

**ANALISIS PRODUKSI SIARAN *TALK SHOW***  
**(STUDI DESKRIPTIF PADA PROSES PRA PRODUKSI PROGRAM "POS RONDA"**  
**EPISODE "PENERIMAAN SISWA BARU TINGKAT SMA/SEDERAJAT DI KOTA**  
**TASIKMALAYA") RADAR TV TASIKMALAYA**

***ANALYSIS PRODUCTION PRESS TALK SHOW***  
***(DESCRIPTIVE STUDY ON THE PROCESS OF PRE-PRODUCTION PROGRAM***  
***"POS RONDA" EPISODE "NEW STUDENT RECEPTION LEVEL SMA / EQUALS IN***  
***TOWN Tasikmalaya") RADAR TV Tasikmalaya***

**Danial Aulia, Ira Dwi Mayangsari, S.Sos., M.M.**

**Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.**

---

**Abstrak**

Program acara televisi di Indonesia sudah sangat berkembang dengan pesat, ditambah lagi bermunculan televisi swasta nasional yang mulai diiringi dengan keberadaan televisi lokal yang saling berjaringan. Informasi dan konten hiburan pun kini sudah banyak rupanya, oleh karena itu persaingan di dunia pertelevisi semakin ketat untuk mendapatkan *rating* dari para penonton. Hal ini membuat beberapa televisi lokal harus memiliki program acara yang dapat menarik perhatian masyarakat disekitarnya. Dalam hal ini Radar TV Tasikmalaya salah satu televisi lokal di wilayah Tasikmalaya dan sekitarnya, dengan program acara *talk show* yang bernama Pos Ronda berusaha mengangkat lebih mendalam mengenai isu yang sedang hangat diperbincangkan dengan menghadirkan para narasumber yang berkompeten dalam masalah yang sedang diperbincangkan, mulai dari program tentang kebijakan publik, anak muda, dan pemerintahan disekitar Tasikmalaya. Untuk terciptanya program *talk show* yang menarik dan profesional, maka perlu diperhatikan langkah-langkah dalam melakukan proses produksi program *talk show* ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan proses produksi berita yang dilakukan kru Pos Ronda, lalu untuk mengetahui proses penentuan tema dan pembuatan naskah Pos Ronda, serta mengetahui apa saja yang menjadi kendala dan pendukung dalam proses produksi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif untuk menganalisis objek yang diteliti. Metode deskriptif adalah metode yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Pos Ronda melewati suatu proses yang berbeda dengan program *talk show* lainnya, dikarenakan struktur program ini berada dibawah naungan dari tim redaksi. Oleh karena itu segala sesuatu tentang pra produksi di kembalikan kepada tim redaktur setelah melewati rapat tim, kemudian setelah itu kru melakukan produksi sesuai arahan produser dan tim redaktur. Terakhir adalah proses pasca produksi, mengingat acara ini lebih sering ditayangkan secara langsung, maka hasil dari pasca produksi hanya beberapa materi yang akan di tayangkan untuk tayangan berikutnya, atau sebagai bahan evaluasi di rapat tim selanjutnya. Preservasi data rekaman tayangan pun tidak lupa dilakukan pada proses pasca produksi ini.

**Kata Kunci :** Produksi Program Acara Televisi, *Talk Show* , Televisi Lokal

---

***Abstract***

*Television program in Indonesia has been highly developed by leaps and bounds, plus sprung national television began accompanied by the presence of local television mutually networked. Information and entertainment content are now already a lot apparently, therefore competition in the world pertelevisi more stringent to obtain a rating from the audience. This makes for some local*

*television should have a program of events that can attract the attention of the surrounding community. In this case Radar TV Tasikmalaya one local television in Tasikmalaya and its surroundings, the program talk show Pos Ronda trying to raise more deeply about the issues being hotly discussed by presenting speakers who are competent in the issues being discussed, ranging from program on public policy, young people, and governments around Tasikmalaya. For created talk show program attractive and professional, it is necessary to note the steps in the production process of this talk show program. This study aims to determine and describe the process of news production crew conducted Pos Ronda, and then to find out the process of determining the theme and of drafting Pos Ronda, as well as knowing what are the constraints and support in the production process.*

*This study used a qualitative approach with descriptive study method to analyze the object under study. Descriptive method is a method that only describe situations and events. The results showed that the program Pos Ronda through a process that is different from other talk show programs, due to the structure of the program under the auspices of the editorial team. Therefore everything about pre-production editors in return to the team after a team meeting, then after that the production crew did as directed by the producer and his team of editors. Terakhir is the post-production process, considering the event was more often broadcast live, then the result of post-production just some of the material that will be aired for the next show, or as an evaluation at the team meeting selanjutnya. Preservasi impressions recorded data does not forget to do the process post-production.*

**Keywords :** *Production of Television Programs, Talk Show, Local Television*

---

## **1. Pendahuluan**

Media massa adalah sarana informasi yang menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia saat ini, selain di karenakan makhluk sosial manusia pun tidak bisa hidup tanpa hal pendukung informasi. Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal atau menyeluruh (Bungin, 2008:72). Media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa bisa menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk dimasa yang akan datang. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan memengaruhi kehidupan di masa kini dan masa datang. Media massa secara umum terbagi menjadi media cetak yang terdiri dari surat kabar, majalah, tabloid, dan buku; media elektronik, seperti televisi, radio, dan film; serta media online (Nurudin, 2007:5). Setiap orang membutuhkan media massa untuk mengekspresikan ide-ide mereka ke khalayak luas. Tanpa media massa, gagasan seseorang hanya sampai kepada orang-orang di sekitarnya (John Vivian, 2008:5). Televisi menjadi media massa populer yang memiliki fungsi yang sama seperti fungsi media massa lain, yakni: memberi informasi, mendidik, menghibur, dan memengaruhi (Ardianto et al., 2009:137). Televisi adalah saluran komunikasi massa yang lebih menarik untuk menyampaikan sebuah pesan karena televisi menggunakan penggabungan antara gambar yang dipadukan dengan suara (Efendi, 1981:170).

. Televisi lokal bisa menjadi mimbar perdebatan masyarakat lokal mengenai isu-isu atau persoalan-persoalan lokal yang sedang dihadapi. Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Undang-Undang Penyiaran memberikan kelonggaran mengenai pendirian stasiun-stasiun penyiaran televisi baru. Kelonggaran mengenai pendirian stasiun-stasiun televisi baru sangat terlihat pada bagian kesembilan Pasal 31 UU RI No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran khususnya ayat 5 yang berbunyi : “Stasiun Penyiaran lokal dapat didirikan pada lokasi tertentu dalam wilayah negara

Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada Lokasi tersebut” (Sumber : kominfo.go.id). Televisi lokal memegang peranan yang sangat penting bagi kemajuan daerahnya, dengan melakukan pengenalan-pengenalan mengenai potensi yang ada di daerahnya bahkan dapat menjadi tempat mensosialisasikan program-program Pemerintah Daerah agar diketahui masyarakatnya. Bagi masyarakat sendiri, kehadiran televisi lokal memegang peranan yang sangat penting pula. Melalui televisi lokal, masyarakat dapat mengetahui peristiwa maupun info terbaru dari daerahnya bahkan perkembangan apa saja yang terjadi di daerahnya. Program acara di televisi tentu sangat banyak, berita dan *talk show* menempati tempat tertinggi, oleh karena itu semua televisi swasta dan lokal pastinya berlomba lomba dalam menyajikan konten yang menarik perhatian masyarakat.

Pada *programTalk show* “Pos Ronda” mengulas lebih mendalam isu yang sedang hangat diperbincangkan khususnya di Kota Tasikmalaya dengan menghadirkan para narasumber yang berkompeten dalam masalah yang sedang diperbincangkan, mulai dari program tentang kebijakan publik, anak muda, dan pemerintah. Disajikan dengan nuansa interaktif acara yang dipandu *host* cerdas Kang Bode dan *host* kocak Otot ini ditayangkan setiap Senin, Rabu dan Jumat pukul 20.00 hingga 21.30. Pemirsa yang sedang menonton di rumah diberi kesempatan untuk berinteraksi langsung melalui SMS, menyampaikan pendapat, kritik dan saran mengenai permasalahan yang sedang diperbincangkan. Namun sangat disayangkan dalam penyiarannya terdapat kekurangan-kekurangan yang mengurangi kualitas dari penayangan program tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dan mengingat pentingnya mengetahui langkah-langkah produksi dalam suatu program acara berita demi menciptakan suatu program berita yang menarik dan berkualitas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan penelitian antara lain yaitu:

1. Bagaimana proses pra produksi tema dan naskah *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya dilaksanakan ?
2. Bagaimana proses produksi tema dan naskah *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya dilaksanakan ?
3. Bagaimana proses pasca produksi tema dan naskah *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya dilaksanakan ?
4. Apa faktor pendukung dan faktor hambatan proses produksi program *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya?

Berdasarkan identifikasi tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui Bagaimana proses pra produksi tema dan naskah *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya dilaksanakan.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi tema dan naskah *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya dilaksanakan.
3. Untuk mengetahui bagaimana proses pasca produksi tema dan naskah *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya dilaksanakan.

#### 4. Mengetahui Apa faktor pendukung dan faktor hambatan proses produksi program *talk show* Pos Ronda di Radar TV Tasikmalaya

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Sementara metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk menghimpun data aktual. Penulis melakukan penelitian dalam proses produksi sewajarnya, dengan memilih beberapa orang untuk di jadikan informan.

## 2. Dasar Teori

### 2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa, atau pembaca (Nurudin, 2004:2). Dan yang menjadi media antara lain : televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film.

Joseph Devito seperti dikutip oleh Nurudin, menjelaskan definisi komunikasi massa secara terperinci yaitu " *First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large society. This does not mean that the audience include all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its; television, radio, newspaper. Magazines, films, books, tapes*" (Nurudin, 2007: 11-12)

Pengertian diatas menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat banyak, atau biasa disebut massa. Tapi ini tidak berarti bahwa massa yang dimaksud adalah orang-orang yang hanya menonton televisi atau membaca koran, melainkan dapat diartikan sebagai masyarakat dalam arti luas. Lalu disebutkan juga bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan melalui pemancar-pemancar audio dan atau visual. Komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media penunjangnya, seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film. Penulis menyimpulkan definisi diatas adalah komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan melalui media massa sebagai media penunjang, dan disampaikan secara terbuka kepada masyarakat luas yang sudah melalui proses beragam unsur komunikasi massa.

Pada prinsipnya definisi komunikasi massa yang diungkapkan oleh ahli-ahli komunikasi mengandung makna yang saling melengkapi antara satu dan lainnya. Melalui definisi-definisi tersebut maka dapat kita ketahui bahwa karakteristik komunikasi massa sebagai berikut (Ardianto, et al. 2007: 7-12) :

- a. Komunikator Terlembagakan  
Komunikasi massa melibatkan suatu lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, sehingga komunikasi massa merupakan komunikator terlembagakan.
- b. Pesan Bersifat Umum  
Umum Komunikasi massa itu bersifat terbuka artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang bukan hanya pada satu pihak. Oleh karena itu, pesan dalam komunikasi massa bersifat umum.
- c. Komunikannya Anonim dan Heterogen

- Bersifat anonim karena komunikator dan komunikan tidak saling mengenal dan heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya.
- d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan  
Maksudnya adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk satu sama lain berada dalam keadaan terpisah.
  - e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan  
Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan harus disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.
  - f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah  
Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat berhubungan secara langsung. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.
  - g. Stimulasi Alat Indra  
Terbatas Pada surat kabar dan majalah kita hanya bisa melihat dan pada radio siaran kita hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.
  - h. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)  
Umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya komunikator tidak dapat segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.

## 2.2 Media Massa

Media Massa Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa adalah alat – alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara cepat kepada audience yang luas dan heterogen dan mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007:9). Merujuk pada penjelasan mengenai media komunikasi massa adalah media komunikasi massa yang merupakan produk dari pers yang menyajikan berbagai informasi kepada masyarakat mengenai fenomena-fenomena atau gejala-gejala sosial yang terjadi ditengahnya kehidupan masyarakat (Djuroto, 2002:4). Proses penyampaian pesan antara manusia yang didasarkan pers Islam maupun media pers umum. Karena peran tersebut terkait dengan visi dan misi serta kewajiban agama Islam serta profesi yang merekat pada dirinya. Berhadapan dengan kondisi faktual keterbelakangan umat Islam dalam penguasaan informasi dan ilmu pengetahuan secara teknologi (Muis, 2001:65-66).

Karakteristik media massa adalah dimana media massa bersifat melembaga dalam arti pihak yang mengelola media, bersifat institusi dan bukan individu. Bersifat satu arah, karena menggunakan suatu media, oleh sebab itu respon khalayak tidak dapat diketahui secara langsung sehingga komunikasi hanya satu arah dari komunikator kepada komunikannya. Media massa ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya banyak dan berlangsung secara bersamaan. Selain itu juga media massa juga menggunakan peralatan 9 teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan lain – lain (Cangara, 2003:134).

## 2.3 Televisi

Dalam perkembangannya, televisi merupakan media massa elektronik yang memiliki kekuatan dari segi audiovisualnya yang berbeda dengan media lainnya dan dengan mudah dapat menyentuh kehidupan masyarakat dan dapat menjangkau wilayah dan jumlah pemirsa yang tidak terbatas. Sifat audiovisual yang dimiliki televisi inilah yang lantas membuat informasi atau pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat menjadi mudah untuk diterima (Hidayat, 1998:76- 77). Televisi telah menjadi suatu fenomena besar di masa ini. Peranan televisi yang luar biasa dapat membentuk pola pikir masyarakat, pengembangan wawasan dan pendapat umum, termasuk pendapat umum untuk menyukai

produk-produk industri tertentu (program televisi) yang meskipun memerlukan biaya produksi yang tinggi, namun dapat membuat khalayak penonton, betah duduk berlama-lama di depan televisi (Darwanto, 2007: 27). Karena itulah, sebagai media massa modern, televisi sangat bermanfaat sebagai upaya pembentukan sikap, perilaku dan sekaligus perubahan pola pikir (Darwanto, 2007: 32).

### 2.3.1 Karakteristik Televisi

Karakteristik televisi antara lain: (Elvinaro dan Erdinaya, 2007: 137)

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan media penyiaran lainnya yaitu dapat didengar sekaligus dilihat, disebut juga audiovisual.

2. Berpikir dalam gambar

Kita dapat menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. dan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan pun lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

## 2.4 Televisi Lokal

Televisi lokal adalah salah satu bagian dari media massa lokal. Media lokal sendiri adalah media massa yang isi kandungannya mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat dimana media massa tersebut dikelola. Kehadiran televisi lokal menambah variasi atau pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan pendidikan. Hal ini sesuai dengan amanat Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran yang lebih menitikberatkan pada partisipasi dan kontrol masyarakat serta pemberdayaan institusi lokal (Oktaviarini, 2006).

Rachmiati (2007) mengemukakan bahwa beragam program acara yang disajikan televisi lokal mulai dari berita, musik dan hiburan, program kesenian dan kebudayaan, hingga potensi ekonomi lokal memungkinkan masyarakat untuk dapat memilih program acara yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Program acara bernuansa lokal menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat masyarakat menonton televisi lokal (dalam Asmar, 2009:1).

Televisi lokal merupakan salah satu kebanggaan masyarakat daerah, untuk itu sudah saatnya kita bersama-sama melahirkan solusi untuk mempertahankan kebanggaan masyarakat ini. Televisi Lokal yang hadir dengan spirit otonomi daerah, sangat di rasakan dampak kehadirannya sebagai warna baru dunia penyiaran tanah air. Berbagai daerah selama ini di sadari kurang optimal diangkat dalam wujud audio visual. Sehingga kehadiran televisi lokal, menjadi solusi penting untuk hal tersebut. Dibungkus dengan kemasan lokal yang kental, televisi lokal selalu berupaya mempersembahkan yang terbaik bagi masyarakat dengan kearifan lokal yang berbeda-beda (<http://www.atvli.com> diakses pada tanggal 10 mei 2016, pukul 10:40 WIB).

## 2.4 Talk Show

Istilah *Talk show* adalah aksan dari bahasa Inggris di Amerika. Di Inggris sendiri, istilah *talk show* biasa disebut *Chat Show*. Pengertian *talk show* adalah suatu acara bincang-bincang yang

menyampaikan beberapa informasi, diskusi dengan tema – tema tertentu dan biasanya diselingi beberapa isian menarik seperti musik, lawakan, kuis, dan lain-lain.

Format *talk show* merupakan cerminan kekuatan yang menonjol pada medium televisi, yaitu *original* (utuh/asli) dan *credible* (dapat dipercaya). Narasumber yang sangat “*vocal*” dan memahami permasalahan adalah sebagai salah satu kunci keberhasilan *Talk Show*. Agar *Talk Show* dapat menarik dan berbobot, pewawancara harus mendalami bidang permasalahan yang sedang dibicarakan di *Talk Show* (Wibowo, 2007 : 67).

Program *talk show* atau perbincangan adalah program yang menampilkan suatu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Tamu - tamu yang diundang adalah mereka yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Berikut jenis-jenis program *talk show* (Fred Wibowo, 2007 : 67-84) :

1. *Program Uraian Pendek atau Pernyataan (The Talk Program)*.  
Program ini ketika penonton menyaksikan acara televisi, pada saat itu muncul seorang *presenter* (penyaji) menceritakan sesuatu yang menarik. *Presenter* ini muncul di tengah suatu program *feature*, di antara sajian acara musik, dan di awal suatu acara sebagai pembukaan atau dalam suatu acara cerita menarik yang disajikan secara khusus.
2. *Program Vox-pop Masyarakat*.  
Suatu program yang mengetengahkan pendapat umum tentang suatu masalah. Tahap perencanaan dimulai dari menetapkan tema yang akan dipertanyakan, menetapkan pertanyaan, mencoba pertanyaan ke beberapa teman, memilih *reporter* yang cukup terlatih, menentukan siapa yang akan diberi pertanyaan..
3. *Program Wawancara (interview)*.  
Pertama-tama produser atau pewawancara harus menentukan siapa yang akan menjadi tamu. Dipilih seorang tokoh yang populer di masyarakat dalam bidangnya, atau bisa jadi seorang tokoh kontroversi, di mana masyarakat biasanya ingin tahu pandangan-pandangannya mengenai suatu peristiwa aktual.
4. *Program Panel Diskusi*  
Program *talk show* diskusi adalah program pembicaraan tiga orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program ini masing-masing tokoh yang diundang dapat saling berbicara mengemukakan pendapat dan *presenter* bertindak sebagai moderator yang terkadang juga melontarkan pendapat atau membagi pembicaraan

## 2.5 Produksi Program *Talk Show* di Televisi

Suatu program dihasilkan melalui proses produksi yang memerlukan banyak peralatan, dana, dan tenaga dari berbagai profesi kreatif. Proses produksi itu sendiri terdiri atas tiga bagian utama; yaitu: (Morissan, 2008: 270-271).

### 1. Perencanaan/Pra Produksi

Sebuah program acara berawal dari sebuah ide atau gagasan baik perseorangan atau kelompok (*teamwork*), yang diteruskan dengan proses tukar pikiran (*brainstorming*). Baru setelah itu dilakukan penyesuaian-penyesuaian (*adaptasi*) agar didapatkan sebuah program yang terstruktur dan rapi, biasanya sudah berupa naskah cerita (skenario) untuk drama atau *rundown* program acara non-drama dan *news* (Ciptono Setyobudi, 2012 : 55). Untuk itu, penyajian suatu program uraian televisi harus memperhatikan beberapa hal sekaligus. Pertama, permasalahan yang diuraikan sedang hangat menjadi bahan pembicaraan umum. Kedua, persoalan itu sangat penting dan penonton membutuhkan penjelasan mengenai hal itu. Ketiga, uraian itu dapat membuat gembira penonton, baik

karena pembawaan penyaji yang menyenangkan maupun karena materi sajian yang memang lucu membuat gembira.

## 2. Tahap Pelaksanaan Produksi

Dalam mempersiapkan suatu uraian di televisi sebaiknya produser atau presenter membuat *out-line* dari sajiannya terlebih dahulu. Presenter harus memulai uraian dengan sesuatu yang membangkitkan rasa ingin tahu penonton. Kalimat yang nantinya berupa ucapan pertama sebagai umpan ini biasanya berupa sesuatu yang merangsang rasa humor, pertanyaan atau isi pertanyaan yang menantang pemikiran penonton. Setelah awal sajian yang merupakan umpan disampaikan, kemudian materi sajian yang sesungguhnya, baru diketengahkan. Biasanya pengalaman hidup sehari-hari merupakan cerita yang mengesankan karena dekat dengan kehidupan penonton. Produser menentukan topik atau permasalahan diskusi dengan hasil riset. Hasil riset yang memenuhi kriteria materi produksi yang baik yang akan dipakai sebagai topik. Dengan riset pula produser menentukan tokoh-tokoh yang akan diundang untuk produksi program *talk show* (Wibowo, 2007 : 80). Kemudian dipilih presenter yang menguasai permasalahan dan dibuat perencanaan produksi.

Memvisualisasikan konsep naskah atau *rundown* acara agar dapat dinikmati pemirsa, dimana pada tahap ini sudah melibatkan bagian lain yang bersifat teknis (*engineering*), karena harus memvisualisasikan gagasan atau ide saat *brainstorming* maka harus menggunakan peralatan (*equipment*) dan operator terhadap peralatan yang dioperasikan atau lebih dikenal dengan istilah *production service* (Ciptono Setyobudi, 2012 : 55). Pada tahapan produksi ada 3 elemen yang paling mendasar dan menjadi sebuah perangkat sistem yang tidak bisa ditinggalkan, yaitu :

### 1. Tata Kamera

Beragam *angle* kamera, seperti *Extreme Long Shoot (ELS)*, *Very Long Shoot (VLS)*, *Long Shoot*, *Full Shoot*, *Medium Shoot*, *Medium Close Up*, *Close Up*, *Extreme Close Up* (Ciptono Setyobudi, 2012 : 35-38).

### 2. Tata Cahaya

Hal dasar yang harus diketahui dari penataan cahaya yaitu *key light* (sinar utama pada subyek), *fill light* (untuk mengurangi bayangan), *back light* (terarah, menghasilkan latar yang gelap), *base light* (penyinaran yang menyebar dan rata) dan *over exposure* (pencahayaan yang berlebih intensitas dan waktu pencahayaan yang lama) (Ciptono Setyobudi, 2012 : 38-39).

### 3. Tata Suara

Tata suara (*audio*) merupakan elemen yang penting juga dalam produksi televisi, karena tata suara mampu mengekspresikan situasi secara jelas juga sebagai pendukung elemen yang lain seperti tata artistik (Ciptono Setyobudi, 2012 : 40)

## 3. Tahap Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi merupakan hasil dari semua kegiatan yang telah diproduksi. Dilakukan evaluasi sebagai tahapan akhir dari keseluruhan produksi dan penayangan program. Pasca produksi lebih berorientasi untuk produksi program-program acara yang bersifat tidak langsung (*recording*), karena untuk siaran langsung biasanya di *direct* pada *panel switcher* oleh *Program Director* (PD) untuk kemudian di transmisikan secara langsung (*live*) ke pemirsa.

Pasca produksi memiliki tiga langkah utama, yaitu *editing offline*, *editing online*, dan *mixing*. Dalam hal ini, terdapat dua macam teknik editing, yaitu: Pertama, yang disebut *Editing* dengan teknik analog atau linier. Kedua, *Editing* dengan teknik digital atau non linier dengan komputer.

### 1. Editing *offline* dengan teknik analog



Setelah *shooting* selesai, *script boy/girl* membuat logging, yaitu mencatat kembali semua hasil *shooting* berdasarkan catatan *shooting* dan gambar. Di dalam *logging time code* (nomor kode yang berupa digit frame, detik, menit, dan jam dimunculkan dalam gambar) dan hasil pengambilan setiap *shoot* di catat. Kemudian berdasarkan catatan itu sutradara akan membuat editing kasar yang disebut *editing offline* (dengan *copy* video VHS supaya murah) sesuai dengan gagasan yang ada dalam sinopsis dan *treatment*.

#### 2. Editing *online* dengan teknik analog

Berdasarkan naskah editing, editor mengedit hasil *shooting* asli. Sambungan-sambungan setiap *shoot* dan adegan (*scene*) dibuat tepat berdasarkan catatan waktu dalam naskah editing. Demikian pula sound asli dimasukkan dengan level yang seimbang dan sempurna. Setelah editing *online* ini siap, proses berlanjut ke *mixing*.

#### 3. *Mixing* (Percampuran Gambar dengan Suara )

Narasi yang sudah direkam dan di ilustrasi musik yang juga sudah direkam, dimasukkan ke dalam pita hasil editing *online* sesuai dengan petunjuk atau ketentuan yang tertulis di dalam naskah editing. Keseimbangan antara *sound effect* , suara asli, suara narasi dan musik harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan terdengar jelas. Sesudah proses *mixing* ini boleh dikatakan bagian yang penting dalam *post production* sudah selesai.

#### 4. Editing *Offline* dengan teknik digital atau non linier.

Editing non-linier atau editing digital adalah editing yang menggunakan komputer dengan peralatan khusus untuk editing. Alat editing tersebut bermacam-macam nama, jenis dan fasilitasnya, misalnya : Pinnacle-Matrox-Canopus,dll. Dengan alat editing tersebut dapat digunakan berbagai macam program editing berdasarkan kebutuhan, seperti : Adobe Premiere - Three D Max - After Effect dan banyak program lainnya.

#### 5. Editing *online* dengan teknik digital

Editing *online* dengan teknik digital sebenarnya tinggal penyempurnaan hasil editing *offline* dalam komputer sekaligus *mixing* dengan musik ilustrasi atau eek gambar dan suara yang harus dimasukkan.

## 2.6 Naskah (*script*)

Produksi sebuah program video dan televisi selalu dimulai dari ide atau gagasan yang kemudian dituangkan kedalam sebuah naskah atau *script*. Naskah merupakan sebuah landasan yang diperlukan untuk membuat sebuah program video dan televisi apapun bentuknya. Penulisan sebuah naskah program video dan televisi yang didasarkan pada sebuah ide biasanya mempunyai tujuan yang spesifik yaitu :

- Memberi informasi (*to inform*)
- Memberi inspirasi (*to inspire*)
- Menghibur (*to entertain*)
- Propaganda

*Rundown script* adalah naskah yang berisi hanya garis besar (*outline*) dari informasi yang akan disampaikan kepada pemirsa. Sebuah *rundown script* pada umumnya memerlukan improvisasi dari presenter atau ahli (*expert*) yang akan muncul didalam program. *Semi script* adalah naskah yang sudah lebih rinci dari pada *rundown script*. Sedangkan *full script* adalah naskah yang berisi informasi lengkap dan rinci tentang program yang akan diproduksi. Dalam sebuah *full script* terdapat informasi yang rinci tentang pelaku, adegan. Setting dan property.

## 3. Pembahasan

Proses produksi dalam program acara *talk show* Pos Ronda ini harus melalui beberapa tahap sebelumnya untuk menyajikan sebuah konten yang menarik bagi masyarakat. Onong Uchjana menggambarkan alur dari proses komunikasi massa dimulai dari adanya sebuah peristiwa atau

kejadian yang sedang terjadi di masyarakat yang kemudian diolah oleh komunikator menjadi sebuah ide atau konsep yang akan menjadi sebuah pesan atau informasi yang disampaikan melalui media massa kepada komunikan atau khalayak (Onong Uchjana, 2003 : 311). Teori ini menjadi dasar dari media massa dalam menyampaikan pesannya kepada penonton di rumah, tak terkecuali bagi Radar TV dalam program acara *talk show* Pos Ronda. Tim produksi *talk show* Pos Ronda mengangkat sebuah peristiwa atau kejadian yang terjadi di masyarakat untuk diperbincangkan dalam program acaranya melalui media massa kepada penonton di rumah, yaitu masyarakat Kota Tasikmalaya. Namun, dalam proses tersebut terdapat rangkaian kegiatan yang harus dilalui tim produksi mulai dari tahap penentuan tema sampai akhirnya ditonton oleh penonton di rumah. Selanjutnya untuk mempermudah proses analisis ini, maka peneliti akan membahasnya berdasarkan rangkaian proses produksi *talk show* Pos Ronda, yaitu dimulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi.

#### 4. Kesimpulan

##### 4.1 Pra Produksi

Ciptono Setyobudi memaparkan bahwa proses pra produksi sebuah program acara memiliki sebuah alur yang berawal dari sebuah ide atau gagasan baik perseorangan atau kelompok (*teamwork*), yang diteruskan dengan proses tukar pikiran (*brainstorming*) (Ciptono Setyobudi, 2012:55). Proses pra produksi tim *talk show* Pos Ronda, juga terdapat proses yang sama, yaitu adanya proses pengumpulan ide dan tukar pikiran (*brainstorming*). Namun, yang disayangkan dalam proses ini, tim tidak terlibat secara maksimal, yang berperan langsung dalam proses ini hanya Produser, manajer produksi, manajer program dan tim Redaksi *talk show* Pos Ronda dan pihak-pihak terkait yang memiliki peran penting dalam penentuan tema. Pengangkatan tema melihat fenomena apa yang sedang terjadi di masyarakat, tengah ramai diperbincangkan dan membutuhkan penjelasan dari ahlinya guna memberikan pemahaman kepada masyarakat. Hal ini serupa dengan apa yang disampaikan oleh Fred Wibowo mengenai tahap perencanaan dalam *The Talk Program*, yaitu permasalahan yang diuraikan sedang hangat menjadi bahan pembicaraan umum, dan persoalan itu sangat penting dan penonton membutuhkan penjelasan mengenai hal itu.

Dalam tahap pra produksi, tim produksi juga mempersiapkan peralatan-peralatan yang akan digunakan saat proses *on air* secara *live*. Ciptono Setyobudi memaparkan ada 5 hal dasar dalam penataan cahaya yang harus digunakan saat proses produksi sebuah program acara televisi, yaitu *key light*, *fill light*, *back light*, *base light* dan *over exposure*. Standart *lighting* yang dimiliki oleh program *talk show* Pos Ronda sedikitnya telah sesuai dengan apa dipaparkan oleh Ciptono Setyobudi tersebut .

Saat proses *on air* secara *live*, Ciptono Setyobudi memaparkan setidaknya ada 8 teknik *angle* kamera yang digunakan, namun tim produksi *talk show* Pos Ronda hanya menggunakan 2 teknik *angle* kamera, yaitu *medium shoot* dan *full shoot*, yang dirasa sudah cukup untuk digunakan dalam proses *on air talk show* Pos Ronda yang sifatnya santai serta berada di dalam ruangan.

Dalam proses pra produksi, selain mempersiapkan set studio beserta peralatan yang di dalamnya serta mempersiapkan segala peralatan yang ada di *MCR (Master Control Room)*, tugas lain dari kru adalah menyusun jadwal siaran dalam *playbox* yang berisikan jadwal sebuah program siaran, durasi per segmen, iklan dan program selanjutnya. Dalam *playbox*, semua program sudah diatur agar dapat tayang tepat pada jam, menit dan detik yang telah ditentukan, sehingga manajemen waktu siaran dapat tersusun dengan baik. Dengan menyusun jadwal siaran pada *playbox*, tim *MCR (Master Control Room)* sangat terbantu dalam menjalankan tugasnya, karena semua program sudah di atur secara otomatis, lengkap dengan waktu tayang yang akurat.

##### 4.2 Produksi

Ciptono Setyobudi (2012 : 55) menyampaikan bahwa tahap produksi pada prinsipnya memvisualisasikan konsep naskah atau *rundown* acara agar dapat dinikmati pemirsa, dimana pada tahap ini sudah melibatkan bagian lain yang bersifat teknis (*engineering*), karena harus memvisualisasikan gagasan atau ide saat *brainstorming* maka harus menggunakan peralatan dan operator terhadap peralatan yang dioperasikan atau lebih dikenal dengan istilah *production service*. Proses produksi dalam *talk show* Pos Ronda merupakan proses dimana kru produksi sudah mulai syuting secara *live*. Ciptono Setyobudi menggambarkan alur produksi dengan membaginya menjadi 2 bagian terpisah, yaitu yang bersifat teknis (*service*) seperti *Technical Director*, *Maintenance Engineering* dan operator perangkat itu sendiri seperti *cameraman*, *audioman*, *lightingman* dan sebagainya yang dikoordinasi (manajemen) bagian *production department* seperti *executive producer*,

tim *creative* maupun *production director* yang akan *direct* program tersebut di lapangan (Ciptono Setyobudi, 2012 : 55).

Sedangkan dalam proses produksi *talk show* Pos Ronda, tidak rumit dan tidak melibatkan banyak orang, karena semua sistem telah diatur dengan otomatis, hanya memerlukan 4-6 orang yang terbagi atas 3 orang yang bertugas di *MCR (Master Control Room)* dan 2-3 orang yang bertugas di studio untuk mengatur kamera dan memberikan arahan pada narasumber dan *presenter*. Saat proses *on air talk show* Pos Ronda, yang memiliki andil besar dan cukup sibuk adalah tim yang berada di *MCR (Master Control Room)* karena mereka bertanggung jawab memberikan tayangan dengan kualitas gambar dan suara yang jernih tanpa ada *noise* yang dapat mengganggu tercapainya pesan yang disampaikan oleh narasumber dan *presenter*.

Proses produksi program *talk show* Pos Ronda juga sesuai dengan *The Mathematical Theory of Communication or Shannon and Weaver Model*, yang menjadi sumber informasi (*information source*) adalah narasumber dan *presenter* dari *talk show* Pos Ronda, mereka menyampaikan pesan (*message*) berupa informasi dan penjelasan mengenai tema yang tengah diangkat, sebuah fenomena atau peristiwa yang ramai diperbincangkan oleh masyarakat Tasikmalaya dan sekitarnya. Pesan tersebut disampaikan melalui proses *on air* secara *live* yang diubah ke dalam bentuk sinyal (*signal*) oleh pemancar (*transmitter*) sesuai dengan saluran yang akan digunakan. Radar TV memanfaatkan saluran atau *channel* yang mereka miliki sebagai media (alat) untuk menyalurkan isyarat dari pemancar kepada penerima yang menyusun kembali sinyal tersebut menjadi sebuah pesan sehingga sampai kepada tujuan (*destination*) yaitu penonton di rumah. Namun, saat proses penyampaian pesan tersebut, terdapat *noise* yang berpotensi mengganggu keefektifan komunikasi. Selama mengikuti proses *on air talk show* Pos Ronda, peneliti melihat yang menjadi *noise* yang mengganggu keefektifan penyampaian pesan pada pemirsa di rumah adalah kualitas *signal* yang dipancarkan oleh *transmitter* terlalu lemah dan tidak stabil, hal ini disebabkan oleh letak pemancar yang tertutup oleh gunung syawal ujar manejer produksi Charles Bale.

#### **4.3 Pasca Produksi**

Dikarenakan *talk show* Pos Ronda Radar TV yang sifatnya tayang secara langsung (*live*) maka tidak banyak yang dilakukan oleh kru produksi saat proses *on air* selesai, bahkan tidak ada rapat khusus setelah *on air* untuk mengevaluasi proses siaran malam itu. Kru hanya akan menonaktifkan kamera dan semua alat-alat yang digunakan selama proses *on air* berlangsung. Namun tidak hanya itu, salah satu kru juga akan mengedit rekaman dari *talk show* Pos Ronda untuk ditayangkan keesokan harinya. Pengeditan dilakukan dengan memotong segmen saat ada penelepon interaktif. Lalu tidak lupa para kru melakukan preservasi/menyimpan data produksi sebagai arsip kantor.

#### **4. Penentuan Tema dan Pembuatan Naskah**

Program acara Pos Ronda Radar TV Tasikmalaya memiliki susunan kru produksi yang berbeda dari televisi pada umumnya. Program ini berada di bawah naungan tim redaksi yang mana kesemua materi produksi berasal dari para redaktur. Sebelum menentukan tema dan naskah produser, manejer program, manejer produksi dan sekretaris redaksi mengadakan rapat tim yang bertujuan untuk menentukan tema, naskah dan narasumber, yang mana dari hasil tersebut akan dilanjutkan kepada tim redaktur untuk mencari materinya hingga sampai kepada kru produksi untuk melakukan produksi dan mempersiapkan narasumber sebelumnya. Karena acara ini merupakan acara *live* jadi naskah tidak ditentukan secara baku, melainkan fleksibel tergantung dari tema dan topik yang diangkat. Kru hanya melakukan tugas *direct* pembawa acara supaya alur pembicaraan menemukan jawaban atas topik yang sedang diangkat.

Pra produksi adalah tahap penentuan tema, topik, penentuan narasumber *rundown*, naskah. Tema dan topik kita tentukan pada saat mengadakan rapat tim, biasanya diadakan setelah beres tayangan langsung. Dalam rapat tim ini akan dihadiri oleh saya (Produser), manejer program, manejer produksi, sekretaris redaksi, dan beberapa orang yang terkait pada tahapan ini. Mengingat program ini berada di bawah naungan dari tim redaksi, maka pada setiap proses produksi tim redaksi dilibatkan. Narasumber, narasumber bisa kita tentukan setelah tema dan topik bahasan ditentukan. Penentuan ini dilakukan atas koordinasi tim redaksi dan tim produksi untuk selanjutnya menghubungi narasumber dan melakukan kepastian akan kehadirannya dalam produksi program Pos Ronda

tersebut. *Rundown*, penyusunannya tentunya dibuat senyata mungkin meminimalisir terjadinya kesalahan pada saat produksi, namun biasanya *rundown* ini kita sudah hafal dengan sendirinya karena tidak ada catatan tertulis mengenai *rundown* pada saat produksi, mengingat acara ini tayang cukup sering dalam seminggu dan semua proses produksi dilakukan di MCR. Naskah, pada saat pembuatan naskah tim redaksi hanya berpaku pada *rundown*, jadi setiap poinnya akan ada sejenis inti pembicaraan agar pada setiap segmen obrolan terarah. Naskah seperti ini biasanya disebut *rundown script*. (wawancara pribadi dengan produser Pos Ronda, Djalu Dwi Martanto)

## **5. Kendala dan Pendukung**

Dalam proses produksi *talk show* Pos Ronda Radar TV, kru produksi memiliki berbagai hal yang menjadi kendala serta pendukung terlaksananya proses produksi. Kendala dalam proses produksi pada umumnya terbagi ke dalam dua bagian, teknis dan non teknis. Dari segi teknis biasanya meliputi kerusakan alat-alat produksi ataupun permasalahan yang timbul dari kesalahan-kesalahan teknis alat pada saat proses produksi. Sedangkan dari segi non teknis berupa jalinan komunikasi yang tidak seimbang dan tidak terjalin dengan baik. Hal itu akan mengganggu jalannya proses produksi. Berikut adalah kendala yang banyak dirasakan (1) kurangnya koordinasi dan informasi mengenai pengangkatan tema dan narasumber, (2) perubahan tema, (3) adanya *noise signal* saat program sedang tayang secara langsung, (4) Jadwal tayang yang terkadang tidak sesuai

Faktor pendukung dari jalannya produksi adalah adanya peralatan-peralatan yang sudah mendukung, walaupun sifatnya yang masih sederhana. Selain itu, *talk show* Pos Ronda juga memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal di bidangnya dan mengerti banyak hal yang berkaitan dengan dunia *broadcasting*, ditambah lagi dengan adanya bantuan dari siswa SMK yang sedang menjalankan Praktek Kerja Industri.

## **Daftar Pustaka**

- Ardianto, Elvinaro et al. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada, 2008.
- Ciptono Setyobudi, 2012. *Tekhnologi Broadcasting TV*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Darwanto, S. (2007). *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harahap, S Arifin, *Jurnalistik Televisi: Teknik Memburu dan Menulis Berita Televisi*, Bogor: PT Indeks, 2006.
- Iskandar Muda, Deddy. *Jurnalistik Televisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.
- Jumroni dan Suhaimi, *Metode-Metode Penelitian Komunikasi*, Ciputat: UIN Jakarta Press, 2006.
- McQuail, Denis. *Model-Model Komunikasi*. Alih Bahasa Putu Laxman Pendit. Jakarta: Uni Primas, 1985.
- Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008
- Moleong, J. Lexy. *Metodologi Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mulyana, Dedi. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya, 2004.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumandiria, A.S. Haris. *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Bandung: Simbiosis Rekatam Media, 2006
- Tebba, Sudirman. *Jurnalistik Baru*, Ciputat: Kalam Indonesia, 2005.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1998.
- Uchjana, onong. *Citra Aditya Bakti. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: 2003
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Wahyudi, J.B. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. 1996.

Wardi Bachtiar, *Metodologi Ilmu Dakwah*, Jakarta, Logos Wacana Ilmu, 1997

Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus, 2007.

### **Daftar Websites**

<https://www.radartasikmalaya.com> (diakses terakhir pada tanggal 10 mei 2016, pukul 10:40 WIB)

<http://www.ATVLI.com> (diakses pada tanggal 8 April 2016, pukul 10.14 WIB)

<http://www.kpi.go.id> (diakses pada tanggal 10 April 2016 pukul 14.45 WIB).

