

BAB III

PEMBAHASAN

A. Sajian Data

Trans TV merupakan stasiun televisi swasta yang berada dalam naungan CT CORP yang dimiliki oleh Chairul Tanjung dengan Motto “Milik Kita Bersama”. Trans TV pun berupaya untuk memenuhi tuntutan kebutuhan masyarakat dengan berbagai acara hiburan yang menarik untuk menjadi yang terbaik dalam dunia pertelevisian baik di Indonesia maupun di ASEAN.

Dengan perkembangan dan persaingan yang semakin ketat untuk program-program acara di televisi saat ini, Trans TV telah menyuguhkan sebuah program acara yang menghibur dan tentunya berbeda dari program stasiun televisi lainnya. Dalam mencari, membangun, serta menciptakan ide-ide yang *fresh* tentunya tidak lepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi, oleh karena itu sebuah program televisi diperlukan manajemen yang baik untuk mencapai keberhasilan sebuah program acara pada stasiun televisi dalam membangun dan mengembangkannya.

Manajemen mempunyai peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam keberlangsungan produksi program acara di stasiun televisi. Trans TV merupakan salah satu stasiun televisi yang menerapkan kegiatan manajemen dalam seluruh aktivitas organisasi. Salah satunya juga diterapkan

pada acara talkshow Rumpi (*No Secret*) yang sampai saat ini program talkshow tersebut masih terus berlangsung tayang setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat. Proses kegiatan manajemen Produksi program Talkshow Rumpi (*No Secret*) ada mulai dari kegiatan pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

Dalam pola acara Trans TV digambarkan bahwa program talkshow Rumpi (*No Secret*) tayang setiap hari Senin hingga Jumat pukul 16.00 – 15.00 WIB. Berikut beberapa program dari televisi lain yang tayang di waktu yang sama dengan program Talkshow Rumpi (*No Secret*) :

Program acara dari televisi lain yang tayang bersamaan dengan Rumpi (No Secret)

3.1. Tabel daftar program acara dari stasiun televisi lain di jam tayang yang sama

ANTV	Terangkanlah	15.30 – 16.30 WIB
	Pesbuker	16.30 – 17.30 WIB
GLOBAL TV	Sekutu Tamu	15.30 – 16.30 WIB
	Pantang Ngemis	16.30 – 17.30 WIB
RCTI	Aluna	16.00 – 17.00 WIB
SCTV	Joy & Jay Detective Jaman Now	16.00 – 17.00 WIB
INDOSIAR	FTV : Aku di paksa pisah	16.00 – 17.00 WIB

TRANS 7	Orang Pinggiran	15.30 – 16.30 WIB
	Redaksi Sore	16.30 – 17.30 WIB
MNC TV	Kenapa Aku jadi Lutung	16.00 – 17.00 WIB

(Sumber Data : email RnD TRANS TV, diakses pada 22 November 2018)

Manajemen media harus memberikan pengetahuan pengelolaan media, prinsip manajemen dengan seluruh proses manajemen yang meliputi fungsi manajemen, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* yang biasa disingkat dengan fungsi POAC (Junaedi, 2014:16). Keempat fungsi manajemen tersebut sangat berguna dalam kelangsungan sebuah manajemen agar dapat tercapai sebuah keberhasilan dalam produksi program talkshow Rumpi (*No Secret*) di Trans TV :

1. Fungsi-fungsi Manajemen

1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Fungsi perencanaan atau awal mula dalam tahapan proses pra produksi adalah perencanaan awal yaitu adanya strategi dalam suatu program acara televisi. Agar program ini dapat terus maju, berhasil, serta mencapai apa yang ditargetkan oleh semua tim produksi. Perencanaan diperlukan guna memberikan gambaran kepada organisasi akan dibawa kemana, bagaimana tujuan dan bagaimana cara mewujudkannya.

a. Menetapkan Visi Misi

Setiap organisasi ataupun perusahaan pastilah mempunyai visi misi tersendiri agar dapat berjalan sesuai keinginan. Sama halnya dengan

stasiun Trans TV yang memiliki visi misi menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan Asia Tenggara yang mampu memberikan hasil usaha yang positif bagi stakeholders dengan menayangkan program-program yang berkualitas yang dapat meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat. Begitu pula dengan acara Talkshow Rumpi (*No Secret*), sebelum terbentuknya program ini, memiliki visi misi yang nantinya akan menjadi program unggulan dalam menyajikan tayangan format talkshow-infotainment news :

“Acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) memiliki visi misi menjadi acara talkshow yang memiliki format talkshow beserta *infotainment news* yang mampu memberikan informasi terkini dan terpercaya dari para narasumber langsung secara terbuka dan tidak ada yang ditutup – tutupi.” (Wawancara dengan Tyas, Produser Rumpi (*No Secret*), 24 April 2019).

b. Menetapkan Segmentasi dan Target Penonton

Setelah memiliki visi misi, maka suatu program harus menetapkan segmentasi dan target penonton, terlebih dahulu sebelum program ini diproduksi dan ditayangkan. Pada acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) ini segmentasi dan target penontonya awal mulanya adalah dewasa untuk ibu – ibu rumah tangga, namun lama kelamaan

para remaja pun juga dapat menikmati karena terdapat perubahan konten yang berisikan berita *update* maupun berita yang sedang viral di masyarakat.

“Segmentasi dan target penonton pada program acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) ini adalah mulanya *female mature* atau orang dewasa antara umur 25 tahun sampai 35 tahun atau lebih kepada ibu rumah tangga yang gemar dengan kabar gossip terbaru, namun seiring berjalannya waktu, saat ini penonton acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) juga berasal dari kalangan remaja mulai umur 17 tahun, karena didalamnya terdapat konten berita *update* maupun berita yang sedang viral di media sosial maupun di kehidupan nyata.” (Wawancara dengan Tyas, Produser Rumpi (*No Secret*), 24 April 2019).

Di Indonesia, saat ini jangkauan siaran TRANS TV ada di beberapa daerah, diantaranya:

3.2 Tabel daftar jangkauan siaran TRANS TV

• Banda Aceh – 30 UHF	• Banyumas – 46 UHF	• Palangkaraya – 45 UHF
• Medan – 27 UHF	• Pekalongan – 46 UHF	• Balikpapan – 24 UHF
• Padang – 29 UHF	• Purwokerto – 46 UHF	• Samarinda – 45 UHF
• Batam – 45 UHF	• Semarang – 29 UHF	• Tarakan – 35 UHF
• Pekanbaru – 24 UHF	• Surakarta – 24 UHF	• Makassar – 45 UHF
• Jambi – 29 UHF	• Tegal – 46 UHF	• Palu – 33 UHF
• Bengkulu – 34 UHF	• Yogyakarta – 24 UHF	
• Pangkal Pinang – 52 UHF	• Jember – 40 UHF	
• Bandar Lampung – 26		

<p>UHF</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jakarta – 29 UHF • Bogor – 29 UHF • Bandung – 42 UHF • Cirebon – 62 UHF • Majalengka – 62 UHF • Garut – 42 UHF • Sukabumi – 42 UHF • Sumedang – 62 UHF 	<ul style="list-style-type: none"> • Kediri – 22 UHF • Madiun – 47 UHF • Malang – 47 UHF • Surabaya – 22 UHF • Denpasar – 43 UHF • Mataram – 34 UHF • Kupang – 52 UHF • Banjarmasin – 32 UHF • Pontianak – 27 UHF 	<ul style="list-style-type: none"> • Baubau – 35 UHF • Kolaka – 21 UHF • Mamuju – 24 UHF • Gorontalo – 50 UHF • Manado – 24 UHF • Ambon – 34 UHF • Ternate – 34 UHF • Sorong – 34 UHF • Jayapura – 32 UHF • Bukittinggi – 60 UHF.”
--	--	--

Sumber Data : <https://www.andrikkusniawan.com/2019/04/frekuensi-trans-tv.html>, diakses pada 22 Desember 2018, pukul 22.10 WIB).

c. Kesuksesan yang Ingin Dicapai

Setiap program acara pertelevisian pasti mempunyai tujuan untuk mencapai sukses pada programnya dan juga dapat terus tayang di sebuah stasiun televisi dalam jangka waktu yang panjang. Namun kesuksesan tersebut dapat dicapai dengan berbagai macam cara, tentunya setiap program mempunyai cara masing – masing yang berbeda, semua tergantung pada setiap organisasi yang ada di dalamnya. Visi, misi, dan tujuan organisasi tidak akan tercapai jika tidak ada pelaksanaan dari perencanaan pengorganisasian yang telah ditetapkan,. Manajer harus ada pengarahan pada individu-individu yang berada di organisasi. Aspek penting dalam pengarahan adalah

kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif (Junaedi, 2014:44-45).

“ketika share dan rating kita meningkat serta banyak respon positif dari para penonton, disitulah bentuk kesuksesan yang kita harapkan.” (Wawancara dengan Tyas, produser program Rumpi (*No Secret*), 14 Desember 2018)

d. Penemuan Ide

Langkah awal penemuan ide dimulai dari para kreatif yang mencoba mencari informasi atau berita terkini di media sosial maupun platform media dan yang lainnya, setelah itu menentukan daftar bintang tamu siapa saja yang cocok untuk diundang, jika list yang dibuat para kreatif telah mendapat persetujuan dari produser serta eksekutif produser maka setelahnya kreatif melanjutkan membuat konten untuk episode yang akan tayang.

“Mulanya ide muncul dari beberapa kru kreatif yang mencari – cari informasi atau berita yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat, setelah itu baru bisa menentukan siapa yang pas untuk diundang dan dijadikan bintang tamu. Biasanya para kreatif mencari calon bintang tamu langsung untuk episode seminggu mendatang agar tidak keteteran, karena acara Rumpi (*No Secret*) tayang secara stripping. Setelah divisi kreatif

memiliki list bintang tamu, barulah diadakan meeting kecil bersama dengan produser dan eksekutif produser, setelah mendapat persetujuan, kru kreatif segera memikirkan konsep konten untuk tayangan mendatang.” (Wawancara dengan Indri, kreatif Rumpi (*No Secret*), 16 Oktober 2018)

2. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Pelaksanaan ini bagaimana manajer memberikan pengarahan dan pengaruhnya pada individu dalam organisasi untuk melakukan kewajiban mereka masing – masing sesuai dengan paparan pekerjaannya. Dengan pelaksanaan, visi, misi dan tujuan organisasi berusaha dicapai dengan langkah – langkah kongkret. Visi, misi dan tujuan organisasi tidak akan tercapai jika tidak ada pelaksanaan dari pelaksanaan pengorganisasian yang telah ditetapkan. Manajer harus ada pengarahan pada individu-individu yang berada di organisasi. Aspek penting dalam pengarahan adalah kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif. (Junaedi, 2014:44-45).

Fungsi organisasi terjadi dalam pra produksi. Trans Tv memiliki pola jabatan fungsional dan struktural. Komisaris umum menduduki jabatan tertinggi dalam struktur umum organisasi PT. Televisi Transformasi Indonesia saat ini, dilanjutkan dengan Direktur Utama yang tak kalah pentingnya juga. Beliau – beliau yang

menduduki jabatan tersebut sudah pasti mempunyai wewenang untuk bertanggung jawab serta mengawasi keberlangsungan kerja setiap karyawan Trans TV.

“Dalam struktur umum organisasi PT. Televisi Transformasi Indonesia yang paling bertanggung jawab jelas Komisaris Umum serta jajaran Direktur, namun itu untuk program keseluruhan, sedangkan pada masing-masing program mempunyai struktur sendiri dibawah Kepala Divisi Produksi, yaitu masih ada *Executive Producer, Producer* serta *crew – crew* produksi dari program masing masing lainnya.” (Wawancara dengan Tyas, Asisten Produser Rumpi (*No Secret*), 14 April 2019).

Dalam pelaksanaannya, produksi program acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) melibatkan beberapa kru seperti produser, asisten produser, tim kreatif, asisten produksi, *camera person, floor director*, penata music, penata cahaya, juga kru di dalam *control room*.

“Produser bertanggung jawab serta berkontribusi langsung, seperti ikut serta mencari bintang tamu serta memberikan izin dan *approval* bintang tamu serta alat-alat yang akan dipakai, sedangkan yang mencari dan menyiapkan alat – alat tersebut adalah kru divisi asisten produksi. Serta ada kru kreatif yang

memiliki peran memikirkan bintang tamu yang akan di undang sampai dengan konten – konten yang akan di tayangkan.” (Wawancara dengan Hernata, Produser Rumpi (*No Secret*), 14 April 2019).

3. Fungsi Pelaksanaan (Actuating)

Pelaksanaan ini bagaimana manajer memberikan pengarahan dan pengaruhnya pada individu dalam organisasi untuk melakukan kewajiban mereka masing – masing sesuai dengan paparan pekerjaannya. Dengan pelaksanaan, visi, misi dan tujuan organisasi berusaha dicapai dengan langkah-langkah konkret. Visi, misi, dan tujuan organisasi tidak akan tercapai jika tidak ada pelaksanaan dari perencanaan pengorganisasian yang telah ditetapkan. Manajer harus ada pengarahan pada individu – individu yang berada di organisasi. Aspek penting dalam pengarahan adalah kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif (Junaedi, 2014:44-45).

Pelaksanaan dalam program acara Talk Show Rumpi (*No Secret*) berada dalam tahapan pra produksi, produksi hingga sampai ke pasca produksi. Peran produser sangatlah penting, untuk menjaga hubungan dan komunikasi antara produser dengan para kru ataupun sebaliknya, produser akan sering bertukar pendapat tentang konsep ataupun *gimmick* yang akan terjadi di saat produksi nantinya berlangsung. Produser berkoordinasi

bersama para kru kreatif dalam menentukan bintang tamu, konsep konten yang akan di bahas, serta berkoordinasi dengan kru asisten produksi dalam menentukan peralatan teknis serta memberikan *treatment* tayangan yang akan di tampilkan di layar televisi.

“Produser mendampingi kru kreatif dan asisten produksi dalam menjalankan tugas mereka masing – masing, semua ide yang ada dalam pikiran para kru harus di katakan langsung kepada produser untuk bisa langsung didiskusikan dan dipertimbangkan bersama executive produser dan kepala divisi” (Wawancara dengan Tyas Produser Talkshow Rumpi (*No Secret*), 20 Desember 2019).

Sebelum dilakukan proses produksi di dalam studio maupun di luar studio, produser akan melakukan pengarahan ataupun *briefing* terlebih dahulu agar proses produksi nantinya tidak terjadi kesalahan komunikasi antara kru dan bintang tamu, maupun kesalahan komunikasi yang timbul antara kru ke pembawa acara.

“Biasanya kita lakukan *briefing* kecil terlebih dulu membahas konten yang akan dibahas, bersama para crew dari kreatif, asisten produksi hingga tim teknis agar tidak terjadi kesalahan komunikasi saat acara *live* berlangsung.”(Wawancara dengan

Tyas Produser Talkshow Rumpi (*No Secret*) , 20 Desember 2019).

4. Fungsi Pengawasan (Controlling)

Dalam manajemen media massa, pengawasan, menjadi penting agar kualitas media tetap terjaga. Berkurangnya kualitas media massa dapat menyebabkan kekecewaan khalayak yang bisa jadi akan membuat khalayak berpaling pada media massa lain (Junaedi, 2014:46-47).

Fungsi pengawasan pada program Talkshow Rumpi (*No Secret*) terjadi pada proses menentukan bintang tamu, konten, serta editing yang dilakukan oleh tim kreatif dan tim asisten produksi dalam menerapkan *treatment* apa yang diberikan pada setiap tayangan. Juga berlaku saat proses *editing* pasca produksi saat syuting *tapping*. Pengawasan juga dilakukan pada saat acara *live* berlangsung melalui *control room*, dilakukan oleh produser.

“sebelum acara *live* tersebut berlangsung, tentunya telah dilakukan *briefing* kecil untuk mematangkan isi konten serta *treatment* yang diterapkan pada tayangan yang akan ditampilkan, tidak lupa memastikan peralatan teknis telah lengkap disediakan serta penonton bayaran yang juga sudah siap meramaikan acara. Waktu produksi berlangsung juga dilakukan pengawasan pada *control room*.” (Wawancara

dengan Hernata, Produser Rumpi (*No Secret*), 20 Desember 2018).

Keempat fungsi manajemen tersebut diterapkan dalam proses produksi program acara Talkshow Rumpi (*No Secret*). Suatu program televisi yang melibatkan banyak peralatan, orang dan dengan biaya yang besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Setiap tahap harus jelas kemajuannya dibandingkan dengan tahap sebelumnya. Tahapan produksi sendiri terdiri dari tiga bagian yang lazim disebut *Standart Operation Procedure* (SOP), seperti berikut:

2. Proses Produksi Program TV

a. Pra Produksi

Tahap pra produksi sangatlah penting, sebab jika tahap ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, maka pekerjaan ketika proses produksi akan berjalan dengan mudah. (Wibowo, 1997:20)

Sebelum proses produksi acara talkshow Rumpi (*No Secret*) dilaksanakan, diawali terlebih dahulu dengan proses pra produksi. Dalam proses pra produksi ini biasanya dilakukan *brainstorming* oleh kru kreatif, produser untuk membahas atau menentukan konten apa yang akan ditampilkan pada setiap episodenya. Juga melakukan rapat kecil bersama eksekutif produser dan kepala divisi produksi.

Setelah itu dilakukan proses pencarian konten, yang diawali dengan mencari – cari berita *update* atau berita terbaru seputar selebriti ataupun hal – hal viral yang sedang banyak diperbincangkan di media online atau media sosial.

”Tim kreatif diharuskan melakukan riset di berbagai media sosial mengenai sesuatu hal yang sedang ramai atau viral di masyarakat, untuk kemudian kita gali kaitan siapa subyek yang akan kita jadikan bintang tamu pada tayangan episode – episode selanjutnya.” (Wawancara dengan Tyas, Asisten Produser Rumpi (*No Secret*), 16 Oktober 2018)

Setelah mendapatkan konten yang menarik, tim kreatif akan langsung menghubungi calon bintang tamu untuk mencocokkan jadwal, setelah terjadi kesepakatan waktu barulah tim kreatif menghubungi calon bintang tamu kepada kru yang bertugas menangani *budgeting* atau keuangan produksi untuk dilakukan *deal budget* (kesepakatan pembayaran bintang tamu). Setelah terjadi kesepakatan barulah kembali tim kreatif menghubungi bintang tamu untuk membicarakan seputar konten yang akan dibahas pada tayangan mendatang.

“Kalau masalah *budgeting* kita sudah ada yang menangani sendiri, tim Rumpi (*No Secret*) akan menyerahkan *deal budgeting* kepada pihak keuangan di lantai 6. Kita hanya

bernegosiasi masalah konten dengan bintang tamu”.
(Wawancara dengan Indri, kreatif Rumpi (*No Secret*), 16
Oktober 2018)

Ketika konten sudah disepakati, maka tim kreatif melanjutkan untuk membuat breakdown rundown sementara, mulai mencari tau lebih dalam seputar berita tentang bintang tamu yang akan hadir nantinya, sedang tim asisten produksi membuat dan menyiapkan list peralatan yang akan dipakai saat produksi, serta menentukan *treatment – treatment* yang akan dipakai pada tayangan yang akan ditampilkan nantinya.

“Peran *Production Assistant (PA)* saat proses pra produksi yaitu yang pertama adalah menyiapkan *booking* alat serta *booking crew* teknis untuk produksi yang akan datang, selain itu juga tim PA sangat berperan pada saat pembuatan VT dan memberikan *treatment – treatment* pada video yang akan ditayangkan.” (Wawancara dengan Aldilla, PA Rumpi (*No Secret*), 16 Oktober 2018)

Adapun proses pra produksi jika dilaksanakan syuting tapping atau di luar studio, yaitu tim kreatif harus terlebih dahulu menentukan lokasi atau kota yang akan dituju. Setelah itu menentukan tempat (bilamana syuting dilakukan di suatu tempat tertentu), dan penginapan

yang akan dituju untuk dilakukan penawaran sponsorship. Jika sudah beres, tim asisten produksi membuat permintaan list barang serta list kru teknis yang akan di ikut sertakan saat produksi di luar studio nantinya.

“Untuk syuting tapping di luar studio, segala keperluan transport dan akomodasi kita serahkan pada tim kreatif yang akan mencari dan menghubungi langsung pihak – pihak yang akan dituju sebagai lokasi syuting nantinya, bisa diluar kota, maupun luar negeri.” (Wawancara dengan Tyas, Asisten Produser Rumpi (*No Secret*), 16 Oktober 2018)

Ada satu lagi yang membuat acara talk show ini unik dan berbeda dari yang lain adalah adanya liputan yang di namakan *rumpiporter*. *Rumpiporter* adalah suatu konten untuk mengisi segmen pertama pojok rumpi dimana konten tersebut berisi tayangan hasil liputan dari kru kreatif yang melakukan liputan langsung di tempat kejadian perkara.

“Biasanya kita mendapat jadwal liputan secara mendadak melalui pemberitahuan di grup antar wartawan. Yang biasa menjadi obyek liputan biasanya adalah kasus persidangan artis, baik perceraian, kasus narkoba atau yang lainnya, liputan berita duka, juga saat adanya *press conference* yang diadakan

beberapa artis untuk kepentingan tertentu. Liputan bisa hanya berupa video tayangan, namun bisa juga berupa *live report* saat kejadian tersebut berlangsung. Jadi saat *live report*, tim kreatif yang bertugas menjadi *reporter* akan disambungkan langsung pada tayangan *live* saat itu.” (Wawancara dengan Indri, kreatif Rumpi (*No Secret*), 16 Oktober 2018)

b. Produksi

Proses produksi dilakukan setiap hari Senin sampai dengan Jumat, karena Talkshow Rumpi (*No Secret*) termasuk program yang tayang stripping setiap hari. Proses produksi pun dilakukan secara *live* atau *tapping*. Produksi secara *tapping* dilakukan di studio maupun di luar studio dan di hari Sabtu atau Minggu, atau bisa juga di waktu yang bersamaan dengan produksi *live* namun diluar jam tayangnya.

“Saat produksi *live* berlangsung produser dan tim asisten produksi *standby* di *control room* bersama tim teknis lainnya. Sedangkan kreatif berada di studio untuk mengarahkan pembawa acara agar acara talkshow sesuai dengan rundown yang telah dibuat. Apabila ada suatu kabar terkini dan produser mengarahkan agar diadakan *live report*, maka kru kreatif yang bertugas sebagai *running* harus siap di dalam control room untuk menghubungkan pembicaraan melalui sambungan

telepon langsung dari tempat kejadian kasus yang akan tayang. Sedangkan saat produksi tapping, jika proses syuting dilakukan di dalam studio maka prosesnya pun sama dengan live, hanya saja tidak terbatas waktu yang pasti, sedangkan saat syuting diadakan diluar studio maka tim kreatif harus memastikan proses syuting berjalan lancar sesuai dengan rundown yang telah dibuat.” (Wawancara dengan Tyas Produser Talkshow Rumpi (*No Secret*), 20 Desember 2019).

c. Pasca Produksi

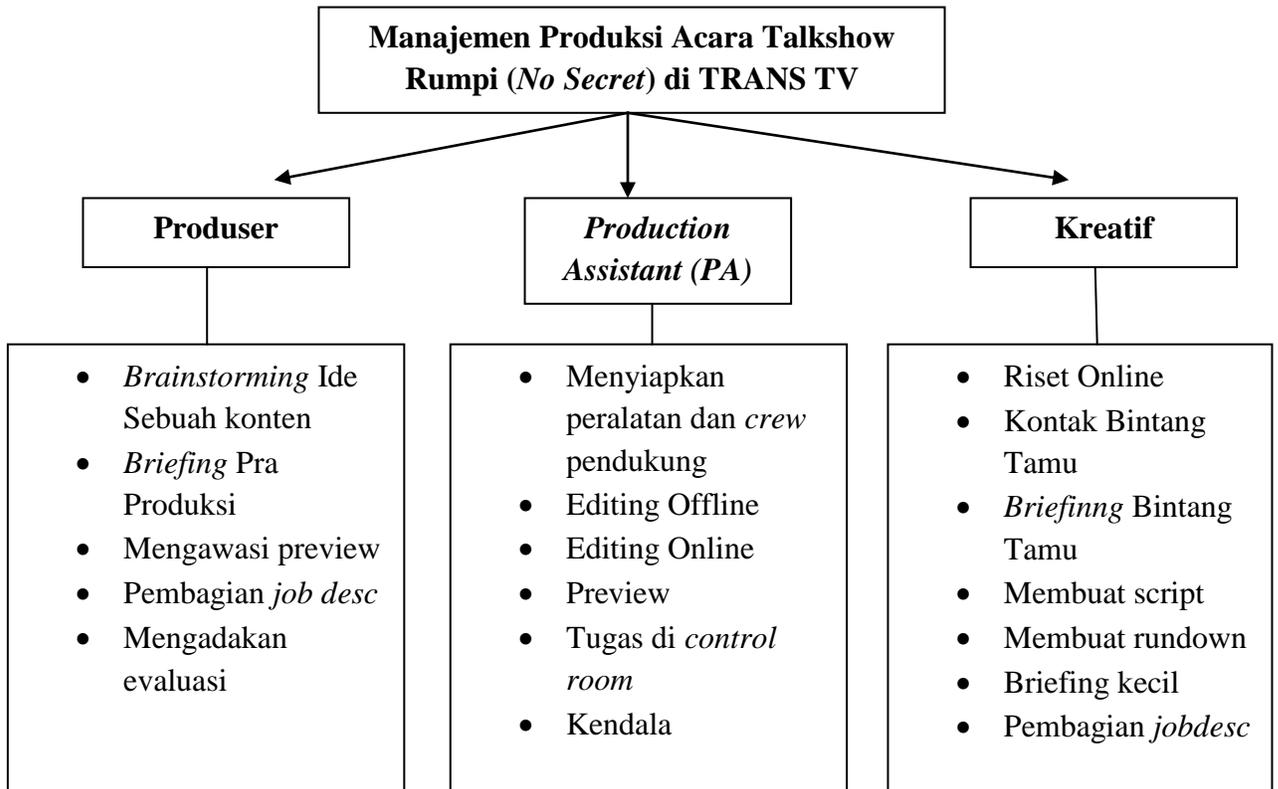
Dalam acara talkshow Rumpi (*No Secret*) ada tahap pasca produksi yang dilakukan, yaitu pada saat proses editing pasca produksi atau syuting yang dilakukan di luar studio. Saat pasca produksi juga biasanya dilakukan evaluasi kecil untuk meminimalisir masalah yang terjadi dihari tersebut agar tidak terulang di hari produksi berikutnya.

“Proses pasca produksi biasanya terjadi setelah dilakukan syuting di luar studio atau syuting secara tapping. Biasanya produser bersama tim kreatif dan asisten produksi bekerja sama menyunting tayangan yang akan ditayangkan di episode berikutnya. Namun saat produksi *live* yang dilakukan saat pasca produksi adalah evaluasi kecil serta penyerahan file ke *library* untuk berikutnya di *upload* di platform

youtube milik TRANS TV.” (Wawancara dengan Aldilla, Asisten Produksi Talkshow Rumpi (*No Secret*), 20 Oktober 2018).

Proses pasca produksi penting dilakukan karena perlunya penyuntingan ulang untuk tayangan yang akan dimunculkan di televisi agar tidak ada hal – hal yang melanggar aturan tayang di Indonesia.

1.3 Tabel bagan Manajemen Produksi Acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV



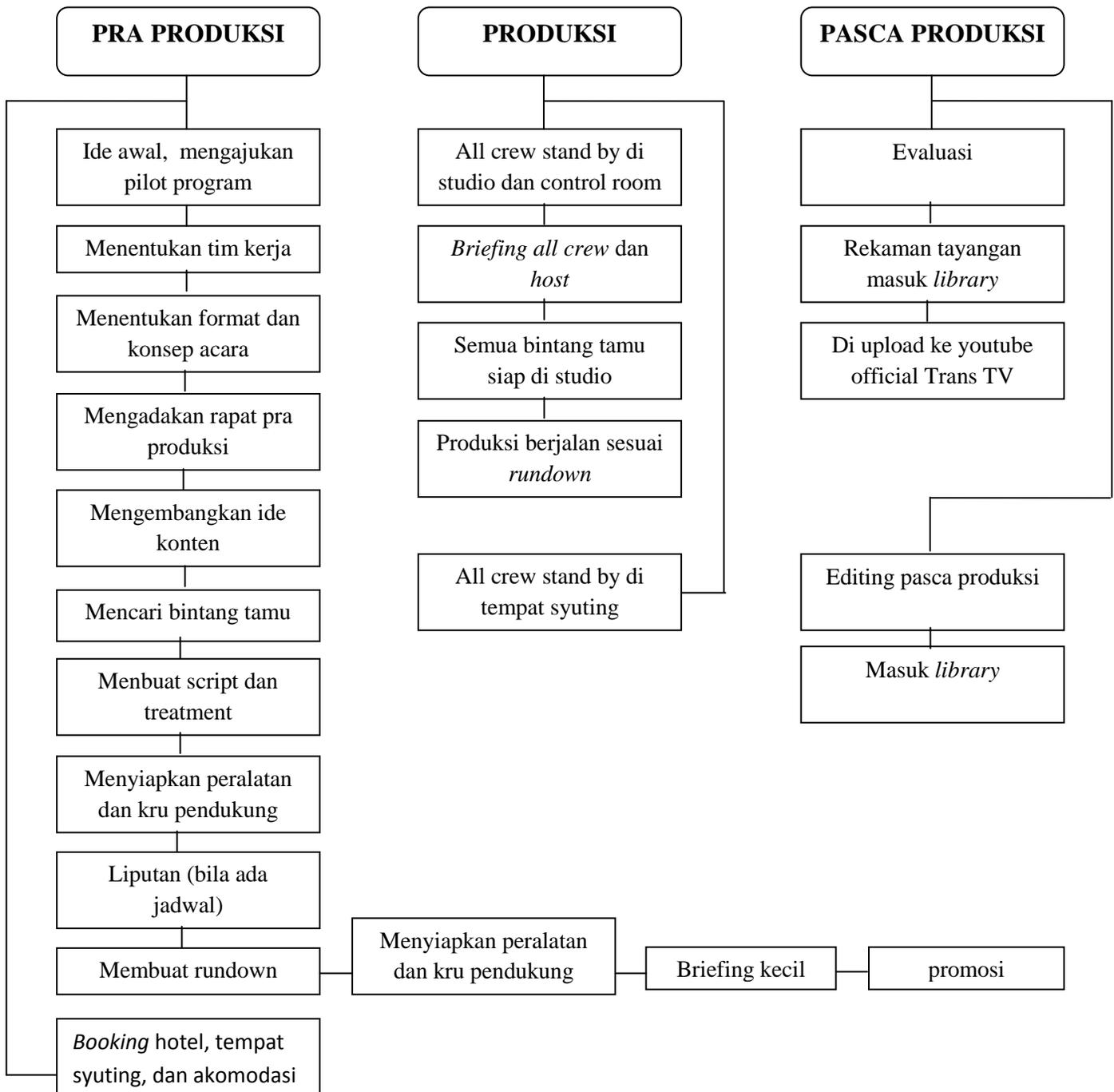
(Sumber : Hasil observasi dan wawancara peneliti saat melakukan penelitian)

B. Pembahasan

Pada bagian ini penulis akan membahas dan menguraikan secara rinci mengenai analisis manajemen produksi pada program talk show Rumpi (*No Secret*) apakah produser program acara sudah menerapkan dengan maksimal manajemen tersebut, dan apa yang membuat manajemen program tersebut beda dari yang lain.

Dalam pembahasan ini, peneliti akan menguraikan serta mengaitkan penerapan manajemen produksi program acara Rumpi (*No Secret*) dengan hal – hal yang bersifat teoritis yang menyangkut proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi acara talk show Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV. Untuk mempermudah dalam memahami proses manajemennya, berikut disajikan alur dari manajemen produksi program talk show Rumpi (*No Secret*):

1.4 Alur Manajemen Produksi Acara Talkshow Rumpi (*No Secret*) di TRANS TV



(Sumber : hasil wawancara)

Sebelum melakukan pembahasan lebih jauh mengenai proses manajemen produksi program acara Rumpi (*No Secret*), peneliti menemukan beberapa keunikan yang terdapat pada alur proses manajemen talk show Rumpi (*No Secret*) bila dibandingkan dengan alur proses manajemen produksi program pada umumnya. Untuk lebih jelasnya, peneliti akan melakukan perbandingan antara alur manajemen proses produksi program Rumpi (*No Secret*) dengan alur manajemen produksi program pada umumnya berdasarkan buku Manajemen Produksi Program acara TV (2013:27) yang ditulis oleh Mabruuri, yaitu :

1.5 Alur Proses Manajemen Produksi Acara Televisi



Berdasarkan perbandingan antara alur proses manajemen produksi program talk show Rumpi (*No Secret*) dengan alur manajemen produksi program televisi umumnya tersebut di atas, ditemukan beberapa keunikan pada alur proses manajemen produksi program Rumpi (*No Secret*) yang membuat alur proses manajemen produksi program Rumpi (*No Secret*) tidak dapat diterapkan pada manajemen produksi program lainnya. Keunikan tersebut antara lain:

a. Tidak adanya peran sutradara pada acara talk show Rumpi (*No Secret*) saat melakukan *brainstorming*

Berdasarkan perbandingan kedua alur manajemen produksi di atas, ditemukan keunikan bahwa didalam proses pra produksi tidak ada campur tangan peran sutradara di saat melakukan proses *brainstorming* pemilihan ide, karena memang program talk show Rumpi (*No Secret*) sendiri memiliki tim inti yang hanya terdiri dari tim keproduseran, tim kreatif dan tim *production assistant (PA)*. Sementara pada program acara televisi pada umumnya, menurut Maburri (2013:26) proses *brainstorming* dan pembuatan skenario selalu melibatkan sutradara. Hal ini yang menjadi salah satu keunikan dari alur proses manajemen produksi program talk show Rumpi (*No Secret*) dibandingkan dengan alur proses manajemen produksi program televisi pada umumnya.

b. Tidak adanya rehearsal pada tahap produksi program talk show

Rumpi (*No Secret*)

Pada tahap produksi suatu program televisi, kegiatan *rehearsal* merupakan kegiatan yang harus dilakukan pada suatu program televisi. Namun menurut Latief (2015:152), dengan meningkatnya profesionalitas SDM, pembawa acara serta pengisi acara, pelaksanaan *rehearsal* kadang tidak dilakukan, termasuk pada program *special live*. Hanya dengan mengetahui materi, urutan – urutannya, *blocking* pengisi acara dan kamera, kebutuhan audio, serta mengetahui tugas masing – masing, produksi bisa berjalan tanpa *rehearsal*. Begitupun dengan acara Rumpi (*No Secret*) yang hanya mengadakan *briefing* kecil sebelum produksi tanpa adanya *rehearsal*.

c. Diperlukan proses *booking* tim teknis dan peralatannya tidak ada tim teknis tetap pada program talk show Rumpi (*No Secret*)

Program talk show Rumpi (*No Secret*) tidak memiliki kru teknis secara menetap. Hal ini dikarenakan dari pihak TRANS TV telah menerapkan sistem *rolling* atau bergiliran atau juga bergantian untuk para kru teknisnya. Yang di maksud disini adalah, kru teknis akan siap mengikuti produksi apabila dari tim *production assistant (PA)* telah melakukan *booking* atau pemesanan kru beserta alat teknisnya. Kru teknis yang dapat dipesan yaitu

diantaranya, ada tim dari penataan cahaya, tim kameramen, tim audio, serta *floor director* yang bekerja secara bergantian.

d. Adanya tim liputan untuk menunjang kebutuhan konten program acara

Hal yang menarik dan unik yang paling menonjol dari program acara Rumpi (*No Secret*) ini adalah adanya proses liputan pada tahap produksinya. Hal ini menjadikan Rumpi (*No Secret*) merupakan satu satunya program talk show yang juga memadukan format *infotainment news* di dalamnya. Segmen liputan ini masuk pada segmen Pojok rumpi dan dinamakan *Rumpiporter*. Yang bertugas melaksanakan liputan adalah dari tim kreatif yang terjun langsung di tempat dimana liputan akan berlangsung. Proses liputannya pun sangat unik, karena sang reporter hanya mengandalkan *handphone* pribadi untuk kemudian bisa mengiri sebuah tayangan kepada tim PA agar dapat diteruskan untuk tayang. Liputan secara langsung juga dapat dilakukan secara *live report* baik berupa audio sama maupun audio visual.

e. Proses editing dilakukan saat pra produksi, adapun di pasca hanya untuk editing produksi saat *tapping*

Jika pada umumnya proses *editing* terjadi saat pasca produksi, namun lain halnya dengan program Rumpi (*No Secret*) yang melakukan proses *editing* pada saat pra produksi. Hal ini karena Rumpi (*No*

Secret) lebih sering melakukan produksi *shooting* secara *live* daripada *tapping*. Proses editing terjadi ketika script sudah ada, maka tim PA yang melakukan *editing* sesegera mungkin menyunting serta merangkai beberapa materi yang telah disiapkan oleh tim kreatif. Proses *editing* di pasca produksi dapat terjadi apabila sedang diadakan proses produksi secara *tapping*, karena pada proses *tapping* biasanya memerlukan audio tambahan berupa *voice over* tambahan juga produser akan selalu melakukan *review* sebelum tayangan *tapping* tersebut naik ke *library*.

f. Proses distribusi program talk show Rumpi (*No Secret*) berlangsung pada tahap produksi dan pasca produksi

Berdasarkan format programnya yang bersifat *live*, proses distribusi program Rumpi (*No Secret*) berlangsung pada tahap produksi. Hal ini tentunya tidak dapat diterapkan pada alur manajemen produksi program televisi lainnya, terutama yang bersifat *tapping* atau tidak disiarkan secara langsung dimana proses distribusi program berlangsung pada tahap pasca produksi. Namun selain pada tahap produksi, Rumpi (*No Secret*) saat ini telah mengembangkan proses distribusinya pada tahap pasca produksi melalui unggahan tayangan ulang di platform youtube milik *official Trans TV*.

1. Pra Produksi

1.1 Ide awal format program

Ide adalah dasar utama memproduksi suatu program siaran, tanpa adanya ide, tahapan perencanaan produksi berikutnya tidak dapat dilaksanakan (Latief, 2015:73). Berdasarkan pengertian tersebut, tentulah ide merupakan faktor penting terciptanya suatu program acara, termasuk pada program acara Rumpi (*No Secret*) ini. Terciptanya ide awal pembuatan program ini berawal dari sang pembawa acara yang mempunyai sebuah *Production House (PH)* kemudian ide program ini didiskusikan bersama *crew* produksi TRANS TV, untuk kemudian dibuat *pilot* program untuk diuji coba. Setelah berhasil dan menarik juga pihak produksi TRANS TV menyetujui, barulah kemudian memikirkan format program, segmentasi serta targetingnya. Dengan demikian proses produksi acara Rumpi (*No Secret*) ini akan berjalan juga dengan bantuan tim dari PH sang pembawa acara.

1.2 Susunan tim produksi

Tim produksi adalah kumpulan beberapa orang yang terlibat sejak awal hingga akhir program. Bekerja mulai dari pra produksi, produksi, dan pascaproduksi (Latief, 2015:123). Susunan tim produksi yang dimiliki oleh program Rumpi (*No Secret*) diantaranya kepala divisi produksi, kepala departemen produksi, eksekutif produser, produser, asosiasi produser, *production assistant*, serta tim kreatif. Sedangkan untuk tim pendukung,

TRANS TV menerapkan konsep *rolling* dan *by booking*. Seperti contoh, tim kameramen, audio, *lighting*, *floor director*, *makeup* dan *wardrobe* akan tersedia bila asisten produksi membuat *form booking*. Menurut Maburri, (2013:22) tahap pra produksi, pembagian pekerjaan sesuai dengan kemampuan masing – masing pekerja di bidangnya, serta melegalkan pekerjaan dengan kesepakatan yang telah ditentukan dan ditetapkan secara bersama. Namun talk show Rumpi (*No Secret*) memiliki tim produksi yang sudah melaksanakan tugas sesuai dengan *jobs desc* tanpa harus melibatkan tim bagian lain untuk mengambil alih tugasnya. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, peneliti melihat kedisiplinan dan ketepatan mengerjakan suatu tugas sudah dilaksanakan dengan baik, karena Rumpi (*No Secret*) juga merupakan program yang tayang setiap hari maka ketepatan dan kedisiplinan tersebut sangatlah penting.

1.3 Pencarian bintang tamu dan konsep konten

Proses pencarian bintang tamu ini melibatkan riset melalui internet, bisa dari media sosial seperti instagram, bisa juga melalui platform youtube untuk mencari berita terkini dan yang sedang ramai menjadi perhatian masyarakat. Dari temuan – temuan tersebut tim kreatif lalu mencari subjek yang bisa didatangkan menjadi bintang tamu untuk membahas berita tersebut. Tim kreatif mengontak bintang tamu kemudian menentukan tanggal hadir,

Apabila dihari produksi ada kejadian yang mesti melakukan liputan tim kreatif dan PA harus bersiap mencari tambahan konten untuk ditampilkan.

1.4 Pelaksanaan rapat pra – produksi

Pelaksanaan rapat pra produksi ini biasanya disebut dengan *briefing* kecil yang hanya dilakukan beberapa tim yang akan bertugas sebagai *lead* di episode yang akan tayang, meliputi kepala departemen atau bisa diwakilkan eksekutif produser, produser, satu *lead* kreatif dan satu *lead PA*. *briefing* atau rapat tersebut berisi pertimbangan – pertimbangan mengenai konten yang akan ditampilkan, apakah konten tersebut aman untuk di tayangkan sesuai dengan Undang – undang Penyiaran atau belum. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak kepala departemen ataupun eksekutif produser, maka *rundown* yang telah dibuat bisa lanjut dijalankan. Pada tahap inilah sering ditemukan kendala banyaknya materi yang diubah atau bahkan disisihkan karena tidak layak tayang, atau dirasa kurang menarik untuk penonton.

1.5 Pelaksanaan administrasi program

Untuk urusan administrasi serta persuratan, tim Rumpi (*No Secret*) selalu memperhatikan secara teliti juga tepat waktu, hal ini dikarenakan banyaknya proses *booking* tim pendukung maupun peralatan teknis yang memerlukan dibuatnya surat untuk pemesanan. Tim kreatif yang telah berkasih melakukan *deal* tanggal dengan pihak bintang tamu pun sesegera

mungkin membuat *form artis* untuk kemudian dilanjutkan proses negosiasi *budget* dari tim *budgeting* sendiri.

1.6 Budgeting

Untuk urusan *budgeting* atau keuangan, divisi produksi TRANS TV sudah menyerahkan urusan tersebut kepada bagian divisi keuangan yang khusus mengurus bagian produksi setiap program. Untuk masalah anggaran dana, biaya bintang tamu dan yang lainnya bersifat tertutup dan tidak dapat dipublikasikan.

1.7 Sarana dan prasarana program

Peralatan merupakan elemen penting dalam kegiatan produksi. Tanpa adanya peralatan yang memadai, maka hasil produksi dan kualitasnya tidak akan maksimal. Karena Rumpi (*No Secret*) melakukan produksi di dalam studio, maka peralatan yang digunakan setiap hari telah *standby* dan tidak diperlukan waktu lama untuk persiapan dan mengatur ulang. Untuk itu tim PA yang menjadi penghubung antara tim teknis dan program Rumpi (*No Secret*) harus selalu memperhatikan hal – hal sebagai berikut :

- Mencatat semua peralatan produksi yang telah digunakan ke dalam daftar pemakaian peralatan yang mencakup durasi agar mencegah kerusakan sejak dini pada alat.
- Sebelum produksi dimulai dilakukan test peralatan terlebih dahulu agar meminimalisir kesalahan teknis

- Peralatan yang selesai dipakai segera dikumpulkan agar tetap terjaga.

1.8 Promosi

Promosi yang dilakukan tim Rumpi (*No Secret*) ada bermacam – macam, baik melalui media sosial maupun dari iklan televisi di stasiun yang menaungi. Pada iklan televisi, promo Rumpi (*No Secret*) berupa tayangan bumper program, sedangkan pada media sosial, Rumpi (*No Secret*) mempunyai sebuah akun instagram, dimana setiap harinya juga melakukan promosi program melalui postingan akun @rumpi_ttv. Selain itu juga trik selanjutnya adalah meminta para bintang tamu yang akan hadir juga ikut mempromosikan di akun instagram mereka masing – masing, dengan eperiti itu maka jumlah penonton akan bertambah.

2. Produksi

1.1 Materi / konten

Ketika produksi telah berlangsung, semua materi yang ada di *rundown* dan telah disetujui oleh kepala departemen haruslah tayang tanpa terkecuali. Karena jika ada yang *miss* artinya kesalahan tersebut datang dari user yang mengoperasikan materi konten tayangan

1.2 Peralatan

Saat produksi berlangsung, semua peralatan tentunya telah tertata sesuai dengan *blockingan* masing – masing.peralatan tambahan biasanya terjadi saat adanya proses *live report* maupun sambungan interaktif.

1.3 Pembagian *Job desc*

Saat produksi berlangsung, kru – kru yang sudah disebutkan diawal mengalami pembagian *job desc* lagi. Yang pertama yaitu Produser dan asisten produser selalu bergantian menjadi penanggungjawab tayangan setiap harinya. Kedua pada tim *Production Assistant* membagi lagi tugas mereka, seperti ada yang menjadi *PA Lead*, serta *PA video* yang bertugas di *control room*. Begitu pula pada tim kreatif juga membagi tugasnya menjadi, tim kreatif lead, tim kreatif rumpiporter (apabila ada liputan) dan tim kreatif bagian *Runner* (membantu segala keperluan *PA lead*). susunan kru tersebut akan berubah setiap harinya agar tetap adil satu sama lain.

3. Pasca Produksi

1.1 Evaluasi

Evaluasi dilakukan saat pasca produksi, dimana ada evaluasi kecil yang diadakan setiap produksi selesai. Dalam evaluasi tersebut membahas kekuarangan apa yang terjadi pada episode saat itu agar dijadikan koreksi untuk tayangan yang akan datang bisa lebih baik dan lebih bisa meminimalisir kesalahan. Evaluasi tersebut dipimpin oleh produser serta mengajak pula membawa acara. Untuk evaluasi besarnya, biasanya diadakan dua minggu sekali untuk mengevaluasi lebih dalam kekurangan dan agar ditemukan solusi – solusi baru supaya tayangan Rumpi (*No Secret*) lebih menarik.

1.2 Editing

Editing yang terjadi pada pasca produksi berasal dari proses produksi yang dilakukan secara *tapping*. Asisten produksi diawasi oleh produser mengedit kembali hasil produksi serta menambahkan unsure – unsure tambahan di dalamnya.

1.3 Distribusi

Selain distribusi yang dilakukan langsung saat *live* , ada juga distribusi lain, yaitu di *upload* nya tayangan Rumpui (*No Secret*) pada akun youtube milik TRANS TV. Hal tersebut