

BAB II

DESKRIPSI TV ONE & PROGRAM BUMI DAN MANUSIA

A. Sejarah berdirinya PT. Lativi Media Karya tvOne

Media televisi adalah salah satu media massa elektronik yang paling di gemari oleh masyarakat memiliki daya tarik tersendiri karena program audio visualnya mampu memberikan informasi, hiburan, dan pendidikan yang mudah dicerna, dinikmati dan ditiru. Sehingga pemirsa televisi dapat dengan cepat dipengaruhi oleh media yang satu ini baik itu positif atau negatif.

Televisi ini telah menjadi bagian yang tak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia, terutama masyarakat daerah lokal yang ingin mengetahui informasi tentang berbagai kejadian di daerah mereka, salah satunya seperti tvOne yang terletak di daerah Jakarta.

TvOne berdiri pada 14 Februari 2008, pukul 19.30 WIB, merupakan saat bersejarah karena untuk pertama kalinya tvOne mengudara. Peresmian dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono, tvOne menjadi stasiun tv pertama di Indonesia yang mendapatkan kesempatan untuk diresmikan dari Istana Presiden Republik Indonesia. TvOne secara progresif menginspirasi masyarakat Indonesia yang berusia 15 tahun ke atas agar berpikiran maju dan melakukan perbaikan bagi diri sendiri serta masyarakat sekitar melalui berbagai program *news* and *sports* baik nasional dan internasional yang dimilikinya. Mengklasifikasikan program-programnya dalam kategori, *news*, *Current Affairs*, dan *sports* tvOne membuktikan

keseriusannya dalam menerapkan strategi tersebut dengan menampilkan format-format yang inovatif dalam hal pemberitaan dan penyajian program.

Diawal tahun berdirinya, tvOne mempunyai *tag line* "MEMANG BEDA", karena menyajikan berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat dengan penyajian yang berbeda dan belum pernah ada sebelumnya seperti Apa Kabar Indonesia, yang merupakan program informasi dalam bentuk diskusi ringan dengan topik-topik terhangat bersama para narasumber dan masyarakat, disiarkan secara langsung pada pagi hari dari studio luar tvOne. Program berita *hardnews* tvOne dikemas dengan judul: Kabar Terkini, Kabar Pagi, Kabar Pasar, Kabar Siang, Kabar Petang dan Kabar Malam. Kemasan yang berbeda juga disuguhkan oleh Kabar Petang (**Sumber: *Company Profile TvOne***).

B. Visi dan Misi Perusahaan

Dalam semua hal pencapaian suatu tujuan harus diperlukan suatu perencanaan dan tindakan didalamnya, untuk mampu meraihnya secara tegak lurus kedepan, umumnya bisa dikatakan bahwa Visi dan Misi adalah suatu konsep perencanaan yang disertai dengan tindakan nyata sesuai apa yang direncanakan dalam mencapai suatu tujuan. Berikut adalah visi misi dari PT. Lativi Media Karya (tvOne):

Visi: Untuk mencerdaskan semua lapisan masyarakat yang pada akhirnya memajukan bangsa.

Misi: - Menjadi stasiun televisi berita & olahraga nomor satu.

- Menayangkan program *news & sport* yang secara progresif mendidik pemirsa untuk berpikiran maju, positif, dan cerdas.
- Memilih program *news & sport* yang informatif dan inovatif dalam penyajian dan kemasan (**Sumber: Company profile Tv One**).

C. Transformasi Logo Tv One

Sebuah logo atau *symbol* sangatlah penting bagi suatu perusahaan yang dimana sebuah logo dijadikan sebuah gambaran yang memiliki arti tertentu dalam mewakilkan identitas perusahaan tersebut.

Sebuah logo harus memiliki arti-arti atau konsep dasar yang disesuaikan dengan tujuan awal perusahaan didirikan. Logo biasa diartikan melalui sebuah bentuk dan warna-warni tertentu yang terdapat didalam *desaign* logo itu sendiri.



Gambar 2.1

Logo pertama TvOne berwarna merah, dengan angka 1 didalam lingkaran berwarna merah (14 Februari 2008 – 25 Februari 2011).



Gambar 2.2

Logo kedua TvOne berwarna merah, dengan konsep dunia dan angka 1 didalam lingkaran berwarna merah (25 Februari 2011 – 2 Maret 2012).



Gambar 2.3

Logo ketiga TvOne berwarna putih, dengan konsep dunia dan angka 1 didalam lingkaran berwarna merah (2 Maret 2012 – Sekarang).

Filosofi Logo:

1. Warna merah putih melambangkan Indonesia.
2. Lingkaran dengan angka 1 didalamnya merupakan simbol persatuan untuk berkembang bersama menjadi yang terdepan dengan semangat profesional tinggi.
3. Kata yang berbahasa inggris “one” dan peta dunia menunjukkan kesiapan TvOne dalam kancah pertelevisian global dan merupakan simbol dan berkembangnya TvOne dikancah jaringan informasi internasional dengan membuka kantor biro di Negara lain sehingga dapat menjadi kebanggaan Indonesia (**Sumber: Company profile Tv One**).



Gambar 2.4

Logo TvOne sebagai logo *on-air* (2 Maret 2012 – Sekarang).

D. Dewan Direksi

Tidak semua jajaran Dewan Direksi Tv One dapat dipublikasikan karena sebagian bersifat rahasia. Pada bagan 1.1 berikut merupakan jajaran Direksi Tv One.



Bagan 2.1 Dewan Direksi TV ONE

Fungsi dan Tugas

1. *Chief Executive Officer*

- a. Bertanggung jawab atas tugas-tugas operasional sehari-hari hingga tindakan yang diperlukan dalam langkah berjalannya perusahaan.
- b. Bertanggung jawab atas kegagalan atau kesuksesan sebuah perusahaan.
- c. Memimpin rapat umum, dalam hal untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib, keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat, menyesuaikan alokasi waktu pada setiap masalah, menentukan urutan agenda, mengarahkan diskusi ke arah konsensus, menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.
- d. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.

2. *Editor in Chief*

- a. Bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari.
- b. Pemimpin redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional.
- c. Bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau

kebijakannya harus dipatuhi bawahannya. Kewenangan itu dimiliki karena ia harus bertanggung jawab dalam penyiaran.

- d. Bertanggung jawab terhadap pihak lain, karena merasa dirugikan atas pemberitaan yang telah dimuat, sehingga pihak lain melakukan somasi, tuntutan hukum, atau menggugat ke pengadilan. Sesuai aturan, tanggung jawab oleh pemimpin redaksi bila dilimpahkan kepada pihak lain yang dianggap melakukan kesalahan tersebut.

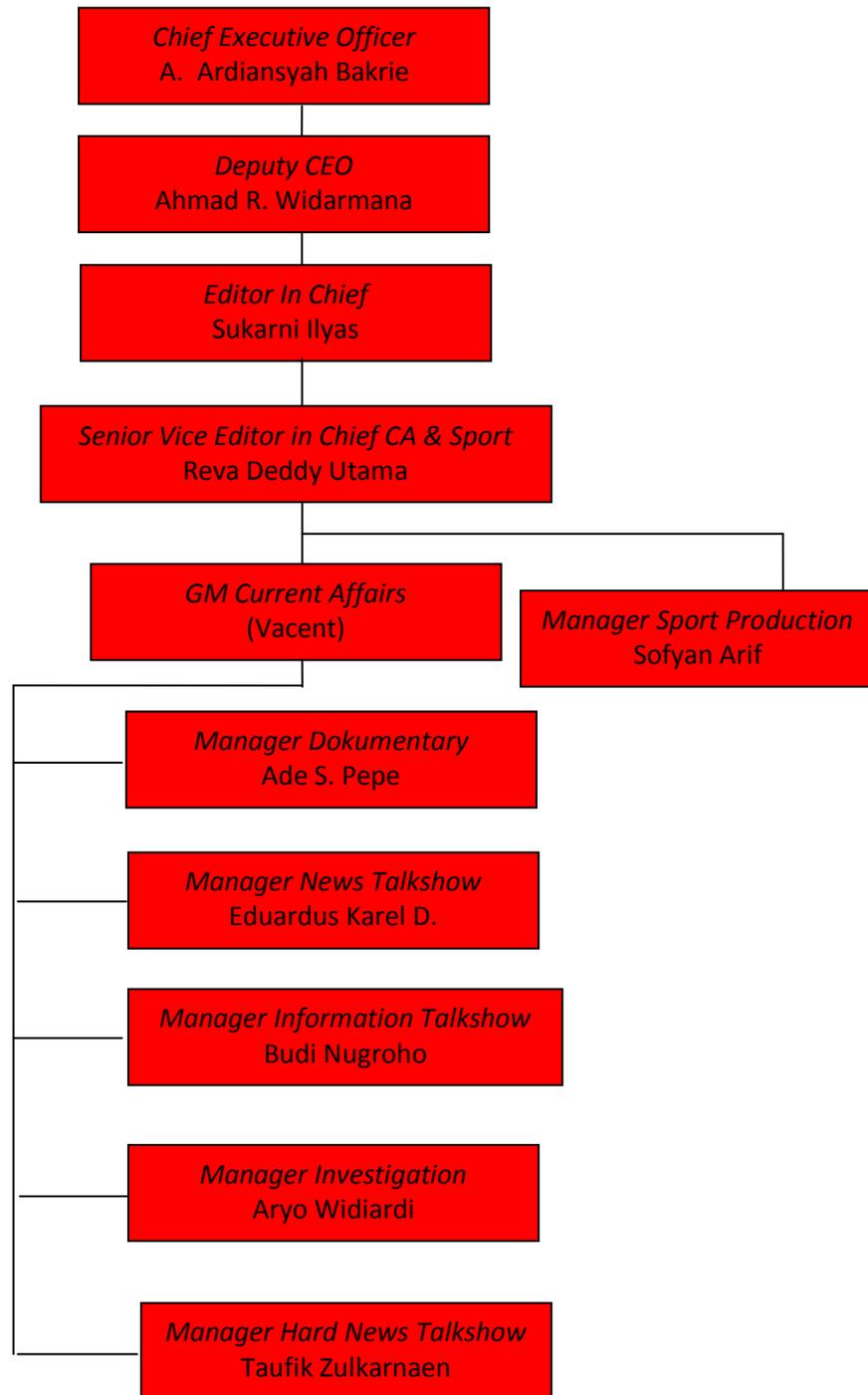
3. *Vice Editor in Chief*

- a. Membantu pemimpin redaksi dalam menjalankan tugas-tugasnya.

4. *Chief Sales & Marketing Officer*

- a. Mengawasi operasi pemasaran internal dan eksternal.
- b. Memiliki tanggung jawab dan akuntabilitas yang sangat besar untuk seluruh aktivitas penjualan, pemasaran, dan komunikasi pemasaran pada seluruh komponen operasional/fungsional perusahaan.
- c. Mengordinasikan rancangan persepsi korporat ataupun semua produknya
- d. Sebagai dirigen juga dilakukan melalui optimalisasi cara dan bentuk komunikasi pemasaran.
- e. Memperhatikan hasil riset dalam rangka evaluasi strategi dan program pemasaran yang dilakukan.

E. Struktur Organisasi Tv One



Bagan 2.2. Struktur Organisasi tvOne

(Sumber: Company Profile TvOne)

F. Deskripsi Program Bumi dan Manusia



Gambar 2.5 Poster Bumi dan Manusia

Bumi dan Manusia merupakan salah satu bagian dari divisi *Currents Affais & Sports* bagian Dokumenter, yang tayang setiap hari Rabu secara taping pukul 23.00 – 24.00 WIB. Bumi dan Manusia adalah Dokumenter televisi yang mengetengahkan kehidupan manusia, hubungannya dengan sesamanya atau dengan bumi tempat tinggalnya. Tujuan dari program ini adalah memberikan konklusi serta solusi bagi permasalahan di negeri.

G. Sejarah Program Bumi dan Manusia

Divisi CA (*Current Affair*) terdapat program talkshow, dokumenter, dan investigasi. Berawal dari program dokumenter yang bersifat *feature magazine*, program dokumenter terbentuk ketika tim *documentary* bermula membuat tayangan khusus *special event* seperti ulang tahun atau tanggal-tanggal penting. Program khusus tersebut berganti nama menjadi *local documentary* dan bersifat ekspedisi.

Awalnya menayangkan ekspedisi di papua, ternyata sambutannya cukup bagus dari penonton. Pada tahun 2010 *local documentary* berkembang, tidak hanya membuat tayangan ekspedisi *special event* melainkan menjadi suatu program. Setelah *local documentary* berjalan setahun, tepatnya 2011 program tersebut berganti nama menjadi Bumi dan Manusia karena harus ada *baner* khusus untuk membuat nama suatu program guna kemudahan dalam marketing.

Bumi dan Manusia program dokumenter mengenai hubungan manusia dan bumi tempatnya berpijak yang mengupas tradisi atau budaya lingkungan hidup, kebajikan lokal, persamaan dan penyebaran budaya. Bumi dan Manusia menggunakan sudut pandang sosiologi dan antropologi dengan konteks waktu kekinian dan masa lampau sebagai latar belakang. Target usia penonton Bumi dan Manusia berusia 25 tahun ke atas.

Prestasi Bumi dan Manusia Sebagai Berikut:

- Finalis 1, 2 & 3 Sampoerna Adiwarta 2010, episode “Pesona Lubang Camoy”, ”Langi Morik”, dan “Kami Butuh Air, Komandan”.
- Pemenang Sampoerna Adiwarta 2010 episode “Kami Butuh Air, Komandan”.
- *Runner Up* Anugerah Jurnalistik Pertamina 2010, episode “Patteke”.
- Pemenang Mochtar Lubis *Award* 2011 episode “Orang Laut”.

- Finalis Anugerah Adiwarta 2012, episode “Patteke”.
- *Runner Up CNN Television Journalist Award* 2012.
- Rekomendasi Bulan Ini, Remotivi, Januari 2012.
- Finalis *KPI Award* 2013 episode “Konek(s)i Sapi”.
- Pemenang Denpasar Film Festival 2016 episode "Makan Batu".
- KPID Kalimantan Selatan *Award* 2016, episode “Rawa Hadangan”.

H. Visi dan Misi Program Bumi dan Manusia

Visi Program: memberikan konklusi dan solusi bagi permasalahan bangsa

Misi Program: - Mendulang TVR/TVS
- Mendulang *Award*

I. Garis Besar Desain Program

1. Pemirsa harus sudah bisa mengerti tujuan episode dalam 15 menit pertama
2. *Multi-issues* setiap episodenya
3. Dapat dibuat dalam format series
4. Isu nasional atau global yang ditarik ke dalam fenomena lokal
5. Memberikan konklusi atau solusi
6. Mengangkat sisi konflik (*Internal* dan *Eksternal*)

J. Format Program

Format umum:

Cara bercerita dari kecil (isu lokal) ke besar (isu nasional/global)

Sebagian besar tema akan di latar belakang politik atau kebijakan Negara.

Format berdasarkan tema:

1. Tokoh / Biografi

Bercerita tentang peranan si tokoh sebagai cermin sosial dan politik pada masanya. Memberikan inspirasi dan solusi bagi masa ke-kini-an.

Misalnya: Warkop dan perannya sebagai media kritik di masanya, sekaligus sebagai cerminan politik pada masa itu. Serta memberi inspirasi bagi comedian masa kini.

2. Ekspedisi

Tidak sekedar bercerita tentang perjalanan, tapi mengetengahkan permasalahan yang dialami penduduk lokal (setempat).

Misalnya: ekspedisi Bukit Barisan, mengambil titik berat pada ancaman bencana geologi yang akan selalu mengincar Indonesia. Memberikan konklusi dan peringatan dini bagi masyarakat.

3. Peristiwa Budaya

Mengangkat permasalahan yang terjadi jauh di belakang (beyond) peristiwa budaya.

Misalnya: bahwa ternyata proses pembuatan tumpengan dalam sekatenan sudah mengalami perubahan yang signifikan karena perubahan sistem sosial dan ekonomi masyarakat. Bahan baku lagi dari hasil pertanian, tapi didapat di supermarket. Pengerjaan tak lagi dilakukan gotong royong. Memberikan konklusi berupa pengembalian nilai-nilai luhur nenek moyang.

4. Budaya

Mengangkat perubahan-perubahan sosial dan politik dalam masyarakat. Dengan bercerita dari satu contoh lokal/*human example*. Dengan tujuan mengkritik terhadap kondisi sosial dan memberi konklusi bagi masyarakat.

Misalnya: fenomena alay (anak layangan) yang terjadi karena mereka mencari eksistensi diri dan pelarian dari kondisi sekolah yang menyisihkan mereka. Memberikan solusi bagi orangtua.

5. Sosial

Bercerita tentang perubahan-perubahan sosial yang kerap kali diwarnai konflik horizontal. Berangkat dari isu lokal untuk mengarahkan kritik terhadap fungsi ideal Negara. Dalam hal konflik, sebelum melakukan peliputan, harus ditemukan solusinya terlebih dahulu, supaya tidak menjadi pengadu domba.

Misalnya: konflik berkepanjangan antara perguruan Setia Hati Teratai versus Pagar Nusa di Tulungagung Jawa Timur, yang sebenarnya satu guru. Memberikan solusinya lebih dahulu, misalnya menemukan tokoh kunci yang dihormati kedua belah pihak.

6. Ekonomi

Mengangkat realitas/kebutuhan ekonomi masyarakat, dengan bercerita dari *human example*. Isunya harus dekat dengan keseharian masyarakat. Dengan tujuan mengkritik kebijakan ekonomi Negara.

Misalnya: gagal panen petani mangga dan dampaknya bagi masyarakat setempat, intrusi buah impor, dll.

7. Sejarah peradaban/wilayah

Bercerita tentang perubahan sosial / politik dan cerita yang berangkat dari bukti fisik sejarah.

Misalnya: perubahan tata wilayah kota Yogyakarta dan kaitannya dengan perubahan sosial-ekonomi masyarakatnya.

8. Lingkungan

Cerita komprehensif dan terintegrasi mengenai problem lingkungan yang dekat dengan masyarakat luas. Dimulai dari potret masyarakat (*human example*) dan kebutuhannya menuju problem besarnya. Dilengkapi dengan solusi problem dengan cara komparasi dengan kondisi ideal.

Misalnya: masalah polusi udara di kota besar. Dimulai dari *human-example* pengguna jalan, ke masalah penyakit yang ditimbulkan polusi, kondisi umum udara kota besar dan komparasi dengan kota lain yang berhasil menurunkan tingkat pencemaran udara.

9. Pendidikan

Memberikan gambaran, kritik berserta solusi bagi dunia pendidikan. Dimulai dari problem yang nyata di mata masyarakat luas dan dirasakan oleh banyak orang.

Misalnya: Indonesia mengajar. Potret peserta (guru) yang siap berangkat ke daerah terpencil untuk menjadi guru. Menggali problem dan konflik yang menyertainya. Memberi kritik bagi Negara sebagai penyelenggara

pendidikan bangsa. Memberi solusi dengan gambaran tentang pekerjaan lembaga yang menyelenggarakan program ini.

10. Kesehatan

Memberi solusi bagi masalah kesehatan yang disebabkan oleh tidak becusnya negara mengelola sektor kesehatan. Cerita selalu dimulai dengan profil si penderita sakit.

Misalnya: TBC dimulai dari potret kaum miskin yang menderita TBC, mencari pengobatan gratis dan menemukan banyak hambatan. Memberikan solusi melalui komprasi dengan program perorangan / swasta bagi kaum miskin.

11. Isu lain (menyesuaikan)

K. Pengemasan Banner / OBB program

- a. OBB “Bumi & Manusia dirangkai dari video episode masing-masing (bisa sekaligus bersama *opening credit*), dengan audio yang selalu sama setiap episodanya (*music Jingle* sebagai *banner* program). Tempo video menyesuaikan tempo *music jingle*.
- b. Penulisan judul episode selalu mengikuti *title* program, contoh:

Bumi &Manusia:

Nasionalisme Joget

Font: **Trebuchet MS**

bumi → *lowercase/ small caps*

Manusia → *uppercase/ caps lock*

- c. Usahakan membuat judul episode sesingkat mungkin, sehingga bisa tampil lengkap dalam teaser promo ‘selanjutnya’ di program *lead-in*.

Misalnya:

selanjutnya **Bumi & Manusia: Nasionalisme Joget**

L. Audio

- Membuat musik jingle yang *ear-catchy* sebagai *banner* program.
- Melengkapi tayangan dengan musik sebagai ilustrasi dan sebagai efek, yang dibuat oleh musik – *arranger* (resmi dan asli)

M. Segmentasi

- Memperhatikan jeda iklan kompetitor, sehingga bisa mencuri angka ketika kompetitor iklan.
- Puncak cerita di setiap *ending segmen*.
- Letakkan cerita terkuat di belakang, sehingga cerita yang lemah berada di depan dan mau tak mau harus diperkuat.

N. Deskripsi *Job Desc*

a. Tugas dan fungsi *crew* di program Bumi dan Manusia

Dalam suatu program penulisan mengamati beberapa kerja yang bertugas dalam produksi tersebut, untuk itu penulis mencoba mendeskripsikan hasil pengamatan selama di Tv One di Divisi *Current Affair & Sport* bagian Dokumenter.

1) Pemimpin Redaksi

Bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari, pemimpin redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional, bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi bawahannya. Kewenangan itu dimiliki karena ia harus bertanggung jawab dalam penyiaran. Bertanggung jawab terhadap pihak lain, yang karena merasa dirugikan atas pemberitaan yang telah dimuat, sehingga pihak lain melakukan tuntutan hukum, atau menggugat ke pengadilan. Sesuai aturan tanggung jawab oleh pemimpin redaksi bila dilimpahkan kepada pihak lain yang dianggap melakukan kesalahan tersebut.

2) Wakil pemimpin Redaksi

Membantu pemimpin redaksi dalam menjalankan tugas-tugasnya.

3) Produser Eksekutif

Penanggung jawab utama program bertugas mengontrol tiap tayangan yang dipegang olehnya. Mampu memberikan input yang baik bagi produser demi kemajuan program tayangannya. Semua yang disepakati/dilakukan oleh produser/tim produksi harus diketahui dan mendapatkan persetujuan dari Produser Eksekutif.

4) Produser

Bertugas merencanakan dan mengkoordinasikan beberapa aspek dalam radio, televisi, panggung atau produksi perfilman, seperti mengkoordinasikan penulisan, menentukan tema, mengarahkan proses editing, meriset, membuat

script serta *rundown*. Dalam program acara ini keputusan tertinggi ada dipihak produser untuk menentukan apakah liputan atau VT layak untuk tayang atau tidak setelah memasuki ruang editing. Produser bertanggung jawab kepada produser eksekutif, setiap tahapan produksi atas persetujuan dan pengawasan produser eksekutif. Produser juga mengurus dan bertanggung jawab atas semua yang terkait isi dan teknik program. Produser juga bertanggung jawab untuk membuat *budget* besar program.

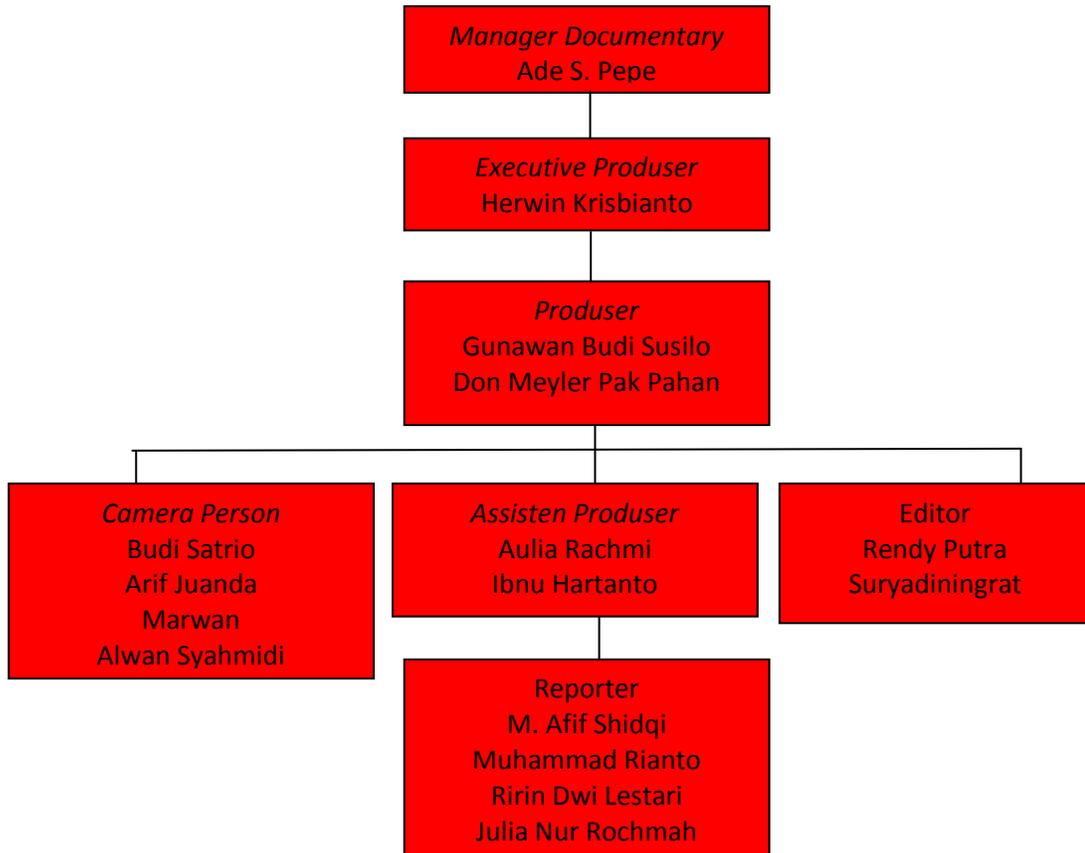
5) Asisten Produser

Bertugas melakukan asistensi untuk setiap tahapan.

6) Tim Liputan (reporter dan *camera person*)

Reporter memiliki tugas mulai dari riset dan liputan. Dalam proses peliputan, reporter bertindak sekaligus sebagai sutradara. Reporter juga bertindak sebagai UPM (*Unit Production Management*) atau *Line Producer*. Sedangkan juru kamera memiliki kewajiban mengambil gambar sesuai dengan *rundown* yang telah dibuat saat praproduksi.

O. Struktur Organisasi Program Bumi dan Manusia



Bagan 2.3 Struktur Organisasi Program Bumi dan Manusia
Sumber: Wawancara dengan Assistan Produser