

BAB III

PEMBAHASAN

1. Sajian Data

1.1 Fungsi Manajemen dalam Tahap Produksi

Dalam pembahasan ini peneliti akan menjelaskan terkait proses produksi yang dilakukan oleh NET.TV biro Jawa Barat meliputi proses praproduksi, produksi, dan pasca produksi. Juga dikaitkan dengan fungsi manajemen yang dilaksanakan oleh NET.TV biro Jawa Barat, dimana fungsi pengorganisasian dan perencanaan ada pada tahap praproduksi, pengarahan ada pada tahap produksi serta pengawasan pada tahap pasca produksi yang dilakukan dengan tahap evaluasi. Manajemen produksi acara televisi merupakan semua aktivitas atau proses pembuatan produksi program acara televisi sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien, atau juga bisa disebut tindakan memikirkan dan mencapai hasil yang diinginkan melalui usaha *team work* (kerja sama tim) yang terdiri dari tindakan mendayagunakan bakat-bakat manusia dan sumber daya manusia televisi (Mabruri, 2013 : 24). Lebih jauh Morissan (2008) menjelaskan, efisiensi adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Seorang manajer yang efisien adalah seseorang yang mencapai keluaran yang lebih tinggi (hasil, produktivitas, *performance*) dibanding masukan (tenaga kerja, bahan, uang, peralatan, dan waktu) yang digunakan. Manajer yang dapat meminimumkan biaya penggunaan sumber daya untuk mencapai keluaran yang telah ditentukan

atau manajer yang dapat memaksimalkan keluaran dengan jumlah masukan yang terbatas disebut manajer yang efisien. Sedangkan Efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, seorang manajer efektif dapat memilih pekerjaan yang harus dilakukan atau metode yang tepat untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan jenisnya, ada tiga jenis program yang diproduksi oleh NET.TV biro Jawa Barat, yaitu Net Jabar, Net Jabar *Weekend*, dan Risalah Hati. Namun untuk penayangannya ada lima program ditambah Indonesia Bagus Jawa Barat, dan Lentera Indonesia Jawa Barat. Kedua acara ini hanya mendapatkan jatah penayangan saja di NET.TV biro Jawa Barat, karena kedua program ini diproduksi langsung oleh tim *news* NET.TV pusat yang berada di Jakarta, semua program ini tayang setiap harinya untuk memenuhi kewajiban jam tayang bagi setiap sistem stasiun televisi jaringan, yaitu 120 menit. Acara Net Jabar tayang setiap hari Senin-Jumat jam 05.00-06.00 WIB, lalu untuk Risalah Hati tayang pada jam 10.00-10.30 WIB, yang dilanjutkan dengan Indonesia Bagus Jawa Barat atau Lentera Indonesia Jawa Barat dari jam 10.30-11.00 WIB sebagai penggenapan dari jumlah wajib tayang televisi berjaringan. Namun Ada perubahan jadwal pada akhir pekan, dimana pada akhir pekan ini berita yang ditayangkan adalah program dari Net Jabar *Weekend* yang sifat beritanya lebih mengarah pada jenis berita *feature* atau *soft news*, berbeda dengan Net Jabar dengan jam tayang setiap hari yang lebih condong pada berita yang bersifat *hard news*, namun

pada acara ini juga disisipkan berita yang bersifat *soft news* seperti informasi tempat wisata, jajanan dan tempat unik di Bandung, dan lain sebagainya. Kondisi penayangan program ini juga disesuaikan dengan operasional kantor yang buka pada hari Minggu-Kamis. Lebih jauh, Maburri (2013) menjelaskan bahwasanya manajemen produksi program acara televisi meliputi tiga tahapan inti yaitu :

1) Tahap praproduksi

a. Menentukan ide/gagasan

Sebelum memulai untuk menentukan ide, pada tahap ini produser mengarahkan pada *reporter* untuk riset dan *hunting* lokasi terlebih dahulu, sekiranya tema apa yang menarik untuk dibahas lalu diajukan kepada produser untuk selanjutnya di *pitching*¹ baik itu produksi untuk mengisi berita *soft news* yang disiarkan pada acara Net Jabar dan juga Net Jabar *Weekend*. Pada acara Risalah Hati produser hanya mengarahkan untuk pencarian lokasi untuk nantinya dijadikan sebagai lokasi *shooting*

b. Penulisan naskah meliputi sinopsis, *treatment*, dan skenario

Setelah dilakukan proses riset, tim eksekusi langsung melaksanakan proses *pitching*, dimana dalam kegiatan ini tim akan membuat naskah dan alur cerita yang selanjutnya diserahkan kepada produser untuk dilihat. Lalu dilakukan proses *editing* dan *brainstorming* atau bertukar ide, kemudian *crew* dan produser

¹ proposal yang mirip dengan *treatment*, untuk memasarkan cerita atau gagasan (Zoebazary, 2013)

melakukan *director's² treatment* dan *shot list³* gambar yang akan diambil di lapangan, selain itu pada proses ini juga dilakukan persiapan untuk keperluan administrasi seperti *job desk* organisasi produksi, persuratan untuk produksi, dan persuratan untuk keperluan di lapangan.

c. Pembentukan kerabat kerja atau tim yang bertugas

Pada tahap ini hanya dilakukan pemilihan berapa orang kerabat kerja atau sumber daya manusia yang akan bertugas untuk melakukan produksi, baik itu yang langsung terjun ke lapangan ataupun di studio siaran. Selain pemilihan kerabat kerja dengan jumlah SDM yang terbatas baik untuk program Net Jabar ataupun Risalah Hati, pada tahap ini juga penentuan untuk mengisi acara pada program Risalah Hati, pada program ini NET.TV biro Jawa Barat memilih ustadz yang berasal dari kalangan muda, *hits*, kekinian, dan terkenal. Lalu NET.TV biro Jawa Barat juga melihat keaktifan ustadz tersebut di media sosial. Apakah diikuti oleh banyak pengguna *instagram* atau tidak, karena dari hal tersebut bisa dilihat gambaran seberapa banyak *viewers* atau penonton pada program tersebut, salah satu pengisi acara tersebut adalah ustadz Evie Effendie yang dipilih berdasarkan *followers*, keaktifan, dan juga banyaknya anak muda yang mengenal ustadz Evie Effendie dengan

² Orang yang bertanggung jawab penuh atas aspek kreatif, baik yang bersifat penafsiran maupun teknik (Zoebazary, 2013)

³ Daftar yang diberikan *scene* mana saja yang digunakan atau diproduksi (Zoebazary, 2013)

pengikut 820.000 orang di media sosial *instagram*. Lalu juga ustadz Ray Shareza yang juga dipilih karena *audience* ustadz Ray Shareza di media sosial hampir semua dari kalangan anak muda yang saat ini memiliki 346.000 orang pengikut di media sosial *instagram*.

d. Menyiapkan biaya produksi

Untuk penggunaan biaya operasional di NET.TV biro Jawa Barat ini sangat sedikit, karena untuk proses produksi di luar seperti pada program acara Risalah Hati, NET.TV biro Jawa Barat mengajukan penawaran dengan pihak terkait yang didapatkan dari proses *hunting* lokasi dan riset sebelumnya, tawaran yang diberikan adalah kerjasama barter dengan memberikan *credit tittle* pada pihak yang bekerjasama, dimana pihak terkait hanya diwajibkan menyediakan *meals* atau makanan berat, jadi biaya produksi hanya digunakan untuk biaya *transport, fee* ustadz dan kudapan untuk kerabat kerja selama di perjalanan.

2) Tahap Produksi

Dari lima program yang ditayangkan, dua program diantaranya diproduksi oleh tim *news* NET.TV Jakarta, NET.TV biro Jawa Barat hanya memiliki kewenangan untuk menayangkan saja. Untuk waktu, tempat, episode dan jadwal tayang ditentukan oleh tim *news* NET.TV Jakarta. karena selain tayang di NET.TV biro di berbagai daerah, kedua acara ini juga ditayangkan di NET.TV stasiun Jakarta atau nasional pada akhir pekan, setelah episode tersebut ditayangkan lalu diberikan

kepada NET.TV biro masing-masing dimana tayangan tersebut di produksi. Dalam penayangannya tersebut NET.TV biro Jawa Barat diberikan *file* yang sudah tinggal tayang, tidak ada campur tangan sama sekali untuk proses produksi Indonesia Bagus ataupun Lentera Indonesia. Untuk prosesnya biasanya tim Jakarta sudah riset terlebih dahulu, tempat mana saja yang akan dijadikan lokasi *shooting* kedua program tersebut untuk beberapa episode, lalu untuk pemilihan tempat juga tidak asal acak ataupun *random*, semua dipertimbangkan sesuai dengan potensi dan keunikan yang dimiliki pada masing-masing daerah. Namun tidak menutup kemungkinan jadwal tempat *shooting* akan berubah atau bergeser jika didapati kendala yang cukup berarti untuk dilakukan proses produksi. Untuk episode yang ditayangkan di NET.TV biro Jawa Barat sangat mungkin berpotensi terjadinya *replay* episode yang telah ditayangkan pada pekan atau bulan lalu, karena memang jadwal tayang ini setiap hari dan dilakukan secara bergantian antara Indonesia Bagus Jawa Barat dengan Lentera Indonesia Jawa Barat.

a. *Hunting* lokasi

Setelah sebelumnya melakukan *hunting* lokasi dan riset terlebih dahulu, pada tahap ini lebih mengarah pada memastikan ulang tempat dan semua keperluan yang dibutuhkan, juga dilakukan *briefing crew* untuk penentuan lokasi produksi Risalah Hati. NET.TV biro Jawa Barat melakukan survei terlebih dahulu melalui

media sosial, lalu mengajukan penawaran dengan kerjasama barter, tawaran yang diberikan adalah kerjasama barter dengan memberikan *credit tittle* pada pihak yang bekerjasama, dimana pihak terkait hanya diwajibkan menyediakan *meals* atau makanan berat. Jadi biaya produksi disini hanya digunakan untuk *transport, fee* ustadz dan kudapan untuk kerabat kerja selama di perjalanan. Dimana tidak ada transaksi uang antara pihak NET.TV biro Jawa Barat dengan pihak yang diajak kerjasama pada program acara ini. karena selain kerjasama barter, kesempatan ini juga sekaligus digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan tempat baru yang ada di Jawa Barat, sebagai opsi berkunjung bagi para wisatawan, baik itu lokasi *shooting* yang dilakukan di tempat wisata alam dan rekreasi, ataupun wisata kuliner yang berada di wilayah Jawa Barat.

b. *Shooting*

Pada tahap ini dilakukan proses produksi baik itu program acara *live* ataupun *taping* yang diarahkan oleh sutradara dan ataupun produser. Acara yang ditayangkan di NET.TV biro Jawa Barat ada yang merupakan acara *live*, (langsung) ataupun juga *taping* (rekaman). Namun pada saat ini acara yang ditayangkan lebih banyak diproduksi secara *taping*, mengingat minimnya SDM yang dimiliki oleh NET.TV biro Jawa Barat. Acara yang diproduksi yaitu Net Jabar dengan satu *presenter* dan beberapa orang *reporter* jurnalis, Risalah Hati dengan satu ustadz pada setiap episodenya,

serta Net Jabar *Weekend* yang ditayangkan dengan *rolling* berita *feature* tanpa *presenter*, hanya seorang *voice over* yang menginformasikan berita *feature* tersebut dengan mengarah pada historis budaya sunda, kuliner dan tempat unik, tempat wisata, dan apa yang sedang jadi perbincangan (*hits*) di Jawa Barat.

c. Mengirim hasil *shooting* ke *editing library*

Setelah eksekusi program atau produksi dilakukan, maka *file* diserahkan ke ruang *editing* sebelum ditayangkan untuk menentukan bagian mana yang akan ditayangkan dan sebaliknya, dengan panduan dari *director's treatment* dan *shot list* gambar yang telah dilakukan pada tahap praproduksi.

3) Tahap pasca produksi

a. Melakukan proses *editing*

Tahap pertama yang dilakukan adalah *editing*, baik itu *editing* kasar (*offline editing*) ataupun juga *editing* halus (*online editing*) yang mengacu pada skenario, *director's treatment* dan *shot list* gambar yang telah dilakukan pada tahap praproduksi. Termasuk didalamnya menyusun narasi, *dubbing* oleh *voice over* (jika dibutuhkan), menambahkan ilustrasi musik, *sound effect*, *credit title*, *mixing*, *picture lock*, *final edit*, dan siap untuk ditayangkan.

b. Evaluasi

Satu hal yang tidak kalah penting pada tahap pasca produksi yang dilakukan oleh NET.TV biro Jawa Barat ini adalah selalu

melakukan evaluasi setiap setelah selesai tayangan atau siaran yang dilaksanakan setiap hari, dengan tujuan untuk memperbaiki pada tayangan berikutnya.

Seperti televisi lain pada umumnya, NET.TV biro Jawa Barat juga memiliki acara yang diunggulkan, dimana hal ini dijadikan sebagai kesempatan untuk menjadi pembeda antara NET.TV biro Jawa Barat dengan televisi berjaringan lainnya yang ada di Jawa Barat. Untuk saat ini program yang menjadi unggulan di NET.TV biro Jawa Barat adalah modul berita yang ditayangkan di Net Jabar, baik yang ditayangkan setiap hari ataupun di akhir pekan, dimana juga menjadi titik fokus NET.TV biro Jawa Barat dalam menayangkan program, hal ini bisa terlihat dari penghargaan yang diberikan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat (KPID Jabar) selama dua tahun berturut-turut pada tahun 2016 dan 2017 dalam kategori sistem stasiun jaringan terbaik di Jawa Barat, dimana poin penting pada sistem stasiun televisi berjaringan ini adalah konten acara yang ditayangkan lebih mengacu pada penayangan budaya lokal. Selain itu, konten yang dimiliki oleh NET.TV biro Jawa Barat ini juga menjadi pembeda antara televisi NET.TV biro Jawa Barat dengan televisi jaringan lainnya yang ada di Jawa Barat. Program yang ditayangkan lebih mengarah pada budaya lokal sunda dan pendekatan historis yang ada, seperti pemberitaan kegiatan program “Rebo Nyunda” yang dicanangkan pemerintah kota Bandung dengan mewajibkan penggunaan bahasa sunda setiap hari Rabu bagi seluruh masyarakat kota Bandung, lalu yang menang

pada tahun 2017 yaitu tayangan tentang sejarah dan pembuatan suling di Jawa Barat. Selain pada pendekatan historis budaya sunda, acara yang ditayangkan di NET.TV Biro Jawa Barat juga bertujuan untuk pengenalan dan promosi wisata yang ada di Jawa Barat, dengan membahas pariwisata baru yang ada di Jawa Barat dan membahas tentang apa yang sedang ramai diperbincangkan seperti yang ada pada segmen “ada apa di Bandung” yang membahas segala sesuatu yang sedang ramai diperbincangkan di Bandung.

Penentuan jumlah tayangan dan durasi yang ditayangkan oleh NET.TV biro Jawa Barat patuh pada arahan yang diberikan oleh KPID Jabar untuk televisi sistem stasiun jaringan harus menyiarkan 2 jam perhari (120 menit). Dalam hal ini NET.TV biro Jawa Barat menutup kewajiban siarannya dengan program yang diproduksi oleh tim dari NET.TV Jakarta dengan durasi 30 menit jadi acara yang kami produksi sendiri adalah 90 menit dari total kewajiban 120 menit sesuai dengan peraturan yang dijelaskan pada peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang standar program siaran yang tertera pada pasal 68, dimana program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari, lalu untuk penentuan jam tayangan ditentukan oleh NET.TV Jakarta. Bukan hanya di NET.TV biro Jawa Barat, namun jam tayangan ini juga diseragamkan dengan NET.TV stasiun jaringan di provinsi lain.

Pada pengorganisasian sumber daya manusia yang ada di NET.TV biro Jawa Barat termasuk sebagai organisasi stasiun televisi kecil atau menengah, dimana sangat memungkinkan ada beberapa jabatan atau fungsi manajerial yang dirangkap oleh satu orang, misalnya manajer umum yang bisa juga menjadi manajer pemasaran, manajer program juga dapat menjadi manajer operasional. Sementara untuk stasiun penyiaran besar biasanya ada posisi manajer senior untuk setiap departemen, meski demikian Willis dan Aldridge dalam (Morissan, 2008 : 155) menjelaskan dalam stasiun penyiaran memiliki empat fungsi dasar dalam struktur organisasi tersebut, yaitu teknik, program, pemasaran, dan administrasi. Untuk proses penerimaan karyawan di NET.TV stasiun jaringan ini tahapnya sama seperti yang akan bertugas di NET.TV Jakarta, hanya saja nanti penerimaan dan penugasan akan ditempatkan di televisi berjaringan NET.TV yang tersebar di berbagai wilayah. Untuk saat ini di NET.TV biro Jawa Barat memiliki delapan orang karyawan, terdiri dari enam orang *staff* dan dua orang *non-staff*. Penerimaan karyawan di NET.TV biro Jawa Barat melalui program reguler, tidak melalui *open recruitment* serentak *Media Development Program* atau MDP, dimana untuk karyawan dengan jalur reguler tidak mendapatkan rangkaian uji tes wajib militer atau *military booth camp* seperti yang ada pada MDP.

Saat ini kondisi sumber daya manusia yang menurun. Sebelum akhirnya ada *reshuffle* organisasi pada bulan Maret 2018. Pembagian tugas, peran, dan *job desk* tingkatan yang tersusun sangat rapi dengan total 20

orang karyawan. Namun setelah *lay off* sebagian karyawan, kini tersisa delapan orang. Secara otomatis beban dan pembagian kerja juga semakin besar. Untuk saat ini sistem kerja menjadi seolah-olah serabutan, jika dulu ada bagian-bagian yang sudah tersusun seperti bagian *technical support*, *fill content*, manajerial, bagian eksternal, IT, dan sebagainya. sekarang karyawan saling mengerjakan apa yang sekiranya bisa dikerjakan, jika sekiranya ada kesulitan yang tidak bisa diselesaikan oleh tim NET.TV biro Jawa Barat maka akan melaporkan ke NET.TV Jakarta dan tim NET.TV Jakarta akan dikirim ke NET.TV biro Jawa Barat untuk menyelesaikan masalah seperti permasalahan teknis misalnya.

Untuk memberikan tayangan yang berkualitas, mendidik namun juga tetap menghibur NET.TV mengadakan pelatihan terlebih dahulu sebelum para karyawan secara resmi menjadi bagian dari televisi masa kini NET.TV, dimana proses pelatihan ini menjadi bagian dari fungsi manajemen yang termasuk pada fungsi pengarahan dan memberikan pengaruh. Bukan hanya bagi karyawan NET.TV Jakarta saja, pelatihan ini juga diperuntukan bagi karyawan NET.TV jaringan yang ada di kantor biro berbagai Provinsi. dalam hal ini NET.TV biro Jawa Barat, namun karyawan televisi jaringan tidak mendapatkan kesempatan waktu untuk mengikuti pelatihan militer seperti karyawan yang berada di jakarta dengan proses seleksi melalui MDP (*Media Development Program*) karena terkendala waktu. Namun rencananya pelatihan ini akan dilaksanakan juga di NET.TV jaringan, hanya saja belum menemukan waktu yang pas, karena dengan

kondisi SDM yang sedikit, kantor biro tidak mungkin ditinggalkan kosong, mengingat acara siaran juga dilakukan setiap hari dan *military bot camp* ini membutuhkan waktu selama seminggu. Pelatihan dilaksanakan sekali di Jakarta bersama dengan rekan dari kantor biro provinsi lain, sehingga ketika tiba di kantor biro masing masing para karyawan NET.TV jaringan ini tinggal melaksanakan tugas sebagai pekerja media televisi.

1.2 Segmentasi NET.TV Biro Jawa Barat

Berdasarkan sensus Badan Pusat Statistika (BPS) jumlah penduduk Indonesia di pulau Jawa mencapai 60 % dari total keseluruhan penduduk di Indonesia. Selain sebagai pusat bisnis dan pemetintahan timbul juga sebuah masyarakat modern yang ditandai dengan mobilitas yang tinggi serta pemikiran yang praktis. Maka dari itu, selain menjadi pulau terpadat, pulau jawa juga menjadi pangsa pasar yang potensial guna memenuhi segala macam kebutuhan masyarakat secara kekinian. Hal tersebut bagi industri televisi menjadi parameter penting untuk meningkatkan *coverage area* hingga isi layanan konten program siaran. Era industri televisi yang sedemikian ketat menyebabkan stasiun televisi membutuhkan strategi untuk merebut penonton yang selektif guna menjangkau struktur-struktur penonton yang beragam dalam masyarakat. Strategi merebut pasar penonton terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan. Menurut Kottler (1980) terdiri dari tiga tahap untuk menjangkau penonton, yaitu segmentasi, *targeting* dan *positioning* (Fachruddin, 2016 : 49).

1. Segmentasi NET.TV Biro Jawa Barat

Segmentasi penonton pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur penonton, untuk segmentasi secara geografis NET.TV biro Jawa Barat ini belum semua wilayah di Jawa Barat mendapatkan tayangan, karena pemancar yang dimiliki hanya satu dan tidak ada pemancar terusan, seperti di Garut hanya sebagian saja, Tasikmalaya tidak dapat, Purwakarta ada, Sukabumi juga tidak dapat, Kuningan tidak juga. Karena secara geografis, Jawa Barat merupakan wilayah perbukitan, jadi banyak ditemui bukit dan gunung sehingga tidak semua wilayah mendapatkan siaran. NET.TV biro Jawa Barat menyiasatinya dengan mengunggah ulang materi yang ditayangkan ke *official* akun youtube milik NET.TV biro Jawa Barat yang diperuntukan bagi masyarakat yang tidak mendapatkan tayangan dan juga masyarakat yang belum sempat menonton televisi, karena di zaman yang serba modern ini banyak juga masyarakat yang menonton televisi dengan melakukan *streaming via youtube*.

2. *Targeting* NET.TV biro Jawa Barat

Targeting atau target penonton adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi atau menjangkau penonton sasaran. Untuk target audiens yang ada di NET.TV biro Jawa Barat adalah golongan masyarakat AB, atau menengah keatas, dengan kisaran umurnya antara 15-35 tahun, karena NET.TV biro Jawa Barat belum memiliki program anak. perbedaan yang paling terlihat antara NET.TV biro

Jawa Barat dengan televisi berjaringan lain yang ada di Jawa Barat ini adalah dari segi kemasan. Untuk program pemberitaan NET.TV biro Jawa Barat tidak terlalu banyak mengambil peran di *hard news*, karena NET.TV biro Jawa Barat menyadari ada pihak lain yang fokus pada pemberitaan tersebut seperti TV One, Metro TV, dan MNC Group. Pada pemberitaan *hard news* NET.TV biro Jawa Barat lebih mengambil *angle side bar* atau sisi lain dari kejadian. NET.TV biro Jawa Barat lebih banyak mengambil peran di berita ringan atau *feature*, jika pola berfikir televisi lain adalah *bad si good news*, justru yang ditanamkan pada pemberitaan di NET.TV dan juga NET.TV biro Jawa Barat adalah *good is good news*, berita ringan dengan pengemasan yang berbeda. Selain menggunakan *crew* sebagai SDM pemberitaan, NET.TV biro Jawa Barat juga melibatkan masyarakat untuk ikut andil dalam pemberitaan yang ada di NET.TV biro Jawa Barat melalui jurnalis warga atau *citizen journalism* dengan karakter berita yang tidak terlalu berat, seperti kisah perjalanan dari luar Negeri, berbagai macam inovasi olahan makanan, tempat wisata baru, dan sebagainya. Yang sekiranya strategi ini belum digunakan oleh televisi lain. Selain pengemasan, penyampaian yang ada di NET.TV dan NET.TV biro Jawa Barat juga tidak menggunakan bahasa baku seperti televisi lainnya. Segi penyampaian yang ada di NET.TV biro Jawa Barat lebih mengarah pada bahasa tutur, agar pemirsa dirumah serasa sedang mengobrol

dengan *presenter* dan membangun suasana cair yang tidak berpatokan pada teks *book presenter journalist*, seperti yang ada di program Net 12, Good Afternoon, atau Net Jabar sekalipun. NET.TV biro Jawa Barat tidak menyiarkan *hed to hed hard news* seperti yang diproduksi oleh TV One, Metro TV atau iNews yang ada di Jawa Barat. Strategi pengemasan dan penyampaian ini tentunya strategi untuk menggunakan celah pasar yang ada, dimana pemberitaan seperti itu belum ada di televisi lain,

3. *Positioning* NET.TV Biro Jawa Barat

Setelah sasaran penonton dipilih, maka proses selanjutnya adalah melakukan *positioning*, yaitu suatu strategi untuk masuk ke dalam otak penonton. *Positioning* biasanya tidak menjadi masalah dan tidak dianggap penting selama tingkat persaingan media penyiaran tidak begitu tinggi. *Positioning* baru akan menjadi penting bilamana persaingan sangat ketat. NET.TV biro Jawa Barat memposisikan dirinya sebagai televisi masa kini yang selalu menyiarkan program berkualitas yang bersifat informatif dan menghibur. Jika mengacu pada peraturan KPI tentang penggunaan bahasa daerah dalam penayangan acara di televisi lokal dan televisi berjarangan hal ini tidak dilakukan oleh NET.TV biro Jawa Barat dengan tujuan untuk merangkul semua *udience* yang ada di Jawa Barat, karena untuk penggunaan bahasa yang digunakan tetap menggunakan bahasa Indonesia, dengan alasan jika menggunakan

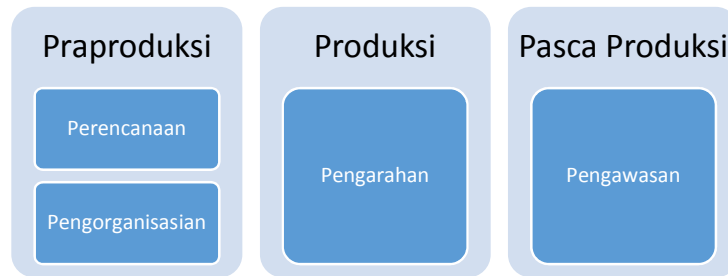
bahasa sunda, tidak semua masyarakat faham dan mengerti bahasa sunda, karena Jawa Barat sendiri adalah wilayah yang cukup luas dimana berbagai etnis ada di Jawa Barat, semua berkumpul jadi satu seperti yang terjadi di ibu kota, untuk mensiasati itu, semua konten yang diproduksi lebih mengarah pada pendekatan *story* budaya, namun pada acara Indonesia Bagus dan Lentera Indonesia Jawa Barat sering digunakan bahasa campuran Indonesia - sunda atau bahasa Indonesia dengan logat sunda agar suasana pada acara tersebut lebih terbangun, bukan hanya di NET.TV biro Jawa Barat tapi juga NET.TV berjangkauan di provinsi lain melakukan hal yang sama, seperti NET.TV biro Jawa Tengah dan NET.TV biro Jawa Timur menggunakan logat dengan aksen jawa pada program Lentera Indonesia dan Indonesia Bagus.

2. Analisis Data

2.1 Fungsi Manajemen dalam Tahap Produksi

Dalam pembahasan ini akan diuraikan secara terperinci mengenai analisis bagaimana manajemen produksi program acara lokal yang disiarkan oleh NET.TV biro Jawa Barat, dari praproduksi sampai pasca produksi. Untuk mencari tahu bagaimana manajemen produksi diterapkan secara maksimal, dalam fungsi manajemen ada empat hal penting yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Untuk mempermudah peneliti akan menggambarkan dalam sebuah bagan yang peneliti kaitkan dengan proses produksi :

Bagan 3.1 Fungsi Manajemen dalam Tahap Produksi



Selain melakukan proses riset, penulisan naskah, *brainstorming*, dan *pitching*, dalam fungsi perencanaan ada yang dinamakan rencana strategis dan juga rencana operasional. Pada analisis data ini, peneliti akan mencoba menggali lebih dalam terkait perencanaan yang berdasar pada rencana strategis dan operasional guna mengetahui sejauh mana persiapan yang dilakukan oleh NET.TV biro Jawa Barat dalam memproduksi dan menyiarkan sebuah program acara, kedua rencana yang dirancang ini dilakukan untuk mencapai tujuan media penyiaran, paling tidak ada tiga tujuan yang dimiliki oleh media penyiaran, yaitu tujuan ekonomi yang mengacu pada hal-hal terkait dengan posisi keuangan media penyiaran yaitu pada target pendapatan, pengeluaran, keuntungan, dan *rating* yang ingin dicapai. Lalu tujuan yang kedua tujuan pelayanan yang mencakup kegiatan penentuan program yang dapat menarik audien, dan yang ketiga tujuan personal dimana para karyawan memiliki tujuan untuk mendapatkan penghasilan, pengetahuan, dan sebagainya. Tujuan ekonomi yang ingin dicapai pada penayangan acara lokal ini adalah lahirnya minat dan ketertarikan pada NET.TV yang tersebar sesuai dengan luas sebaran kantor biro yang ada di berbagai wilayah di Indonesia.

Gambar 3.1

Coverage area NET.TV di berbagai wilayah di Indonesia



Sumber : dokumentasi company profile NET.TV (update Januari 2016)

Tujuan yang kedua yaitu tujuan pelayanan yang mencakup kegiatan penentuan program yang dapat menarik audien, serta memenuhi minat dan kebutuhan audien sekaligus kegiatan penentuan peran media penyiaran ditengah masyarakat, dalam hal ini acara lokal yang disiarkan oleh NET.TV biro Jawa Barat bertujuan untuk melayani kebutuhan masyarakat akan informasi yang mengacu pada arahan Komisi Penyiaran Indonesia.

Program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari. (peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang standar program siaran, bab xxv program lokal dalam sistem stasiun jaringan pasal 68 butir 1)

Dalam hal ini NET.TV biro Jawa Barat berada dibawah naungan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat (KPID Jabar) menjelaskan jumlah siaran yang harus di siarkan pada televisi berjaringan di Jawa Barat

kalo ketentuan dari KPID cuman jumlah jamnya, dari KPID kita diharuskan siaran dua jam, nah yang baru bisa kita in house disini satu jam setengah, yang setengah jam lagi ditutup IB sama LTI yang episode Jabar. (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

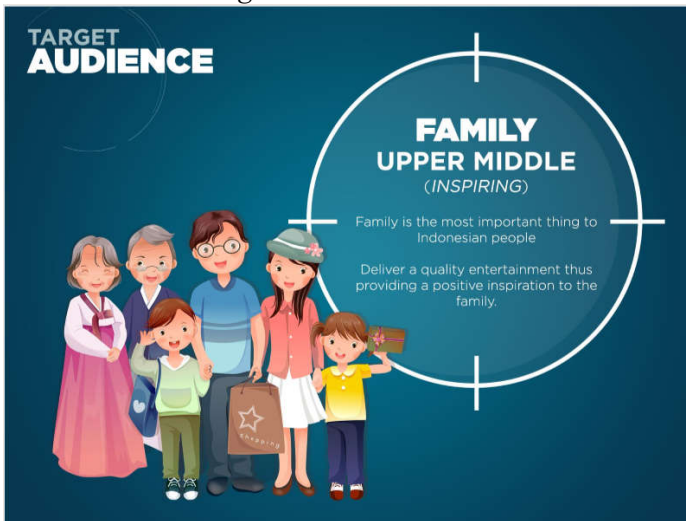
durasi program acara yang ditayangkan di NET.TV biro Jawa Barat setiap harinya mengikuti aturan dari KPID Jabar, yaitu 120 menit yang terbagi dalam 4 program acara dengan dua sumber produksi, NET.TV pusat dan yang diproduksi oleh tim NET.TV biro Jawa Barat, sebagai stasiun jaringan penentuan jam tayang juga ditentukan oleh NET.TV pusat yang juga disamakan dengan kantor biro yang ada di wilayah lain.

Jadwal tayangnya ditentuin juga sama NET.TV Jakarta, jadi program yang diproduksi NET.TV Jakarta itu buat nutup slot setengah jam, soalnya kan dari KPID kita diharuskan siaran dua jam, nah yang baru bisa kita in house disini satu jam setengah, yang setengah jam lagi ditutup IB sama LTI yang episode Jabar. (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Lalu tujuan yang ketiga adalah tujuan personal, dimana para karyawan yang ada di NET.TV biro Jawa Barat memiliki tujuan untuk mendapatkan penghasilan, pengetahuan, pengalaman, keahlian, kepuasan kerja, dan juga kapasitas diri yang ingin diraih. Dalam melaksanakan rencananya, biasanya media penyiaran melakukan beberapa hal mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran.

- 1) Melakukan identifikasi dan sasaran target audien. Target audien NET.TV adalah menasar keluarga dengan penghasilan menengah keatas, yang disesuaikan dengan tontonan berkualitas, mendidik dan juga menghibur.

Gambar 3.2
Target audience NET.TV



Sumber : dokumentasi company profile NET.TV (update Januari 2016)

- 2) Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.
- 3) Memutuskan strategi yang akan digunakan, untuk mempersiapkan rencana tindakan mulai dari penjadwalan (*scheduling*), persiapan rencana anggaran kegiatan (*budgeting*), pertanggung jawaban (*responsibility*), lalu menguji dan merevisi rencana (*tentative plan*). Pembiayaan yang dikeluarkan hanya untuk dua program yaitu Net Jabar dan Risalah Hati, dengan sumber keuangan dari NET.TV pusat tanpa ada iklan yang masuk ke NET.TV Jabar

Iya pembiayaan hanya NET Jabar sama Risalah Hati, kita crew juga kan istilahnya bensin, meals crew juga kan ada, kalo disana sih di lokasi kan dikasih makanan berat ya, nah kita ada nyediain cemilannya. di biro Nggak ada iklan, iklannya ngikut dari sana (pusat), dikasih combreak tinggal tayang dari jakarta,

(wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Sebagai stasiun jaringan, NET.TV Jabar mengikuti arahan atau perintah dari NET.TV pusat karena merupakan induk yang menjadi kepanjangan tangan siaran NET.TV di Jawa Barat. Diantaranya adalah penayangan program, dan juga konten acara yang sudah dibuatkan (Lentera Indonesia dan Indonesia Bagus Jawa Barat)

Nggak, itu yang garap tim tim produksi jakarta, tim news sih. kita mah hanya tayang aja yang menentukan jakarta, itu yang garap jakarta, tim news sih Indonesia bagus sama lentera Indonesia Jawa Barat yang produksi tim Jakarta, cuman lokasinya di Jabar jadi tayangnya di NET.TV Jabar, tapi di Nasional juga tayang (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018).

Meski tayang di masing-masing NET.TV biro, acara Indonesia Bagus dan Lentera Indonesia diproduksi langsung oleh tim NET.TV Jakarta. Tentu akan menjadi beragam jika kedua program tersebut diproduksi oleh kantor biro masing-masing daerah dengan sumber daya manusia yang memadai, episode yang dimiliki akan semakin kaya dan beragam, sehingga mengurangi kemungkinan akan adanya penayangan ulang episode yang sudah ditayangkan sebelumnya seperti sekarang ini, begitu pula sebaliknya, NET.TV pusat hanya tinggal menayangkan program acaranya, sehingga tidak perlu pulang-pergi ke berbagai daerah untuk melakukan produksi. Hal ini akan lebih efisien karena menekan biaya produksi sehingga pengeluaran biaya produksi pada sebuah acara akan

semakin kecil, atau jika harus tetap diproduksi tim Jakarta, kegiatan produksi bisa dilakukan bersamaan dengan keterlibatan secara langsung antara NET.TV biro dengan NET.TV pusat. Meskipun langkah yang sudah diambil oleh NET.TV sudah benar, dimana jumlah presentase yang diproduksi oleh kantor biro sudah sesuai dengan ketentuan yang dijelaskan oleh KPI pada peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang standar program siaran yang dijelaskan pada pasal 68 mengenai program lokal dalam sistem stasiun jaringan, dimana program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari. Mengacu pada peraturan ini, dua program yang ditayangkan di NET.TV biro diproduksi oleh tim NET.TV pusat yang berada di Jakarta, sementara ketiga program lainnya diproduksi oleh NET.TV biro Jawa Barat dengan durasi tayangan sembilan puluh menit dari seratus dua puluh menit total wajib tayangan bagi sistem stasiun jaringan yang ada di Jawa Barat.

Gambar 3.3
Tampilan salah satu episode Indonesia Bagus Jawa Barat



Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Documentary

Gambar 3.4
Tampilan salah satu episode Lentera Indonesia Jawa Barat



Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Documentary

Tahap yang kedua dalam proses praproduksi adalah pengorganisasian, dalam pengorganisasian media penyiaran, organisasi yang ada di NET.TV Jabar termasuk organisasi penyiaran kecil, karena hanya mencakup bagian dan masing-masing fungsi dasar saja, seperti teknik, program, dan administrasi. Pada organisasi kecil ini sangat dimungkinkan terjadinya ganda kerja atau *double job desk*. Seperti produser yang merangkap dengan kepala biro, atau *videographer* merangkap dengan *editor*, atau juga orang-orang yang sama dan memproduksi tiga program acara yang berbeda.

ya kalo dlu sih ada tigtakan pembagian kerja, soalnya dulu kan ada sekitar 20 orang. kalo sekarang sudah lay off tinggal 8 orang kerjanya jadi serabutan, kaya kalo sekarang nggak ada bagian teknik, kalo sekarang ya, yang bisa ya yang dikerjain, kalo dulu ada technical support ya TS, fill content, manajerial, bagian eksternal ya, bagian kantor, editor, IT, nah sekarang karena lay off jadi nggak ada. kalo ada apa-apa misal masalah teknik, ya lapor ke Jakarta buat perbaiki, nanti mereka kirim orang dari Jakarta (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018).

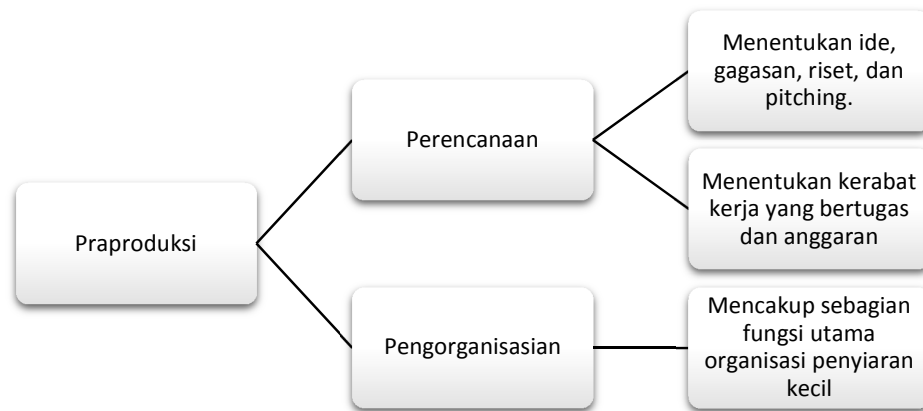
Gambar 3.5
Organisasi SDM NET.TV biro Jawa Barat



Sumber : dokumentasi data karyawan NET.TV Jabar (update April 2018)

Pengorganisasian atau jumlah karyawan yang ada di NET.TV biro Jawa Barat, perlu diperbaiki karena SDM yang sangat sedikit membuat susunan kerja dan *double jobdesk* membuat pekerjaan kewalahan, meskipun pada organisasi penyiaran kecil hanya dibutuhkan sedikit orang saja, namun bagian yang ada belum memenuhi empat fungsi dasar seperti yang dikatakan Willis dan Aldridge (dalam Morissan, 2008 : 155) bahwasanya dalam stasiun penyiaran memiliki empat fungsi dasar dalam struktur organisasi tersebut, yaitu teknik, program, pemasaran, dan administrasi. Manajemen yang dilakukan NET.TV biro Jawa Barat pada tahap ini adalah dengan melakukan perencanaan dan pengorganisasian, berikut modelnya :

Bagan 3.2 Model Manajemen Praproduksi NET.TV biro Jawa Barat



Pengarahan dan memberikan pengaruh, pada tahap ini NET.TV biro Jawa Barat melakukannya pada praproduksi, produksi dan juga pasca produksi. seperti dilaksanakannya pelatihan, kepemimpinan, proses komunikasi, dan juga pemberian motivasi. Pelatihan kepemimpinan dilaksanakan sejak karyawan belum ditempatkan bekerja di kantor biro, karena pelatihan dilaksanakan di Jakarta, proses komunikasi terlaksana dengan jelas jika struktur SDM yang ada juga jelas, hal ini bisa dilakukan kapanpun baik dari praproduksi, produksi, hingga pasca produksi. Secara keseluruhan telah terjadi di NET.TV biro Jawa Barat, tinggal meneruskannya secara berkala untuk meningkatkan kinerja dan prestasi yang telah diraih.

Paling kalau di pelatihan ini aja pelatihan kerja, cuman kalo yang MDP pelatihan militerty botcamp nggak, nah itu ada di jakarta, kalo di biro, katanya mau giliran cuman nggak tau kaan, cuma kalo kondisi kaya gini gamungkin juga, soalnya kan seminggu waktunya, kalo ada ya biro kosong

mau siaran gimana. Pelatihannya di Jakarta jadi ke biro langsung kerja (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018).

Proses produksi merupakan proses yang mungkin paling menarik dan tahap paling melelahkan bagi seluruh kru yang bertugas, tahap ini dimulai dengan dilakukannya *rehearsel* atau latihan-latihan kecil bagi sebagian program acara, dalam proses pembuatannya bergantung pada kepuasan produser dan sutradara, atau berdasar pada tuntutan jadwal produksi. Pada tahap ini setiap adegan dan kegiatan dicatat dan selama itu pula berbagai gambar yang direkam, ditinjau, direvisi, dan dilakukan rekaman ulang belum memenuhi kriteria, karena kru produksi mencoba mengambil gambar atau hasil yang terbaik dalam batas-batas jadwal produksi. Selama proses ini pula setiap pengambilan gambar dilakukan dengan seksama sesuai posisi pada rekaman video atau film, mencatat tanggal dan waktu perekaman, isi dari rekaman, dan informasi penting lainnya yang akan memungkinkan *editor* untuk mencari dan mengidentifikasi selama pasca produksi. Tanpa proses ini, ratusan jam mungkin akan sia-sia mencoba untuk menemukan rekaman tertentu dengan adegan-adegan yang diperlukan. Oleh karena itu, sangat penting bahwa setiap pengambilan gambar dicatat dan diberi label sehingga pada tahap pasca produksi atau proses *editing* dapat dilaksanakan secara efisien. (Schement, 2002 : 1030). Acara yang diproduksi oleh NET.TV biro Jawa Barat ada tiga acara yaitu Net Jabar, Risalah Hati dan Net Jabar *Weekend*.

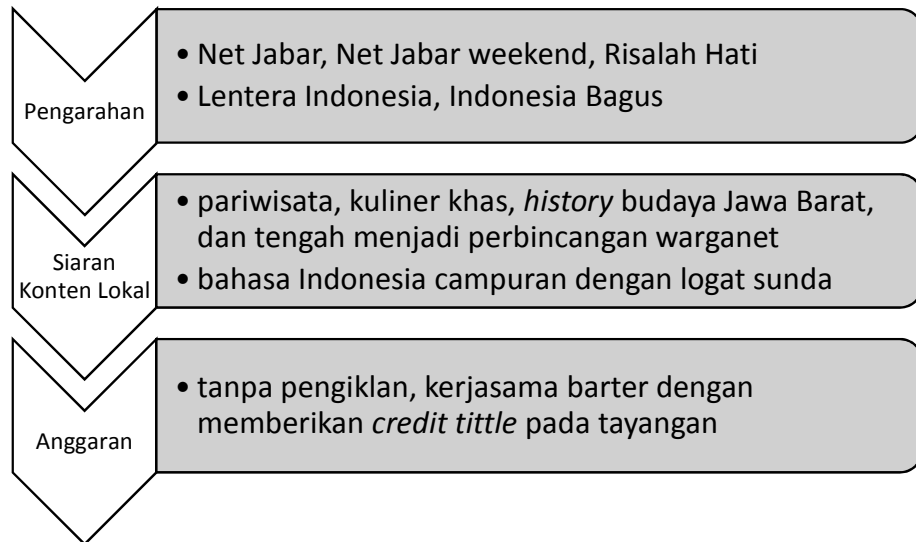
Kita tuh yang pertama kan NET Jabar, terus ada Risalah Hati jam 10.00 WIB, itu setengah jam, jam 10.00-10.30 WIB, kalau NET Jabar satu jam, jam 05.00-06-00 WIB terus untuk penayangannya ada 4 tambah yang IB (Indonesia Bagus) sama LTI (Lentera Indonesia) Jawa Barat (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Seperti acara lain pada umumnya, acara yang diproduksi oleh NET.TV Jabar juga memiliki beberapa tahap persiapan dari mulai materi, peralatan, dan juga naskah. Dalam hal ini adalah acara Net Jabar, Net Jabar *Weekend*, dan juga Risalah Hati. Meski acara berita, acara Net Jabar juga perlu adanya naskah dan *story board*, karena berita yang disampaikan pada Net Jabar *Weekend* merupakan berita *soft news* atau berita ringan, begitu pula pada sebagian berita yang disiarkan di Net Jabar *weekdays*.

Ya biasanya ini dulu apa reporter tuh istilahnya mah, mmmm riset dulu nah hasil riset nanti diajuin ke produser lalu pitching, langsung eksekusi, terus edit naskah sama gambar terus tayang, setelah pitching baru bikin naskah, abis bikin naskah baru diedit lagi sama produser, pitching itu kan nentuin gambar storynya. Waktunya tergantung jarak, narsum, kesulitan gambar, tapi diusahain 3 hari beres cuman kalo net jabar weekend lebih ke soft news jadi gapake presenter, langsung aja roll berita sepanjang siaran, kaya “ada apa di Bandung sama Rebo nyunda, intinya yang angkat budaya historis sama yang lagi ngehits di bandung apa (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Pada fungsi pengarahan ini juga dilakukan pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan dan pelatihan. Manajemen yang dilakukan NET.TV biro Jawa Barat pada tahap ini adalah dengan melakukan perencanaan dan pengorganisasian, berikut modelnya :

Bagan 3.3 Model Manajemen Produksi NET.TV biro Jawa Barat



Tahap terakhir pada manajemen produksi adalah melakukan pengawasan yang digolongkan pada proses pasca produksi yang terdiri dari proses *editing* dan evaluasi, pada tahap pasca produksi melibatkan konstruksi sebenarnya dari program yang direncanakan. Ini adalah puncak dari berjam-jam menghabiskan konseptualisasi, perencanaan, dan pencatatan berbagai elemen program. kecuali program tersebut adalah program langsung, pascaproduksi biasanya membutuhkan waktu lebih lama dari yang diharapkan dan oleh karena itu dapat merentangkan perkiraan anggaran hingga batasnya. Komponen utama pascaproduksi adalah penyuntingan atau proses *editing*. *Editor* menggunakan pengeditan linier klasik atau program pengeditan komputer nonlinier untuk menyatukan gambar dalam pesanan yang telah ditentukan. Namun, *editor* tidak hanya mengikuti skrip, tetapi mereka juga mengandalkan kreativitas dan imajinasi dalam memilih foto terbaik, menambahkan urutan pengisi suara, dan bahkan mengubah

urutan pemotretan skrip tertentu jika dianggap perlu. Ini berarti bahwa mereka menggunakan log untuk menemukan rekaman yang diinginkan untuk mewujudkan efek yang mereka bayangkan berdasarkan imajinasinya sendiri.

Komponen lain dari tahap Pascaproduksi termasuk publisitas. Ini mungkin berarti penciptaan iklan, brosur, dan pemberitahuan lain yang menarik target audiens untuk program. Ini mungkin juga berarti memasuki proyek kontes, sirkuit, atau tempat lain di mana proyek akan dipublikasikan dan ditampilkan. Jika berlaku, juga diperlukan untuk menentukan jika tujuan klien yang diperoleh juga seolah-olah klien mungkin terbuka bagi produksi masa depan kontrak. Sebuah komponen akhir dari postproduction adalah catatan menjaga. Catatan personal, jadwal produksi, rekaman, dan terakhir pemotongan baik untuk referensi dalam perencanaan dan menyewa untuk proyek-proyek baru dan untuk memenangkan kontrak produksi baru. Selain menciptakan sebuah proyek yang mengesankan, tujuan akhir dari produksi harus mencakup pembentukan resume mengesankan (Schement, 2002 : 1030).

Bagian yang tidak kalah penting selain *editing* pada proses pengawasan ini adalah evaluasi, selain pada tahap pasca produksi, pengawasan juga bisa dilaksanakan pada tahap produksi dan juga pasca, umumnya pada tahap produksi dilakukan oleh produser dan juga sutradara dengan mengawasi langsung bagaimana proses *shooting* atau pengambilan gambar dilakukan. dan melakukan evaluasi pada tahap pasca produksi,

langkah yang dilakukan oleh NET.TV biro Jawa Barat ini sangat bagus yaitu dengan melaksanakan evaluasi tayangan setiap setelah acara disiarkan.

Ada, tiap hari ada evaluasi tayangan abis siaran langsung dievaluasi (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018).

Hal ini sesuai dengan hasil temuan oleh Donny Ilham Ramadhan dan Satya Indra Karsa yang dimuat dalam prosiding Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung dengan nomor ISSN: 2460-6537 tentang “Proses Penyiaran Program ‘Net. Jabar’ di Net. TV Biro Jabar”. Dalam penelitiannya, Donny menjelaskan bahwasanya evaluasi dalam tahap pasca produksi ada sebuah tahap evaluasi dimana tim atau *crew*, dan produser NET.TV biro Jawa Barat berkumpul untuk melakukan *review* dan membahas proses produksi yang sudah berlangsung sebelumnya, membahas tentang kekurangan dan kesalahan yang ada pada saat berlangsungnya siaran progam Net Jabar di siarkan. Membahas dan memberi masukan dan saran agar tidak melakukan atau tidak ada kesalahan lagi pada episode selanjutnya.

Proses evaluasi secara terus menerus yang dilakukan oleh NET.TV biro Jawa Barat bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan mengurangi kekurangan yang terjadi pada siaran. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh Djamal dan Fachruddin (2011:138) proses evaluasi hasil produksi merupakan langkah yang harus dilakukan agar dapat diketahui kekurangan yang terdapat pada produksi, proses evaluasi yang dilakukan guna

mengetahui minat masyarakat terhadap suatu program atau keseluruhan program yang disiarkan oleh stasiun penyiaran. Pada fungsi pengawasan yang terjadi pada tahap pasca produksi ini dinilai penting karena menjadi tolak ukur pada proses produksi selanjutnya. Manajemen yang dilakukan NET.TV biro Jawa Barat pada tahap ini adalah dengan melakukan proses *editing* dan evaluasi siaran.

2.2 Segmentasi dan *Positioning* NET.TV biro Jawa Barat

Segmentasi penonton dari NET.TV biro Jawa Barat ini secara geografis belum semua wilayah di Jawa Barat mendapatkan tayangan, karena pemancar yang dimiliki hanya satu dan tidak ada pemancar terusan. Selain itu, Jawa Barat yang merupakan wilayah perbukitan dan pegunungan juga menjadi salah satu faktor tidak tersebarnya siaran secara merata.

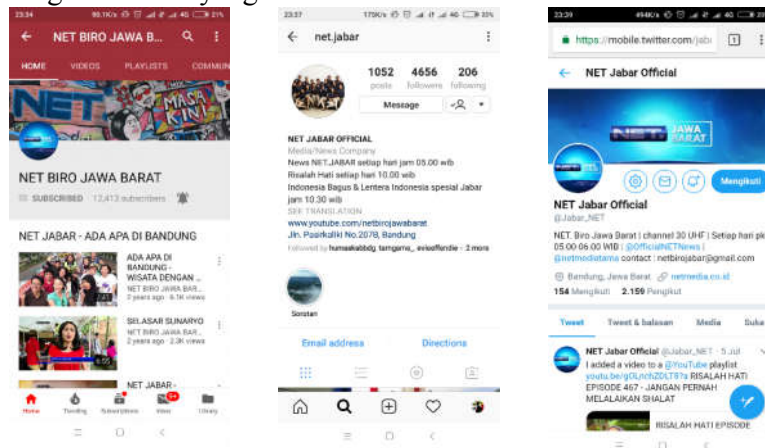
nggak semua sih, soalnya gini pemancar kita itu kan cuman satu. ya itu kaya Garut sebagian, Tasik gadapet, Sukabumi juga gak dapet, Kuningan nggak, soalnya ya di Jabar kan banyak bukit, banyak gunung. Kita gak ada pemancar terusan gitu, pemancar cuman di Cisarua, tapi kalo Bandung raya sih dapet semua, terus mmmm Purwakarta ada dapet, justru yang ke timur kalo gak salah ada yang sebagian-sebagian, kalo ke barat dapet semua. (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Secara demografis, segmentasi dari *NET.TV Jabar* ini golongan menengah keatas yang disesuaikan dengan suguhan acara dan informasi, dengan usia lima belas hingga tiga puluh lima tahun. Karena berbagai hal yang menyulitkan NET.TV biro Jawa Barat untuk merangkul seluruh audiensnya, NET.TV biro Jawa Barat menyiasatinya dengan mengunggah

ulang materi yang ditayangkan ke *official* akun *youtube* milik NET.TV biro Jawa Barat dengan tujuan dapat ditonton ulang oleh masyarakat yang tidak mendapatkan tayangan NET.TV Jabar dan juga masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk menonton televisi pada jam-jam tertentu, ini juga menjadi salah satu konvergensi media yang dimiliki oleh NET.TV Jabar melalui akun *official youtube, twitter, dan juga instagram*

Eehh kalo skrg sih kita kan dari pusat sih emang target audiens kita kan AB ya, jadi menengah keatas lah, terus audiensnya kita lebih ke 2—30 ehhh,. Karena nggak ada program anak ya jadi hitungannya antara.. 15-35an lah target audiensnya, Terus soalnya kan banyak ya sekarang kan gamelulu nonton tv, banyak yang streaming kaya gitu (wawancara bapak Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Gambar 3.6
Konvergensi media yang dimiliki oleh NET.TV Biro Jawa Barat



Sumber : dokumentasi official akun instagram, twitter, dan youtube NET.TV biro Jawa Barat

Selain untuk merangkul audiens dengan segmentasi geografis dan demografis, NET.TV biro Jawa Barat juga mempertimbangkan hal ini bagi audiens dengan segmentasi psikografis dengan kriteria tertentu, diantaranya

mereka tidak memiliki waktu untuk menonton televisi, juga tidak dapat dipungkiri jika perilaku masyarakat sekarang yang menonton televisi melalui *youtube*, hal ini yang menjadi alasan NET.TV biro Jawa Barat menayangkan ulang kembali bahan siaran ke konvergensi media yang dimiliki. Strategi ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Fachrudin (2016:61) menjelaskan bahwa segmentasi psikografis adalah mengelompokan penonton dalam variabel gaya hidup, nilai, dan kepribadian yang berasal dari dalam dan luar diri seperti sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, dan kebiasaan.

Berdasarkan artikel jurnal yang dimuat pada lib.ui.ac.id yang ditulis oleh Muhammad Neil Imanurachman mengenai dimensional konvergensi Kompas Gramedia dijelaskan bahwasanya August Grant, menjelaskan kelima dimensi konvergensi ini yang berisikan konvergensi teknologi, konten multimedia, kepemilikan, kolaborasi dan koordinasi dimaksudkan untuk menjadi sebuah pisau analisis guna mengkaji sebuah fenomena konvergensi media yang tengah terjadi.

Teknologi merupakan konvergensi media yang merupakan pokok dan pemicu dari konvergensi media tersebut. Hal itu dikarenakan banyak sekali konvergensi media yang menitikberatkan pada teknologi. Orang-orang secara langsung memfokuskan diri pada konvergensi di aspek teknologi yang dengan serta merta akan mengiringi media tersebut. Burnet dan Marshall (2003) mengungkapkan konvergensi sebagai proses penggabungan antara media, industri teknologi informasi dan komunikasi

serta komputersasi, dan penyatuan segala bentuk komunikasi yang termediasi dalam bentuk digital. Grant dan wilkinson (2009) memperlengkap pernyataan Burnett dan Marshall yang kemudian mereka mengemukakan bahwa ada dua fitur yang secara signifikan mempengaruhi perkembangan teknologi serta merupakan inti dari terwujudnya konvergensi media yakni teknologi digital dan jejaring komputer.

Hal yang terjadi di NET.TV biro Jawa Barat ini adalah kolaborasi. Dimana, media dapat berbagi konten dengan media lainnya sesuai dengan ciri konvergensi media yakni *sharing contents* (berbagi konten) media-media dapat melakukan kolaborasi dengan berbagi konten satu dan lainnya. Berbeda dengan dimensi kepemilikan, kolaborasi hanya merupakan kerja sama yang dalam kegiatannya hanya bertukar konten saja antara media satu dan media lainnya. Hal ini dimaksudkan agar adanya promosi silang yang dapat memberikan keuntungan kepada keduanya. Misalnya saja berita mengenai pariwisata disiarkan di acara Net Jabar pada pagi hari dan kemudian siangya ada di instagram Net Jabar *official* dan ketiksa sore atau malam hari ditayangkan kembali di youtube Net Jabar *official*.

Setelah segmentasi terbangun, lalu ada *positioning*, NET.TV biro Jawa Barat memposisikan dirinya sebagai televisi masa kini yang selalu menyiarkan program berkualitas yang bersifat informatif dan menghibur. Namun sebagai stasiun jaringan, ada beberapa peraturan yang harus dijalankan sesuai dengan arahan seperti penggunaa bahasa daerah dalam tayangannya. Jika mengacu pada peraturan KPI tentang penggunaan bahasa

daerah dalam penayangan acara di televisi lokal dan televisi berjaringan hal ini tidak dilakukan oleh NET.TV biro Jawa Barat karena untuk penggunaan bahasa yang digunakan tetap menggunakan bahasa Indonesia.

Nggak, soalnya eeeh agak aneh juga kalo pake bahasa sunda gitu, gak semua faham ya soalnya sekarang tuh Jabar jadi apa ya kaya jakarta lah jadi berbagai etnis ada disini paling kita pake pendekatan story budayanya aja, kalo bahasa tetep bahasa Indonesia. kalo IB sama LTI pake logat sunda atau bahasa Indonesia Indonesia - sunda (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Bukan tanpa alasan, penggunaan bahasa Indonesia ini bertujuan untuk merangkul semua *udience* yang ada di Jawa Barat, jika menggunakan bahasa sunda, tidak semua masyarakat faham dan mengerti bahasa sunda, karena Jawa Barat sendiri adalah wilayah yang cukup luas dimana berbagai etnis berada di Jawa Barat, semua berkumpul jadi satu seperti yang terjadi di ibu kota. Untuk mensiasati itu, semua konten yang diproduksi lebih mengarah pada pendekatan *story* budaya. namun pada acara Indonesia Bagus dan Lentera Indonesia Jawa Barat sering digunakan bahasa campuran Indonesia - sunda atau bahasa Indonesia dengan logat sunda agar suasana pada acara tersebut lebih terbangun, bukan hanya di NET.TV biro Jawa Barat saja, tapi juga NET.TV berjaringan di provinsi lain melakukan hal yang sama, seperti NET.TV biro Jawa Tengah dan NET.TV biro Jawa Timur menggunakan logat dengan aksen Jawa pada program Lentera Indonesia dan Indonesia Bagus.

2.3 Produksi Program Siaran Televisi

Pada produksi penyiaran ada hal penting yang menjadi strategi dalam membuat keputusan dan penjadwalan program, dimana hal ini bisa menjadi pertimbangan bagi para stasiun televisi dalam membuat dan menayangkan program (Pringle, 2006:123), adalah sebagai berikut :

a. Kekuatan dan kelemahan stasiun kompetitor

Ukuran kompetitor menjadi peluang bagi stasiun penyiaran untuk melakukan apa yang tidak dilakukan oleh televisi lain, hal ini yang dilakukan oleh NET.TV Jabar dimana tayangan yang disuguhkan menjadi pembeda dari televisi berjarangan lan yang ada di Jawa Barat

Eeh paling di kemas sih, kalo hard news kita gak terlalu main hard news ya soalnya kan sudah ada TV One, udah ada Metro, udah ada MNC group. Kalopun ada hard news kita suka mainin sisi lain dari kejadian, paling kita nonjolannya si yaitu. feature, berita ringan terus . kalo yang lain “bad news is a good news” kalo kita “good news is good news”, jadi itu berita ringan cuman kemasannya beda. Terus kita juga salah satunya mengakomodir kaya gitu kita pake CJ, beritanya yang gak berat-berat, kaya dari luar negeri gitu paling itu sih yang ditonjolin, kan kalo di TV lain bahasanya baku ya kemasannya juga, kalo kita lebih ke bahasa tutur, ngobrol biar bisa lebih cair nggak patokan sama teks book presenter jurnalis, ya bahasanya lebih cair sih kaya sekarang NET 12, Good Afternoon, bahasanya banyak yang ringan, presenternya juga nggak kaku. soalnya kalau hed to hed hard news, ya kita juga tau diri kan gabisa bersaing sama TV One, Metro atau Inews yang di Jawa Barat,... nah kita ambil celah

disitu yang mungkin belum ada yang garap (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

b. Membangun Arus Penonton

Dengan membuat penonton selalu menonton acara kita seperti penayangan pada waktu yang memungkinkan orang menonton televisi dan terjadwal secara rapi, atau juga bisa menayangkan ulang di *youtube* untuk merangkul semua, ini juga yang dilakukan oleh NET.TV Jabar, pada jam 05.00-06.00 WIB memulai pagi dengan acara yang informatif, menghibur dan juga bisa menjadi inspirasi bagi masyarakat, setelah acara Net Jabar, lalu melanjutkan ceramah atau kajian 30 menit bersama ustadz muda dan ternama di Jawa Barat, pada jam 10.00 WIB, lalu dilanjutkan dengan informasi yang menghibur dan juga inspiratif melalui Lentera Indonesia dan Indonesia Bagus Jawa Barat, baik seputar kebudayaan, pariwisata, ataupun kepedulian sosial yang ada di Jawa Barat.

Gambar 3.7
Tampilan salah satu episode Risalah Hati

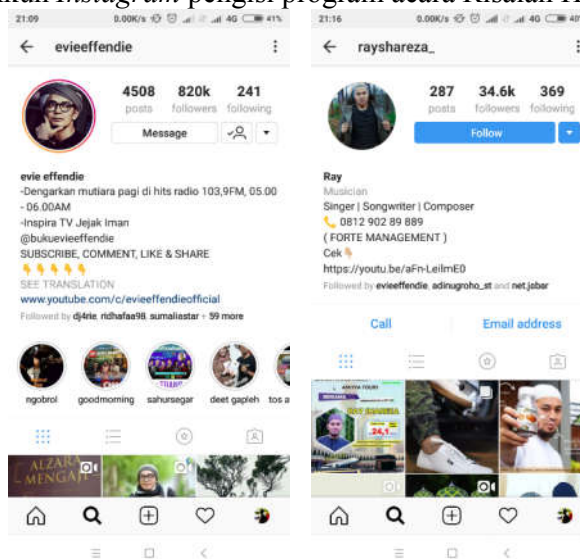


Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Jabar

Tidak memilih secara acak, NET.TV biro Jawa Barat memilih ustadz sebagai pengisi di Jawa Barat dengan kriteria tertentu seperti ustadz muda ternama di Jawa Barat, lalu juga memiliki pengikut atau *followers* yang banyak di media sosial seperti ustadz Evie Effendi dan ustadz Ray, ini adalah strategi yang digunakan untuk menarik penonton.

mmmm, kalo untuk ustad kita nyarinya yang muda lah ya, yang kalangan muda terus yang lagi ngehits biasanya, yang kita lihat juga keaktifan si ustadz di medsos, kaya ust Evie Efendie itu followersnya kan banyak, jadi kita pilih ustadz Evie. Terus mmm ya ust Rey juga dia audiencenya banyak anak muda gitu (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Gambar 3.8
Akun Instagram pengisi program acara Risalah Hati



Sumber : dokumentasi official akun instagram ustadz Evie Effendie dan ustad Ray Shareza, pengisi acara Risalah Hati di NET.TV biro Jawa Barat

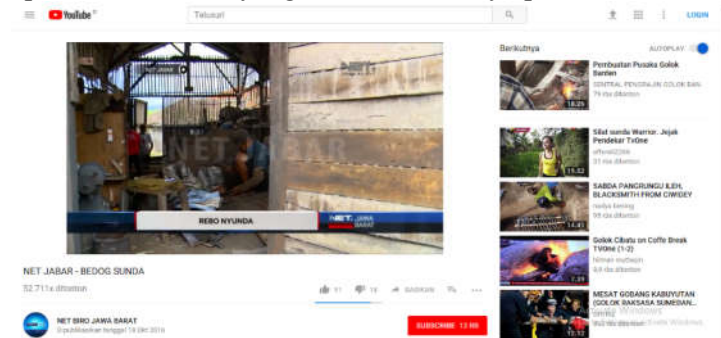
c. Membangun Kebiasaan Penonton

Program yang dijadwalkan dalam periode waktu yang sama setiap harinya dapat menjadi bagian dari rutinitas menonton televisi bagi setiap penonton. Kondisi ini mendorong formasi kebiasaan dan hal ini merupakan tujuan penting dalam industri televisi untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah penonton pada stasiun televisi tersebut. Dalam hal ini NET.TV biro Jawa Barat membuat penonton dibuat seperti keliling ke berbagai wilayah yang berada di provinsi Jawa Barat, melalui pengenalan potensi pariwisata, jajanan kuliner khas, hal unik yang sedang diperbincangkan, dan juga historis budaya sunda yang ada di Jawa Barat

NET Jabar weekend lebih ke soft news jadi gapake presenter, langsung aja roll berita sepanjang siaran, kaya “ada apa di Bandung sama Rebo Nyunda, intinya yang ngangkat budaya historis sama yang lagi ngehits di Bandung apa (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

Menjadi salah satu daya tarik, dan pembeda, berita yang disampaikan pada Net Jabar *Weekend* bersifat berita ringan sehingga penonton tidak hanya mendapatkan tayangan yang informatif namun juga menghibur, sesuai dengan positioning yang dibangun oleh NET.TV, informasi yang disajikan meliputi potensi pariwisata Jawa Barat, kuliner khas, *history* budaya dan juga apa yang sedang ramai diperbincangkan oleh warganet.

Gambar 3.9
Tampilan salah satu tayangan historis budaya pada acara Net Jabar



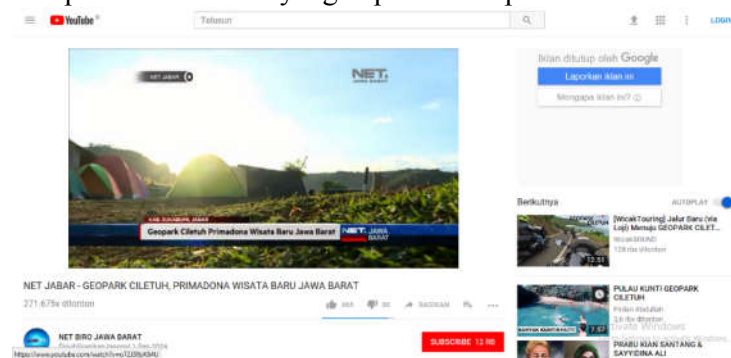
Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Jabar

Gambar 3.10
Tampilan salah satu tayangan kuliner khas pada acara Net Jabar



Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Jabar

Gambar 3.11
Tampilan salah satu tayangan pariwisata pada acara Net Jabar



Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Jabar

Gambar 3.12
Tampilan salah satu tayangan *hits* Net Jabar



Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Jabar

d. Minat dan Audiens yang Tersedia

ketersediaan penonton merupakan penentu utama pemilihan dan penjadwalan program. Pada akhir pekan biasanya televisi menyajikan tayangan yang berbeda dengan hari basanya. Secara teori, semua anak dan banyak orang dewasa adalah pemirsa potensial. Namun, kegiatan belanja, sosial, dan olah raga mempengaruhi jumlah dan jenis orang yang bebas menonton televisi pada akhir pekan. Pada penayangannya, NET.TV biro Jawa Barat menayangkan acara Net Jabar pada jam 05.00-06.00 WIB pada hari biasa, namun pada ahir pekan program itu menjadi pukul 09.00-10.00 WIB. Bukan tanpa alasan, perubahan jam tayang ini juga dipengaruhi oleh ketersediannya penonoton yang lebih banyak di akhir pekan dan juga peluang untuk menonton hiburan juga sangat memungkinkan pada khir pekan.

cuman kalo ini mmm kita kan eee jam kerjanya kan, eeeh kalo sekarang karena tapping jadi Minggu-Kamis kalo tayangannya

Minggu-Jumat jadi kalo untuk tayangan, mmmm apa namanya kalo hari Sabtu, Minggu kita nggak ada Net Jabar, Net Jabar jam lima pagi nggak ada. nanti adanya Net Jabar Weekend (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018)

e. Pengiklan

Iklan merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar media untuk mencapai tujuan ekonominya, tayangan iklan yang ada di NET.TV Biro sudah disediakan oleh NET.TV pusat, hal ini membuat para biro iklan lokal tidak bisa menayangkan iklannya di NET.TV biro, begitu pula yang terjadi di NET.TV biro Jawa Barat. Alangkah baiknya jika NET.TV masing-masing kantor biro yang berada di berbagai daerah diberikan izin untuk membuka pengiklan yang akan tayang hanya pada jam siar NET.TV biro saja, untuk mencapai apa yang menjadi alasan didirikannya stasiun televisi berjaringan.

Sistem siaran berjaringan akan menumbuhkan rumah rumah produksi lokal, biro iklan lokal, lembaga 'rating' lokal, dan kegiatan-kegiatan ekonomi kreatif lainnya (Amir Effendi Siregar, (44) dalam Puji Rianto dkk, Dominasi Tv Swasta ('Nasional'), Tergerusnya Keberagaman Isi Dan Kepemilikan : 29)

Jika kita melihat ke belakang alasan didirikannya stasiun berjaringan yaitu untuk menumbuhkan ekonomi daerah yang semakin kuat, namun hal ini sangat bertolak belakang dengan posisi NET.TV biro Jawa Barat, dimana belum menerima iklan lokal yang diproduksi

oleh rumah produksi setempat, dalam artian semua konten iklan sudah diurus oleh NET.TV pusat, jika iklan dikelola oleh NET.TV biro Jawa Barat akan mencapai tujuan sistem stasiun berjaringan dan juga tujuan ekonomi media penyiaran berjaringan secara khusus, sehingga sumber keuangan menjadi dua. dari pusat dan juga dari pengiklan lokal. Namun lagi-lagi kekurangan sumber daya manusia menjadi penyebabnya.

Nggak ada iklan, iklan ngikut dari sana, iya dikasih combreak dari Jakarta, Gak ada soalnya kalo kita kan gak ada sales marketing ya, kalo misalkan mau ngiklan juga harus ke Jakarta, yang dari Jabar, SM nya ada di Jakarta. Nggak ada iklan, ngikut dari sana, iya dikasih combreak dari Jakarta (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018).

f. Anggaran dan Persediaan Program

Jumlah uang yang tersedia untuk produksi dan pembelian program merupakan penentu penting dari apa yang dapat diprogramkan. Berdasarkan jenisnya, ada tiga jenis program yang diproduksi oleh NET.TV biro Jawa Barat, yaitu Net Jabar, Net Jabar *Weekend*, dan Risalah Hati. Namun untuk penayangannya ada lima program ditambah Indonesia Bagus Jawa Barat, dan juga Lentera Indonesia Jawa Barat.

kalo berdasarkan jenis, yang diproduksi oleh NET.TV Jabar ini ada, soft news untuk Net Jabar Weekend, Net Jabar yang hard news, sama Risalah Hati. Cuman untuk penayangannya ada empat, ditambah yang Indonesia Bagus sama lentera Indonesia Jawa Barat (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018).

Karena yang diproduksi oleh NET.TV Jabar tidak terlalu banyak, anggaran yang dikeluarkan pun tidak terlalu banyak, terlebih net jabar bisa lebih mengefisienkan anggaran dengan melakukan kerjasama barter dengan pihak yang nantinya akan dimunculkan di *credit title*.

jadi setelah menemukan tempat yang dilihat dari hasil riset kita ajuin penawaran, kerjasama barter tidak ada transaksi uang, jadi mereka juga dikasih credit title lokasinya dimana gitu, mereka cuman ini aja sih, kewajibannya nyediain meals aja makan siang gitu, kalo yang lebih mengeluarkan biaya produksi itu ya Net Jabar sama Risalah Hati, ustadznya ada fee nya terus juga kita crew juga kan istilahnya bensin, meals crew juga kan ada, kalo disana di lokasi kan makanan berat ya, nah dari kita ada snack kaya gitu (wawancara dengan Prihadi Saroso, produser NET.TV Jabar pada tanggal 30 April 2018).

Gambar 3.13
Tampilan salah satu episode dengan kerjasama barter



Sumber : dokumentasi official akun youtube NET.TV Jabar

g. Kemampuan Produksi Lokal

Sebagai stasiun berjaringan, NET.TV biro Jawa Barat mengikuti perturan yang sudah ditentukan oleh KPI dan KPID Jawa Barat, baik dari segi konten, jumlah dan durasi tayangan, hingga

berita yang disampaikan, dalam produksi program lokal, NET.TV biro Jawa Barat menayangkannya melalui suguhan acara pada acara Net Jabar dan Net Jabar *Weekend* contohnya melalui ada apa di Bandung dan pendekatan histori budaya sunda, kemampuan produksi program lokal ini bisa dikatakan sukses dengan penghargaan yang didapat NET.TV biro Jawa Barat selama dua tahun berturut-turut sebagai sistem stasiun televisi berjaringan terbaik di Jawa Barat yang diberikan oleh KPID Jawa Barat pada tahun 2016 dan 2017

Gambar 3.14
Tampilan berita NET.TV Jabar raih KPID Jabar Award 2016 dan 2017



Sumber : dokumentasi official akun NET.TV Jabar dan release Pemprov Jabar

Dari sajian dan analisis data yang dijelaskan, maka munculah bagaimana model yang dilakukan oleh NET.TV Biro Jawa Barat terkait manajemen produksi program acara lokal stasiun televisi berjaringan NET.TV biro Jawa Barat dalam rangka menjaga budaya lokal.

Gambar 3.15
Model Manajemen Produksi Program Acara Lokal Televisi Berjaringan NET.TV biro Jawa Barat dalam Rangka Menjaga Budaya Lokal



(Infografis dan data oleh peneliti)