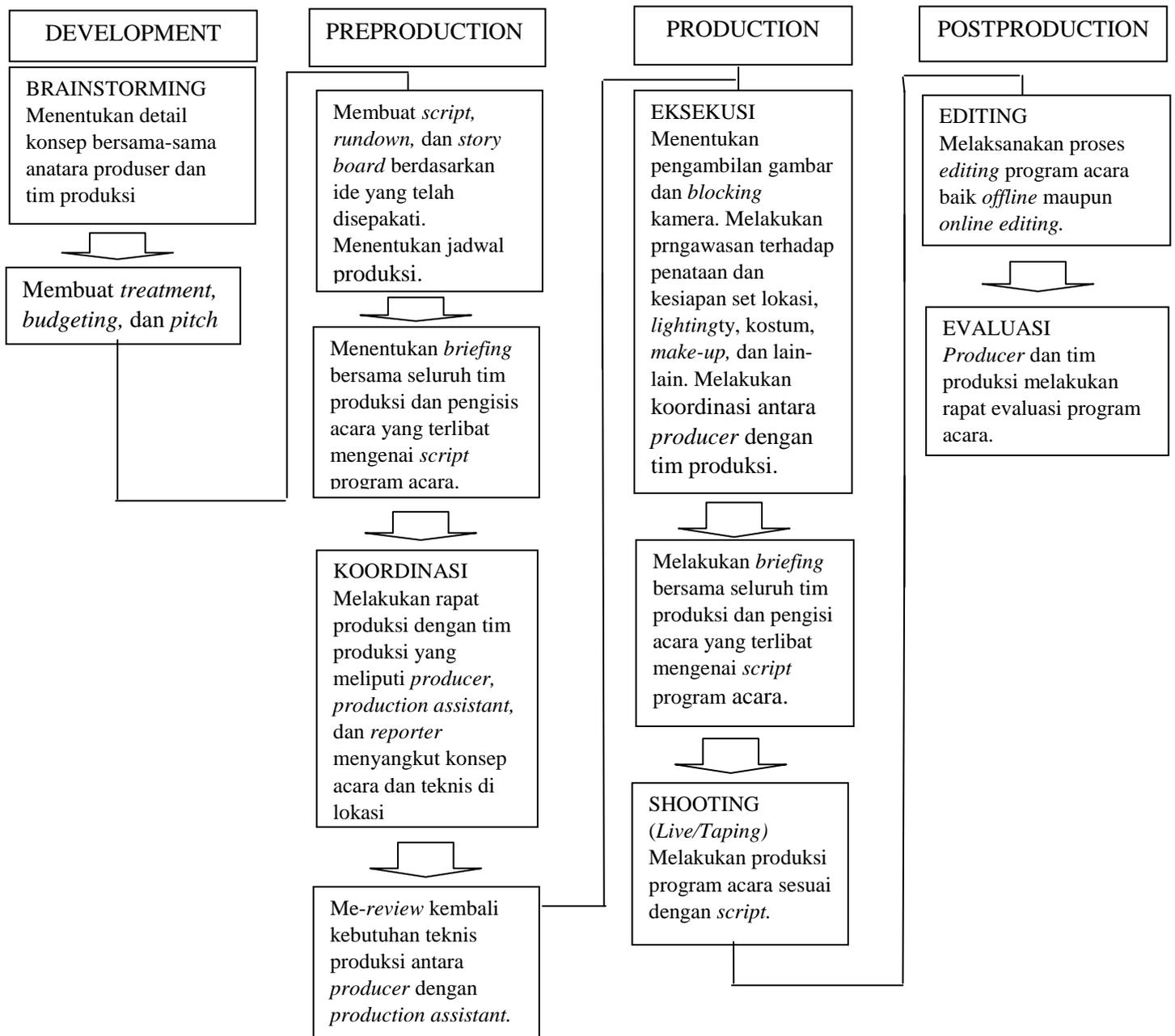
Fungsi mengarahkan dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Kegiatan mengarahkan dan memengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu: pemberian motivasi komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali bawahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya. (Morissan, 2008:154).

d. Pengawasan

Menurut Mockler (1972) pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling

efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan
(Morissan, 2008:159).

BAGAN 1.1 Bagan Sistem Manajemen Produksi Televisi



Sumber :Modifikasi konsep manajemen produksi program acara dalam Anton Mabruri (2011:25) dan 4 stage of television production planning dalam Jonathan Bignell (2004:136).

2. Produksi

Wibowo (1997: 20-23) mengatakan ada 3 tahapan dalam pelaksanaan produksi yang lazim disebut standard operation procedure (SOP), yaitu:

- a. Pra-Produksi (perencanaan dan persiapan) terdiri dari penemuan ide, perencanaan dan persiapan.

Tahap ini merupakan tahap yang sangat penting dilaksanakan dengan rinci dan baik. Tahap pra-produksi meliputi tiga bagian seperti berikut ini:

- 1) Penemuan Ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

- 2) Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi dan *crew*. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati.

3) Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perizinan dan surat-menyerat. Latihan para artis atau *talent*, pembuatan *setting*, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan juga termasuk dalam tahap ini. Persiapan sebaiknya diselesaikan menurut jangka waktu kerja yang telah ada dalam *time schedule*.

b. Produksi

Setelah perencanaan dan persiapan selesai betul, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan (*shooting script*) menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita. Dalam pelaksanaan produksi ini, sutradara menentukan jenis *shot* yang akan diambil di dalam adegan (*scene*). Biasanya sutradara mempersiapkan suatu daftar *shot* (*shot list*) dari setiap adegan. Biasanya dalam satu *scenario* (naskah sinetron atau film cerita) dipecah menjadi empat *shot* atau lebih.

c. Pasca-Produksi

Pasca-produksi memiliki tiga langkah utama, yaitu *editing off line*, *editing on line* dan *mixing*.

1) *Editing off line*

Setelah *shooting* selesai, *script boy/girl* membuat *logging*, yaitu mencatat kembali semua hasil *shooting* berdasarkan catatan *shooting* dan gambar. Dalam *logging time code* (nomor kode yang

dibuat dan muncul dalam gambar) dan hasil pengambilan setiap *shot* dicatat. Berdasarkan catatan itu sutradara akan membuat *editing* kasar yang disebut *editing off line* (dengan *copy* video VHS supaya murah) sesuai dengan gagasan yang ada dalam sinopsis dan *treatment*. Sesudah hasil *editing off line* itu dirasa pas barulah dibuat *editing script*. Naskah *editing* ini sudah dilengkapi dengan uraian untuk narasi dan bagian-bagian yang perlu diisi dengan ilustrasi musik. Kemudian hasil *shooting* asli dan naskah *editing* diserahkan kepada editor untuk dibuat *editing on line*. Kaset VHS hasil *editing off line* dipergunakan sebagai pedoman oleh editor.

2) *Editing on line*

Berdasarkan naskah *editing*, editor mengedit hasil *shooting* asli. Sambungan-sambungan setiap *shot* dan adegan dibuat tepat berdasarkan pada kode waktu dalam naskah *editing*. Demikian juga *sound* asli dimasukkan dengan level yang sempurna. Setelah *editing on line* siap, proses berlanjut dengan *mixing*.

3) *Mixing*

Narasi yang sudah direkam dan juga ilustrasi musik yang juga sudah direkam dimasukkan ke dalam pita hasil *editing on line* sesuai dengan petunjuk dan ketentuan yang tertulis dalam naskah *editing*. Keseimbangan antara *sound effect*, suara asli, suara narasi, dan musik harus dimuat sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan terdengar jelas. Sesudah proses *mixing* ini boleh

dikatakan bagian yang penting dalam *post production* sudah selesai. Secara menyeluruh produksi juga sudah selesai. Setelah produksi selesai biasanya diadakan *preview*. Apabila dalam *preview* tidak ada lagi yang harus diperbaiki. Apabila semua sudah siap maka program ini siap juga untuk ditayangkan.

Suprpto (2006:60-82) mengatakan bahwa profesi-profesi di organisasi penyiaran suatu program acara memiliki beberapa bagian yaitu :

1. *Executive Producer*

Merupakan seorang yang mempunyai wawasan dan mengerti tentang program televisi secara keseluruhan. Dia harus mempunyai kemampuan menemukan ide atau pemikiran dalam pembuatan program acara penyiaran. Selain itu mampu mengelola dan melakukan koordinasi, kontribusi dan distribusi pekerjaan atau produksi secara sistematis efektif, efisien dan *executive producer* juga bertanggung jawab terhadap penyusunan dan pengembangan ide untuk program acara siaran, baik siaran untuk keperluan individu yang kompleks maupun untuk siaran kelompok tertentu yang diproduksi secara khusus.

2. Produser Radio atau Televisi

Produser adalah seseorang yang ditunjuk mewakili Produser Pelaksana (*Executive Producer*) untuk melaksanakan apa yang dikehendaki oleh produser pelaksana. Oleh karena itu seorang produser harus mewakili kemampuan berpikir dan menuangkan ide atau pikiran dalam satu tulisan (proposal) untuk suatu program acara secara baik dan sistematis serta

mempunyai kemampuan untuk memimpin dan bekerja sama dengan seluruh kerabat kerja dan unsur-unsur produksi yang terkait.

3. Pengarah Acara

Pengarah acara adalah seseorang yang ditunjuk untuk bertanggung jawab secara teknis pelaksanaan produksi suatu mata acara siaran. Pengarah acara bertugas di lapangan untuk mengendalikan produksi yang sedang ditanganinya. Oleh karena itu, pengarah acara memiliki peranan yang sangat strategis dalam sebuah produksi baik radio maupun televisi.

4. Penulis Naskah

Sesuai namanya seorang penulis naskah merupakan seseorang yang pekerjaannya membuat naskah untuk mata acara siaran dalam karya artistik. Penulis naskah yang diperlukan adalah kemampuan dalam menulis naskah drama dan *non drama*, yang termasuk produksi *non drama* seperti *music, magazine, talkshow, variety show, repackaging, game show,* dan *quiz*.

5. Unit Manager

Unit manager (UM) adalah seseorang yang bertugas menyediakan kebutuhan utama logistik yang diperlukan untuk setiap elemen-elemen produksi dan mengawasi setiap penggunaan dana produksi. Pada saat produksi berlangsung, unit manager harus selalu berada di lokasi produksi. Karena sebagai unit manager, ia bertugas mengkoordinasikan semua

aktivitas produksi dan penyiaran, menyusun dan mempertanggung jawabkan administrasi dan keuangan.

6. Penata Artistik (*Art Director*)

Penata artistik adalah seorang ahli dalam menata ruang atau lokasi pengambilan gambar sesuai dengan yang dikehendaki dalam skenario. Ia bertanggung jawab dalam mendesain sebuah program produksi siaran televisi.

7. *Graphic Artist*

Merupakan seseorang memiliki keahlian di bidang grafik baik televisi swasta maupun televisi publik atau pemerintah. Ia menciptakan, mendesain, dan menentukan variasi bentuk-bentuk *visual* untuk meningkatkan dan melayani keperluan grafis untuk kebutuhan program televisi termasuk pula mengkreasikan bagian *graphic titlrcards*, peta serta obyek-obyek tiga dimensi lainnya sebagai satu kelompok desain dan konstruksi artistik.

8. Penata Cahaya

Seseorang penata cahaya mendesain dan menentukan pencahayaan untuk produksi televisi baik produksi di dalam studio maupun di luar studio. Ia harus dapat menyeimbangkan keterbatasan secara teknis *medium* televisi dengan melakukan kreasi untuk memperoleh efek pencahayaan yang bisa menghasilkan gambar yang terang dan jernih. Maka untuk menghasilkan gambar yang jernih dan terang tersebut diperlukan teknik-teknik

penggunaan tata cahaya untuk produksi televisi secara terpadu untuk menghasilkan kesan gambar yang tajam dan seimbang.

9. Audio atau Video *Engineer*

Audio atau Video *Engineer* adalah seseorang yang mengoperasikan peralatan *audio* maupun video di stasiun televisi (juga di stasiun radio untuk level *audio*). Ia bertanggung jawab terhadap pengoperasian semua peralatan kontrol elektronik baik video atau *audio* yang digunakan oleh studio televisidan lokasi *shooting*.

10. *Technical Director*

Technical Director adalah elemen yang sangat penting dalam proses produksi pertunjukan televisi. Ia mengawasi dan mengatur kualitas teknik dari suatu program baik televisi maupun radio. Dalam suatu produksi, ia mengoperasikan peralatan *switcher* yang merupakan unit kontrol yang terdiri dari tombol-tombol yang dapat mengganti gambar, mencampur gambar dan bahkan dapat memberikan efek gambar. Secara garis besar bahwa TD merupakan penghubung atau perantara yang prinsip antara pengarah acara dan kru teknik dalam menetapkan produksi.

11. *Camera Operator*

Kamera operator adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk pengoperasian kamera televisi selama *rehearsal* dan produksi program televisi. Ia mengoperasikan kamera dengan menggunakan *tripod* atau *dolly* baik dengan menggunakan kamera mini maupun *Electronic News Gathering* yang digunakan di luar studio atau di lokasi *shooting*.

3. Kreativitas Program

Hugenholtz menitikberatkan kreativitas pada pemberian bentuk, yaitu kemampuan untuk memberi bentuk pada suatu maksud, niat, ide sedemikian rupa dengan cara dan alat (sedemikian rupa) sehingga bentuk tersebut tidak kekurangan atau kelebihan dan bisa berbicara sendiri. Bentuknya harus jelas, hal ini berarti bahwa kreativitas berhubungan dengan suatu yang dijadikan faktor kenyataan dan menjadi kemungkinan yang bermakna (Effendy, 2006:125).

Kreativitas menurut Werner Reinartz dan Peter Saffert, merupakan pemikiran yang berbeda berbentuk kemampuan menemukan solusi yang tidak biasa terhadap suatu *problem* (Fachruddin, 2015:1).

Menurut Munandar (dalam Fachruddin, 2015:3-5), secara umum kreativitas muncul dalam proses empat tahap yang secara berkelanjutan mengalir perlahan-lahan dari diri manusia. Adapun tahapan sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan (*Preparation*)

Pada tahap persiapan, otak mengumpulkan informasi dan data yang berfungsi sebagai dasar atau riset untuk karya kreatif yang sedang terjadi. Tahap persiapan ini merupakan tahap berorientasi tugas ketika seseorang melakukan riset khusus dengan membaca, mewawancarai orang, bertualang, atau kegiatan lain yang berfungsi mengumpulkan fakta, ide, dan opini. Pada tahap ini, seseorang mempersiapkan diri

untuk memecahkan masalah dengan belajar berpikir, mencari jawaban, bertanya kepada orang lain.

b. Tahap Inkubasi (*Incubation*)

Masa inkubasi dikenal luas sebagai tahap istirahat, masa menyimpan informasi yang sudah dikumpulkan, lalu berhenti, dan tidak lagi memusatkan diri atau merenungkannya. Fungsi utama pikiran bawah sadar selama tahap ini adalah mengaitkan berbagai ide. Kreativitas merupakan hasil kemampuan pikiran dalam mengaitkan berbagai gagasan untuk menghasilkan suatu yang baru dan unik.

c. Tahap Pencerahan (*Illumination*)

Tahap pencerahan dikenal sebagai pengalaman, yaitu saat inspirasi ketika sebuah gagasan baru muncul dalam pikiran, untuk menjawab tantangan kreatif yang sudah dihadapi.

d. Tahap Pelaksanaan/Pembuktian (*Verification*)

Seseorang memberi bentuk pada ide atau gagasan baru untuk meyakinkan bahwa gagasan tersebut bisa diterapkan. Disinilah kemampuan dan keterampilan berpikir harus memainkan peran, demikian juga hasrat dan rasa gembira.

Tim kreatif dalam program televisi adalah beberapa orang kreatif yang ada di dalam tim mempunyai tugas untuk mengembangkan dan menciptakan ide baru kemudian menuangkannya kedalam desain program. Tugas dan fungsi tim kreatif program adalah melakukan strategi bersaing untuk mengetahui apasaja kelemahan dan kelebihan kompetitor,

mempelajari kebutuhan masyarakat dari hasil pengamatan yang kritis, merancang ide program menjadi desain program yang unik.

Menurut Gilson dan Berkman (dalam Kasali, 1992:81-82) proses perumusan kreatif harus melalui tiga tahap, antara lain :

- 1) Tahapan pertama, mengumpulkan dan mempersiapkan informasi pemasaran yang tepat agar orang-orang kreatif dapat dengan segera menemukan strategi kreatif mereka. Dan sebaiknya sumber informasi tidak hanya berasal dari satu sumber saja, sumber yang beragam memungkinkan pengolahan perspektif atau wawancara yang luas.
- 2) Tahapan kedua, dimana orang-orang kreatif harus memilih informasi yang ada dengan cermat, untuk menentukan tujuan kegiatan yang akan dihasilkan. Kedua hal ini dapat memberikan gambaran yang jelas kepada orang-orang kreatif mengenai cara yang paling efektif.
- 3) Tahap ketiga, yaitu melakukan presentasi kepada seluruh tim produksi agar mendapatkan persetujuan sebelum program acara ditayangkan.

4. Strategi Programming Untuk Mempertahankan Penonton

Menurut Fachruddin (2016:171-178), divisi *programming* harus melakukan strategi *programming* yang cerdas untuk mempertahankan penonton dan menjaring penonton potensial. Berikut ini strategi *programming* yang biasa diterapkan, yaitu :

- a. *Lead off* adalah menempatkan program terbaik di posisi awal *daypart* untuk menarik perhatian penonton sebesar mungkin.
- b. *Lead in* adalah menempatkan program yang bagus sebelum program baru yang sedikit jumlah penontonnya.
- c. *Hammocking* teknik yang digunakan stasiun televisi menempatkan sebuah program baru atau program yang tidak populer dan jumlah penontonnya sedikit di antara dua program unggulan, dengan harapan penonton akan mengetahuinya.
- d. *Tentpoling* adalah langkah perencanaan *slot* waktu bagi program baru, pada sebelum dan setelah satu program unggulan yang memiliki penonton besar.
- e. *Block Programming* adalah menempatkan program yang sama (*genre*) secara berurutan untuk mempertahankan penonton.
- f. *Counter Programming* adalah menawarkan tayangan program alternatif yang berbeda dari biasanya untuk berkompetisi. Digunakan untuk mengisi program yang pendekatannya berbeda dengan televisi kompetitor karena berbeda dari sisi *genre* dan demografis.
- g. *Head to head* strategi stasiun televisi mencoba menarik penonton yang tengah menonton program televisi saingan untuk pindah ke stasiun sendiri dengan menyajikan program yang sama formatnya dengan televisi saingan itu.
- h. *Stunting* adalah strategi untuk merebut perhatian penonton dengan cara melakukan perubahan jadwal program secara cepat.

- i. *Bridging* adalah strategi yang jarang digunakan dalam memulai program satu jam, diparuh pertama untuk memberikan cuplikan agar programnya dapat bersaing.
- j. *Hotswitcing* adalah strategi menghapuskan jeda *commercial break* pada saat suatu program akan berakhir dan langsung menayangkan program lainnya. Langkah ini ditempuh dengan harapan penonton tidak sempat mengganti *channel* televisi.
- k. *Cross programming*, melibatkan dua buah pertunjukkan yang saling berhubungan.
- l. *Dayparting*, suatu langkah dalam perencanaan pembagian waktu menjadi beberapa bagian program televisi yang sesuai menurut waktunya.
- m. *Stacking* adalah teknik yang digunakan untuk meningkatkan jumlah penonton dan memengaruhi penonton dengan cara mengelompokkan program-program tertentu yang memiliki daya tarik bagi penonton.
- n. *Stripping* adalah menayangkan program seri televisi setiap hari secara terus menerus. Biasanya pengelola program melakukan penjadakan dengan menayangkan satu episode program per minggunya terlebih dahulu, setelah suatu program tersebut sukses selanjutnya dilakukan penayangan setiap hari.
- o. *Theming adalah* strategi membuat program yang sifatnya tematik selama seminggu umumnya, ditayangkan secara khusus seperti tema hari libur , tema tertentu dan lain sebagainya.

- p. *Live event* adalah strategi program yang menayangkan langsung siaran suatu peristiwa penting, aktual, menarik, dan memiliki nilai jual yang tinggi. Harapannya acara ini dapat memberikan manfaat bagi kepentingan umum serta berpotensi mendapatkan keuntungan bagi stasiun televisi.
- q. *Rerun Programe* adalah strategi *programmer* mengulang siaran program dengan tujuan pembentukan citra, melayani *audience* fanatik, efisiensi biaya dan lain sebagainya. *Rerun* program dapat dilakukan beberapa kali sesuai dengan kebijakan stasiun televisi.
- r. *Dedicate Slot* adalah strategi program yang bertujuan untuk menjaga loyalitas penontonnya (program spesial) dengan menempatkan slot yang diperuntukkan bagi sebuah program tertentu.
- s. *Special Package Channel (SPC)* adalah strategi *programming* membuat paket *channel* spesial pada televisi berlangganan dengan *content* didominasi *in house production* berbagai program lokal atau *live sport* + studio. Televisi berlangganan membutuhkan SPC untuk melayani penonton yang sangat *segmented*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan ialah jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang

alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan dengan cara purposive dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2009).

Deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, dari pendapat ini dijelaskan penelitian deskriptif untuk mendapatkan data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi catata atau memo dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2007).

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengungkap fakta, fenomena, keadaan, variabel dan keadaan yang sudah terjadi. Penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data dan terakhir kesimpulan. Data yang dikumpulkan berupa wawancara, observasi, dokumentasi atau gambar-gambar.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah stasiun TVRI Yogyakarta dan objek dalam penelitian ini adalah Program Acara Ketoprak Sanepa.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan program acara Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta, meliputi :

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, yang melibatkan seseorang yang ingin mendapatkan informasi dari seseorang yang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan tujuan tertentu (Sugiyono, 2011).

Menurut Sudarwan (2002) berdasarkan strukturnya, pada penelitian kualitatif ada dua jenis wawancara yaitu; (1) wawancara relatif tertutup, dimana pertanyaan difokuskan pada topik khusus dan umum dan dibantu oleh panduan wawancara yang dibuat cukup rinci; (2) wawancara terbuka, dimana peneliti memberikan kebebasan diri untuk berbicara secara luas dan mendalam.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara terbuka sehingga bersifat luwes dan pertanyaan dapat diubah saat wawancara berlangsung. Penulis akan mewawancarai pihak-pihak yang berkaitan dengan program acara Ketoprak Sanepa meliputi:

- 1) Produser Ketoprak
- 2) Pengarah Acara Ketoprak
- 3) Asisten Pengarah Acara Ketoprak
- 4) Penulis Naskah Ketoprak
- 5) Tim Kreatif Ketoprak
- 6) Editor Ketoprak

7) Art Director Ketoprak

8) Penonton Acara Ketoprak

Penulis memilih pihak tersebut sebagai narasumber karena mengetahui bagaimana pra produksi, produksi dan pasca produksi Ketoprak Sanepa Yogyakarta.

b. Observasi

Moleong (2007) mengemukakan observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan pengamatan langsung menggunakan mata tanpa ada alat bantuan untuk keperluan yang dibutuhkan dalam penelitian dengan perencanaan yang sistematis.

Teknik observasi ini digunakan untuk melihat bagaimana proses produksi program Ketoprak Sanepa berlangsung dan mengetahui faktor apa saja yang dapat mendukung dan menghambat jalannya produksi program Ketoprak Sanepa.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2011).

Dokumen tersebut dapat berupa rekaman dan arsip-arsip yang berhubungan dengan penelitian ini. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa foto pada saat proses produksi program Ketoprak Sanepa berlangsung.

4. Teknik Analisis Data

Tujuan analisis data adalah membuat data mudah dimengerti, sehingga hasil penemuan dapat dikomunikasikan kepada orang lain.

Analisis data menurut Patton (dalam Moleong, 2012) adalah proses mengatur aturan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.

Teknik analisis interaktif ini dijalankan dengan cara sebagai berikut :

a. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan dicatat dan dirinci dengan teliti. Setelah itu dirangkum dipilih hal-hal yang utama dan penting, kemudian akan memberikan gambaran yang jelas sehingga dapat memepermudah peneliti untuk mengumpulkan data. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama proses pengumpulan data.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Namun yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2012).

c. Verifikasi Data

Miles dan Huberman (dalam Sugiyono 2012) berpendapat proses analisis tidak sekali jadi, melainkan interaktif, secara bolak-balik

diantara kegiatan reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama waktu penelitian. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data.

G. Uji Validitas Data

Data yang terkumpul akan di cek ulang oleh peneliti pada subjek data yang terkumpul dan jika kurang sesuai peneliti mengadakan perbaikan untuk membangun derajat kepercayaan pada informasi yang telah diperoleh (Moleong, 2007).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi untuk menguji kredibilitas data. Triangulasi melalui sumber artinya membandingkan hasil dari wawancara dengan hasil pengamatan, membandingkan apa yang dikatakan orang atau informan tentang situasi penelitian dengan hasil perpanjangan keikutsertaan yang dilakukan oleh peneliti, membandingkan data dari perspektif yang berbeda yaitu antara warga masyarakat biasa, tokoh masyarakat, orang pemerintah atau bukan, dan tidak lupa untuk membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen atau arsip serta pelaksanaannya (Sugiyono, 2008).

H. Sistematika Penulisan Skripsi

- BAB I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian teori, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.
- BAB II : Membahas tentang profil penelitian. Sejarah Stasiun TVRI Yogyakarta, visi dan misi, struktur organisasi TVRI Yogyakarta, gambaran umum tentang program acara Ketoprak Sanepa di TVRI Yogyakarta.
- BAB III : Penyajian dan analisa data-data. Berisi analisis manajemen produksi program Ketoprak Sanepa dalam mempertahankan penonton.
- BAB IV : Penutup. Kesimpulan dan Saran