

## STRATEGI PROGRAM DIRECTOR DALAM MENGEMAS SEBUAH PROGRAM ACARA (Studi Fenomenologi pada Program Sapa Tahun Baru 2019 Kompas TV)

Adinda Viola

Freddy Yusanto, S.Sos., M.Ds

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom JI

Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat 40257

Email: [violadinda97@gmail.com](mailto:violadinda97@gmail.com) [fredyusanto@gmail.com](mailto:fredyusanto@gmail.com)

---

### ABSTRAK

Saat ini televisi yang ada di Indonesia berlomba dalam meningkatkan program yang berkualitas, sehingga dapat menarik perhatian dan minat pemirsa untuk menonton. Sebagai stasiun televisi yang mengedepankan muatan *news*, informasi dan hiburan, Kompas TV diharapkan menjadi kontrol sosial dengan meningkatkan program yang berkualitas dan dapat menarik serta memberikan nilai yang tinggi kepada pemirsa. Khusus kepada program Sapa Tahun Baru 2019, tema, teknis dan konsep acaranya akan menjadi poin penting bagi program Sapa Tahun Baru 2019. Permasalahan yang diangkat menarik karena ingin mengetahui bagaimana strategi program director dalam mengemas program acara Sapa Tahun Baru 2019 di Kompas TV Jakarta. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan sistem dengan cara pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data dengan metode deskriptif kualitatif. Data yang disajikan dalam bentuk pertanyaan atau kalimat untuk menjelaskan substansi permasalahan. Dilanjutkan dengan analisis peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap proses produksi berlangsung akan ada tahap pra-produksi dan penelitian ini menggambarkan tahap pra-produksi Sapa Tahun Baru 2019 Kompas TV Jakarta.

**Kata kunci:** Program Director, Strategi, Produksi

### ABSTRACT

*Currently television in Indonesia competes in improving quality programs, so that it can attract the attention and interest of viewers to watch. As a television station that puts forward the content of news, information and entertainment, Kompas TV is expected to be a social control by improving programs that are of high quality and can attract and provide high value to viewers. Particularly for Sapa Tahun Baru 2019 program, the theme, technique and concept of the program will be important points for Sapa Tahun Baru 2019 program. The problem that was raised was interesting because it wanted to know how the program director's strategy was in packing the 2019 New Year Sapa program in Kompas TV Jakarta. The method used is a qualitative method of phenomenology approach. This study uses a system by collecting data through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques with qualitative descriptive methods. Data is presented in the form of questions or sentences to explain the substance of the problem. Continued with the analysis of the researcher, it can be concluded that each production process will take place pre-production stage and this research describes the pre-production stage of Sapa Tahun Baru 2019 Kompas TV Jakarta.*

**Keyword:** Program Director, Strategy, Production

## 1. Pendahuluan

Saat ini keunggulan media elektronik telah mencapai efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya, tidak mengherankan jika dunia *entertainment* berkembang dengan pesat, memberikan hiburan secara *live* atau *recorded*, cetak atau elektronik. Salah satu media elektronik yang masih populer adalah televisi. Industri pertelevisian merupakan sebuah industri kreatif, hal tersebut terlihat dari jenis sajian televisi yang semakin beragam, seperti berita, *talkshow*, *feature*, *variety show* (hiburan, sinetron, kartun, drama komedi dan lain sebagainya yang membuat televisi tidak pernah sepi penonton).

Dibalik program televisi yang ditayangkan, tentu saja terdapat proses produksi yang dilakukan oleh para tim produksi yang harus memproduksi program televisi. Seperti yang diungkapkan oleh Soebroto (2005:199) bahwa, proses produksi siaran televisi jauh lebih rumit, kompleks dan biaya produksinya pun jauh lebih besar. Televisi dipilih karena lebih menarik menayangkan audio-visual, jika dibandingkan dengan koran yang hanya visual dan radio hanya audio, karena media televisi bersifat realistik, yaitu menggambarkan apa yang nyata. Lalu Wahyudi (1992:57) mengemukakan bahwa proses tahapan tersebut dimulai dari *pre production planning* (persiapan sebelum produksi), *Set-Up and rehearsal* (persiapan teknis), *production* (produksi), dan *post production* (penyelesaian produksi).

Dalam pembuatan program andalan, Kompas TV mengandalkan Program *news* (berita). Kompas TV turut hadir dengan salah satu program berita andalannya yaitu Sapa Indonesia. Program berita yang bukan hanya menghadirkan berita utama saja, tetapi juga mengikuti perkembangan berita peristiwa yang terjadi langsung dari lokasi. Program ini tidak hanya menghangatkan ruang informasi dengan perbincangan berita terpanas, tapi juga dengan hiburan dari artis-artis yang siap menghibur di awal hari pemirsanya. Sapa Indonesia Kompas TV ini turut hadir dengan serangkaian program khususnya untuk menemani pemirsa di rumah tentunya dengan tetap konsisten menampilkan program-program pilihan yang informatif serta dapat menambah pengetahuan pemirsa. Salah satunya adalah Sapa Tahun Baru 2019.

Sapa Spesial Tahun Baru 2019 adalah program dengan format berita yang dikemas spesial dalam menyambut malam pergantian tahun baru. Disiarkan langsung pukul 21.00-00.30 WIB dari Studio Orange Kompas TV dan Bintaro Jaya Exchange Mall ini turut dimeriahkan oleh sederet bintang tamu spesial diantaranya Dipha Barus, Midnight Quicky, Goodnight Electric, Dj Rizuka, Pandji Pragiwaksono, Awwe, serta komika ternama Indonesia dan dipandu oleh Nitia Annisa, Gibran Muhammad, Stefani Ginting serta Yasir Nene Ama.

Lain halnya dengan Kompas TV, TRANS TV pun hadir di malam pergantian tahun 2019 dengan menyiapkan sederetan film pilihan dari dalam negeri hingga luar negeri. Sedangkan TV One, televisi yang juga berformat *news* seperti Kompas TV ini lebih memilih menayangkan program keagamaan di malam pergantian tahun 2019 dengan ditayangkannya program acara "Indonesia Bertasbih" dan memilih menggelar ceramah dalam tablik akbar untuk ingatkan hukum merayakan tahun baru.

Berangkat dari perbandingan program acara, Kompas TV selaku televisi *news* pun tidak mau ketinggalan untuk menayangkan program spesialnya, yaitu Sapa Tahun Baru 2019. Bahwa tujuan utama dari program Sapa Tahun Baru tentu memberikan informasi, melakukan penyebaran di beberapa titik yang tidak hanya di Jakarta saja, tetapi kali ini mencoba meng-grab dari WIB, WIT dan WITA. Dikemas dalam bentuk *news-entertaint* dengan adanya hiburan dari DJ dan band serta komika, tanpa harus meninggalkan kondratnya sebagai program berformat *news*.

Sebuah strategi untuk membuat sebuah program sangat penting dalam suatu stasiun televisi agar tetap eksis di dunia pertelevisian. Strategi perlu dilakukan untuk meningkatkan sebuah *rating* dan *share* dari sebuah program acara tersebut. Walaupun *rating* dan *sharenya* sudah tinggi bukan berarti sebuah proses kreatif harus berhenti. Strategi yang dilakukan akan tetap berjalan agar *audience* tidak merasa bosan saat menonton acara tersebut. Kemudian *rating* merupakan alasan utama ditayangkannya sebuah program acara. Meski sebuah program dikatakan jelek, tidak mendidik, namun bagaimanapun itu merupakan keinginan masyarakat itu sendiri.

Terlepas dari *rating* dan *share*, tentu saja dibalik kesuksesan sebuah program acara tidak terlepas dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang berada di belakang layar dengan keahlian dibidangnya masing-masing seperti *Producer*, *Program Director*, *Floor Director*, *Switcherman*, *Cameramen*, *Audioman*, *Lighting* dll. Untuk menghasilkan acara televisi yang berkualitas tentu ada berbagai hal yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah strategi dari *Program Director*. *Program Director* adalah seseorang yang ditunjuk untuk bertanggung jawab secara teknis dan artistik dalam pelaksanaan produksi program siaran.

*Program Director* dan *Producer* kadang kala beberapa orang ada yang kebingungan tentang bagaimana posisi *Program Director* dan *Producer* dalam proses produksi, posisi keduanya saling berkaitan dalam konteks produksi program televisi, pada industri televisi seorang *Program Director* harus merelakan sebagian 'kekuasaan absolute'-nya pada *Producer*, jadi *Program Director* biasanya mengerjakan program yang sudah ditentukan pattern-nya dan seringkali tidak terlalu terlibat pada fase pra-produksi ketika program masih berbentuk konsep, lalu *Producer* lah yang membangun konsep, mempresentasikan, dan mendapat keputusan dari manajemen tentang kepastian diproduksi program, disisi lain *Program Director* bertanggung jawab tentang bagaimana program yang dikonsep *Producer* bisa di eksekusi dan direalisasikan dalam tayangan televisi, termasuk menyutradarai show, mengarahkan narasumber/*talent* dan kru teknik, menjalankan rehearsal dengan narasumber/*talent*, bertanggung jawab atas *look* dari *show* dan dalam kesempatan tertentu juga terlibat dalam urusan konten.

Untuk menjalankan program acara Sapa Tahun Baru 2019 maka *Program Director* harus mampu mengatur dan berkoordinasi dengan seluruh kru yang bertugas agar mendapatkan tayangan yang baik untuk permirsanya. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka menarik bagi penulis untuk menggali secara mendalam tentang Strategi *Program Director* Dalam Mengemas Sebuah Program Acara (pada Program Acara Sapa Tahun Baru 2019 di Kompas TV). Strategi

menurut Effendy (2008:33) pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi perlu disusun secara luas, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Hasil penelitian dideskripsikan dengan menggunakan kalimat yang terperinci sehingga mudah untuk dipahami. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell dalam Sugiyono (2011), adalah salah satu jenis pendekatan kualitatif dimana dalam pendekatan kualitatif dimana dalam pendekatan jenis ini peneliti melakukan sebuah observasi kepada partisipan untuk mengetahui fenomena-fenomena yang terjadi dalam hidup partisipan tersebut.

Dalam kaitan pemaparan latar belakang diatas maka penulis mencoba mengkaji Strategi *Program Director* dalam Program Acara Sapa Tahun Baru 2019. Dengan mengambil judul **“Strategi Program Director Dalam Mengemas Sebuah Program Acara (Studi Fenomenologi pada Program Acara Sapa Tahun Baru 2019 di Kompas TV)”**

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa pertanyaan penelitian yang ingin diketahui, yaitu :

1. Bagaimana *strategi* yang dilakukan *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV ?
3. Apa saja evaluasi yang diterima *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka ada beberapa tujuan penelitian yang ingin diketahui, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana *strategi* yang dilakukan *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV.
3. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi evaluasi yang diterima *Program Director* dalam mengemas sebuah program acara “*Sapa Tahun Baru 2019*” di Kompas TV.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Semua penelitian yang telah dilakukan memiliki manfaat dan kegunaannya tersendiri, baik untuk peneliti, maupun untuk orang lain. Peneliti pun dapat memberikan manfaat dalam penelitian ini diantaranya:



### 1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, memperluas dan memperkaya kajian ilmu teori komunikasi khususnya dalam ilmu komunikasi massa.

### 2) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan acuan bagi peneliti lainnya.

## 2. Kajian Teoritis

### 2.1 Manajemen Penyiaran

Menurut Morissan (2008: 32) menemukan definisi Penyiaran yakni Penyiaran adalah kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancar dan atau sarana transmisi darat, dilaut atau diantarkosa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara dan kabel atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Sesuai dengan teori manajemen penyiaran dalam melaksanakan proses manajemen penyiaran terdiri dari:

#### Perencanaan (*Planning*)

Menurut Terry pada Hasibuan (2005:92) Perencanaan adalah memilih dan menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai yang diinginkan

Menurut Wahyudi (1994:70) Perencanaan merupakan unsur yang sangat penting, karena siaran memiliki dampak sangat luas di masyarakat. Perencanaan disini meliputi:

- a. Perencanaan produksi dan pengadaan materi siaran, serta menyusunnya menjadi rangkaian mata acara, baik harian, mingguan, dst, sesuai dengan fungsi dan tujuan yang hendak dicapai.
- b. Perencanaan pengadaan sarana dan prasarana
- c. Perencanaan administrasi di dalamnya termasuk perencanaan dana, tenaga, dsb.

#### Pengorganisasian (*Organizing*)

Menurut Wahyudi (1994:78) Struktur Organisasi adalah mekanisme untuk mencapai tujuan dengan penerapan pembagian tugas/pekerjaan dari unsur-unsur atau fungsi-fungsi yang ada menurut bidang masing-masing disertai batas-batas kewenangan dan tanggung jawab.

Organisasi yang dibentuk untuk mengelola bidang penyiaran disebut organisasi penyiaran. Dengan demikian, definisi organisasi penyiaran adalah tempat orang-orang penyiaran (Siaran-teknik-administrasi) saling bekerja sama dalam merencanakan, memproduksi atau mengadakan materi siaran, dan sekaligus menyiarkan dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wahyudi 1994:78)

1. Perangkat keras (*hardware*) seperti
  - a. Studio dan perangkat siaran
  - b. Pemancar atau transmisi
  - c. Prasarana, seperti gedung, jalan, gudang dan lain-lain
2. Perangkat lunak (*software*) seperti
  - a. Program atau mata acara siaran
  - b. Manusia atau pengelola
  - c. Peraturan-peraturan

#### Pengisian Staf (*Staffing*)

Menurut Silalahi (2002:46) Pengisian staff adalah proses pengaturan dan pengalokasian sumber daya manusia untuk melaksanakan tugas yang sudah ditetapkan dalam pengorganisasian.

Sedangkan Winardi (1993:6) Pengisian staff adalah Jabatan yang tertera pada sebuah organisasi harus diisi dengan orang-orang yang memiliki kualifikasi untuk melaksanakan tugas yang berkaitan dengan jabatan tersebut.

#### Penggerakan (*Actuating*)

Menurut Sukarna (1992:82), Penggerakan (*actuating*) adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

Dalam organisasi penyiaran, tahap penggerakan (*Actuating*) adalah suatu tahap yang didalamnya berlangsung proses pembuatan suatu mata acara (program), yang standard operasionalnya terdiri dari tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi (Wahyudi 1994:45)

#### Pengawasan (*Controlling*)

Harold Koontz pada Hasibuan (2005:241) Pengawasan adalah pengukuran dan perbaikan terhadap pelaksanaan kerja bawahan, agar rencana-rencana yang telah dibuat untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan dapat terlaksana.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Hasil penelitian dideskripsikan dengan menggunakan kalimat yang terperinci sehingga mudah untuk dipahami. Dalam bukunya, Sugiyono mengungkapkan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan kondisi objek

yang alamiah, objek alamiah adalah objek yang apa adanya, tidak ada unsur manipulasi oleh peneliti (Sugiyono, 2011:54).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell dalam Sugiyono (2011), adalah salah satu jenis pendekatan kualitatif dimana dalam pendekatan kualitatif dimana dalam pendekatan jenis ini peneliti melakukan sebuah observasi kepada partisipan untuk mengetahui fenomena-fenomena yang terjadi dalam hidup partisipan tersebut. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk pengumpulan data oleh peneliti yang kemudian diolah untuk menemukan makna dari apa yang telah dikemukakan oleh partisipan. Fenomenologi pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara dalam mengenai perjalanan hidup seseorang.

#### 4. Pembahasan

Dalam bab pembahasan ini peneliti akan melakukan analisa terhadap gambaran strategi penyajian program acara dalam membentuk karakter program, analisa yang dilakukan sesuai dengan teori manajemen penyiaran yakni perencanaan, pengorganisasian, pengisian staf, pengerakan, dan pengawasan.

Menurut penulis dengan teori manajemen penyiaran diatas sama dan sesuai dengan apa yang dilakukan *Program Director* Kompas TV dalam hal penyajian program acara Sapa Tahun Baru 2019 antara lain:

##### 4.1 Perencanaan (Planning)

Berdasarkan wawancara Tim Produksi pada program acara Sapa Tahun Baru 2019 Kompas TV Arief Ermawan (*Program Director*), Millie Tamelan (*Producer*), dan Reggy Ade Putra (*Creative*) dalam proses perencanaan diatas terdapat beberapa kesamaan dalam proses perencanaan yang mereka lakukan dapat di ketahui antara lain:

Menentukan Ide dan Konsep, perencanaan ini dilakuan *Program Director*, setelah beliau mempunyai konsep dan tujuan yang jelas, maka beliau melakukan diskusi dengan semua kru yang terlibat dalam program acara tersebut, untuk mematangkan lagi konsep yang telah beliau gambarkan. Maka terjadilah diskusi mengenai konsep acara Sapa Tahun Baru 2019 mulai dari mencari referensi shot-shot pergerakan kamera seperti apa nanti pada program Sapa Tahun Baru 2019 tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang di kutip Wahyudi yang menyatakan mengenai konsep materi siaran, serta menyusunnya menjadi rangkaian mata acara sesuai dengan fungsi dan tujuan yang hendak dicapai.

Menentukan target dan segmentasi audien dalam hal ini esuai dengan apa yang dinyatakan Morrison, keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolannya dalam memahami audien dalam hal menentukan segmentasi, targeting dan positioning. Dalam hal ini segmentasi dan target yang di tuju oleh pihak Kompas TV yaitu lebih pada orang dewasa berumur 30 tahun keatas, karena ini adalah program Sapa Tahun Baru 2019 maka target mereka adalah kalangan keluarga dan anak muda usia minimal 15 tahun keatas yang menyenangi informasi bervariasi sekaligus hiburan, khususnya bagi mereka yang menghabiskan waktu malam tahun baru dirumah.

Hal pertama yang dilakukan Kompas TV dalam memenuhi kebutuhan audien yaitu mereka akan selalu memonitoring stasiun televisi yang menjadi saingannya, khususnya televisi

berita yang mempunyai acara yang sama, sehingga nanti akan lebih mengerti apa yang menjadi kelemahan program Sapa Tahun Baru 2019 dan apa yang menjadi kelebihan mereka. Dan itu yang dilakukan dalam mengemas program acara Sapa Tahun Baru 2019 tersebut.

#### **4.2 Pengorganisasian (Organizing)**

Berdasarkan hasil wawancara, menurut Arief Ermawan (*Program Director*) dan Millie Tamelan (*Producer*) dapat di ketahui bahwa pengorganisasian berupa ruangan yang mereka gunakan baik *Program Director*, *Executive Producer* dan *Producer* pada saat acara mulai relative sama yaitu berada di dalam satu ruangan yang sama, terdapat perangkat PD atau peralatan PD serta perangkat komputer dengan standar broadcast, sedangkan ruangan khusus penyajian program acaranya nanti yaitu studio siaran indoor maupun outdoor lebih banyak lagi peralatan yang digunakan.

Jadi dalam tahap pengorganisasian yang dikutip Wahyudi, ternyata sama dengan apa yang digunakan oleh pihak Kompas TV dari perangkat yang digunakan. Bahwasanya perangkat keras (*hardware*) seperti studio dan perangkat siaran, pemancar atau transmisi, prasarana seperti gedung, jalan, gudang dan lain-lain. Dimana tempat orang-orang penyiaran (siaran-teknik-administrasi) saling bekerja sama dalam merencanakan, memproduksi atau mengadakan materi siaran, dan sekaligus menyiarkan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

#### **4.3 Pengisian Staf (Staffing)**

Menurut Silalahi, pengisian staff adalah proses pengaturan dan pengalokasian sumber daya manusia untuk melaksanakan tugas yang sudah ditetapkan dalam pengorganisasian. Sedangkan Winardi, jabatan yang tertera pada sebuah organisasi harus diisi dengan orang-orang yang memiliki kualifikasi untuk melaksanakan tugas yang berkaitan dengan jabatan tersebut.

Dalam hal ini proses *staffing* yang dilakukan Kompas TV dalam penyajian acara Sapa Tahun Baru 2019, menurut Arief Ermawan (*Program Director*), dan Millie Tamelan (*Producer*) dalam proses *Staffing* dalam hal ini pihak Kompas TV selama mereka membuat dan menentukan program acara, peran dari *Program Director*, *Executive Producer*, *Producer* dan *Creative* dalam mengemas sebuah program acara sangat diperlukan sekali. Walaupun divisi atau tim dari sebuah stasiun televisi sangat banyak, baik *team support*, *graphic*, *art*, lalu ada juga *team news gathering*. Namun peranan tim produksi lah yang nantinya akan menentukan apakah program tersebut bagus atau tidak. Begitu pun yang mereka lakukan pada program acara Sapa Tahun Baru 2019 bahwa peranan dari tim produksi sangat menentukan sekali.

#### **4.4 Penggerakan (Actuating)**

Dalam proses penyajian acara Sapa Tahun Baru 2019 di Kompas TV sesuai dengan pernyataan Wahyudi yaitu terdiri dari tiga bagian pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hal itupun yang dilakukan oleh pihak Kompas TV terutama *Program Director*. Berikut hasil kesimpulan dari ketiga tahapan diatas:



### 1. Tahap Pra Produksi

*Program Director* ikut rapat dengan tim produksi yang dipimpin oleh *Producer* atau *Executive Producer*, nanti *Producer* akan menjelaskan konsep acaranya sesuai dengan kebutuhan program acara Sapa Tahun Baru 2019 kepada kru yang akan bertugas, setelah *Program Director* mendapatkan materi tersebut, beliau melakukan *blocking* acara. Dalam melakukan *blocking* acara *Program Director* akan menentukan terlebih dahulu jumlah kamera, peralatan apa saja yang dibutuhkan, serta memberikan masukan di *rundown*-nya, jadi nantinya secara konten lebih bagus dan secara kerja lebih memudahkan untuk semua orang, itulah yang dibahas ketika rapat penyajian program acara.

### 2. Tahap Produksi

Setelah di rapatkan barulah *Program Director* memimpin langsung kerja tim untuk memblock kamera, melakukan GR (geladi resiko) dan persiapan untuk live.

### 3. Pasca Produksi

Dalam tahap ini proses selanjutnya ada dibawah tanggung jawab *Producer* sebelum masuk ke *quality control*, kesalahan sedikitpun seperti gambar, konten, dan sebagainya merupakan tanggung jawab dari *Producer* hingga acara tersebut akan tayang.

### 4.5 Pengawasan (*Controlling*)

Harold Koontz pada Hasibuan, pengawasan adalah pengukuran dan perbaikan terhadap pelaksanaan kerja bawahan, agar rencana-rencana yang telah dibuat untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan dapat terlaksana

Pengawasan yang dilakukan pihak Kompas TV dalam penyajian acara Sapa Tahun Baru 2019, melakukan evaluasi mengenai hal yang sudah direncanakan dan dijalankan, dalam hal ini pihak Kompas TV terutama *Program Director* akan melakukan koreksi atau perbaikan dalam setiap program yang dikerjakan, begitu pun pada program Sapa Tahun Baru 2019 tersebut, bahwa masih ada kelemahan yang meski ditutupi atau diperbaiki, dalam memenuhi kebutuhan dari penonton.

Sesuai dengan apa yang dikatakan Terry pada Wahyudi, pengawasan merupakan upaya untuk menjaga kegiatan agar dapat berjalan secara efektif dan efisien, artinya apabila dalam pengawasan pelaksanaan ditemukan penyimpangan maka langsung diadakan tindak koreksi.

Bahwa sebuah program acara seperti halnya Sapa Tahun Baru 2019 Kompas TV sangat diperlukan sekali tahapan evaluasi dalam penyajiannya, karena terkadang sebuah acara harus mengikuti perkembangan yang ada, baik perkembangan teknologi maupun manusianya, sehingga *Program Director* dan Tim Produksi Kompas TV harus tahu benar kebutuhan masyarakat saat ini terutama dalam acara Sapa Tahun Baru 2019. Kapanpun bisa diganti konsepnya namun tidak menghilangkan ciri khas dari acara Sapa Tahun Baru tersebut.

### 5. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa gambaran strategi penyajian program Sapa Tahun Baru 2019 Kompas TV telah melewati proses strategi dengan beberapa proses. Proses tersebut

merupakan proses pra produksi, produksi, pasca produksi, serta kendala teknis dan non-teknis yang telah dihadapi dalam proses pembuatan program.

1. Strategi penyajian program acara Sapa Tahun Baru 2019 yang dilakukan *Program Director* Kompas TV yaitu menggunakan proses manajemen penyiaran, yang dimulai dari tahap Perencanaan (*Planning*). Pengorganisasian (*Organizing*), Pengisian Staf (*Staffing*), Penggerakan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*). Jadi dalam hal ini strategi penyajian acara Sapa Tahun Baru 2019 yang telah dilakukan oleh *Program Director* Kompas TV sama dan sesuai dengan tahapan dari proses manajemen penyiaran.
2. Bahwa dalam sebuah industri televisi media massa terutama sebuah stasiun televisi peranan *Program Director* sangatlah penting, disamping ia mengerjakan *Job Desk* pekerjaannya sendiri, *Program Director* pun dituntut untuk membuat sebuah program yang menarik sehingga dapat dinikmati oleh para penontonnya.
3. Dalam pembuatan suatu produksi program Sapa Tahun Baru 2019 itu diperlukan kerja tim produksi yang mempunyai kemampuan dan pengalaman dalam membuat sebuah program di televisi. Karena jika tidak ada kerja tim yang solid maka tujuan yang ingin dicapai tidak akan terlaksana dengan baik.

### 5.1 Saran

Pada bagian akhir dalam penelitian ini, peneliti merasa perlu memberikan saran, dimana peneliti menyadari masih banyak hal-hal yang belum sempurna pada penelitian ini. Pemberian saran ini bertujuan untuk memberikan masukan agar di penelitian selanjutnya khususnya media massa televisi dapat digunakan dengan lebih baik. Adapun saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Program Director* diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas dirinya terhadap program yang ia kendalikan, untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh audience dijamin milenial terutama. Hal ini bertujuan agar program Sapa Tahun Baru 2019 tetap memiliki penonton yang tertarik terhadap tayangan-tayangan yang disajikan.
2. *Program Director* diharapkan agar kerjasama dan solidaritas antar individu di Kompas TV, khususnya individu-individu antara departemen bisa lebih ditingkatkan lagi agar dapat selalu terjalin kordinasi yang baik dalam hal proses manajemen penyiaran penyajian program acara Sapa Tahun Baru 2019 di Kompas TV.
3. *Program Director* diharapkan agar ditingkatkan lagi ide-ide yang kreatif sehingga hasil yang dicapai terutama program jadi lebih berwarna dan tidak monoton dalam penyajiannya, dan hubungan relasi antar divisi karyawan bisa lebih ditingkatkan lagi, sehingga hasilnya akan lebih maksimal.

## Referensi

- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Hasibuan, S.P Malayu. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Silalahi, Ulber. 2002. *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*. Bnadung
- Soebroto, D.S. 2005. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukarna. 1992. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju
- Wahyudi. 1992. *Komunikasi Jurnalistik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Wahyudi, JB. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Winardi. 1993. *Manajer dan Manajemen*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Telkom  
University

