

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Media massa adalah suatu sarana penyampaian pesan yang berhubungan langsung kepada khalayak luas, biasa melalui surat kabar, radio, bahkan televisi. Media merupakan wadah atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada para pendengar, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2010:123,126).

Televisi merupakan salah satu media penyiaran yang memang sudah tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. Televisi juga merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang diketemukan dengan karakternya yang spesifik yaitu audio visual. Saat ini perkembangan teknologi dalam pertelevisian sudah berkembang pesat sehingga dampak siarannya menyebabkan tidak ada lagi batas antara satu negara dengan negara lainnya terlebih setelah digunakannya satelit untuk memancarkan signal televisi (Deddy Iskandar, 2005:4). Saat inipun sudah banyak bahkan hampir setiap rumah kita jumpai adanya televisi di dalamnya. Di Indonesia sendiri pun telah banyak stasiun televisi milik pemerintah

maupun swasta yang berlomba-lomba memberikan tayangan yang mudah menarik minat masyarakat. Besarnya minat masyarakat menonton tayangan televisi inilah yang selalu dijadikan acuan perusahaan pertelevisian di Indonesia untuk mengkaji tayangan seperti apakah yang mampu menarik minat penonton serta program seperti apa pula yang harus dipenuhi sesuai kebutuhan masyarakat. Program dalam televisi sendiri adalah suatu tayangan yang mengandung pesan yang dapat ditampilkan dalam berbagai bentuk maupun format dan merupakan hasil produksi dari stasiun televisi itu sendiri, program dari luar maupun hasil bekerjasama dengan Production House (PH) yang menunjang . Program ini pula yang nantinya menjadi faktor penting dalam mendukung finansial suatu perusahaan televisi. Dalam mengelola program pada tayangan televisi pun di butuhkan sumberdaya manusia yang memang kompeten pada bidang pertelevisian serta manajemen program yang baik.

Salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yang sampai saat ini masih eksis adalah PT. Televisi Transformasi Indonesia atau biasa dikenal Trans TV. Stasiun televisi yang merupakan bagian dari Transmedia tersebut senantiasa menayangkan program-program berkualitas yang memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat melalui program – program yang baru, berbeda, kreatif dan Inovatif serta menjadi trendsetter dengan format tayangan *general entertainment*. Adapun jenis – jenis tayangannya meliputi *news, infotainment, reality show, talk show, variety show*, acara kuliner,

*travelling, comedy & game show*, religi hingga bioskop film dan masih banyak lagi. Salah satu acara yang saat ini diminati masyarakat Indonesia yaitu acara *talk show*.

*Talk show* adalah suatu acara atau program yang berisikan perbincangan antara *host* dengan bintang tamu membahas suatu topik tertentu. Di Trans TV sendiri, beberapa acara *Talk show* diantaranya, Dr. Oz Indonesia, Brownies, Bombastis, Republik Sosmed, serta Rumpi (*No Secret*). Beberapa program *talk show* tersebut mempunyai keunggulan masing-masing. Adapun acara talk show yang berisi format gosip akhir-akhir ini sedang banyak menarik perhatian masyarakat dan banyak pula bermunculan di stasiun tv lainnya. Acara gossip yang dulunya hanya berupa liputan infotainment saja, saat ini mampu berinovasi dengan menghadirkan format *talk show* tentang gossip dengan menghadirkan langsung narasumber, yaitu bintang tamu yang sedang *viral* digosipkan atau diperbincangkan media dan khalayak luas. Salah satu acara gossip berformat *talk show* pada stasiun Trans TV, yaitu *talk show* Rumpi (*No Secret*) yang di pandu *host* fenomenal bernama Feni Rose. *Talk show* ini hadir dengan sajian bincang – bincang santai menguak informasi terbaru dari bintang tamu yang sedang menjadi sorotan masyarakat disetiap harinya dengan mendatangkan langsung bintang tamu tersebut dan menggali informasi secara terbuka tanpa ada yang ditutup-tutupi. Tak hanya berupa *talk show* saja, namun program ini juga menyajikan suatu liputan infotainment ter-*update* yang membuat acara *talk show* ini berbeda dari

yang lainnya. Infotainment didapat dari liputan langsung oleh tim Rumpi ke tempat kejadian perkara bersama narasumber yang bersangkutan yang biasa disebut *Rumpiporter*. *Rumpiporter* dapat berbentuk tayangan video liputan maupun tayangan *live report* saat kejadian berlangsung dan masuk pada segmen pertama yang biasa disebut pula Pojok Rumpi. Pojok Rumpi tersebut adalah segmen dimana pembawa acara membacakan serta menunjukkan video liputan berita terkini yang terjadi pada saat hari dimana acara Rumpi (*No Secret*) sedang tayang *live* maupun *tapping*. Kejadian yang dapat diliput saat *rumpiporter* sendiri biasanya berupa kejadian kasus pidana selebritis, kasus perceraian, sidang hak asuh anak para selebritis, *press conference* film maupun klarifikasi kasus selebritis, berita duka, serta masih banyak lagi.

#### TVR & SHARE RUMPI 2017 (SENIN - JUM'AT)

WEEK	EPS	TANGGAL	BINTANG TAMU	TVR	SHARE	JAM TAYANG
	559	2 JANUARI 2017	TAYANG TAPPING SUHU NAGA , BABY ZIE, KESHA RATULIU, MG WAFADA		6.2/4.09/9.4	16.00 - 17.00
	560	3 JANUARI 2017	TAYANG TAPPING BALI(ALEXANDER GOTARDO, ARIEF (SUAMI ALEXANDRA GOTARDO)		8.3/7.3/8.4	16.00 - 17.00
	561	4 JANUARI 2017	TAYANG TAPING LIBURAN DENDA, IHSAN TARORE DAN SYAHKIRA (ANAK DENADADE)		9.9/10.7/8.8	16.00 - 17.00
	562	5 JANUARI 2017	TAYANG EFP RUMAH DENNY CAGUR		9.0/6.8/11.8	16.00 - 17.00
	563	6 JANUARI 2017	TAYANG EFP BALI ( MAMA SHEILA MARCIA)		8.9/9.5/8.3	16.00 - 17.00
	564	9 JANUARI 2017	DEWI PERSIK, JAZ, DJ BUTTERFLY		9.7/7.4/12.6	16.00 - 17.00
	565	10 JANUARI 2017	SITI BADRIAH, SHEILA MARCIA		6.9/6.0/7.8	16.00 - 17.00
	566	11 JANUARI 2017	CHAND KELVIN, DENA, SHAKIRA (ANAK DENADA), AKBAR AJUDAN PRIBADI		8.1/9.5/6.4	16.00 - 17.00
	567	12 JANUARI 2017	YOUNG LEX, SHALSABILA DAN SONNY TULUNG		5.0/5.9/4.0	16.00 - 17.00
	568	13 JANUARI 2017	MYTHA LESTARI DAN TUNANGANNYA, AGATHA CHELSEA DAN BAGAS		8.8/6.1/12.3	16.00 - 17.00

Gambar 1.1 Sample Data TVR dan Share bulan Januari 2017 (Sumber : RnD TRANS TV)

### TVR & SHARE RUMPI 2018 (SENIN - JUM'AT)

WEEK	EPS	TANGGAL	BINTANG TAMU	TVR	SHARE	JAM TAYANG
	805	1 JANUARI 2018	NAFA URBACH, WINDA SATPOL PP CANTIK (EFP PEKANBARU)		7.5/5.7/10.4	16.00 - 17.00
	806	2 JANUARI 2018	VANESSA ANGEL DAN BRIPDA BOBBY (EFP BUKIT TINGGI)		8.5/5.9/13.2	16.00 - 17.00
	807	3 JANUARI 2018	DAHLIA POLAND, FANDY CHRISTIAN DAN JAMES (EFP CIANJUR)		5.3/5.3/5.3	16.00 - 17.00
	808	4 JANUARI 2018	CHAND KELVIN, BU EVA BUPATI TABANAN, NI PUTU RISTA		10.6/8.1/14.1	16.00 - 17.00
	809	5 JANUARI 2018	SITI LIZA DAN BABY MARGARETHA		6.9.5.9.8.7	16.00 - 17.00
	806	8 JANUARI 2018	DEWII PERSIK, ANGGA WIJAYA, MAHA AWAN BUANA (PENGACARA DEWI)		9.2/7.7/11.9	16.00 - 17.00
	807	9 JANUARI 2018	TAYANG EFP BLUSUKAN HOTMAN PARIS		10.7.9.9.12.5	16.00 - 17.00
	808	10 JANUARI	UUS, KARTIKA WICAKSANA, KARTIKA PUTRI		11.1/8.2/16.0	16.00 - 17.00
	809	11 JANUARI	KIRANA LARASTI, DEVANO, PETER ELL		9.0/7.5/11.9	16.00 - 17.00
	810	12 JANUARI	RIZKY BALWEEL, BIBY ALRAEN, CAST FILM DILAN (YOURIKO, GUSTI, DEBO, GUILIO)		9.8/10.5/8.8	16.00 - 17.00

Gambar 1.2 Sample Data TVR dan Share bulan Januari 2017 (Sumber : RnD trans TV)

Acara *talk show* yang menargetkan audiens berupa *female mature* dan pertama kali tayang pada tanggal 10 November 2014 ini kini telah melewati tahun kelimanya dalam menyajikan sebuah tayangan. Rumpi (*No Secret*) tayang secara *stripping* setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat pukul 16.00 WIB saat ini kurang lebih sudah menghasilkan 1500 episode. Dan untuk tetap dapat bertahan sampai saat ini tentunya tak lepas dari berbagai cara dalam manajemen produksinya. Acara Rumpi (*No Secret*) tetap bertahan sampai saat ini terbukti dari *sample table data* TVR dan Share rating pada bulan Januari tahun 2017 dan 2017 tersebut dapat dilihat bahwa program acara Rumpi (*No Secret*) mengalami peningkatan dari tahun 2017 ke tahun 2018. Dalam data table TVR dan Share tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 rating program acara rumpi banyak yang berwarna kuning setiap harinya, dimana warna kuning tersebut menunjukkan bahwa acara Rumpi (*No Secret*) mendapatkan rating diatas yang

tinggi yaitu 10.0. sedangkan pada table tahun 2017, rating Rumpi (*No Secret*) masih sering mendapat rating dibawah 10.0.

Manajemen produksi dalam program tv adalah suatu kegiatan perencanaan dalam perusahaan pertelevisian dalam menjalankan program acaranya agar dapat berjalan dengan lancar dan sesuai tujuan. Kesuksesan suatu program acara pun juga tak lepas dari manajemen yang dirancang secara baik. Menurut Choliq (2014:25) Salah satu alasan penting mempelajari manajemen karena telah menjadi kebutuhan pokok dalam masyarakat. Hanya organisasi yang efisien dan efektif yang akan mencapai harapan, baik melalui perusahaan, organisasi sosial, maupun pemerintah. Dengan manajemen yang baik dan mampu bekerjasama secara harmonis, saling menghormati, sehingga akan mencapai tujuan yang optimal (Choliq, 2014:25). Menurut Fajar Junaedi, manajemen media diartikan sebagai, ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemen tersebut dilakukan. Media dipelajari secara lengkap karakteristik, posisi dan peranannya dalam lingkungan dan sistem ekonomi, sosial dan politik tempat media tersebut berbeda. Selain itu juga mempelajari perkembangan teknologi yang mempengaruhi media dan harus diantisipasi oleh manajemen media. Manajemen media mempunyai 2 pengetahuan pengelolaan media, prinsip manajemen dengan seluruh proses manajemen yang meliputi fungsi manajemen, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* yang biasa orang menyingkat dengan fungsi POAC (Junaedi,

2014:16). Manajemen produksi pada program tv juga meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi. Adapun proses pra menuju pasca pastinya melibatkan beberapa orang ataupun tim yang kompeten di dalamnya, seperti pada program Rumpi (*No Secret*) ini meliputi tim kreatif, tim asisten produksi, tim teknis, produser, executive produser, kepala department hingga kepala divisi program itu sendiri, pada produksi acara ini juga dibantu tim kreatif dari *Production House* milik pembawa acara Rumpi (*No Secret*). Selain itu pada manajemen produksinya dalam upaya mempertahankan eksistensi program tersebut juga tentu tak lepas dari berbagai cara untuk mempromosikan program tersebut. Pada acara Rumpi (*No Secret*) promosi dilakukan melalui media sosial seperti melalui akun Instagram @Rumpi\_ttv maupun Instagram milik Trans TV yaitu @transtv\_corp, juga dapat dilakukan melalui teaser tayangan pada iklan acara Trans TV. Selain itu promosi juga dapat dilakukan melalui akun Instagram pribadi bintang tamu yang bersangkutan perepisodenya.

Menurut penulis yang menarik dari program acara Rumpi (*No Secret*) ini adalah program *talk show* ini tidak hanya menyajikan bincang-bincang melalui *talk show* saja, namun juga memadukan berita infotainment yang disajikan secara santai, menarik, serta faktual langsung dari narasumbernya dan dipandu oleh *host* acara gossip paling fenomenal di Indonesia. “Saat ini masih jarang kita temui bahkan hanya program *talk show* Rumpi (*No Secret*) yang mengusung format *talk show* dipadukan dengan format infotainment *news* saat ini. Rumpi (*No Secret*)

juga menghadirkan bintang tamu yang berbeda-beda setiap harinya, bintang tamu yang diundang pun juga tentunya merupakan orang-orang yang sedang hangat diperbincangkan di media maupun pada khalayak luas. Untuk mampu tetap eksis, program acara *talk show* ini juga tak jarang mengadakan syuting di luar studio, yaitu syuting yang dilakukan ke luar kota maupun ke luar negeri.” Kata Hernata Uli selaku produser program Rumpi (*No Secret*). Episode yang menayangkan syuting di luar studi ini disebut dengan Episode Rumpi Vacation atau Rumpi Jalan Jalan. Dalam distribusinya pun acara Rumpi (*No Secret*) ini juga telah ikut merambah ke dunia digital melalui platform youtube. Setiap episodanya setiap hari akan selalu di *upload* dan ditayangkan di youtube milik Trans TV Official agar para penonton yang tidak sempat menonton di jam tayang acara tersebut dapat menonton ulang melalui *channel* youtube milik Trans TV tersebut.

Dalam penulisan skripsi ini penulis meninjau beberapa jurnal, hasil penelitian maupun skripsi yang pembahasannya tidak jauh dengan manajemen produksi. Penulis menemukan beberapa jurnal yang membahas proses manajemen produksi program dengan objek penelitian yang berbeda-beda. Jurnal pertama berjudul Analisis Manajemen Produksi Program Talkshow Redaksi 8 Di Stasiun Tepian TV karya Budi Setiawan pada eJournal Komunikasi volume 4 tahun 2016. Penelitian tersebut menganalisis proses manajemen produksi pada program talk show Redaksi 8 di stasiun Tepian TV Samarinda. kesamaan yang ditemukan peneliti dengan penelitian yang terdapat pada jurnal tersebut adalah obyek

penelitian sama-sama talk show yang tayang secara *live* dan tapping, kemudian sama-sama mendatangkan narasumber langsung sebagai bintang tamu, serta dalam proses pra produksi hingga pasca sudah sama – sama sesuai dengan *Standart Operational Procedure* (SOP), namun yang menjadi beda adalah, pada talk show Redaksi 8 tersebut terdapat kekurangan, yaitu tayangan yang dilakukan secara tapping sering kali ditayangkan secara berulang, bahkan ada yang tidak sesuai dengan jadwal, serta kualitas peralatan dari segi teknis misal segi *lighting* dan audionya kurang memadai menjadikan minat audiens pun juga berkurang, sedangkan pada acara talk show Rumpi (*No Secret*) ini penayangannya memang sudah benar-benar terjadwal dan hampir setiap hari dilakukan produksi secara *live*, adapun produksi yang dilakukan secara tapping ditayangkan pada tanggal yang telah ditentukan jauh-jauh hari. Dari segi teknisnya pun, tentu saja program talk show Rumpi (*No Secret*) lebih memiliki peralatan yang memadai. Jurnal yang kedua berjudul Analisis Produksi Program Fashion “Ilook” Di Net TV karya Patricia Robin dalam Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01 Tahun 2014. Peneliti dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa program Fashion “Ilook” berformat *magazine* yang tayang secara tapping / *off air* setiap sabtu dan minggu. Kesamaan yang terdapat dalam penelitian tersebut dan penelitian ini adalah dalam proses pra produksi sama-sama berawal dari brainstorming ide yang sebelumnya telah dilakukan riset terlebih dahulu, bedanya pada program “Ilook” pencarian ide saat brainstorming ialah untuk tayang satu bulan kedepan, sedangkan program

Rumpi (*No Secret*) mencari ide untuk satu minggu kedepan dan melakukan brainstormingnya setiap hari. Peran produser pada kedua penelitian tersebut juga sama, sama-sama menjadi pihak yang mempertimbangkan tentang ide konten yang akan diangkat untuk tayang. Perbedaan selanjutnya terdapat pada tampilan visualnya, dimana proses produksi atau syuting dilakukan menggunakan *green screen* agar nantinya editor mudah menyisipkan *footage – footage* sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan pada program Rumpi (*No Secret*) proses syuting saat *live* dilakukan di studio langsung, dan di luar studio saat proses syuting *tapping*. Perbedaan selanjutnya juga terdapat pada tugas kreatif yang merangkap sebagai *floor director* pada program “Ilook”, sedangkan pada Rumpi (*No Secret*) sudah memiliki kru *floor director* terjadwal sendiri.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian : Bagaimana Manajemen Produksi Program Acara Talk Show Rumpi (*No Secret*) Trans TV Tahun 2018?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana manajemen produksi pada program talk show Rumpi (*No Secret*).
2. Untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai proses produksi suatu program televisi, khususnya yang berformat talk show

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Secara Akademis

Penelitian ini memberikan informasi, pengetahuan, wawasan, juga referensi bagi setiap individu, khalayak maupun instansi terkait untuk dapat mempelajari lebih dalam tentang produk siaran, proses, serta yang utama adalah bagaimana manajemen produksi suatu program tv khususnya pada program acara *talk show* Rumpi (*No Secret*) Trans TV. Penelitian pun juga dapat dijadikan sarana memperluas wacana pemikiran dan menjadikan refensi pustaka, khususnya pada Ilmu Komunikasi.

### 2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan contoh rujukan dalam meneliti pemberitaan manajemen produksi siaran pada stasiun televisi dan juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan para akademisi Ilmu komunikasi, khususnya yang berkonsentrasi pada bidang *Broadcasting* ataupun penyiaran.

## **E. Kajian Teori**

### **1. Manajemen Produksi Program Televisi**

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 sumberdaya manusia televisi. (Mabruri, 2011: 22)

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

a. *Planning* / Perencanaan

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

Dalam melaksanakan fungsi pelaksanaan 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 indicator 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 program *director* atau sutradara dihadapan tim operasional produksimemaparkan 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 seorang yang bertanggung jawab pada perencanaan atau 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, game show, music, magazine, reality show, talk show* dan sebagainya. Tim kreatif

konsentrasi pada konten, scenario, dan *flow* acara. (Fachruddin, 2016:152-155)

b. *Organizing* / Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan suatu proses penyusunan struktur dalam organisasi yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam organisasi tersebut, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Departementalisasi dan pembagian kerja merupakan dua aspek penting dalam proses penyusunan struktur organisasi (Morissan, 2008:142). Departementalisasi merupakan mengelompokkan 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. *Controlling* / Pengawasan

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)

## **2. Produksi Program Televisi**

Proses berlangsungnya penyiaran pada dasarnya sama dengan proses komunikasi. Proses komunikasi terjadi sejak ide itu diciptakan sampai dengan ide tersebut disebarluaskan. Langkah-langkah tersebut meliputi penggagas ide sendiri, yaitu komunikator, kemudian ide itu diubah menjadi suatu bentuk pesan yang dapat dikirimkan baik verbal, maupun non verbal melalui saluran dan atau komunikasi yang memungkinkan pesan itu mampu menjangkau khalayak luas. Sedangkan terselenggaranya penyiaran ditentukan oleh tiga unsure yaitu studio, transmitter, dan pesawat penerima. Ketiga unsur ini kemudian disebut dengan trilogi penyiaran. Paduan ketiganya ini kemudian

akan menghasilkan siaran yang dapat diterima oleh pesawat penerima radio atau televisi (Suprpto, 2006:6).

a. Ide

Setiap acara siaran televisi, bentuk yang paling sederhana pun pasti didahului oleh timbulnya sebuah ide. Ide tersebut merupakan buah pikiran seorang perencana siaran, dalam hal ini seorang produser. Sesuai dengan teori komunikasi, ide merupakan rencana pesan yang akan disampaikan kepada para komunikan (penonton) melalui medium televisi dengan tujuan tertentu. Karena itu, sewaktu akan menuangkan idenya dalam bentuk naskah siaran, produser harus memperhatikan faktor penonton, agar apa yang akan disajikan dapat memenuhi apa yang diharapkan. (Subroto, 1992:115).

b. Pengisi Acara (Bintang Tamu)

Pengisi acara dapat berupa seorang pembaca berita sampai dengan artis yang belum terkenal sekalipun. Meskipun demikian, karena proses produksi televisi memerlukan waktu yang cukup lama dan berliku-liku, biasanya para artis sering mengalami kebosanan, bahkan sering pula menilai kerja produksinya bertele-tele. Untuk itu perlu dijalin suatu kerjasama dengan penuh pengertian antara kerabat kerja dengan para artis tersebut, dengan disadari tujuan untuk dapat

menghasilkan karya produksi yang baik, dalam rangka mengabdikan dan melayani masyarakat. Hal ini perlu dilakukan mengingat bahwa para artis merupakan salah satu faktor yang ikut menentukan keberhasilan seseorang perencana dalam mengolah ide dan penuangannya dalam bentuk naskah.

c. Peralatan

Betapapun kecilnya suatu studio, pasti dilengkapi dengan berbagai perlengkapan, misalnya seperangkat kamera elektronik dengan penyangganya yang berwujud tripod atau pedestal, lampu-lampu dengan berbagai karakternya yang diperuntukkan agar dapat menghasilkan gambar-gambar yang baik kualitasnya, mikrofon, dekorasi, siklorama yang berupa dinding studio dan alat-alat komunikasi yang dapat menghubungkan ke kamar operasional, di samping sebuah atau lebih monitor yang diperlukan untuk melihat proses gambar yang sering diproduksi. (Subroto, 1992:115).

d. Kelompok Kerja Produksi (Tim Produksi)

Kelompok kerja produksi merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara bersama-sama, sampai produksi dinyatakan siap untuk disiarkan. Meskipun mereka bekerja di bidang tugas yang berbeda, semuanya hanya mempunyai satu tujuan, yaitu untuk menghasilkan paket acara siaran yang sebaik-baiknya. Karena

itu, sebelum produksi dilaksanakan, semua anggota kerabat kerja harus mendapatkan penjelasan secukupnya, sehingga semua kegiatan yang mereka lakukan sesuai dengan rencana produksinya. Mereka juga harus melakukan kegiatan melalui berbagai tahapan, dan setiap tahapan mereka harus melaksanakan tugasnya sesuai dengan rencana yang telah disepakati bersama. (Subroto, 1992:116-117).

Produksi program acara suatu stasiun televisi merupakan satu dari banyaknya hal penting dalam terciptanya acara tayangan yang sukses menarik perhatian khalayak. Televisi sendiri suatu *medium* yang memiliki konsep *audio visual*, sehingga dalam produksi televisi banyak membutuhkan sumberdaya yang bersifat *tangible* misalnya *crew*, *script*, kamera, pakaian, *video tape* dan sebagainya (Rahayu, 2004:19). Proses produksinya sendiri tidak dapat dibilang sederhana karena harus melibatkan banyak tim kerja yang bertanggung jawab pada divisinya masing-masing pada produksi program televisi tersebut. Biasanya pada produksi program acara televisi melibatkan produser, pengarah acara, *technical director*, *floor director*, *lighting director*. penata suara, *switcher*, *camera person*, dan *costume designer*. Orang-orang yang berada dalam tim tersebut memiliki tanggung jawab masing-masing yang bekerja dalam empat level produksi yaitu tahap *pre-production planning*, *set up dan rehearsal*, *production* dan *post production* (Rahayu, 2004:71).

Namun pada umumnya. Produksi yang biasa kita lihat hanya memiliki tiga tahapan atau level, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Maka penayangan sebuah program acara televisi bukan hanya tergantung pada konsep kreatifitas penulisan naskah yang dikerjakan oleh tim kreatif melainkan sangat bergantung pada profesionalisme dan seluruh kelompok kerja (*team work*) di dunia *broadcast* dengan seluruh mata rantai divisinya yaitu proses pra-produksi-produksi-pasca-produksi, keseluruhannya harus saling menunjang tidak bias berdiri pada posisi masing-masing (Mabruri, 2010:29).

*Standart Operasional Prosedure* (SOP) atau kerja produksi merupakan suatu peraturan atau tata laksana operasional yang harus memenuhi standar yaitu memenuhi urutan-urutan produksi menurut ukuran yang profesional (Darwanto, 1994:157). Darwanto juga mengemukakan proses produksi televisi dapat dibagi dalam tahapan-tahapan agar menghasilkan acara yang baik meliputi:

a. *Pre Production Planning*

Merupakan tahapan awal dari seluruh kegiatan yang disebut juga tahap perencanaan yang dimulai dengan timbulnya gagasan atau ide yang dikumpulkan dan didiskusikan kemudian menjadi tanggung jawab produser. Apabila naskah sudah dinilai memenuhi syarat, maka produser menyelenggarakan *planning meeting*. Pada tahan ini produser melakukan

pendekatan produksi tentang rencana produksinya dan seluruh anggota inti memberikan masukan yang diperlukan sehingga akhirnya didapat rencana produksi yang disepakati secara bersama.

*b. Set Up*

Merupakan tahapan-tahapan persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan oleh anggota inti mempersiapkan alat yang digunakan. Sedangkan *rehearsal* adalah masa dimana waktu untuk latihan. Maka *set up and rehearsal* merupakan menggabungkan dimana persiapan suatu produksi yang kemudian dilanjutkan sekaligus waktu dimana anggota inti dan anggota yang lain melakukan latihan produksi yang sering kita kenal dengan gladi resik agar produksi yang dilaksanakan tidak terjadi kesalahan.

*c. Production*

Merupakan suatu proses melaksanakan perubahan bentuk naskah yang disebut secara tertulis menjadi bentuk auditif untuk radio serta *visual* untuk televisi yang telah disepakati bersama dengan tidak meninggalkan kaidah yang berlaku di radio maupun di televisi. Pelaksanaan sebuah produksi dapat dibagi menjadi beberapa cara produksi. Dalam proses secara langsung (*Live*) produksi ini biasanya dilaksanakan di studio maupun di luar studio. Sedangkan produksi yang dilakukan dari beberapa liputan maupun hasil yang sudah disediakan

termasuk beberapa alat perekam suara, dari sini hasilnya masih acak-acakan sehingga memerlukan proses lebih lanjut.

d. *Post Production* atau Pasca Produksi

Merupakan suatu kerja pada tahap akhir dari bahan yang telah di produksi. Untuk memenuhi bagaimana penyelesaian akhir dari pekerjaan paska produksi itu sendiri maka harus melihat beberapa aspek yaitu melakukan *editing* baik suara maupun gambar, pengisian narasi, pengisian ilustrasi music dan *sound effect* serta melakukan evaluasi acara atau program yang telah dinyatakan masih harus dilakukan perbaikan-perbaikan. Pada dasarnya program siaran televisi adalah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur *audio* yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetik dan artistik yang berlaku (Sutrisno, 1993:9). Karakteristik program dapat dipolakan oleh sifat. Program dapat dipolakan oleh sifat, waktu, tempat, dan suara. Untuk program televisi maka yang perlu diperhatikan adalah tema yang cocok atau tidak cocok ditayangkan. Tema dikatakan baik untuk dimanfaatkan dalam perencanaan program acara jika khalayak mampu mendapatkan sepuluh persen dari informasi yang diperoleh sebelumnya.

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

1. *Executive Producer*

Merupakan seseorang yang mempunyai wawasan serta mengerti tentang program televisi secara keseluruhan. Seorang *Executive Producer* 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 melakukan 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 bekerjasama dengan seluruh kerabat kerja dan unsure-unsur produksi yang terkait.

### 3. Pengarah Acara

Pengarah acara merupakan seseorang yang dipercaya untuk bertanggung jawab secara teknis dalam pelaksanaan produksi suatu acara siaran program radio maupun televisi. 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

Seorang penulis naskah ialah seseorang yang pekerjaannya membuat suatu naskah untuk mata acara siaran dalam karya artistik. Yang diperlukan seorang penulis naskah yaitu kemampuan dalam menulis naskah drama dan *non drama*. Yang termasuk *non drama* seperti *music, magazine, talk show, variety show, repackaging, game show, dan quiz*.

### 5. Unit Manager

Unit Manager atau yang biasa disingkat UM adalah seseorang yang bertugas menyediakan kebutuhan utama logistic yang diperlukan untuk setiap elemen-elemen produksi dan mengawasi setiap penggunaan dana dalam produksi. Pada saat produksi berlangsung, unit manager harus selalu berada di lokasi produksi, karena sebagai UM ia harus bertugas mengkoordinasikan semua aktivitas produksi, menyusun dan mempertanggungjawabkan administrasi dan keuangan.

6. Penata Artistik (*Art Director*)

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

7. *Graphic Artist*

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

8. Penata Cahaya

Seorang penata cahaya mendesain dan menata 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 bias menghasilkan gambar yang terang dan tentunya jernih. Maka dari itu untuk menghasilkan gambar yang jernih dan terang tersebut diperlukan teknik-teknik penggunaan tata cahaya untuk produksi televisi untuk menghasilkan kesan gambar yang tajam dan seimbang.

#### 9. Audio atau Video *Engineer*

Audio/ 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/*audio* yang digunakan oleh studio televisi dan di lokasi *shooting*.

#### 10. *Technical Director*

*Technical Director* (TD) ialah elemen yang sangat penting dalam proses produksi 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 serta dapat memberikan efek gambar. Secara garis besar TD merupakan penghubung prinsip antara pengarah acara dan kru teknik dalam menetapkan produksi.

#### 11. *Camera Operator*

*Camera Operator* atau yang biasa di sebut Kameraman atau yang sering disingkat *Campers* merupakan seseorang yang bertanggung jawab untuk pengoperasian kamera televisi selama *rehearsal* dan produksi program tersebut berlangsung. Ia mengoperasikan kamera dengan menggunakan *tripod* atau *dolly* baik menggunakan kamera mini maupun *Electronic News*

*Gathering (ENG)* yang digunakan di luar studio atau di lokasi *shooting* (Suprpto, 2006:60-81).

### 3. Segmentasi, *Targeting*, *Positioning*, *Formating*, *Programming* (STPEP)

Persaingan di bidang industri pertelevisian yang semakin hari semakin meningkat tajam, membuat berbagai stasiun televisi saling menyusun strategi untuk dapat menjangkau berbagai struktur penonton yang beragam di masyarakat. Strategi merebut pasar penonton tersebut terdiri dari rangkaian langkah yang berkesinambungan dan terdiri atas tiga tahap, yakni : segmentasi, *targeting*, dan juga *positioning* (Fachrudin, 2016:49).

#### a. Segmentasi Khalayak

Segmentasi menjadi hal yang penting dalam pemasaran media. Pemasaran yang baik dimulai dari penentuan target khalayak (Andreason dan Kotler, 2003:143). Prinsip yang secara umum dilakukan dalam pemasaran ini juga dilakukan dalam manajemen media. Dalam media komersial, dimana media seperti hidup dari pendapatan iklan, prinsip ini menjadi kian penting agar media mendapat perhatian khalayak. Semakin banyak khalayak yang mengkonsumsi media, maka semakin mudah pula bagi media tersebut untuk mendapatkan pengiklan. (Junaedi, 2014:140).

Untuk memudahkan segmentasi khalayak, maka segmentasi bisa dilakukan dengan beberapa dasar, yaitu :

### 1. Segmentasi berdasarkan demografis

Segmentasi ini didasarkan pada data-data kependudukan, seperti usia, pendidikan, agama, ras dan sejenisnya. (Anderson dan Kotler, 2003:147). Aspek demografis telah lama dikenal dalam rangka pemasaran. Penggunaan segmentasi berdasarkan demografis juga sangat relevan dengan bagaimana media melihat khalayak dan menentukan khalayak mana yang hendak dibidik. Data-data tentang kependudukan sangat penting dalam penentuan segmentasi, dengan mengaitkan data kependudukan dengan perilaku khalayak. (Junaedi, 2014:143)

### 2. Segmentasi behavioral

Segmentasi behavioral merupakan segmentasi yang didasarkan pada perilaku khalayak, yang meliputi : status, tingkat social, *purchase occasion*, dan *benefits sought*. Kategori-kategori tersebut menjelaskan mengenai kapan dan mengapa serta banyak konsumen dalam perilaku mengkonsumsi suatu barang (Arens dalam Junaedi, 2014:149).

### 3. Segmentasi geografis

Segmentasi geografis memperlihatkan adanya perbedaan kebutuhan, keinginan, dan konsumsi antara seseorang yang berada di

satu daerah dengan seseorang yang berada di daerah lain (Arens dalam Junaedi, 2014:148). Bagi stasiun televisi, upaya yang dapat dilakukan untuk menjangkau khalayaknya adalah dengan membangun suatu pemancar. Baik itu berada di wilayah perkotaan maupun di pedesaan. Bila dibangun di daerah pedesaan, maka pemancar tersebut pada umumnya akan diarahkan pada kota terdekat (Junaedi, 2014:148)

#### 4. Segmentasi Geodemografis

Segmentasi ini lebih melihat kepada sebuah fenomena bahwa orang-orang yang tinggal di daerah geografis yang sama, cenderung memiliki karakter demografis yang serupa pula. Namun hal ini turut didukung pula dengan kawasan tempat tinggal yang memiliki ruang lingkup kecil, seperti perkotaan maupun pemukiman elit (Morissan dalam Junaedi 2014:152)

#### 4. Talk show

*Talk show* adalah suatu program televisi yang mempunyai tujuan informasi dengan format penanyangan wacana serius. Program *talk show* atau suatu perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dibantu oleh seorang pembawa acara atau *host* .

Salah satu format yang sering digunakan televisi dalam menampilkan wacana "serius" adalah talk show. Talk show merupakan wacana broadcast yang bisa dilihat sebagai produk media maupun sebagai *talk oriented* terus-menerus. Sebagai produk media, talk show dapat menjadi 'teks' budaya yang berinteraksi dengan pemirsanya dalam produksi dan pertukaran makna. Sebagai sebuah proses dialog, talk show akan memperhatikan masalah efisiensi dan akurasi, pada aspek: kontrol pembawa acara, kondisi partisipan dan event evaluasi audiens. Definisi talk show menurut Farlex (2005) dalam The Free Dictionary : A television or radio show in which noted people, such as authorities in a particular field, participate in discussion or are interviewed and often answer question from viewer. Talk show mempunyai ciri tipikal: menggunakan percakapan sederhana (casual conversation) dengan bahasa yang universal (untuk menghadapi heterogenitas khalayak). Tema yang diangkat mestilah benar-benar penting (atau dianggap penting) untuk diketahui khalayak atau setidaknya menarik bagi pemirsanya. Wacana yang diketengahkan merupakan isu (atau trend) yang sedang berkembang dan hangat di masyarakat. Berdasarkan Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia pada Pasal 8 disebutkan bila program talk show termasuk di dalam program faktual. Adapun pengertian program faktual merujuk pada program siaran yang menyajikan fakta non-

fiksi. Istilah Talk show adalah aksen dari bahasa Inggris di Amerika. Di Inggris sendiri, istilah Talk show ini biasa disebut Chat Show. Pengertian Talk show adalah sebuah program televisi atau radio dimana seseorang ataupun group berkumpul bersama untuk mendiskusikan berbagai hal topik dengan suasana santai tapi serius, yang dipandu oleh seorang moderator atau pembawa acara. Mereka yang diundang pada acara *talk show* tersebut adalah orang-orang yang mempunyai pengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang akan diperbincangkan atau bias juga mereka yang ahli dalam masalah yang sedang dibahas pada acara *talk show* tersebut (Morissan, 2011:222). Kadangkala, Talk show menghadirkan tamu berkelompok yang ingin mempelajari berbagai pengalaman hebat. Di lain hal juga, seorang tamu dihadirkan oleh moderator untuk berbagi pengalaman. Acara Talk show ini biasanya diikuti dengan menerima telepon dari para pendengar/penonton yang berada di rumah, mobil, ataupun ditempat lain. Sebenarnya talk show dikategorikan menjadi dua, yaitu:

1. Talk show yang sifatnya ringan dan menghibur
2. Talk show yang sifatnya formal dan serius

Talk show yang sifatnya formal itu umumnya masuk dalam kategori berita, sementara talk show yang bersifat ringan itu masuk dalam kategori informasi. Untuk kategori yang kedua ini, talk show biasanya disampaikan dalam suasana yang santai dan penuh keakraban dengan mengundang satu

atau lebih narasumber untuk membahas topik yang sedang hangat. Topik-topik yang sifatnya ringan dan mudah dicerna oleh pemirsa. Suasana santai dan ringan itu juga tercermin dari kepiawaian sang tuan rumah acara (host) alias moderator yang menghidupkan suasana dengan komentar-komentar atau ulah jahil yang memancing tawa.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Secara umum metode tersebut sangat cocok apabila dikaitkan dengan rumusan masalah yang digunakan, yaitu pertanyaan *how* (bagaimana).

Penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dipilih karena peneliti bermaksud untuk memahami dan menjelaskan sebuah fenomena, karena data kualitatif lebih dapat membimbing kita untuk mengerti temuan-temuan yang mungkin saja terduga sebelumnya. Deskriptif juga diharapkan dapat menggambarkan runtutan fakta-fakta yang sistematis atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Secara teoritis deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu biasa berupa bentuk, aktivitas

karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya (Sukmadinata, 2006:72).

## **2. Subyek dan Obyek Penelitian**

Subyek penelitian dalam tulisan ini adalah para crew dari program talkshow Rumpi (*No Secret*), yaitu dari pihak keproduseran terdapat 2 orang, 1 orang tim kreatif dan 1 orang bagian asisten produksi. Sedangkan obyek dari penelitian ini adalah manajemen produksi program acara talk show Rumpi (*No Secret*) di Tahun 2018 yang meliputi proses praproduksi – produksi – pasca produksi sesuai pola dalam produksi program televisi seperti yang telah dijelaskan di atas.

Rumpi (*No Secret*) dipilih karena merupakan program talk show stripping yang banyak diminati karena menghadirkan bintang-bintang tamu yang sedang banyak diperbincangkan, di samping itu juga program talk show ini memberikan konten berita infotainment terkini selebriti di dalamnya dan beberapa fenomena yang sedang *viral* di media sosial. Untuk pemilihan bintang tamu beserta kontennya pun akan berganti-ganti setiap episodenya. Tak hanya itu, pada awal segmen program acara tersebut tak jarang menayangkan tayangan liputan secara live tentang kejadian terkini yang terjadi pada dunia infotainment, hal ini menunjukkan bahwa Rumpi (*No Secret*) adalah suatu program yang dapat dikatakan terdepan dalam menayangkan suatu berita dalam ranah infotainment.

Pemilihan pembawa acara atau *host* pada acara ini juga bukan sembarang orang, melainkan seseorang yang telah mempunyai pengalaman telah memulai karirnya sejak 16 tahun yang lalu, yaitu pada tahun 2002. Dengan pengalaman yang cukup lama, menjadikan pembawa acara Rumpi (*No Secret*) yaitu Feni Rose yang dikenal begitu ramah dan cerdas dalam membawakan acara tersebut mempunyai julukan Ratu Gosip, sehingga dapat menambah daya tarik pada acara tersebut.

### **3. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung di Stasiun PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) pada acara program Rumpi (*No Secret*) yang beralamat di Jl. Kapten P. Tendean Kav. 12-14 A. Mampang Prapatan, Jakarta Selatan 12790. Sedangkan waktu yang ditempuh yakni setiap hari kerja saat peneliti mengikuti kegiatan *Internship Development Programme (IDP) Batch 4* pada bulan Desember 2017 sampai Maret 2018 dan diteruskan lagi bulan Oktober 2018 sampai dengan selesai.

### **4. Teknik Pengambilan Data**

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan maka kegiatan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

#### **a. Observasi**

Observasi adalah interaksi dan percakapan yang terjadi diantara subyek yang diriset, sehingga keunggulan metode ini adalah

data yang dikumpulkan dalam dua bentuk interaksi dan percakapan secara langsung. Observasi yang dimaksud adalah sebuah kegiatan dimana peneliti melakukan pengamatan langsung tanpa adanya perantara atau mediator obyek lain untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan obyek tersebut, serta dapat didukung oleh data-data seperti adanya daftar pertanyaan, *rundown*, hasil liputan, data *by minutes dan share*, serta jadwal teknis tugas dan evaluasi pasca produksi (Yin, 2005:114).

Teknik observasi ini diperlukan sebagai salah satu sumber bukti tambahan mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Observasi akan menambah dimensi-dimensi baru untuk pemahaman fenomena yang sedang diteliti (Yin, 2005:114). Sehingga peneliti dapat langsung masuk terjun langsung ke dalam lingkungan kerja PT. Televisi Transformasi (TRANS TV) Jakarta untuk mengumpulkan dan memperoleh data serta informasi yang diperlukan dalam penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu sumber yang sangat penting dalam menggali informasi pada penelitian ini. Dengan berikut, peneliti melakukan wawancara langsung terhadap beberapa *crew* atau tim produksi dari program acara Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV.

Dalam penelitian kualitatif ini, alat yang dapat digunakan dalam pengumpulan data yaitu *interview guide* yang berupa pertanyaan baik itu yang telah digariskan maupun muncul secara spontan begitu saja saat wawancara berlangsung. Wawancara tersebut merupakan upaya agar dapat menjadi pelengkap dalam pengamatan penelitian (Rahmat, 2003:98). Wawancara juga dapat bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi rencana atau ide-ide yang dipikirkan seseorang dalam menyusun strategi.

Pada penelitian ini yang diwawancarai adalah pihak-pihak yang berkaitan dengan program acara Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV, meliputi Produser, Asisten Produser, divisi kreatif, divisi *production assistant* serta divisi kreatif dari pihak *Production House* atau PH milik pembawa acara yang bekerjasama dengan program Rumpi (*No Secret*) guna memperoleh informasi lebih detail mengenai manajemen produksi yang ada di dalam program acara Rumpi (*No Secret*) dalam mempertahankan eksistensi tahun 2018.

c. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh peneliti dari sejumlah referensi yang ada atau menggunakan studi pustaka yaitu dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa arsip dan buku yang berhubungan dengan penelitian ini

d. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana mendukung serta menambah bukti dari sumber-sumber data yang lainnya. Dokumentasi diperlukan untuk memverifikasi data yang ditemukan dalam wawancara maupun observasi langsung. Adapun dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen administrative yang dimiliki oleh stasiun PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) yang berhubungan dengan penyelenggaraan program Rumpi (*No Secret*).

**5. Teknik Analisis Data**

Tujuan analisis data adalah membuat data mudah dimengerti, sehingga hasil penemuan dapat dikomunikasi 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

mempermudah 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 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.

## **6. Teknik Penulisan**

Teknik penulisan skripsi ini menggunakan pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## 7. Uji Validitas Data

Penelitian kualitatif menghadapi persoalan penting mengenai pengujian keabsahan hasil penelitian. Banyak penelitian kualitatif diragukan kebenarannya. Di dalam penelitian kuantitatif uji validitas dan uji reabilitas dapat dilakukan terhadap alat penelitian untuk menghindari ketidakvalidan dan ketidaksesuaian instrumen penelitian dan sesuai dengan data yang diinginkan (Bungin,2007:262).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Adapun bentuk-bentuknya adalah triangulasi dengan sumber, Triangulasi dengan teknik, Triangulasi dengan waktu (Sugiyono,2015:373). Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dan yang menjadi narasumbernya adalah Produser dari program acara Rumpi (*No Secret*) Trans TV

Patton dalam Moleong (2001:178) menjelaskan triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif dengan jalan sebagai berikut :

a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara

- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan orang secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

## **G. SISTEMATIKA PENULISAN**

Agar menghasilkan tulisan yang sistematis serta mempermudah pemahaman dalam melaksanakan pembahasan skripsi ini dibagi dalam sub bab, berikut penjelasannya.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II GAMBARAN UMUM**

Bab II menjelaskan tentang profil dan sejarah stasiun televise TRANS TV juga khususnya profil program acara talk show Rumpi (*No Secret*)

### **BAB III PEMBAHASAN**

Bab III ini berisi penjelasan dari data yang didapatkan terkait manajemen produksi pada program acara talk show Rumpi (*No Secret*). Bab ini terdiri dari hasil penelitian berupa wawancara serta dokumentasi melalui analisis deskriptif kualitatif.

#### BAB IV SARAN DAN PENUTUP

Bab IV berisi kesimpulan sekaligus penutup skripsi. Kesimpulan didapat dari deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah didapatkan pada bab tiga.