



**PROGRAM ACARA WANDA SEBAGAI UPAYA MALANG TV  
MEMPUBLIKASIKAN USAHA KULINER MASYARAKAT  
DI WILAYAH MALANG RAYA**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Chandra Kusumaning Pratiwi**

**NIM 110110401034**

**PROGRAM STUDI TELEVISI DAN FILM  
FAKULTAS SAstra  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**



**PROGRAM ACARA WANDA SEBAGAI UPAYA MALANG TV  
MEMPUBLIKASIKAN USAHA KULINER MASYARAKAT  
DI WILAYAH MALANG RAYA**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Televisi dan Film (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Sastra

Oleh:

**Chandra Kusumaning Pratiwi**

**NIM 110110401034**

**PROGRAM STUDI TELEVISI DAN FILM  
FAKULTAS SASTRA  
UNIVERSITAS JEMBER  
2015**

**PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayah dan ibuku tercinta, Basuki Adi dan Endang Sri Hartini
2. Kakak-kakakku, Awan Pribadi Basuki dan Bangkit Pribadi Basuki.
3. Guru-guruku mulai taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi.
4. Almamaterku tercinta Program Studi Televisi dan Film Fakultas Sastra Universitas Jember.

## MOTO

Maka apabila kamu telah selesai (dari urusanmu),  
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.<sup>1</sup>  
(terjemahan QS. Al Inshirah ayat 7)

Salah satu pengkerdilan terkejam dalam hidup  
adalah membiarkan pikiran yang cemerlang  
menjadi budak bagi tubuh yang malas, yang  
mendahulukan istirahat sebelum lelah.<sup>2</sup>

Kecenderungan untuk memperoleh segalanya secara instan  
dan mudah cuma akan bikin kita terjebak jadi seseorang yang nggak punya  
daya juang dan mengabaikan kreativitas.<sup>3</sup>  
(Rangga Umara)

---

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia. 2009. *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar

<sup>2</sup> Mario Teguh. 2010. Golden Way: Kumpulan kata-kata. [Serial Online]. <http://www.resep.web.id/motivasi/golden-way-kumpulan-kata-kata-motivasi-mario-teguh.htm>. [28 Juli 2015]

<sup>3</sup> Rangga Umbara. 2015. Kata Mutiara Kreativitas. [Serial Online]. <http://www.katmut.com/topik/kreativitas/>. [28 Juli 2015]

**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

nama : Chandra Kusumaning Pratiwi

NIM : 110110401034

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “Program Acara Wanda Sebagai Upaya Malang TV mempublikasikan Usaha Kuliner Masyarakat di Wilayah Malang Raya” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi mana pun serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 Agustus 2015  
Yang menyatakan,

Chandra Kusumaning Pratiwi  
NIM 110110401034

**SKRIPSI**

**PROGRAM ACARA WANDA SEBAGAI UPAYA MALANG TV  
MEMPUBLIKASIKAN USAHA KULINER MASYARAKAT  
DI WILAYAH MALANG RAYA**

Oleh

Chandra Kusumaning Pratiwi  
NIM 110110401034

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Renta Vulkanita Hasan, S.Sn, M.A

Dosen Pembimbing anggota : Deny Antyo Hartanto, S.Sn, M,Sn

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “Program Acara Wanda Sebagai Upaya Malang TV mempublikasikan Usaha Kuliner Masyarakat di Wilayah Malang Raya” telah diuji dan disahkan pada:

Hari/tanggal : Rabu, 19 Agustus 2015

Tempat : Fakultas Sastra Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Renta Vulkanita Hasan, S.Sn, M.A.

Denny Antyo Hartanto, S.Sn, M.Sn.

NIP 198411042010122004

NIP 198103022010121004

Anggota I

Anggota II

Drs. Hary Kresno Setiawan, M.M.

Romdhi Fatkhur R, S.Sos., M,Med.Kom

NIP 195702251988021001

NRP 070946022

Mengesahkan

Dekan,

Dr. Hairus Salikin, M.Ed.

NIP 196310151989021001

**Chandra Kusumaning Pratiwi**

*Program Studi Televisi dan Film Fakultas Sastra Universitas Jember*

## **ABSTRACT**

*Broadcasting Law No. 32 in 2002 as a result of the centralization of power by the spirit of regional autonomy spur the region to introduce the potential of the region through programs aired by private television which has a frequency both locally and nationally. The existence of local television made possible by the mandate of the broadcasting law No. 32 of 2002 on the fourth section of the public broadcaster, Article 14 paragraph (3) which states that the area of the province, county, or city can set up local public broadcasters. Malang TV is the first local private television in Malang. Wanda programs is one of the flagship programs in Malang TV spots featuring culinary easy and affordable, making it easier for foodies to sample the culinary-culinary across the region Malang. Wanda is expected to promote the efforts of ordinary people into the public domain so that efforts can be known and glimpsed by the public. This study will reveal the creative process Wanda programs as TV Malang efforts in promoting and attracting audiences. Format qualitative research design used in this study is divided into three models, namely descriptive format, format verification, and grounded research format. Television program production theory into grand theory that became the foundation of researchers in discussing the creative process Wanda production. This study provides a general overview and specific about the creative process Malang TV in producing programs Wanda is based on the theory of SOP (standard operational procedure) television production, ranging from pre-production (search program idea, planning, and preparation), production, post-production (editing , mixing), strategies and evaluation programs Wanda.*

**Keywords:** *Local Television, Malang TV, Wanda, creative process, SOP.*



**Chandra Kusumaning Pratiwi**

*Program Studi Televisi dan Film Fakultas Sastra Universitas Jember*

## **ABSTRAK**

Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 sebagai dampak dari proses pemusatan kekuasaan berdasarkan otonomi daerah memacu semangat daerah untuk mengenalkan potensi daerahnya melalui program-program yang ditayangkan melalui televisi swasta yang memiliki frekuensi baik lokal maupun nasional. Keberadaan televisi lokal dimungkinkan berdasarkan amanat undang-undang penyiaran Nomor 32 tahun 2002 pada bagian keempat tentang lembaga penyiaran publik, pasal 14 ayat (3) yang menyatakan bahwa di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan lembaga penyiaran publik lokal. Malang TV merupakan televisi swasta lokal pertama yang ada di wilayah Malang. Program acara *Wanda* adalah salah satu program unggulan Malang TV dalam menampilkan tempat-tempat kuliner yang mudah dicari dan terjangkau, sehingga memudahkan pecinta kuliner untuk mencicipi kuliner-kuliner yang ada di seluruh kawasan Malang. *Wanda* diharapkan dapat mempromosikan usaha-usaha rakyat kecil ke ranah publik sehingga usaha-usaha tersebut dapat diketahui dan dilirik oleh masyarakat luas. Penelitian ini akan mengungkap proses kreatif program acara *Wanda* sebagai upaya Malang TV dalam mempromosikan dan menarik minat penonton. Format desain penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikatif, dan format *grounded research*. Teori produksi program acara televisi menjadi *grand theory* yang menjadi pijakan peneliti dalam membahas proses kreatif produksi *Wanda*. Penelitian ini memberikan gambaran secara umum dan khusus tentang proses kreatif Malang TV dalam memproduksi program acara *Wanda* berdasarkan teori SOP (*standard operational procedure*) produksi televisi, mulai dari pra produksi (pencarian ide program, perencanaan, dan persiapan), produksi, pasca produksi (editing, mixing), strategi dan evaluasi program acara *Wanda*.

**Kata Kunci :** Televisi Lokal, Malang TV, *Wanda*, Proses kreatif, SOP.

## RINGKASAN

**“Program Acara Wanda Sebagai Upaya Malang TV Mempublikasikan Usaha Kuliner Masyarakat di Wilayah Malang Raya”**; Chandra Kusumaning Pratiwi; 110110401034; 2015: 81 halaman; Program Studi Televisi dan Film Fakultas Sastra Universitas Jember.

Malang TV merupakan televisi swasta lokal pertama yang ada di wilayah Malang. Melalui televisi ini diharapkan dapat memperkenalkan Malang kepada dunia luar dan masyarakat Malang sendiri pada khususnya. *Wanda* merupakan salah satu program andalan Malang TV yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat Malang. Oleh karena itu, perlu adanya informasi mengenai latar belakang proses produksi program acara *Wanda*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap proses kreatif dan strategi Malang TV dalam mempromosikan dan menarik minat penonton.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif berdasarkan sudut pandang produksi kreatif televisi. Format desain penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikatif, dan format *grounded research*. Penelitian ini memberikan gambaran secara umum dan khusus tentang proses kreatif Malang TV dalam memproduksi program acara *Wanda* berdasarkan teori SOP (*standard operational procedure*) produksi televisi, mulai dari pra produksi (pencarian ide program, perencanaan, dan persiapan), produksi, pasca produksi (*editing, mixing*, dan evaluasi). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengamatan dan dan telaah pustaka, teknik wawancara terbuka, teknik observasi, dan teknik dokumentasi. Penelitian dilakukan di stasiun Malang TV, dengan waktu penelitian kurang lebih tiga bulan mulai dari bulan April-Juni 2015. Teknik validasi data yang digunakan

dalam penelitian ini adalah peningkatan ketekunan dan triangulasi sumber. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu *data reduction*, *display data*, dan *conclusions* atau *verifying*.

Proses kreatif yang dilakukan berdasarkan SOP (*standard operational procedure*) yang meliputi proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahapan-tahapan yang dilakukan Malang TV dalam program acara *Wanda* adalah sebagai berikut: Praproduksi meliputi Pencarian talent atau tempat kuliner yang akan diliput, menggali data, legalitas atau perijinan, konsep produksi, dan persiapan sarana produksi. Produksi meliputi Penentuan *type of shot*, *angle* dan komposisi gambar yang digunakan. Pengambilan gambar dimulai dari *opening*, pengambilan *footage*, wawancara pemilik, pengambilan gambar makanan yang disajikan, presenter saat mencicipi makanan dan memberikan testimoni terhadap citarasa makanan tersebut. *Closing segment* atau *closing* program. Sedangkan pascaproduksi meliputi *capturing* (terkadang proses ini tidak digunakan), *convert* (proses ini dilakukan saat tidak melakukan proses *capturing*), *Logging*, *Offline editing* (editing video secara kasar), *Online editing* (memperhalus hasil dari *offline editing*), *Editing sound*, *Mixing*, *Subtitling*, *Rendering*, dan yang terakhir penyerahan tayangan ke MCR. Strategi program acara *Wanda* menampilkan nama warung dan harga makanan yang ditawarkan sesering mungkin. Evaluasi program digunakan untuk memantau tayangan *Wanda* sesuai dengan target yang ditentukan atau tidak.

Strategi program acara *Wanda* tidak lepas dari proses perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Strategi program acara *Wanda* juga bisa dilihat dari waktu penayangan program, karena waktu penayangan ditentukan oleh ketersediaan audien yang dituju, sehingga maksud dan tujuan dari program acara ini bisa diterima masyarakat. Setiap stasiun televisi memiliki kebijakan waktu *prime time* tersendiri, sehingga program-program yang ditayangkan sesuai dengan target yang diinginkan.

## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya tulis ilmiah yang berjudul “Program Acara Wanda Sebagai Upaya Malang TV mempublikasikan Usaha Kuliner Masyarakat di Wilayah Malang Raya”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Televisi dan Film Fakultas Sastra Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hairus Salikin, M,Ed. selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember.
2. Drs. A. Lilik Slamet Raharsono, M.A. selaku Ketua Program Studi Televisi dan Film Fakultas Sastra Universitas Jember.
3. Renta Vulkanita Hasan, S.Sn, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Utama, dan Denny Antyo Hartanto, S.Sn. M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang senantiasa sabar membimbing, mengarahkan meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini.
4. Drs. Hary Kresno Setiawan, M.M. dan Romdhi Fatkhur Rozi, S.Sos., M,Med.Kom selaku penguji I dan penguji II, yang bersedia meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi masukan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
5. Seluruh dosen Program Studi Televisi dan Film yang telah membantu penulis dalam menempuh ilmu di bangku perkuliahan, serta operator jurusan yang telah membantu dalam melengkapi persyaratan skripsi.

6. Seluruh karyawan PT. Malteve (Malang TV) khususnya program acara Wanda yang dengan sukarela membantu kelancaran proses penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Mustika sekeluarga yang bersedia menerima kembali penulis untuk tinggal dirumahnya selama penelitian berlangsung.
8. Sahabat seperjuanganku Mufid, Ernik, Firda, Noni, Mirza, Wardah, Roro, Jibril, Iftah, serta seluruh teman-teman Program Studi Televisi dan Film angkatan 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya, terima kasih untuk kebersamaan dan bantuanya dalam suka dan duka selama berjuang mencari ilmu di Program studi ini.
9. Mahasiswa Program Studi Televisi dan Film angkatan 2010 yang telah menjadi motivator dan panutan selama menjalani masa perkuliahan.
10. Sahabat-sahabatku Ambar, Diana, Bibi, Nia, Retno, Kak Lia, Yulis yang telah menjadi keluarga keduaku selama menimbah ilmu di kota Jember, dan terima kasih atas bantuan, do'a dan telah menemaniku dengan penuh kasih selama ini, serta semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu per satu namanya.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan Program Studi Televisi dan Film Fakultas Sastra, Universitas Jember pada khususnya.

Jember, Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Manajemen Produksi (Proses Kreatif Televisi).....	9
2.2.2 Segmentasi Audien.....	14

2.2.3 Dasar-dasar <i>Cinematography</i> .....	15
2.2.4 Siaran Televisi di Indonesia dan Karakteristiknya .....	16
2.2.5 Kategori Format Program Televisi .....	18
2.2.6 Feature .....	19
2.2.5 Undang-Undang Penyiaran.....	20
2.2.6 Komunikasi Massa dan Karakteristiknya .....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3 Sumber Data .....	25
3.4 Tempat Penelitian .....	26
3.5 Waktu Penelitian .....	26
3.6 Teknik Validasi Data .....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.8 Teknik Pengambilan Kesimpulan .....	28
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Praproduksi Program Acara <i>Wanda</i> .....	32
4.2 Produksi Program Acara <i>Wanda</i> .....	44
4.3 Pascaproduksi Program Acara <i>Wanda</i> .....	56
4.4 Strategi Program Acara <i>Wanda</i> .....	65
4.5 Evaluasi Program Acara <i>Wanda</i> .....	69
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	74
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Kategori Segmentasi Audien .....	14
Tabel 4.1 Pembagian Waktu Siaran dan Ketersediaan Audien.....	37
Tabel 4.2 Alur Pengambilan Gambar Program Acara <i>Wanda</i> .....	42
Tabel 4.3 Wawancara Pemilik Usaha Kuliner .....	47
Tabel 4.4 Testimoni Presenter.....	49
Tabel 4.5 Penggunaan <i>Type Of Shot</i> pada Program <i>Wanda</i> .....	52
Tabel 4.6 Penggunaan <i>Angle</i> Kamera pada Produksi <i>Wanda</i> .....	55
Tabel 4.7 Contoh <i>Online Editing</i> pada Program Acara <i>Wanda</i> .....	59
Tabel 4.8 Penggunaan <i>Title</i> pada Program Acara <i>Wanda</i> .....	61



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Bagan sistem praproduksi, produksi dan pascaproduksi.....	18
Gambar 2.2 <i>Angle</i> Kamera .....	16
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data.....	28
Gambar 4.1 Struktur Kerabat Kerja <i>Wanda</i> .....	41
Gambar 4.2 Logo <i>Wanda</i> .....	41
Gambar 4.3 Diagram produksi.....	45
Gambar 4.4 Diagram pascaproduksi .....	58
Gambar 4.5 Proses Rendering program acara <i>Wanda</i> .....	63

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A. Gambaran Umum Perusahaan .....	82
Lampiran B. Struktur Karyawan Malang TV .....	87
Lampiran C. Jadwal dan Program-Program di Malang TV .....	90
Lampiran D. Struktur Kerabat Kerja <i>Wanda</i> .....	92
Lampiran E. Foto Wawancara.....	93
Lampiran F. Foto Produksi .....	95

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penggunaan media saat ini semakin berkembang pesat, hal itu dapat dilihat pada setiap aspek kehidupan masyarakat dari berbagai kalangan. Terbukti pada era globalisasi saat ini informasi menjadi kebutuhan yang sangat dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Perkembangan teknologi secara tidak langsung menyebabkan teknologi komunikasi semakin berkembang, dan memberikan banyak ragam media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Komunikasi memiliki pengertian suatu proses penyampaian informasi dari manusia satu ke manusia lainnya dan berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur dan memengaruhi. Media massa yang hadir dalam kehidupan kita saat ini terbagi menjadi dua jenis yaitu media cetak yang terdiri dari surat kabar, majalah, memo, dan media elektronik yang terbagi menjadi televisi, radio, film, dan internet.

Televisi merupakan salah satu bentuk media yang tergabung dalam jenis media elektronik audio visual dan merupakan media yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Secara sederhana televisi dapat didefinisikan sebagai upaya “melihat dari jauh” (Setyobudi, 2006:8), dan dapat dijelaskan sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dan suara dari jarak jauh. Dalam kamus televisi dan film (Zoebazary, 2010:255) mengungkapkan bahwa televisi adalah suatu alat penangkap siaran atau penyiaran video secara serempak. Sehingga penonton dapat menikmati gabungan antara gambar hidup (bergerak) dan suara secara bersamaan dan berhadapan langsung dengan objek yang ditayangkan.

Munculnya Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 sebagai dampak dari proses pemusatan kekuasaan berdasarkan otonomi daerah memacu semangat daerah untuk mengenalkan potensi daerahnya melalui program-program yang

ditayangkan melalui televisi swasta yang memiliki frekuensi baik lokal maupun nasional. Peluang ini diterima dan ditanggapi oleh pihak-pihak di daerah untuk mencoba berlomba mengenalkan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia lokal melalui bisnis televisi swasta lokal. Televisi-televisi swasta lokal harus siap bersaing dengan stasiun TV swasta nasional (berjaringan) yang lebih dulu dikenal secara luas. Dalam Kamus Televisi dan Film (Zoebazary, 2010:257) televisi lokal diartikan sebagai stasiun televisi dengan jangkauan terbatas yang hanya bisa dinikmati suatu daerah yang sama dengan stasiun televisi itu berada. Keberadaannya dimungkinkan berdasarkan amanat undang-undang penyiaran Nomor 32 tahun 2002 pada bagian keempat tentang lembaga penyiaran publik, pasal 14 ayat (3) yang menyatakan bahwa di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan lembaga penyiaran publik lokal.

Berdasarkan UU Penyiaran no. 32 tahun 2002, pasal 6 (Lamintang, 2013:111), menyatakan bahwa jaringan frekuensi radio digunakan negara untuk kemakmuran rakyat (informasi) dengan membentuk jaringan yang adil, kemudian dikembangkan lagi membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal yang berada dibawah komisi penyiaran. Hal ini dijabarkan pada ayat-ayat yang terkandung dalam pasal 6, yang berbunyi:

1. Penyiaran diselenggarakan dalam satu sistem penyiaran nasional.
2. Dalam sistem penyiaran nasional sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), Negara menguasai spektrum frekuensi radio yang digunakan untuk penyelenggaraan penyiaran guna sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
3. Dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal.
4. Untuk penyelenggaraan penyiaran, dibentuk sebuah komisi penyiaran

Telah kita ketahui bersama bahwa berdirinya televisi lokal telah memiliki kekuatan hukum yang mengikat semua kegiatan yang berlangsung di televisi tersebut. Hal itu diperkuat lagi mengenai stasiun siaran dan wilayah jangkauan siaran yang dijelaskan sebagai berikut, lembaga penyiaran terdiri dari penyiaran

jaringan dan penyiaran lokal serta melakukan siaran melalui sistem jaringan dengan wilayah terbatas yaitu televisi lokal, karena televisi lokal hanya dapat didirikan di tempat tertentu dengan jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. Pemaparan diatas terdapat pada pasal 31 ayat (1,3, dan 5) tahun 2002 (Lamintang, 2013:121) yang berbunyi:

1. Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan/atau stasiun penyiaran lokal;
2. Lembaga penyiaran swasta dapat menyelenggarakan siaran melalui sistem stasiun jaringan dengan wilayah jangkauan terbatas; (ayat 3)
3. Stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah Negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. (ayat 5)

Masyarakat merasa lebih berminat dan tertarik ketika suatu program acara yang dikemas menayangkan peristiwa-peristiwa yang berhubungan erat dengan lingkungan masyarakat itu tinggal (Fachruddin, 2012:95). Kedekatan antara televisi dan khalayak penonton secara tidak langsung akan membentuk hubungan mutualisme (saling menguntungkan) di antara keduanya. Hal tersebut memungkinkan televisi dapat mengenalkan budaya-budaya lokal yang dimiliki suatu daerah sehingga dikenal masyarakat. Bagi pihak stasiun televisi, mereka mampu bersaing dengan stasiun televisi swasta nasional (berjaringan). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat sangat merespon positif dengan adanya televisi lokal.

Kehadiran televisi lokal menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat lokal untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Keberadaan televisi lokal menjadi sangat berharga, baik bagi pemerintah daerah maupun bagi masyarakat. Selama ini banyak serbuan kapitalisme global dan budaya luar begitu kuat masuk lewat stasiun televisi swasta nasional (berjaringan) yang bekerja sama dengan televisi asing. Pada posisi ini, televisi lokal mempunyai peluang membawa nilai-nilai luhur budaya daerah, dengan mengangkat budaya dan kearifan lokal yang

hidup dan berkembang di masyarakat yang nantinya akan terjadi proses pembelajaran serta penanaman nilai-nilai positif budaya lokal. Televisi lokal menjadi harapan bagi masyarakat untuk mengangkat budaya daerah, karena dikhawatirkan budaya itu akan makin luntur dan tidak dikenal oleh generasi muda. Televisi lokal sudah berkembang di berbagai wilayah di Indonesia tak terkecuali di Jawa Timur yang sudah memiliki banyak ragam televisi, mulai dari televisi swasta lokal maupun televisi swasta nasional (berjaringan) diantaranya: Surabaya, Malang, Kediri, Jember, Lamongan, Blitar, dan Madiun. Wilayah Malang sudah cukup banyak memiliki televisi lokal yang berkembang antara lain: UB TV, CRTV (Citra Raya Televisi), Malang TV, MHTV, ATV (Agropolitan Televisi), Gajayana Televisi, Dhama TV.

Malang TV merupakan televisi swasta lokal pertama yang ada di wilayah Malang. Melalui televisi ini diharapkan dapat memperkenalkan Malang kepada dunia luar dan masyarakat Malang sendiri pada khususnya. Stasiun televisi ini merupakan salah satu stasiun televisi di wilayah Malang yang berdiri pada tahun 2004 dan berlokasi di Jl. Puncak Joyo Agung, Merjosari, Malang. Aktivitas siaran di Malang TV mulai pukul 06.00 WIB sampai 24.00 WIB dengan jumlah karyawan kurang lebih tujuh puluh orang. Berbagai program acara ditayangkan oleh stasiun televisi ini secara garis besar berhubungan langsung dengan masyarakat, salah satu program tersebut adalah “Warung Anda” (*Wanda*).

*Wanda* merupakan salah satu program andalan Malang TV yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat Malang. Program acara ini menampilkan tempat-tempat kuliner yang mudah dicari dan terjangkau, sehingga memudahkan pecinta kuliner untuk mencicipi kuliner-kuliner yang ada di seluruh kawasan Malang. *Wanda* diharapkan dapat mempromosikan usaha-usaha rakyat kecil ke ranah publik sehingga usaha-usaha tersebut dapat diketahui dan dilirik oleh masyarakat luas. Program acara *Wanda* tayang setiap hari mulai pukul 06.30-07.00 WIB dan 12.30-13.00 WIB, akan tetapi program acara ini memiliki waktu tayang khusus pada waktu ramadhan yaitu pukul 17.00-18.00 WIB. Keberadaan program acara *Wanda* memberikan keuntungan tersendiri bagi pemilik usaha kuliner, hal ini

dikarenakan warung mereka dikenal banyak orang, sehingga diharapkan dapat meningkatkan keuntungan.

Usaha kuliner memiliki peluang yang cukup besar dan akan terus berkembang. Meningkatnya perkembangan jaman dan teknologi, aneka makanan unik terus bermunculan dan menggugah selera masyarakat, namun tetap tergantung jenis dan strategi yang digunakan para pemilik usaha untuk memasarkan produknya. Hal ini juga menjadi daya tarik sendiri bagi stasiun televisi untuk berlomba-lomba memunculkan tema kuliner pada program acaranya. Meskipun demikian, seperti yang kita ketahui bersama bahwa saat ini banyak program sejenis seperti Wisata Kuliner (Kuliner Pilihan), Gula-gula, *Fish and Chef* dan *Ala Chef* di Trans Tv, *Citra Rasa* dan *Cooking Adventure with William Wongso*, dan *menu and venue* di Metro TV, *Selera Nusantara* dan *Masterchef* di RCTI, *Bango Cita Nusantara* di Indosiar, *Selera Asal* di TV ONE dan lain-lain.

Adanya beberapa tayangan sejenis dapat memberikan masukan untuk konsep pada program acara *Wanda*, sehingga program tersebut semakin bervariasi dan menarik antusiasme khalayak untuk menonton program *Wanda*. Keragaman tayangan sejenis juga berasal dari televisi swasta terkemuka yang pada umumnya telah memiliki kanal penonton secara nasional termasuk di wilayah Malang Raya. Oleh karena itu, perlu adanya informasi mengenai latar belakang proses produksi program acara *Wanda*. Penelitian ini akan mengungkap proses kreatif sebagai upaya Malang TV dalam mempromosikan dan menarik minat penonton.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana proses kreatif Malang TV dalam memproduksi dan menayangkan usaha kuliner masyarakat sehingga mampu menarik minat penonton?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan terhadap suatu masalah sudah pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Dengan adanya tujuan akan mendorong seseorang untuk melakukan usaha sedapat mungkin agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui proses kreatif dan strategi Malang TV dalam mempromosikan dan menarik minat penonton atau masyarakat.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya:

a. Bagi peneliti

Mengetahui proses kreatif dan strategi penayangan program acara yang berbasis kuliner. Kedua, mengetahui seberapa besar kesesuaian materi yang diterima diperkuliahan digunakan dalam dunia kerja secara langsung.

b. Bagi akademisi

Memberikan referensi bacaan mengenai proses kreatif pembuatan program acara televisi dalam dunia kerja, yang nantinya dapat dijadikan acuan atau tolak ukur untuk membuat karya yang lebih baik.

c. Bagi instansi

Memberikan referensi upaya apa saja yang sudah dilakukan guna membantu mempromosikan usaha kuliner masyarakat ke ranah publik, serta sebagai bahan evaluasi program sehingga dapat menjadikan tayangan tersebut lebih baik.

d. Bagi masyarakat

Memberikan gambaran tentang proses produksi atau pembuatan tayangan televisi yang mereka tonton khususnya program acara *Wanda*.



## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu dan Pustaka Pendamping

Penelitian dengan objek televisi sudah banyak diambil oleh mahasiswa dari beberapa universitas, bahkan telah banyak pula yang membahas tentang televisi lokal dan program-program acara yang diproduksi. Beberapa peneliti tersebut adalah pertama Mohamad Zuhdi Kurniawan, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Analisis Produksi Program “Jejak Islam” di TV One Jakarta”. Penelitian ini menjelaskan mengenai desain program “Jejak Islam” di TV One, proses produksi dan hasil evaluasi produksi. Penelitian ini menggunakan metode dan pendekatan kualitatif sehingga data yang dikumpulkan berupa konsep-konsep kata, ungkapan dan kalimat, sedangkan teknis analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan Zuhdi adalah dari segi teori yaitu proses produksi televisi, namun penelitian milik Zuhdi lebih mengedepankan desain produksi, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti meneliti proses kreatif yang dilakukan pengelola program dan *crew* yang terlibat dalam produksi program acara *Wanda*.

Penelitian kedua oleh Vitanri dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Brawijaya yang berjudul “Pengaruh Terpaan Menonton Tayangan Program Kuliner di Televisi Terhadap Sikap Penonton (Studi Eksperimen Tayangan Kuliner "Warung Anda" Pada Mahasiswa FISIP Luar Kota Malang Angkatan 2011 Universitas Brawijaya)”, penelitian ini lebih mengedepankan sikap penonton yang diteliti melalui aspek pengetahuan (kognitif) penonton tentang jenis-jenis makanan yang ada di Malang, dan aspek selektif (afektif) penonton terhadap jenis makanan yang baru ditayangkan. Sehingga menciptakan suatu sikap aktif penonton yang mengarah terhadap tindakan aktif penonton dalam mencari berbagai jenis makanan baru yang sebelumnya asing buat mahasiswa

yang datang dari luar kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanatif karena peneliti ingin mengetahui terpaan menonton tayangan Warung Anda terhadap sikap mahasiswa pendatang Universitas Brawijaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian eksperimental dengan desain *Posttest Only Control Design* yang artinya rancangan ini terdapat dua kelompok yang dipilih secara random yaitu kelompok kontrol dan kelompok eksperimen. Persamaan dari penelitian milik Vitantri ini adalah objek yang diteliti (tayangan *Wanda*), namun Vitantri lebih mengedepankan sikap penonton. Sedangkan penelitian ini lebih mengedepankan proses kreatif produksi program acara televisi.

Penelitian selanjutnya, oleh Muhammad Yusuf Arifianto dari Program Studi Komunikasi Non Reguler Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan judul “Tayangan Wisata Kuliner dan Kepuasan (Studi korelasi antara motivasi menonton tayangan “Wisata Kuliner” di Trans Tv dan kepuasan penonton di kalangan mahasiswa AMPTA Yogyakarta tahun 2008)”, penelitian ini menjelaskan mengenai motivasi yang melatarbelakangi mahasiswa AMPTA Yogyakarta sebagai pemirsa tayangan Wisata Kuliner di Trans Tv dan sejauh manakah kepuasan yang diperoleh setelah menonton tayangan tersebut, serta mengetahui ada tidaknya hubungan antara motivasi menonton tayangan wisata kuliner dengan penggunaan media televisi di Trans Tv terhadap kepuasan mahasiswa AMPTA Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik dan tata jenjang. Teori yang digunakan adalah teori model *Uses and Gratifications*, dimana pengujian hipotesis tersebut berusaha menemukan hubungan dari variabel-variabel yang diukur. Dalam penelitian ini menggunakan studi korelasi dengan tipe *explanatory research*, yaitu menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dengan meneliti beberapa variabel yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan tersebut. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu objek yang diteliti, teori yang digunakan, dan jenis penelitian yang digunakan. Sedangkan

persamaannya yaitu dari jenis tayangan yang diteliti, menggunakan tayangan program televisi yang berbasis kuliner.

## **2.2 Landasan teori**

### **2.2.1 Manajemen Produksi (Proses Kreatif Televisi)**

Dasar dari sebuah produksi program televisi adalah manajemen produksi, dimana SOP (*standard Operational Procedure*) adalah inti dari sebuah proses kreatif. Didalam SOP ini semua orang atau kru harus mematuhi semua aturan yang telah dibuat sehingga tujuan yang diharapkan sampai pada titik keinginan dan kepuasan tercapai. Manajemen memiliki pengertian sebuah sistem yang saling berhubungan serta diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu keseluruhan (produk). Ricky W. Griffin dalam buku manajemen produksi menyebutkan bahwa manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Manajemen produksi sendiri diartikan sebagai segala usaha guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Tindakan sebuah manajemen sangat berhubungan dan berpengaruh pada setiap keputusan yang akan diambil dalam proses perencanaan, pengawasan proses produksi hingga pengemasan produk (program televisi) sesuai dengan tujuan yang telah disepakati (Mabruri, 2013:20-21).

Manajemen produksi program acara televisi adalah segala aktifitas pembuatan program acara televisi sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan dan disepakati secara efektif dan efisien melalui kerjasama tim (kerabat kerja). Kerja sama tim tersebut meliputi tindakan mendayagunakan bakat yang dimiliki sumber daya manusia televisi (yang melaksanakan proses kreatif), (Mabruri, 2013:24). Proses kreatif produksi televisi berdasarkan standar operasional prosedur secara umum proses produksi program televisi terbagi menjadi tiga bagian yaitu pra-produksi, produksi dan pasca-produksi (Fachruddin, 2012:10).

a. Pra-produksi

Praproduksi adalah tahapan paling penting dalam pembuatan program acara televisi, karena semua hal yang berkenaan dengan program tersebut dibicarakan dan disusun pada tahap ini. Hal-hal yang dilakukan pada tahap pre-production atau pra produksi antara lain: 1) menentukan tema/topik; 2) riset atau observasi; 3) menyusun naskah dan *rundown*; 4) *breakdown equipment* dan kebutuhan lain; 5) production meeting; etc. Pada tahapan pre-production inilah proses kreatif atau pemikiran-pemikiran diutarakan yang nantinya diwujudkan dalam proposal dan *rundown* program televisi (Fachruddin, 2012:10).

Proposal mempunyai pengaruh yang cukup besar untuk proses persetujuan sebuah konsep acara, oleh sebab itu proposal harus dibuat semenarik mungkin dan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai konsep program yang akan dibuat (Fachruddin, 2012:22). Didalam proposal juga terdapat rincian anggaran yang dibutuhkan mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi. *Rundown* memiliki pengertian susunan dari keseluruhan isi program acara yang dibatasi oleh durasi, segmentasi dan bahasa naskah (zoebazary, 2010:217). *Rundown* dibagikan kepada setiap aspek pendukung program, seperti: pengarah acara, pengendali switcher, penata suara, pengendali VTR, kameramen, penata aksara, penata cahaya dan aspek-aspek pendukung lainnya yang mendukung berjalannya program acara sesuai dengan konsep dan perkiraan waktu yang telah direncanakan sebelumnya. *Rundown* pada pelaksanaannya dapat berubah sewaktu-waktu disesuaikan dengan situasi yang ada dan hal terpenting dengan adanya *rundown* acara adalah terciptanya suasana kerjasama yang baik demi kelancaran produksi program acara televisi (Fachruddin,2012:23).

Tahapan praproduksi secara umum terbagi menjadi beberapa hal, meliputi (Mabruri, 2013:24-25):

1. Menentukan ide/gagasan
2. Penulisan naskah, meliputi:
  - a) Sinopsis

- b) *Treatment*
- c) skenario
3. Pembentukan kerabat kerja
4. Menyiapkan biaya produksi
5. Menyiapkan keperluan administrasi
  - a) Struktur/*job desk* organisasi produksi
  - b) Persuratan untuk produksi
  - c) Persuratan untuk lapangan
6. Survey/hunting lokasi
7. Casting pemain
8. *Reading* dan *rehearsal* pemain
9. Menentukan/melengkapi kerabat kerja
10. Membuat *director's treatment dan shot list*
11. Membuat *breakdown shot*
12. Membuat *floor plan*
13. Membuat *rundown shooting schedule*
14. Membuat *design* produksi

b. Produksi

Produksi adalah suatu proses pengambilan gambar baik *live* maupun *taping*, yang disesuaikan dengan format acara dan *rundown* yang telah dibuat sebelumnya. Tahapan produksi dipimpin oleh sutradara yang bekerja sama dengan para *crew* yang terlibat dalam program tersebut. Sutradara berkewajiban untuk memilih jenis-jenis *angle* pengambilan gambar yang pas sehingga mendukung dengan tema dan tayangan program yang sedang diproduksi. Tahapan produksi meliputi (Mabruri, 2013:25-26):

1. Hunting lokasi (untuk sutradara)
2. *Rehearsal*
3. *Shooting*
4. Mengirim hasil *shooting* ke editing *library*

c. Pasca-produksi

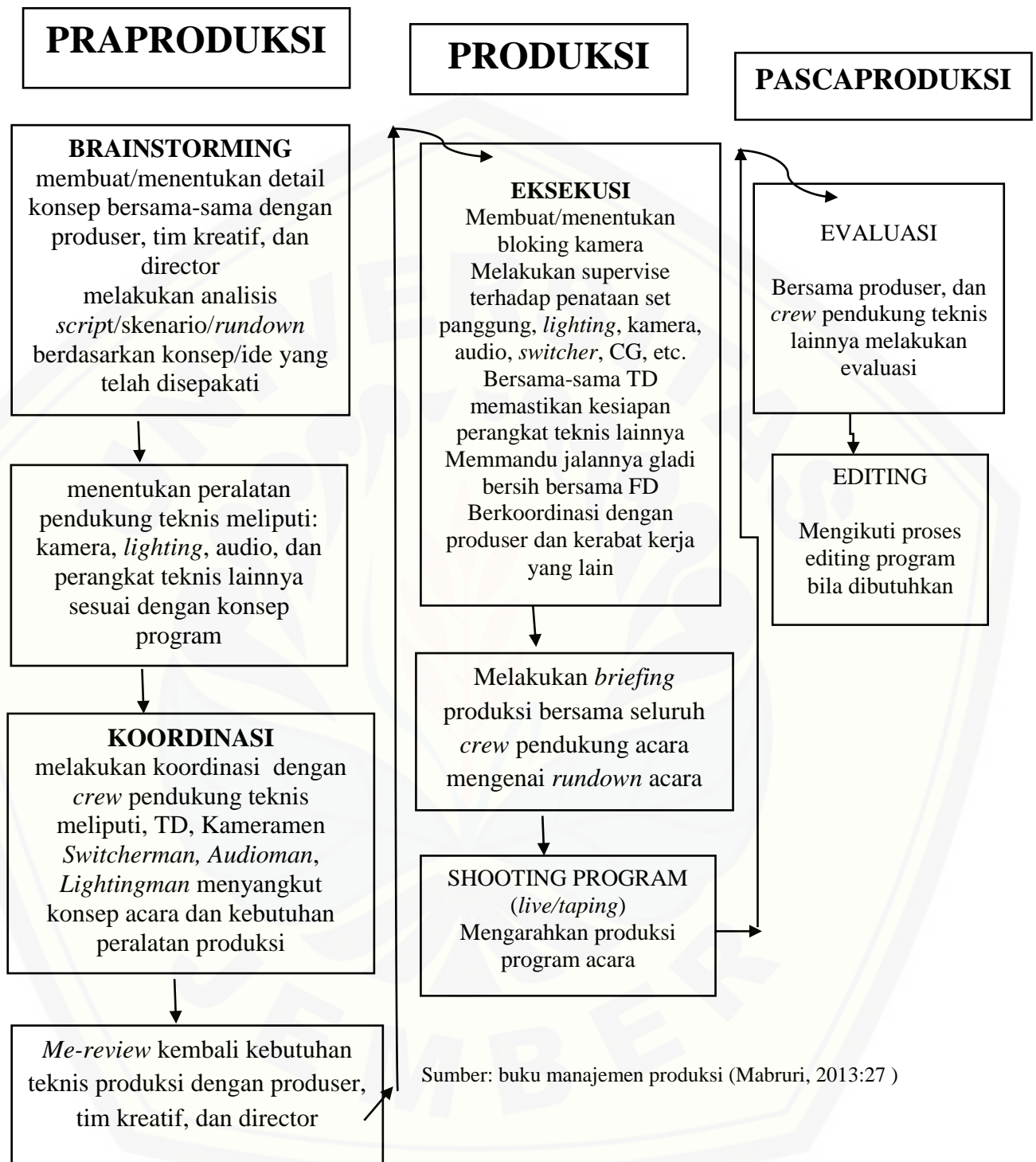
Pasca produksi adalah proses terakhir dari pembuatan program acara televisi yang didalamnya meliputi editing baik *offline* maupun *online*, evaluasi dan *review*, pengarsipan dan lain-lain.

Tahapan proses pasca-produksi meliputi (Mabruri, 2013:26)

1. Mengambil bahan dari *library*
2. Mempelajari skenario
3. Melakukan editing kasar (*off line editing*)
4. Melakukan editing halus (*on line editing*)
5. Menyusun narasi
6. *Dubbing* narasi
7. Mengisi narasi
8. Menambahkan ilustrasi musik
9. Menambahkan *sound effect*
10. Menambahkan *credit title*
11. *Mixing*
12. *Picture lock*
13. Final edit
14. Distribusi gambar

Secara umum mekanisme manajemen pembuatan program acara televisi tidak lepas dari kerjasama tiga pihak, yaitu: penulis skenario, sutradara, dan produser. Namun, dalam hal ini, *Wanda* mengandalkan semua elemen yang tergabung didalamnya, mulai dari praproduksi, produksi, dan pasca produksi. Program acara *Wanda* memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada seluruh *crew* untuk berperan aktif pada proses produksi. Secara lebih jelas, kita bisa melihat alur bagan produksi program acara televisi di bawah ini.

Gambar 2.1 Bagan sistem praproduksi-produksi-pascaproduksi



Peneliti mencoba meneliti *Wanda* berdasarkan aspek *content* ditinjau dari kualitas program sehingga menarik minat kuliner masyarakat, yang terdiri dari latar belakang penciptaan program (proses kreatif), dan teknis produksi.

### 2.2.2 Segmentasi Audien

Persaingan dalam media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut audien, untuk itu pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa audien mereka dan apa kebutuhan mereka. Pemilik dan pengelola media penyiaran hendaknya memiliki strategi pemasaran untuk merebut perhatian audien. Salah satu strategi pemasaran dalam media penyiaran adalah segmentasi. Segmentasi dapat diartikan sebagai strategi untuk memahami struktur audien (Morissan, 2013:173-174). Segmentasi audien memiliki tiga pembagian atau kategori yaitu segmentasi demografi, geografis, geodemografis, dan terakhir adalah psikografis. Perbedaan dari kategori-kategori tersebut bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2.1 Pembagian Kategori Segmentasi Audien

Segmentasi	Deskripsi
Demografi	Khalayak dibeda-bedakan berdasarkan karakteristik demografi seperti usia, gender, pendidikan, pekerjaan dan sebagainya.
Geografis	Khalayak dibeda-bedakan berdasarkan wilayah tempat tinggalnya, misalnya wilayah dalam suatu Negara (Indonesia barat, Indonesia timur), pulau, provinsi, kota, dan desa.
Geodemografis	Khalayak yang tinggal di suatu wilayah geografis tertentu diyakini memiliki karakter demografi yang sejenis (namun wilayah geografis harus sesempit mungkin, misalnya kawasan-kawasan pemukiman atau kelurahan).
Psikografis	Khalayak berdasarkan gaya hidup dan kepribadiannya. Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, minat, dan opini-opininya

Sumber: buku manajemen media penyiaran (morissan, 2013:188-189)



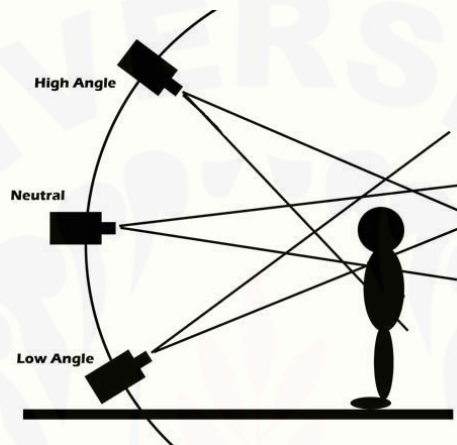
### 2.2.3 Dasar-dasar *Cinematography*

Prinsip pengambilan gambar pada kamera televisi dapat dipastikan bahwa harus seolah-olah mewakili mata penonton untuk melihat sebuah adegan, sehingga penonton ikut terhanyut dalam cerita tersebut. Oleh karena itu, sebelum memproduksi sebuah film atau program televisi harus difikirkan secara matang proses pengambilan ukuran gambar yang akan dilakukan. Ukuran gambar atau *Type of shot* memiliki banyak sekali jenis dan masing-masing memiliki fungsi dan kegunaan masing-masing. Secara umum *type of shot* terbagi menjadi (Thomson dan Bowen, 2009:12):

- a) *Extreme long shot*
- b) *Very long shot*
- c) *Long shot/wide shot*
- d) *Medium long shot*
- e) *Medium shot*
- f) *Medium close-up*
- g) *Close-up*
- h) *Big close-up*
- i) *Extreme close-up*

Selain *type of shot*, bagian terpenting dalam proses pengambailan gambar adalah kesesuaian *angle* yang digunakan. Secara sederhana kita bisa membagi *angle* kamera menjadi tiga yaitu: *high angle*, natural atau *eye level*, dan *low angle*. Dalam penggunaannya masing-masing *angle* tersebut memiliki fungsi tersendiri, yaitu *High angle* adalah pengambilan gambar dari orang atau tindakan dari sudut pandang yang lebih tinggi dan segera menginformasikan kepada penonton makna tersirat. Pengambilan dari sudut tinggi menampilkan gambaran yang terlihat dilayar lebih kecil, lemah, tunduk, kecil, atau saat ini berada dalam posisi yang kurang kuat atau dikompromikan. *Point Of View* (POV) dari *high angle* adalah penggambaran dari karakter lain yang bersifat kiasan seperti pandangan seorang raja, raksasa, makhluk terbang, atau kapal asing (Thompson dan Bowen, 2009: 41).

*Low angle shot* adalah pengambilan gambar dengan posisi lensa kamera berada dibawah posisi normal. Karakter yang ditunjukkan melalui *low angle* menjadi lebih besar, lebih menjulang, lebih signifikan, lebih kuat, dan, tentu saja, juga secara fisik lebih tinggi dalam ruang Film (Thompson dan Bowen, 2009:43). Sedangkan *eye level* dapat diapahami sebagai standar pengambilan gambar, karena ketinggian yang digunakan relatif sedang. Namun terkadang gambar yang dihasilkan dari *angle* ini adalah monoton (Widagdo dan Gora, 2007:62).



Gambar 2.2 *Angle* kamera

(Sumber: buku *grammar of the shot*, Thomson dan Bowen, 2009:33)

#### 2.2.4 Siaran Televisi di Indonesia dan Karakteristik Televisi

Siaran televisi di dunia dimulai pada tahun 1924, sedangkan di Indonesia siaran televisi dimulai pada tahun 1962, hal itu bertepatan dengan persiapan liputan Pesta Asia (*Asian Games*) di Jakarta yang diadakan tahun 1964. Masyarakat Indonesia sangat terpukau dengan siaran televisi meskipun hanya siaran televisi hitam putih. Maraknya televisi dimulai pada tahun 1992 ketika RCTI mulai mengudara dengan bantuan *decoder* dan pada tahun-tahun berikutnya mulai bermunculan stasiun televisi baru seperti SCTV, INDOSIAR, dan lain-lain. TVRI merupakan cikal bakal penyiaran televisi di Indonesia karena pada 1961 TVRI di putuskan sebagai media resmi yang dimiliki pemerintah walaupun pada saat itu Indonesia tergolong masih baru bangkit dari kemerdekaannya (Lamintang,

2013:23). Tayangan pertama TVRI pada tahun 1962 pada saat TVRI menayangkan siaran langsung Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Indonesia ke-17 tepatnya 17 Agustus 1962. Meskipun siaran tersebut dikategorikan sebagai siaran percobaan, disusul TVRI Yogyakarta tahun 1965 dan terus mengalami perkembangan pesat saat diluncurkan Satelit Palapa. (Setyobudi, 2006:10)

Berdasarkan pemaparan diatas, secara sederhana televisi dapat diartikan melihat dari jauh, namun ada dua bagian utama televisi yaitu pemancar televisi yang berfungsi mengubah dan memancarkan sinyal-sinyal gambar secara bersama-sama dengan sinyal suara sehingga sinyal-sinyal tersebut dapat diterima oleh pesawat televisi penerima pada jarak yang cukup jauh. Televisi penerima yang menangkap sinyal-sinyal tersebut dan merubah kembali sehingga apa seperti keadaan aslinya. Maka secara mudah diterjemahkan pesawat televisi adalah alat yang dapat digunakan untuk melihat dan mendengar dari tempat yang jauh. (Setyobudi, 2006:8) Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, televisi diartikan sebagai sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan megubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

Menurut Darwanto (Lamintang, 2013:23), televisi merupakan media massa penyiaran yang sangat efektif dan efisien dalam memengaruhi masyarakat, karena memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

a. Keserempakan

Dalam waktu yang relatif sama, masyarakat dimanapun berada dapat menerima informasi dari televisi, dan hal ini hanya berlaku bagi media massa elektronik.

b. Mampu meliput daerah yang tidak terbatas

Media massa elektronik dapat meliput dan mampu menembus belahan bumi manapun tanpa gangguan yanga tidak dapat diselesaikan

c. Bisa dimengerti yang buta huruf

Kelebihan lain dari media massa elektronik, bisa dimengerti oleh mereka yang buta huruf, karena televisi di dalam susunan gambarnya telah mengubah gaya verbal menjadi bahasa gambar

d. Bisa diterima mereka yang cacat tubuh

Penggabungan antara media massa radio dan televisi saling mengisi, sehingga dapat dimanfaatkan mereka yang cacat tubuh pendengaran maupun penglihatan.

### 2.2.5 Kategori Format Program Televisi

Secara umum format program televisi terbagi menjadi program siaran pemberitaan, program siaran pendidikan, program siaran hiburan, dan program siaran promosi. Program siaran pemberitaan adalah program acara televisi yang bersifat faktual dan aktual. Program siaran pendidikan adalah program acara yang bermanfaat bagi kehidupan karena sifatnya mendidik dan menambah ilmu pengetahuan. Program siaran hiburan adalah segala jenis bentuk program siaran yang bertujuan untuk menghibur penonton dan menitikberatkan pada kepuasan penonton. Sedangkan program siaran promosi adalah program siaran yang mempromosikan suatu produk barang atau jasa. Masing-masing stasiun televisi memiliki kebijakan tersendiri terhadap format program acara yang diproduksi, sehingga program acara tersebut terarah dan terstruktur.

Banyak sekali jenis program acara di televisi yang terus bermunculan di layar kaca dan setiap saat bisa ditonton oleh masyarakat. Namun, tidak banyak masyarakat yang paham dan mengerti tentang jenis program yang mereka tonton termasuk program *Wanda*. Kebanyakan dari masyarakat hanya melihat dari isi dan bagus tidaknya program acara tersebut. Jenis program televisi yang sering bermunculan di televisi, yaitu: *straight news*, *feature*, *infotainment*, *current affair*, *magazine*, *dokumenter*, dan *talk show*.

### 2.2.6 Feature

*Wanda* merupakan salah satu program Malang TV yang mengusung format tayangan *feature*. *Feature* diartikan sebagai salah satu jenis berita yang hanya membahas satu pokok bahasan atau tema yang nantinya dikupas dengan berbagai sudut pandang yang saling melengkapi satu sama lain. Diantaranya menceritakan, menyoroti secara kritis dan disajikan dengan berbagai kreasi tambahan sebagai misal, adanya narasi, wawancara, *vox pop*, musik atau *background*, sisipan puisi-puisi, bahkan terkadang ada sandiwara pendek yang dipandu oleh seorang host, yang nantinya menyajikan suatu kejadian yang dapat menyentuh perasaan seseorang, dan dapat menambah pengetahuan penonton secara terperinci, lengkap, dan mendalam. *Feature* tidak terikat aktualitas karena nilai utamanya adalah unsur yang dapat menambah pengetahuan dan menekankan kepada aspek artistik dan estetika, sehingga yang menjadi daya tarik adalah aspek keindahan pada program tersebut.

Dengan kata lain, *feature* adalah hasil dari pemikiran kreatif yang terikat pada aspek jurnalistik dan artistik namun dapat mengabaikan aspek aktualitas. Tayangan dengan jenis *feature* bersifat objektif, tetapi terkadang juga bersifat subjektif, cenderung mengandung hal-hal yang bersifat ringan, menghibur, menyenangkan, merangsang, dan menimbulkan emosional perasaan pemirsa. Program *Feature* lebih memberikan penekanan pada hal-hal yang bersifat unik dan fakta yang bisa merangsang emosi penonton. Seperti halnya program-program lainnya, *Feature* juga memiliki beberapa fungsi diantaranya (Fachruddin, 2012:227-228):

1. Melengkapi dan memberikan variasi pada program berita sehingga tidak monoton, namun harus tetap berkesinambungan sehingga tidak membingungkan penonton;
2. Memberikan suatu informasi tentang situasi yang telah terjadi;
3. Pemberi hiburan dan sebagai sarana bentuk pengembangan imajinasi yang menyenangkan, karena pemirsa terdesak akan hiburan sekaligus perangsang mengembangkan imajinasi bagi keseimbangan kejiwaan pada semua tingkatan usia;

4. Wahana pemberi nilai dan makna terhadap suatu keadaan atau peristiwa;
5. Sarana ekspresi yang paling efektif dalam mempengaruhi khalayak, karena program *Feature* mempengaruhi khalayak dari segi afektif.

#### 2.2.7 Undang-undang Penyiaran

Undang-undang penyiaran No.32 pasal 1 tahun 2002 tentang penyiaran menyebutkan bahwa siaran adalah rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran. Sedangkan, penyiaran adalah kegiatan pemancaran atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan kabel *spectrum* frekuensi radio melalui udara, kabel, atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. *Spectrum* frekuensi radio memiliki pengertian sekumpulan pita frekuensi yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang memiliki lebar tertentu. Dengan kata lain, suatu jalur tempat merambatnya sinyal yang membawa suara, gambar dan sebagainya. Jalur ini tidak dapat dirasakan dan dilihat oleh indra manusia.

Dalam Undang-undang No.32 pasal 13 Tahun 2002 tentang penyiaran menyebutkan bahwa jasa penyiaran terdiri atas jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televisi. Masing-masing jasa penyiaran memiliki pengertian yaitu: 1) Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan; 2) penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. (Undang-undang No. 32 pasal 1 ayat (3,4) tentang penyiaran).

### 2.2.8 Komunikasi Massa dan Karakteristiknya

Televisi merupakan bentuk media massa sebagai bentuk penyampaian pesan kepada masyarakat. Sedangkan, untuk proses penyampaian pesan yang dipublikasikan kepada khalayak luas dan secepat-cepatnya disebut komunikasi massa. Menurut Rahmat Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan *anonym* melalui media cetak, atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Sumadiria, 2014:19). Komunikasi massa mempunyai ciri pokok dan pertanda sehingga bisa dikenali berdasarkan ciri tersebut.

Menurut Elizabeth-Noelle Neuman dalam buku sosiologi komunikasi massa, komunikasi massa memiliki empat ciri pokok: 1) bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis; 2) bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara para komunikan; 3) bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan *anonym*; dan 4) mempunyai publik yang secara geografis tersebar. Sedangkan menurut Prof Onong Uchana Effendy, terdapat lima ciri spesifik komunikasi massa, yaitu: 1) komunikasi berlangsung satu arah; 2) komunikator pada komunikasi massa melembaga; 3) pesan pada komunikasi bersifat umum; 4) media komunikasi massa menimbulkan keserempakan; 5) komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. (Effendy dalam Sumadiria, 2014:20)

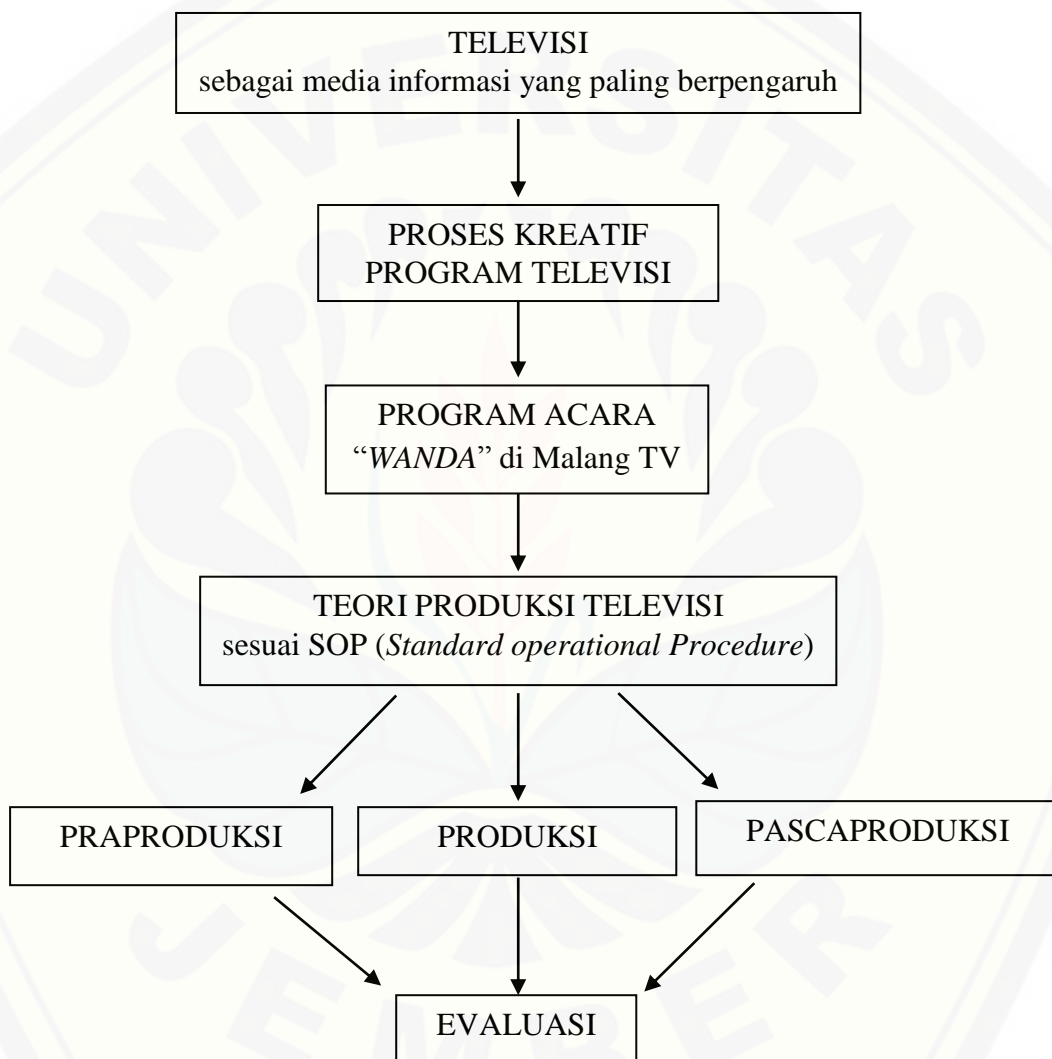
Wright menyebutkan karakteristik utama komunikasi massa yaitu: 1) ditujukan kearah khalayak yang lebih luas, heterogen, dan *anonym*; 2) pesan-pesannya ditujukan secara umum; 3) sering sekali dapat menjangkau khalayak secara serempak dan bersifat selintas; dan 4) komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar. (Wright dalam Sumadiria, 2014:20-21)

Berdasarkan para pendapat pakar tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakteristik atau ciri-ciri spesifik komunikasi massa, yaitu: 1) komunikator komunikasi massa melembaga; 2) komunikasi massa berlangsung satu arah; 3) pesan komunikasi massa bersifat umum diterima serempak; 4) ditujukan kepada khalayak yang lebih luas, tersebar, *anonym*, dan heterogen; dan 5) selintas.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran untuk membahas rumusan masalah yang telah ditentukan. Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran**





## BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan menekankan pada jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yang dimaksud berdasarkan sudut pandang produksi kreatif televisi yaitu suatu penelitian yang mengamati, menghimpun data, menganalisis data secara kualitatif dan berupa ungkapan kata-kata dalam konteks proses kreatif televisi. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2013:4) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, dalam hal ini adalah orang-orang yang melakukan proses kreatif dan hal-hal yang muncul pada saat proses kreatif produksi program acara televisi (*Wanda*).

Format desain penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikatif, dan format *grounded research*. Format deskriptif adalah penelitian yang berhubungan dengan keadaan sosial, tanda, atau gambaran, tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Format verifikatif adalah mengidentifikasi proses produksi televisi dan hal-hal lain yang berhubungan dengan proses kreatif produksi program acara *Wanda* yang muncul selama proses pengamatan dan observasi berlangsung, sehingga menghasilkan simpulan sementara. Sedangkan *grounded research* adalah penelitian langsung di lapangan dan menguatkan hasil simpulan sementara. Ketiga format ini saling berhubungan dan mendukung dalam penelitian ini, sehingga data yang akan dihasilkan lengkap, tepat, dan akurat. Metode riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, studi lapangan, dan studi visual. Penelitian ini memberikan gambaran secara umum dan khusus tentang proses kreatif Malang TV dalam memproduksi program acara *Wanda* berdasarkan teori SOP (*standard operational procedure*) produksi televisi,

mulai dari pra produksi (pencarian ide program, perencanaan, dan persiapan), produksi, pasca produksi (*editing*, *mixing*, dan evaluasi).

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan, teknik pengambilan data di lapangan menggunakan teknik pengamatan, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### a. Teknik Pengamatan dan Telaah Pustaka

Teknik pengumpulan dengan cara pengamatan yaitu mengamati dengan seksama perilaku atau hal-hal yang berkenaan dengan objek. Dalam hal ini objek yang diamati adalah program acara *Wanda*. Teknik pengamatan ini memungkinkan kita bisa mencatat hal-hal yang perlu dipertanyakan pada saat observasi dan wawancara langsung.

Telaah pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara memahami teori-teori yang berhubungan dengan penyiaran dan proses kreatif produksi program acara televisi. Proses kreatif program televisi dimulai dari pra produksi hingga pasca produksi sehingga diketahui teori-teori yang relevan digunakan dalam produksi program acara televisi.

#### b. Teknik Wawancara Terbuka

Teknik wawancara melalui tanya jawab digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan secara langsung kepada informan-informan yang terkait dengan objek. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terbuka yang notabene para subjek mengetahui dan paham bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengerti maksud dan tujuan dari wawancara tersebut baik pertanyaan yang sudah dirumuskan maupun secara spontan. Teknik wawancara ini dilakukan secara individu (perseorangan).

#### c. Teknik observasi

Teknik observasi yang dilakukan yaitu observasi pasif tak berperan. Observasi pasif tak berperan yaitu datang ke stasiun televisi tersebut (Malang TV) dan mengamati proses produksi *Wanda*. Jenis observasi ini juga dilakukan

dengan mengamati tayangan program acara *Wanda* dengan seksama. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui peristiwa apa saja yang terjadi pada saat proses produksi program acara tersebut dan memudahkan memperoleh data yang dibutuhkan.

d. Teknik dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan untuk mencari data dari sumber-sumber dokumen yang berupa video tayangan *Wanda*, mendokumentasikan proses produksi program acara *Wanda* di lapangan, sehingga diharapkan dengan adanya dokumen-dokumen yang mendukung, pencarian data-data yang dibutuhkan semakin mudah.

### 3.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a. Data Primer

Data primer diperoleh dari telaah pustaka tentang teori produksi penyiaran televisi dan wawancara langsung terhadap narasumber primer yang mengetahui tentang informasi terkait data visual. Data wawancara diperoleh dari sumber-sumber yang penting untuk penelitian ini yaitu, Manajer program Malang TV, Host *Wanda*, editor *Wanda*, dan kameramen *Wanda* serta mantan kameramen *Wanda*, serta bagian teknik Malang TV. Data literatur diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan teori. Sedangkan data visual diperoleh dari potongan-potongan adegan dalam video *Wanda* dan foto-foto saat produksi.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang digunakan untuk melengkapi data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari media-media yang digunakan untuk mempromosikan program acara *Wanda* baik media cetak maupun elektronik, serta dokumen lain yang berhubungan dan mendukung objek penelitian.

### 3.4 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di stasiun Malang TV, Jl. Puncak Joyo Agung, RT 03/RW 07 Dusun Genting, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru - Malang. Kode pos 65411. Penelitian juga dilakukan di beberapa tempat produksi program acara *Wanda* yaitu, Kedai Mamamie, Jl. Tirta Utomo 90A Landungsari-Malang, Nasgor Monster99 di Jl. Soekarno Hatta D 501 Kav.1, kota Malang, dan daerah Mulyorejo Kec. Sukun Kota Malang.

### 3.5 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan  $\pm$  3 bulan pada tahun 2015 yaitu antara bulan April 2015 sampai dengan bulan Juni 2015, yang terbagi menjadi persiapan, pelaksanaan, dan yang terakhir pembuatan laporan. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui secara jelas bagaimana proses kreatif pembuatan program acara *Wanda* serta upaya apa saja yang dilakukan Malang TV untuk mempertahankan acaranya dan upaya yang dilakukan dalam membantu mempromosikan usaha kuliner masyarakat ke ranah publik sehingga bisa menarik animo kuliner masyarakat.

### 3.6 Teknik Validasi Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Namun, kebenaran realitas data tidak bersifat tunggal melainkan jamak tergantung pada latar belakang manusia itu sendiri. Suatu realitas bersifat majemuk atau ganda dan selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten serta berulang seperti semula (sugiyono, 2014:119-120). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam uji kredibilitas data adalah dengan cara peningkatan ketekunan dan triangulasi.

Meningkatkan ketekunan dilakukan dengan cara membaca seluruh catatan hasil penelitian secara cermat dan terus menerus sehingga diketahui kesalahan dan kekurangan yang dilakukan selama penelitian. Sedangkan, triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda. Data diperoleh dari Manajer program acara *Wanda*, kameramen, mantan kameramen, presenter *Wanda*, editor *Wanda*, mantan editor *Wanda*, dan *driver*.

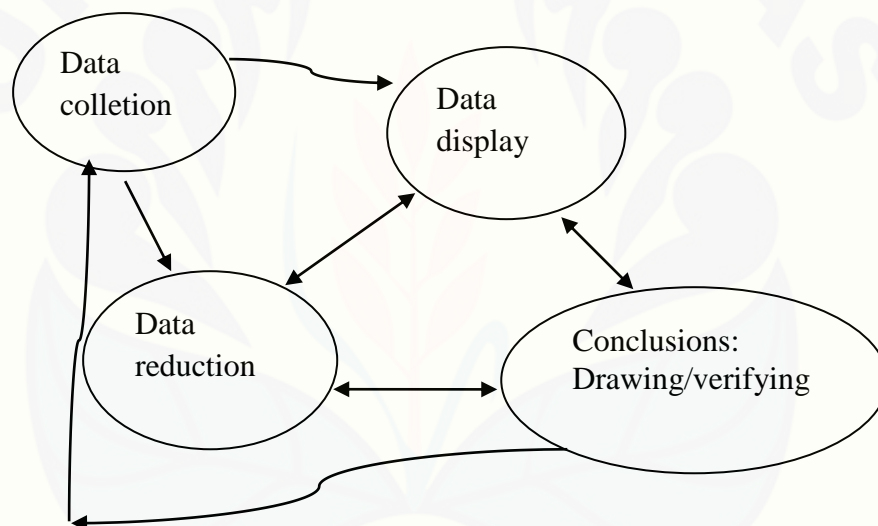
### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif. Data penelitian kualitatif bersifat deskriptis yaitu data yang berupa uraian-uraian kalimat yang menjelaskan sumber data dan hubungannya dengan objek yang diteliti. Analisis data dilakukan sejak data dikumpulkan dan sampai akhir penelitian dilapangan. Analisis dalam penelitian ini memaparkan situasi atau peristiwa, dalam hal ini hanya memaparkan kondisi apa adanya yaitu, bagaimana situasi dalam proses kreatif itu berjalan dan berlangsung secara terbuka serta disajikan dengan terbuka. Sehingga tidak mengarah kepada makna yang ambigu dan tetap mempertahankan unsur objektif. Proses analisis data dimulai dengan menelaah data secara keseluruhan baik yang diperoleh dari wawancara, observasi, maupun pengamatan. Tahap analisis ini melakukan tinjauan terhadap definisi masalah dan informasi yang dibutuhkan. Tahapan analisis berikutnya adalah mendalami diri terhadap data mentah objek yang berupa rekaman video, dokumentasi foto dan naskah pembentuk objek.

Miles and Huberman (Sugiyono, 2014:91-95) mengatakan bahwa proses dalam analisis data kualitatif dilakukan terus menerus hingga datanya menjadi jenuh. Analisis data dimulai dari mengelompokkan data yang dikumpulkan, lalu memilah bagian-bagian yang penting (*data reduction*), penyajian data (*display data*), dan yang terakhir adalah kesimpulan serta verifikasi data akhir sehingga membentuk suatu pemaparan yang jelas. Mereduksi data berarti memilah-milah hal-hal yang pokok, dan fokus pada bagian yang penting, sehingga data yang telah

dipilih memberikan suatu gambaran yang jelas dan diharapkan mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data selanjutnya bila diperlukan. Data dipilih berdasarkan pada tujuan dari penelitian ini dan rumusan masalah yang telah dipaparkan yaitu berfokus pada proses kreatif produksi program acara televisi yang terbagi menjadi data visual atau gambar, data narasi atau teks, dan data wawancara.

Penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Kesimpulan atau verifikasi adalah hasil akhir dari keseluruhan proses reduksi data yang disajikan secara naratif. Hubungan dari ketiga teknis analisis data dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 3.1** Komponen dalam analisis data

(sumber:sugiyono, 2014:183)

### 3.8 Teknik Pengambilan Kesimpulan

Teknik pengambilan kesimpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deduktif – Induktif. Teknik pengambilan kesimpulan tersebut memiliki pengertian yaitu kesimpulan dengan menyatukan dua hal deduktif dan induktif yang memiliki pola Umum - Khusus – Umum. Penyajian data dalam penelitian ini

menggunakan pola campuran karena data yang diperoleh pada saat penelitian disesuaikan dengan teori-teori yang digunakan.



## BAB 4. ANALIS DAN PEMBAHASAN

Kualitas dari tayangan yang ada di televisi ditentukan oleh proses dan pemikiran kreatif dari orang-orang yang berkompeten di bidangnya masing-masing tak terkecuali *Wanda*. Kualitas dari program acara di televisi juga mempengaruhi respon dari masyarakat, berdasarkan tanda-tanda yang dimunculkan didalam tayangan tersebut apakah mereka tertarik pada program tersebut dan meluangkan waktu untuk melihat acara itu atau mereka bosan dan beralih ke program acara yang lain. Setiap program acara di televisi pasti mempunyai keindahan tersendiri dan didukung dengan tanda-tanda komunikasi yang nantinya diharapkan bisa menarik dan memengaruhi penonton dengan program acara yang ditayangkan.

Seperti halnya program televisi lainnya, program acara *Wanda* juga memerlukan beberapa hal penting untuk mendukung berlangsungnya program acara ini. Dalam pelaksanaannya, program acara *Wanda* langsung berada dibawah asuhan manager program. Manager program beserta *Crew* lainnya saling mendukung satu sama lain sehingga program acara *Wanda* berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan informasi yang ingin disampaikan bisa diterima masyarakat dengan baik.

Manager program secara umum menjalankan empat fungsi dasar manajemen yaitu, perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing/influencing*), dan yang terakhir pengawasan (*controlling*), (Morrisan, 2013:138). Perencanaan atau *planning* mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Di dalam manajemen produksi perencanaan (*planning*) merupakan keseluruhan dari proses kreatif televisi yang meliputi (Mabruri, 2013:23):

- 1) Identifikasi tujuan yang ingin dicapai



- 2) Rumuskan strategi untuk mencapainya
- 3) Atur atau buat peralatan atau sumber daya yang diperlukan
- 4) Implementasikan, arahkan, dan monitor setiap langkah-langkah.

Pengorganisasian atau *organizing* adalah proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Struktur organisasi stasiun penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Bentuk organisasi stasiun penyiaran juga berbeda satu dan lainnya. Perbedaan ini biasanya disebabkan oleh besar kecilnya stasiun penyiaran tersebut. Tanggung jawab dalam menjalankan stasiun penyiaran dapat dibagi menjadi dua kategori umum yaitu: 1) manajemen penyiaran; dan 2) pelaksana operasional penyiaran. Masing-masing kategori membutuhkan struktur dan tanggung jawab fungsional sendiri-sendiri.

Pengarahan dan memberikan pengaruh adalah upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Kegiatan mengarahkan dan mempengaruhi ini mencakup empat kegiatan yaitu: pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Keempat hal ini sangat berpengaruh dan berkaitan satu sama lain.

Pengawasan atau *controlling* adalah proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Fungsi dari controlling sendiri adalah 1) menetapkan tolak ukur atau standar, 2) membandingkan performa actual dengan standarnya, dan 3) mengambil tindakan perbaikan bila dibutuhkan. Tahapan produksi program acara televisi terdiri dari tiga tahapan yang biasanya disebut dengan SOP (*standard operating procedure*) yang terdiri dari:

1. Praproduksi
2. Produksi
3. Pascaproduksi

Dalam memproduksi tayangan *Wanda*, Malang TV juga melalui tahapan-tahapan tersebut sehingga hasil dari tayangan ini sesuai dengan yang diharapkan baik pengelola Malang TV maupun masyarakat.

#### 4.1 Praproduksi

Praproduksi adalah aneka pekerjaan yang dilakukan sebelum tahap pengambilan gambar dalam sebuah produksi baik program televisi maupun film (zoebazary, 2010:196). Dengan kata lain praproduksi adalah tahapan awal untuk membuat suatu program acara televisi yang meliputi penguangan atau perencanaan ide, pembuatan konsep program, perincian anggaran produksi, penentuan target audiens, penjadwalan, pembentukan kerabat kerja, dan sebagainya. Pengertian dan penjelasan tahapan-tahapan tersebut dijelaskan pada tahapan dibawah ini:

##### a. Perencanaan ide

Perencanaan ide merupakan dasar dari pembuatan program acara, karena Ide adalah gagasan utama dalam pembuatan suatu program acara yang nantinya akan dikembangkan atau divisualisasikan menjadi suatu tayangan. Ide bisa muncul kapan saja, dimana saja dan dari siapa saja, tergantung dari diri kita sendiri untuk merespon ide tersebut. Didalam perencanaan ide ini harus menganalisis target penonton, jam tayang, posisis stasiun televisi, dan studi komparasi terhadap kompetitor acara di stasiun televisi lain (Naratama, 2013:52).

Program acara *Wanda* ini muncul menyikapi undang-undang penyiaran No 32 Tahun 2002 yang menyatakan bahwa televisi lokal harus mengangkat potensi lokal yang ada di daerah. Wilayah Malang Raya memiliki usaha dibidang kuliner yang sangat banyak dan beragam. Dan yang terakhir, dikarenakan program kuliner itu bisa dijual dan mendapatkan rating yang lumayan tinggi.<sup>1</sup>

##### b. Konsep program

Program acara ini membahas tentang referensi tempat kuliner yang ada di wilayah Malang Raya. Dalam setiap produksinya dipandu satu host dan terkadang mengundang masyarakat untuk ikut serta dalam proses produksi berlangsung. Produksi *Wanda* ini mengunjungi dan mencicipi

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan Syaiful Arif, manajer program *Wanda*, Malang: 18 Mei 2015

makanan atau menu yang disajikan di warung atau tempat makan tersebut. Durasi program acara 30 menit sekaligus *commercial break*.

c. Tujuan program

Tujuan dari dibentuknya program acara ini adalah untuk mempromosikan usaha kuliner masyarakat menengah kebawah ke ranah publik. Memberikan referensi tempat kuliner kepada warga Malang maupun ke warga pendatang yang ada di wilayah Malang. Sebagai TV komersil, Malang TV tentu saja mempunyai tujuan untuk menarik minat masyarakat yang nantinya diharapkan bisa menarik pemilik produk untuk mengiklankan atau mempromosikan produknya di Malang TV.

d. Karakteristik program

Program acara ini diberi nama “Warung Anda” atau yang biasa dikenal dengan “Wanda” memiliki beberapa alasan yaitu:

- 1) Supaya nama program acara ini mudah diingat
- 2) program acara ini memiliki tema atau identik dengan kuliner. Kata “Warung” dapat diartikan sebagai tempat makan, atau tempat menjual makanan.
- 3) kata “Anda” diartikan sebagai warga Malang Raya atau masyarakat yang menyaksikan program acara ini.<sup>2</sup>

Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. (Naratama, 2013:68)

Program acara ini memiliki format *feature* yang dikemas dan disampaikan secara ringan sehingga pesan dan informasi yang ingin disampaikan dapat diterima masyarakat. Kategori program acara *Wanda*

---

<sup>2</sup> Hasil wawancara dengan Syaiful Arif, manajer program *Wanda*, Malang: 20 Mei 2015

adalah hiburan, informasi, dan promosi. Program acara *Wanda* menggabungkan ketiga kategori karena diharapkan masyarakat atau penonton yang menyaksikan program acara ini bisa terhibur dan mendapatkan informasi mengenai tempat-tempat kuliner yang ada di wilayah Malang Raya. Kategori yang terakhir adalah promosi. Program acara *Wanda* memiliki kategori promosi karena program acara ini bertujuan untuk mempromosikan baik mempromosikan tempat-tempat kuliner tersebut maupun stasiun televisi ini supaya lebih dikenal masyarakat melalui tayangan atau program-program yang ditayangkan setiap harinya.

Target audiens atau sasaran penonton adalah bagaimana praktisi televisi memilih, menyeleksi, dan menjangkau audien sasaran. Menurut Kottler (1980), strategi dalam merebut pasar (audien) terdiri segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. Ketiga langkah tersebut adalah serangkaian tahap yang saling berkesinambungan. Segmentasi adalah memilih audien atau penonton yang menjadi tujuan dari program acara yang dibuat (Morissan, 2013:174).

Seperti halnya program acara *Wanda* adalah segmentasi atau audien yang dipilih adalah semua umur dari berbagai kalangan baik pelajar atau mahasiswa, karyawan, atau masyarakat umum dengan kisaran umur 18 tahun keatas. Diharapkan pada umur-umur tersebut mereka atau masyarakat yang menjadi sasaran audien mempunyai dan dapat menentukan selera dan keinginannya termasuk dalam hal kuliner. Penjelasan segmentasi geografis dan demografi wilayah Malang Raya dapat dilihat pada Lampiran A.

#### e. Perincian Anggaran Produksi

Dua pilar dalam produksi adalah *script* (naskah) dan anggaran, karena keduanya sangat berkaitan erat, dan keputusan dalam naskah juga mempengaruhi anggaran yang akan diperlukan (Rea dan Irving, 2010:78). Biaya atau anggaran adalah daftar item yang digunakan sebagai pengingat tidak hanya untuk item-item yang harus dibayar, melainkan untuk biaya keperluan yang perlu dikonfirmasi selama proses produksi berlangsung.

Dengan kata lain, biaya atau anggaran adalah untuk menjamin kesuksesan atau kelancaran selama produksi. Daftar anggaran sangat membantu manajer produksi untuk mengendalikan biaya produksi baik itu melacak, atau memantau biaya yang timbul selama produksi (Mitchell, 2009:34).

Anggaran produksi pada program acara *Wanda* ini tergolong sangat kecil karena pada setiap produksinya hanya mengeluarkan anggaran untuk bahan bakar mobil.<sup>3</sup> Setiap liputan atau produksinya menerapkan sistem barter dengan tempat kuliner yang diliput. Tempat kuliner tersebut bisa mempromosikan atau dipromosikan secara gratis di stasiun televisi ini, dan dibayar dengan liputan gratis tanpa membayar harga menu yang ditawarkan. Terkadang ada tempat kuliner atau *talent* yang dibayar ketika ada produk yang *built in* (iklan yang masuk ke Malang TV) atau dengan kata lain jika ada testimoni produk yang masuk ke Malang TV dari pemilik usaha kuliner tersebut. Jumlah biaya yang kecil jangan sampai mempengaruhi proses produksi program.<sup>4</sup> Biaya yang dibutuhkan setiap kali produksi berkisar antara Rp 100.000,- hingga Rp 200.000,- karena hanya untuk biaya bahan bakar mobil saja. Karena kameranya sudah digital jadi tidak perlu beli mini DV dan pake sistem barter jadi makanannya tidak bayar.<sup>5</sup>

Jangan biarkan uang menghambat proses Anda. Jika Anda merasa uang anda tidak cukup, jangan biarkan hal itu menjadi alasan untuk tidak memproduksi film Anda. Jika Anda memiliki cukup uang untuk memulainya, saya sarankan lakukan produksi tersebut. Dan jika Anda memiliki banyak uang, saya sarankan berhati-hati tentang bagaimana anda membelanjakan uang. Hanya karena Anda memiliki banyak uang tidak selalu berarti anda akan keluar dengan sebuah film yang baik. Adam Davidson (Rea dan Irving, 2010:77)

Produsen atau manajer produksi bertanggung jawab untuk menyusun anggaran. Jika Anda tidak mampu untuk menyewa seorang manajer

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan Sugeng, mantan kameramen *Wanda*, Malang: 18 Mei 2015

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Syaiful Arif, manajer program *Wanda*, Malang: 18 Mei 2015

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan Rizki, cameramen *Wanda*, 24 Agustus 2015 (via blackberry messenger)

produksi atau produser yang berpengalaman, Anda harus mengumpulkan anggaran sendiri, meskipun kata anggaran dapat membuat Anda gugup. (Rea dan Irving, 2010:78)

f. Penjadwalan

Penjadwalan adalah menentukan kapan suatu program acara diproduksi dan ditayangkan. Penjadwalan program ini ditentukan berdasarkan persaingan dan ketersediaan audien. Pengelola program di setiap stasiun televisi hendaknya melihat stasiun-stasiun televisi saingan mengenai program yang ditayangkan pada jam yang akan diambil untuk menyangkan programnya sendiri baik dari kekuatan program maupun kelemahan dari program yang ada di stasiun televisi saingan. Terdapat dua pilihan dalam setiap penayangan program acara televisi, yaitu (Morissan, 2013:295):

- 1) Mencoba menarik audien yang tengah menyaksikan program pada stasiun televisi saingan dengan menyangkan program sejenis; dan
- 2) Menyangkan program berbeda dengan stasiun saingan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan program audien yang belum terpenuhi.

Program acara *Wanda* tayang dua kali setiap harinya didasarkan pada audien yang dituju yaitu pada pukul 06.30-07.00 WIB dan 12.30-13.00 WIB. Diharapkan pada jam-jam tersebut audien tersebut meluangkan waktunya untuk menyaksikan program ini. Pada bulan ramadhan program acara *Wanda* tayang mulai pukul 17.00-18.00 WIB. Namun, pembahasan pada penelitian ini lebih menekankan pada proses kreatif program acara *Wanda* secara regular

“karena pada jam tersebut kebanyakan orang istirahat makan siang dan *Wanda* memberikan referensi tempat-tempat kuliner. Acara ini

diperuntukkan untuk seluruh kalangan masyarakat, baik mahasiswa, karyawan, maupun masyarakat umum”.<sup>6</sup>

Ketersediaan audien adalah salah satu faktor keberhasilan suatu program acara televisi. Pengelola program televisi harus mengetahui dan mempertimbangkan ketersediaan penonton yang menyaksikan televisi pada waktu-waktu tertentu, karena setiap jam televisi memiliki komposisi audien yang berbeda (Morissan, 2013:295-296). Pengelola program acara *Wanda* juga memperhatikan ketersediaan audien yang tersedia dalam menentukan target yang dituju. Pembagian ketersediaan audien dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Pembagian Waktu Siaran dan Ketersediaan audien

Bagian Hari	Audien Tersedia
Pagi Hari (06.00-09.00)	Anak-anak, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar dan karyawan yang akan berangkat ke kantor.
Jelang siang (09.00-12.00)	Anak-anak prasekolah, ibu rumah tangga, pensiunan, dan karyawan yang bertugas secara giliran ( <i>shift</i> ).
Siang Hari (12.00-16.00)	Karyawan yang makan siang di rumah pelajar yang pulang dari sekolah.
Sore Hari ( <i>Early fringe</i> ) (16.00-18.00)	Karyawan yang pulang dari tempat kerja, anak-anak, dan remaja.
Awal Malam ( <i>Early evening</i> ) (18.00-19.00)	Hampir sebagian besar audien sudah berada di rumah.
Jelang waktu utama ( <i>prime acces</i> ) (19.00-20.00)	Seluruh audien tersedia menonton TV pada waktu ini.
Waktu Utama ( <i>prime time</i> )	Seluruh audien tersedia pada waktu ini

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Bayu, mantan editor *Wanda*, Malang: 26 April 2015

(20.00-23.00)	utamanya antara pukul 20.00-21.00. namun setelah itu, audien mulai berkurang utamanya anak-anak, para pensiunan dan mereka yang harus tidur lebih cepat agar dapat bangun pagi-pagi.
Jelang Tengah Malam ( <i>late fringe</i> ) (23.00-23.30)	Umumnya orang dewasa.
Akhir Malam ( <i>late night</i> ) (23.30-02.00)	Orang dewasa, termasuk karyawan yang bertugas secara giliran ( <i>shift</i> ).

(sumber: Peter K. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt; *Electronic Media Management, second edition*, focal press, Boston-London, 1991 dalam buku Manajemen Media Penyiaran, Morissan, 2013, 296)

#### g. Pembentukan Kerabat Kerja

*Crew* atau kerabat kerja adalah sekelompok orang yang terlibat dalam produksi film atau program televisi, namun tidak muncul di layar kaca (Zoebazary, 2010:68). Dengan kata lain, *Crew* didefinisikan sebagai semua personil, selain pelaku (*talent*), yang bekerja dalam pembuatan film atau program acara televisi selama produksi berlangsung.

Penentuan *Crew* sama pentingnya dengan menemukan *talent* yang cocok untuk menyempurnakan cerita di depan layar. Keberhasilan proyek terletak pada kemampuan *Crew* untuk melakukan visi atau tujuan dari script dan Jumlah *Crew* serta masukan kreatif bertanggung jawab untuk proyek yang sedang diproduksi. Rencana yang sangat baik dan mendukung keberhasilan program tersebut adalah dengan meletakkan orang-orang yang berbakat dibidangnya masing-masing. *Crew* yang sudah dipilih harus ada pada tanggal produksi yang sudah ditetapkan. Dalam menentukan jadwal produksi, pastikan mengetahui terlebih dahulu kesibukan dari masing-masing *Crew*. *Crewing* atau penentuan *Crew* mirip dengan proses casting



untuk *talent*. Penentuan *Crew* ini sangat penting karena orang-orang ini akan bekerja sama di bawah tekanan produksi. (Rea dan Irving, 2010:95-96)

Begitu halnya dengan program acara *Wanda* di Malang TV yang memiliki kerabat kerja sendiri untuk mengatur dan bertanggung jawab kelangsungan program ini. *Crew* ini dipilih berdasarkan kemampuan dari masing-masing individu, sehingga mereka bisa bekerja sesuai dengan *passion*-nya sendiri, dan tidak merasa terbebani dengan tugas-tugas yang diberikan. Kerabat kerja program acara *Wanda* terhitung mulai tahun 2014 terbagi menjadi beberapa bagian yaitu:

a) Manajer produksi

Seseorang yang ditunjuk sebagai penanggung jawab suatu program acara televisi dalam hal ini adalah program acara *Wanda*. Manajer produksi dari program acara *Wanda* ini adalah Syaiful arif.

b) Produser

Orang yang memimpin selama produksi berlangsung. Produser ini bertanggung jawab dan melaporkan seluruh kejadian yang berhubungan dengan program acara *Wanda* kepada manajer produksi. Produser dari program acara ini adalah Ariedo.

c) Kameramen

Kameramen bertugas mengontrol operasional dan pergerakan kamera saat produksi berlangsung. Seorang kameramen harus mampu melakukan penyesuaian secara cepat mengikuti gerakan presenter atau talent (Morissan, 2013:318). Program acara *Wanda* memiliki dua kameramen yang memiliki jadwal produksi bergiliran, dikarenakan untuk menjaga kesehatan kameramen tersebut. Dua kameramen tersebut adalah Riski dan Septian

d) Editor

Editor bertugas untuk mengolah hasil dari pengambilan gambar selama proses produksi berlangsung untuk menjadi suatu program acara yang utuh. Editor program acara *Wanda* adalah Amelia.

e) Presenter atau host

Presenter merupakan orang yang memimpin jalannya produksi. Memimpin dalam hal ini adalah orang yang bertugas membawakan acaranya, mulai dari opening hingga closing program. Program acara *Wanda* memiliki empat presenter yaitu, Yulida Cristiangu, Anty Arjanti, Putri Monding, dan Ariedo Pratama.

f) Traffic

Orang bekerja dibagian traffic ini adalah orang yang mengatur jadwal tayang harian program acara untuk sebuah stasiun televisi (Morissan, 2013:83). Traffic di Malang TV ditempati oleh Ibu Retno Sekar.

g) *Master control*

*Master control* merupakan pusat stasiun penyiaran. Tanggung jawab dari *master control* ini adalah menayangkan materi program pada waktu yang telah ditentukan. Tugas dan bagian *Master Control* terbagi menjadi tiga bagian yaitu (Morissan, 2013: 82):

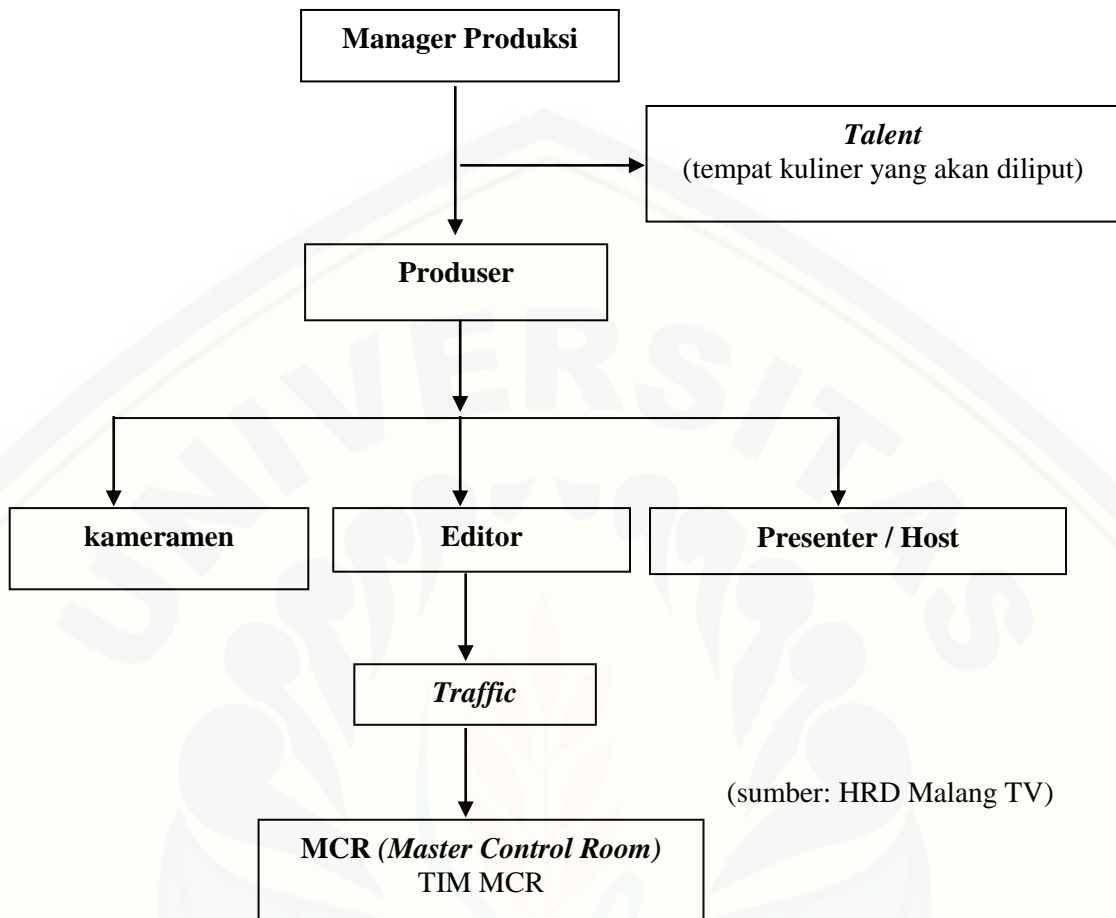
- (a) Masukan program (*program input*)
- (b) Penyimpanan program (*program storage*)
- (c) Penemuan program (*program retrieval*)

Masing-masing dari bagian-bagian atau kerabat kerja tersebut memiliki tugas tersendiri namun saling berkaitan. Ada satu kerabat kerja yang tidak tertulis dalam tatanan program acara *Wanda* yaitu *driver*. *Driver* tidak ditulis dalam struktur kerabat kerja karena *driver* yang ada di Malang TV digunakan dalam semua program acara, tidak hanya pada Program acara *Wanda*.<sup>7</sup> Susunan kerabat kerja program acara *Wanda* dapat dilihat dalam bagan berikut ini:

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Syaiful Arif, manajer program *Wanda*, Malang: 19 Mei 2015

Gambar 4.1 Struktur Kerabat Kerja Wanda



h. Logo Warung Anda



Gambar 4.2 Logo Wanda

Program acara *Wanda* pertama kali diproduksi tayang pada tahun 2008 dan tayang sampai sekarang. Dikarenakan program acara *Wanda* sudah lama dibentuk maka proses praproduksi program acara *Wanda* ini hanya persiapan produksi pada saat akan *shooting* atau pengambilan gambar. Proses praproduksi program acara warung anda meliputi pencarian *talent*, legalitas, dan prepare/konsep.<sup>8</sup>

Pendapat dari manager program tersebut sama halnya dengan pendapat dari salah satu host atau presenter program acara *Wanda*, Anty Arjanti yang mengatakan bahwa proses praproduksi *Wanda* meliputi menggali data, konsep dan nego warung. Tahapan-tahapan tersebut dilakukan bersama semua *Crew* termasuk *driver* karena diharapkan adanya masukan konsep baru berdasarkan pengalaman dari *Crew* yang sering terlibat dalam produksi.<sup>9</sup>

Berbeda dengan pendapat kameramen *Wanda*, proses praproduksi yang dilakukan adalah memeriksa perlengkapan produksi seperti kamera, tripod, *clip on* atau *microphone*, dan lain-lain yang menunjang proses produksi program *Wanda* ini berlangsung.<sup>10</sup>

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa proses praproduksi program acara *Wanda* meliputi, pencarian *talent*, menggali data, legalitas, konsep, dan persiapan sarana produksi.

a. Riset atau Pencarian *talent* (nego tempat kuliner)

Pencarian *talent* yang dimaksud adalah mencari warung atau tempat kuliner yang akan diliput. Pencarian *talent* ini dilakukan beberapa hari sebelum pengambilan gambar, namun terkadang pencarian *talent* dilakukan pada saat produksi, dikarenakan tergantung dari presenter atau host yang akan membawakan program *Wanda* ini.

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Syaiful Arif, manajer program *Wanda*, Malang: 18 mei 2015

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Anty Arjanti, host *Wanda*, Malang: 19 Mei 2015

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Septian dan Riski, kameramen program *Wanda*, Malang: 20 dan 22 Mei 2015

b. Menggali data

Menggali data adalah mencari informasi mengenai warung yang akan diliput, mulai dari makanannya, harga, lokasi, pemilik, dan lain-lain, yang berhubungan dengan usaha kuliner tersebut.

c. Legalitas

Legalitas adalah persiapan yang berhubungan dengan perijinan, misalnya, warung yang akan diliput membutuhkan surat izin dari kantor untuk meliput warung tersebut (surat jalan).

d. Konsep

Konsep adalah bentuk dari hasil akhir tayangan. Konsep disini bukan konsep tayangan secara utuh, melainkan konsep pada saat produksi yang meliputi pengambilan gambarnya dari mana, *angle* yang pas itu dimana, supaya pada saat produksi tidak terlalu lama dan membuang-buang waktu.

e. Persiapan sarana produksi

Sarana produksi adalah segala sesuatu yang mendukung jalannya produksi suatu tayangan televisi. Sarana dan prasarana yang dimaksud disini adalah perlengkapan yang dibutuhkan saat di lapangan. Sarana produksi yang dibutuhkan untuk produksi program acara *Wanda* ini adalah:

1. Mobil

Mobil disini diletakkan dibagian atas karena mobil merupakan sarana dan prasarana utama dalam produksi untuk mencapai lokasi pengambilan gambar.

2. Kamera

Kamera adalah sarana produksi utama dalam proses produksi. Kamera yang digunakan dalam produksi *Wanda* adalah Sony MC 1500p. jadi kamera ini menggunakan hardisk atau memori internal untuk merekam saat produksi berlangsung. Walaupun terkadang juga menggunakan kamera JVC yang masih menggunakan mini DV dalam proses penggunaannya.

### 3. Tripod

Tripod adalah alat untuk membantu kameramen memperoleh gambar yang bagus. Tripod biasanya digunakan untuk mengurangi kelelahan kameramen dan gambar yang bergoyang, dan memudahkan kameramen untuk mengatur kameranya.

### 4. *Microphone* atau *clip on*

*Clip on* adalah mikrofon khusus yang dipasang pada objek tanpa terlihat (Zoebazary, 2010:55). *Clip on* biasanya dipasang pada baju host dan dihubungkan pada kamera sehingga suara dari host terdengar dengan jelas.

### 5. *Headset*

*Headset* digunakan kameramen untuk mendengarkan suara yang ditangkap kamera saat produksi pengambilan gambar berlangsung.

### 6. *Lighting*

*Lighting* yang digunakan dalam produksi *Wanda* adalah jenis aki kering DC 12 V, dan memiliki daya  $\pm 25-50$  What seperti pada lampu motor.<sup>11</sup>

## 4.2 Produksi

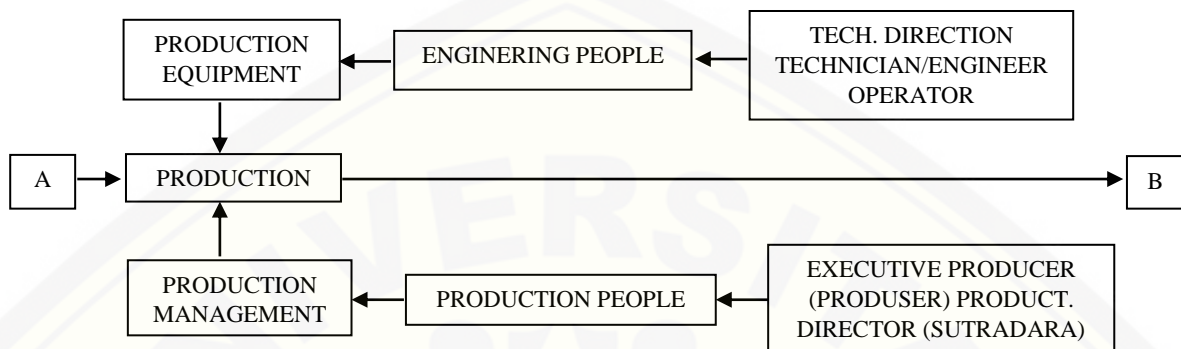
Produksi dalam industri film atau televisi merujuk pada suatu tahap ketika pelaksanaan pengambilan gambar dilakukan (Zoebazary, 2010:199). Selama produksi berlangsung, manajer program atau manajer produksi dapat melihat kembali pada jam-jam persiapan, perencanaan; mencari lokasi yang unik; menjalin hubungan kerja yang nyaman dan produktif; dan meneliti semua kemungkinan yang ditawarkan. Jika perencanaan yang dipersiapkan kurang matang, mungkin akan mengalami masalah yang cukup fatal yaitu merubah kembali tanggal produksi yang telah direncanakan (Rea dan Irving, 2010:225)

Proses produksi program acara *Wanda* dilakukan setelah semua persiapan sudah dilaksanakan, dan siap untuk pengambilan gambar sesuai dengan jadwal

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Jodi dan Riski, *driver* dan kameramen *Wanda*, Malang: 22 Mei 2015

dan jam yang sudah diatur dan disepakati bersama. Jadwal produksi disepakati oleh semua *Crew* dan *talent* (tempat makan yang akan diliput). Susunan proses produksi dapat dilihat pada diagram berikut ini:



Gambar 4.3 Diagram Produksi

(sumber:buku teknologi broadcasting TV, Setyobudi, 2006:58)

Pengambilan gambar pada setiap segmen atau setiap warung yang diliput bervariasi dan saling berurutan supaya memudahkan editor dalam proses editing berlangsung. Pertama-tama dimulai dari opening presenter, lalu mengambil footage terlebih dahulu, wawancara pemilik, terkadang juga wawancara pengunjung, pengambilan gambar presenter, lalu testimoni presenter mengenai cita rasa makanan yang ada di warung tersebut.<sup>12</sup>

Alur dari produksi program acara *Wanda* ini sesuai dengan penjelasan dari mantan kameramen *Wanda*. Dimulai dari opening hingga *closing* program. Alur tersebut digunakan semua presenter *Wanda*, sehingga konsep dari alur produksi *Wanda* tidak berubah. Penjelasan dari mantan kameramen *Wanda* lebih dijelaskan melalui gambar-gambar dibawah ini:

#### a) *Opening Program*

Produksi program acara *Wanda* selalu didahului oleh *opening program* dari presenter atau host. *Opening* tersebut dilakukan oleh semua presenter *Wanda*, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Masing-masing

<sup>12</sup> Wawancara dengan Sugeng, mantan kameramen program acara *Wanda*, Malang: 18 Mei 2015

presenter memiliki karakter tersendiri dalam membawakan program acara *Wanda*.

Tabel 4.2 Alur Pengambilan Gambar Program Acara *Wanda*

Visual	Keterangan
 <p>(doc. Screenshot 00.00.19 tayangan <i>Wanda</i> dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)</p>	<p><i>Opening</i> presenter Anty Arjanti di depan usaha kuliner yang akan dikunjungi. Pada saat <i>opening</i> menjelaskan mengenai usaha kuliner yang akan dikunjungi. Karakter Anty ini saat membawakan program <i>Wanda</i> lebih terkesan feminim.</p>
 <p>(doc. Screenshot 00.00.42 tayangan <i>Wanda</i> dengan presenter Ariedo , lokasi: Mr. Brengos, Jl. Soekarno Hatta Komplek Ocean Garden Kav. E Kota Malang)</p>	<p>Presenter Ariedo melakukan <i>opening</i> presenter di depan usaha kuliner yang akan di datangi. Ariedo lebih sering mengambil waktu <i>shooting</i> malam hari dikarenakan beberapa kesibukan. Karakter Ariedo ini lebih santai.</p>
 <p>(doc. Screenshot 00.00.48 tayangan <i>Wanda</i> dengan presenter Putri , lokasi:</p>	<p><i>Opening</i> program acara <i>Wanda</i> oleh presenter Putri. Karakter Putri dalam membawakan acara lebih terlihat santai dengan penampilan sedikit tomboy, dan lebih cenderung ceplas-ceplos.</p>




Ngagheti, Jl. Kaliurang-Malang)	
 <p>(doc. Screenshot 00.00.53 tayangan Wanda dengan presenter Yulida , lokasi: Nasi goreng monster, Jl. Soekarno Hatta-Malang)</p>	<p><i>Opening program</i> presenter Yulida di depan usaha kuliner yang akan diliput. Sama halnya dengan presenter Anty, pembawaan karakter dari Yulida ini adalah feminim.</p>

#### b) Wawancara Pemilik

Setelah opening program, biasanya ditampilkan suasana dari usaha kuliner yang akan diliput mulai desain ruangan, suasana pengunjung, dan kesibukan dari para pegawai. Kemudian dilanjutkan dengan wawancara pemilik usaha kuliner.

Tabel 4.3 Wawancara Pemilik Usaha Kuliner

Visual	Keterangan
 <p>(doc. Screenshot 00.03.00 tayangan Wanda dengan presenter Ariedo , lokasi: Mr. Brengos, Jl. Soekarno Hatta (Ocean Garden)-Malang)</p>	<p>Dalam mewawancarai pemilik usaha kuliner, masing-masing presenter memiliki cara tersendiri supaya informasi yang disampaikan bisa diterima masyarakat. pertanyaan yang seringkali diajukan kepada pemilik usaha kuliner relatif sama yaitu mengenai:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Perkenalan pemilik (nama</li> </ol>



(doc. Screenshot 00.02.35 tayangan Wanda dengan presenter Yulida , lokasi: Nasi goreng monster, Jl. Soekarno Hatta-  
Malang)



(doc. Screenshot 00.01.21 tayangan Wanda dengan presenter Anty, lokasi: Ketan Gihan, Jatimulyo Malang)



(doc. Screenshot 00.01.52 tayangan Wanda dengan presenter Putri , lokasi: Ngagheti,  
Jl. Kaliurang-Malang)

pemilik)

- b. Latar belakang pendirian usaha
- c. Menu-menu yang ditawarkan
- d. Harga dari menu-menu yang ditawarkan
- e. Jam buka usaha kuliner tersebut
- f. Konsep dari usaha kuliner
- g. Keunggulan atau keistimewaan dari usaha kuliner tersebut

c) Testimoni Terhadap Menu

Produksi program acara *Wanda* tidak hanya meliput tempat kuliner yang menjual makan berat, namun juga makanan-makanan ringan yang bersifat melegakan. Segmen tersebut dinamakan segmen lezat. Sama seperti halnya pada saat meliput tempat kuliner makanan berat, pada segmen lezat ini juga ada testimoni dari presenter. Testimoni presenter sangat dibutuhkan untuk meyakinkan penonton mengenai cita rasa makanan di tempat usaha kuliner yang sedang diliput.

Tabel 4.4 Testimoni Presenter

Visual	Keterangan
 <p>(doc. Screenshot 00.03.02 tayangan <i>Wanda</i> dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)</p>	<p>Sebelum mencicipi makanan yang telah disediakan, presenter terlebih dahulu memperkenalkan makanan-makanan tersebut kepada pemirsa. Setelah itu, baru presenter mencicipi makanan dan memberikan testimoni cita rasa makanan yang telah dicicipi tersebut. Memberikan testimoni disini, bertujuan untuk menarik minat masyarakat. Pada saat memberikan testimoni, diharapkan presenter benar-benar meyakinkan penonton tentang cita rasa masakan tersebut.</p>
 <p>(doc. Screenshot 00.00.47 tayangan <i>Wanda</i>, dengan presenter Putri , lokasi: Ngagheti, Jl. Kaliurang-Malang)</p>	



(doc. Screenshot 00.02.16 tayangan *Wanda* dengan presenter Ariedo , lokasi: Mr. Brengos, Jl. Soekarno Hatta (Ocean Garden)-Malang)



(doc. Screenshot 00.04.00 tayangan *Wanda* dengan presenter Yulida , lokasi: Es Pisang Ijo, Jl. Soekarno Hatta-Malang)

Sama halnya pada saat liputan makanan berat (nasi), pada segment lezat presenter juga memberikan testimoni dari makanan tersebut

Tidak peduli berapa banyak presenter yang digunakan dalam sebuah proses produksi program televisi karena semua keputusan berada ditangan sutradara dan produser (Rea dan Irving, 2010:111). Bagian penting dalam melibatkan presenter dalam sebuah produksi adalah seberapa nyaman presenter tersebut dalam membawakan program acara itu, sehingga visi dan misi dari program yang dibawakan terlaksana. Malang TV dalam memproduksi program acara *Wanda* menggunakan empat presenter dikarenakan beberapa alasan, yaitu:

- (a) Untuk menjaga kesehatan dari presenter itu sendiri, dikarenakan program acara *Wanda* tayang setiap hari dan produksi setiap hari.

- (b) Untuk memberikan keragaman atau varian pada tayangan tersebut sehingga penonton tidak merasa bosan.
- (c) Presenter yang menjadi *icon* program *Wanda*, tidak hanya memegang satu program melainkan beberapa program yang ada di Malang TV.<sup>13</sup>

Berapapun jumlah dan siapapun yang menjadi presenter dalam program *Wanda* harus bisa memperlakukan semua aktor atau talent (pemilik usaha kuliner) dengan hormat dan sopan. Membuat setiap pengalaman menjadi menyenangkan dan profesional tidak peduli betapa salahnya untuk seorang aktor (Rea dan Irving, 2010:111).

#### d) *Closing Program*

Setiap *episode* program acara *Wanda* menyajikan dua sampai tiga usaha kuliner, dan terkadang ditambah dengan segmen lezat. Setelah melakukan serangkaian tahapan seperti yang telah disebutkan di atas. Presenter melanjutkan dengan *closing segment* ataupun *closing program*. *Closing segment* dilakukan saat akan melakukan perpindahan tempat usaha kuliner. Sedangkan *closing program* untuk mengakhiri program acara *Wanda* pada episode tersebut dan dilakukan di segmen terakhir.

Pada tahapan produksi ini juga menentukan ukuran gambar atau *type of shot* yang akan digunakan selama produksi program acara *Wanda* berlangsung. Ukuran gambar yang digunakan disesuaikan dengan keperluan produksi, dan diharapkan bisa menyampaikan pesan yang dimaksud. Pada tahapan produksi ini, semua *angle* yang digunakan tergantung dari kepekaan kameramen terhadap cita rasa dalam tayangan tersebut, karena selama proses pengambilan gambar tidak menggunakan shoot list atau panduan untuk pengambilan gambar.<sup>14</sup> Jadi bisa dikatakan bahwa *type of shot* yang digunakan dalam proses pengambilan gambar

---

<sup>13</sup> Hasil Wawancara dengan Syaiful Arif dan Jodi, manajer dan *driver* program acara *Wanda*, Malang: 18 dan 21 Mei 2015

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Septian, kameramen *Wanda*, Malang:20 Mei 2015

program acara *Wanda* dilakukan secara spontan. Hampir semua *angle* dan *type of shot* digunakan, tergantung dari situasi dan kondisi yang ada di lapangan. Namun yang paling sering digunakan adalah sebagai berikut:

a) LS (*Long Shot*)

Untuk menunjukkan tampak depan warung

b) MS (*Medium Shoot*)

Menunjukkan keanekaragaman menu yang ada di tempat tersebut

c) MCU (*Medium Close Up*)

Menunjukkan saat presenter mencicipi makanan, saat wawancara pemilik ataupun pengunjung

d) ECU (*Extreme Close Up*)

Menampilkan atau menunjukkan detail makanan atau menu sehingga memberikan kesan enak pada makanan tersebut.

Tabel 4.5 Contoh penggunaan *type of Shot* pada program acara *Wanda*

Visual	Keterangan
 <p>(doc. Screenshot 00.00.30 tayangan <i>Wanda</i> dengan presenter Anty, lokasi: Warung Gembira, Jl. Terusan Sulfat, Blimbing-Malang)</p>	<p>Pengambilan gambar ini menggunakan <i>type of shot</i> LS (<i>Long Shot</i>). Fungsi dari <i>type of shot</i> ini dalam program acara <i>Wanda</i> adalah untuk memberikan gambaran secara jelas tentang warung atau lokasi kuliner dari tampak depan, keseluruhan lokasi bagian dalam, dan lain-lain.</p>
	<p>Pengambilan gambar ini menggunakan <i>type of shot</i> MS (<i>Medium Shot</i>). Fungsi dari <i>type of shot</i> ini dalam program acara <i>Wanda</i> adalah memberikan keanekaragaman</p>

<p>(doc. Screenshot 00.03.05 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)</p>	<p>menu yang disajikan.</p>
<p>(doc. Screenshot 00.02.15 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)</p>	<p>Pengambilan gambar ini menggunakan <i>type of shot</i> MCU (<i>Medium Close UP</i>). Fungsi dari <i>type of shot</i> ini dalam program acara Wanda adalah untuk mengambil gambar wawancara pemilik, dan menu-menu yang ditawarkan.</p>
<p>(doc. Screenshot 00.01.48 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)</p>	
<p>(doc. Screenshot 00.02.27 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)</p>	<p>Pengambilan gambar ini menggunakan <i>type of shot</i> CU (<i>Close Up</i>). Fungsi dari <i>type of shot</i> ini dalam program acara Wanda adalah untuk memberikan gambaran tentang jenis-jenis makanan yang disajikan.</p>



(doc. Screenshot 00.02.15 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)



(doc. Screenshot 00.01.48 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)



(doc. Screenshot 00.02.27 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)



(doc. Screenshot 00.03.53 tayangan Wanda, lokasi: Warung Gembira, Jl. Terusan Sulfat, Blimbing-Malang)



(doc. Screenshot 00.03.33 tayangan Wanda, lokasi: Warung Gembira, Jl. Terusan Sulfat, Blimbing-Malang)



(doc. Screenshot 00.02.43 tayangan Wanda dengan presenter Anty , lokasi: Deals, Jl. Tlogomas-Malang)

Pengambilan gambar ini menggunakan *type of shot* ECU (*Extreme Close Up*). Fungsi dari *type of shot* ini dalam program acara Wanda adalah memberikan gambaran secara detail makanan yang disajikan. Sehingga menimbulkan kesan enak di hati dan pikiran penonton.

Selain *type of shot*, pada saat produksi juga harus memperhatikan komposisi suatu gambar yang akan diambil. Susunan unsur-unsur visual dan penempatan objek dalam *frame* sangat penting untuk dipertimbangkan karena akan menyampaikan makna tertentu kepada penonton (Thompson dan Bowen,



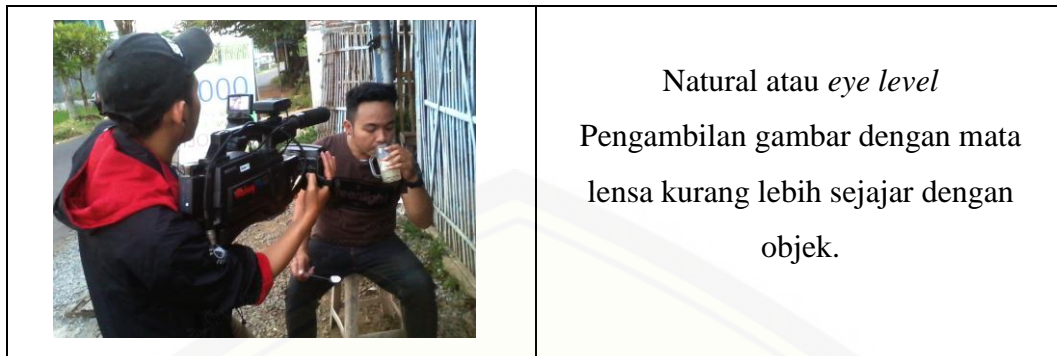
2009:23). Komposisi ini harus memperhatikan *headroom*, *nose room* atau *look room*. *Headroom* adalah jarak antara objek dan batas atas frame. Gambar yang baik adalah gambar yang memiliki gambar dan jarak *headroom* yang pas atau ideal. Sedangkan *nose room* atau *look room* adalah jarak antara jarak pandang objek yang ditentukan oleh arah pandang objek, apakah ke kiri maupun kanan.

*Angle* atau posisi pengambilan gambar juga sangat mempengaruhi proses penampakan pesan kepada penonton, jika kita tidak menyesuaikan *angle* kamera yang digunakan bisa saja informasi yang kita sampaikan tidak bisa diterima penonton dengan baik. Pada saat produksi program acara *Wanda* semua *angle* kamera secara signifikan semuanya digunakan sesuai dengan situasi yang dan kondisi saat dilapangan, namun ada *angle-angle* yang hampir tidak pernah digunakan yaitu *bird eye view*, dan *frog eye level*.<sup>15</sup> Contoh penggunaan *angle* kamera pada produksi program acara *Wanda* dicontohkan pada gambar-gambar dibawah ini:

Tabel 4.6 Penggunaan *angle* kamera pada produksi *Wanda*  
sumber gambar: Chandra K. Pratiwi, 22 Mei 2015

Visual	Penggunaan <i>Angle</i> kamera
	<p><i>Low angle</i> Pengambilan gambar dari sudut bawah</p>
	<p><i>High angle</i> Pengambilan dari sudut atas objek</p>

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Riski, kameramen *Wanda*, Malang: 22 Mei 2015



Pada saat produksi program acara *Wanda*, selain tidak ada *shot list* untuk kameramen juga presenter atau host tidak menggunakan naskah dalam melakukan wawancara dan membawakan acaranya secara spontan tanpa ada naskah, dikarenakan program acara *Wanda* produksinya setiap hari, jadi sudah terbiasa.<sup>16</sup>

Selain yang disebutkan diatas, yang perlu diperhatikan saat produksi adalah kondisi cahaya di lokasi produksi. Di alam, manusia diprogram untuk merespon cahaya, gerakan, dan warna. Mengetahui respon visual fisiologis manusia adalah alat kreatif yang hebat bagi para pembuat film untuk digunakan dalam membangun komposisi gambar yang baik. Ketepatan dalam pengaturan pencahayaan membuat perasaan sedih, kebahagiaan, ketakutan dan sebagainya; menggarisbawahi tema tentang karakter; dan sorot atau mengaburkan mata menjadi pelajaran yang penting dalam sebuah adegan (Thompson dan Bowen, 2009:74). Pengaturan cahaya tidak hanya berlaku dalam film, namun juga dalam produksi program acara televisi termasuk program acara *Wanda*. Program acara *Wanda* menggunakan *Lighting* atau bantuan cahaya tambahan ketika melakukan pengambilan pada malam hari.

### 4.3 Pascaproduksi

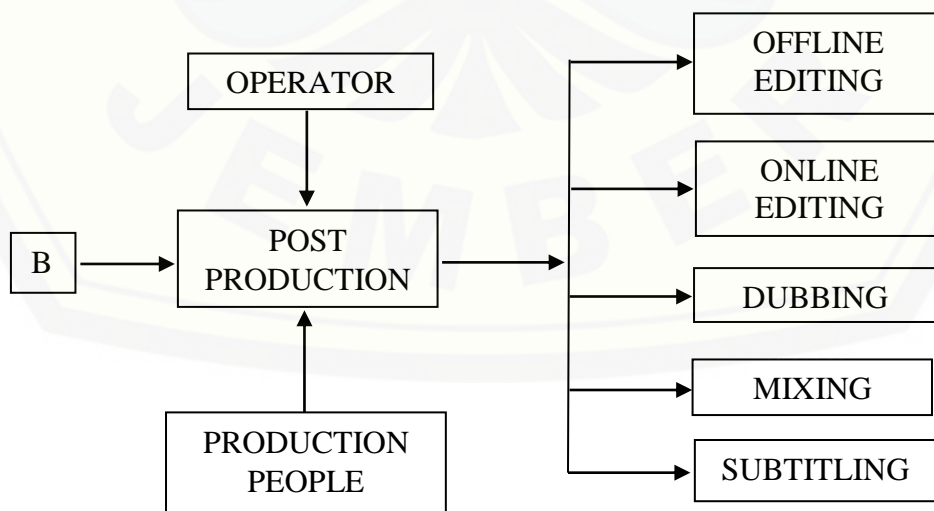
Pascaproduksi adalah pekerjaan yang dilakukan sesudah proses pengambilan gambar selesai dilakukan, meliputi editing dan efek visual (Zoebazary, 2010:194). Pada program acara *Wanda*, tahap ini adalah tahap

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan Anty Arjanti, presenter *Wanda*, Malang:19 Mei 2015

terakhir untuk menjadikan program acara *Wanda* utuh menjadi tayangan yang enak ditonton. Program acara ini dikemas semenarik mungkin supaya penonton atau masyarakat bisa menerima informasi yang diberikan secara nyaman dan keseluruhan.

Salah satu perbedaan utama antara produksi dan pascaproduksi adalah kurangnya struktur atau aturan yang tertulis. Proses produksi disusun dan ditentukan oleh naskah, anggaran, dan jadwal syuting yang telah dibuat (Rea dan Irving, 2010:258). Setiap program acara ataupun film yang dibuat, tentunya memiliki tantangan kreatif tersendiri, termasuk program acara *Wanda* yang memiliki tantangan bagaimana memproduksi program acara yang bisa diterima di masyarakat dan tujuan dari program ini bisa tercapai.

Ada analogi pada proses editing di naskah yang juga diterapkan pada proses editing yaitu "Menulis adalah menulis ulang" (Rea dan Irving, 2010:258). Perbedaannya dalam proses editing analogi tersebut bermakna menuangkan kembali naskah menjadi tayangan yang berupa audio dan video. Banyak yang menganggap bahwa editing hanya mengenai memotong bagian yang tidak diperlukan. Namun proses editing tidaklah sesederhana itu karena pada tahap editing kita tidak hanya menghilangkan apa yang tidak diperlukan melainkan kita sedang membangun emosi pada sebuah karya seni yang layak untuk ditayangkan kepada publik. Keseluruhan proses praproduksi dapat dilihat pada diagram dibawah ini:



## Gambar 4.4 Diagram Pascaproduksi

(Sumber: buku teknologi *broadcasting* TV, Setyobudi, 2006:59)

“Proses editing pada program acara *Wanda* tergolong simpel, karena sudah menggunakan kamera dengan memori, jadi tidak perlu proses *capturing*. Ya data dari kamera *diconvert*, trus ya di edit video audionya. Habis gitu render trus serahin deh ke MCR”.<sup>17</sup>

Editor adalah perajin, teknisi, dan artis yang memiliki kesabaran dan fasilitas untuk menciptakan rangkaian dari ribuan gambar. Manipulasi dalam editing suara dan gambar sering dibutuhkan dan dilakukan oleh seorang editor untuk mewujudkan potensi kreatif dari materi yang akan disampaikan (Rea dan Irving, 2010:258).

Program acara *Wanda* pada tahapan pascaproduksi juga melalui tahapan-tahapan seperti yang disebutkan pada diagram di atas, namun sebelum melakukan proses editing, ada hal-hal yang perlu dilakukan antara lain:

a) *Capturing*

Proses *capturing* hanya terdapat pada jenis editing nonlinier dan memiliki pengertian proses pemindahan file dari kamera ke *hard disk* PC atau komputer. Namun, tahapan ini sudah jarang digunakan karena pada saat produksi menggunakan kamera dengan hardisk internal (memori internal) yang dalam penggunaannya seperti kamera digital. Data yang sudah direkam dalam memori kamera dicopy atau dipindahkan ke PC atau komputer (Fachruddin, 2012:422). Walaupun terkadang juga masih menggunakan tahapan *capturing* apabila pada saat produksi menggunakan kamera dengan mini DV atau kaset untuk menyimpan data yang direkam selama dilapangan.

b) *Convert*

Dalam kamus lengkap bahasa inggris (Wojowasito dan Wasito, 1980:32) *convert* adalah mengubah. Dalam hal ini *convert* yang dimaksud adalah *convert* data yang berarti adalah mengubah format materi ke bentuk

---

<sup>17</sup> Hasil Wawancara dengan Amelia, editor program acara *Wanda*, Malang: 20 Mei 2015

AVI sehingga mendukung proses pengeditan atau memudahkan editor saat mengedit video tayangan *Wanda* yang sudah direkam pada saat produksi. Hal ini dilakukan apabila pada saat produksi program acara *Wanda* menggunakan jenis kamera digital.

c) *Logging*

*Logging* gambar adalah proses pada saat editor memotong gambar, mencatat waktu pengambilan gambar, dan memilih gambar-gambar disesuaikan dengan kamera report. Proses ini diperlukan sebagai antisipasi dari penuhnya kapasitas hard disk (Widagdo dan Gora, 2007:105).


d) *Off Line Editing* (Editing video)

Proses editing video ini bisa juga disebut dengan *off line editing*, yaitu proses penyuntingan gambar dengan memotong-motong gambar atau memilah-milah gambar yang sesuai dan menyusunnya menjadi satu rangkaian yang enak dilihat. Pada tahap ini belum dilakukan proses *sound mixing*, *titling*, serta *compositioning* suatu program acara. Hasil dari *off line editing* ini adalah hasil kasar yang bertujuan untuk memperoleh *edit decision list* (EDL) yang berupa data *time code*, deskripsi *shot* yang nantinya akan digunakan pada *online editing* (Fachruddin, 2012:422).

e) *Online Editing*

*Online editing* adalah proses ketika seorang editor mulai memperhalus hasil *off line editing*, dan bisa dikatakan memperbaiki kualitas hasil, dan memberikan tambahan *footage*, transisi serta efek khusus yang dibutuhkan sesuai dengan tema dari tayangan tersebut (Widagdo dan Gora, 2007:106).

Tabel 4.7 Contoh *Online Editing* pada Program Acara *Wanda*

Visual	Keterangan
	<p>Pada saat <i>Online editing</i>, biasanya editor program acara <i>Wanda</i> memperhalus hasil materi yang telah diedit, dengan memasukkan <i>effect</i></p>

<p>(doc. Screenshot 00.00.13 tayangan <i>Wanda</i> dengan presenter Yulida, lokasi: Nasi goreng Monster, Jl. Soekarno Hatta-Malang )</p>	<p><i>transition. Effect transition</i> yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan.</p>
<p>(doc. Screenshot 00.00.21 tayangan <i>Wanda</i> dengan presenter Ariedo, lokasi: Mr. Brengos, Jl. Soekarno Hatta (Ocean Garden) Malang)</p>	



#### f) *Editing Sound*

Penyuntingan suara yang dilakukan disesuaikan dengan gambar, dan diharapkan bisa menghidupkan suasana melalui ilustrasi musik, dan terkadang juga diberi *sound effect* dengan tujuan untuk memperjelas atmosfer yang ingin ditonjolkan (Fachruddin, 2012:16). Pada proses ini terkadang juga dilakukan proses dubbing, yaitu perekaman suara yang memberikan gambaran tentang keadaan dilokasi produksi (tempat kuliner). *Dubbing* ini disesuaikan dengan naskah, sehingga hasil dari dubbingan ini bisa sinkron dengan gambar yang telah disusun.

Pada awalnya program acara *Wanda* menggunakan naskah dan proses dubbing untuk menjelaskan latar suasana ditempat produksi, namun pada akhir tahun 2014 *Wanda* memberikan variasi konsep tanpa dubbing dan narasi. Dibalik variasi konsep tersebut terdapat beberapa alasan yang mendasari variasi tersebut antara lain:

- (1) Supaya masyarakat atau penonton tidak bosan.

- (2) Kurangnya waktu, karena SDM yang ada di Malang TV tidak hanya memegang satu program.
- (3) Memudahkan editor dalam proses editing, karena waktu yang digunakan dalam proses editing relatif cepat, tidak perlu menunggu narasi dubbingan selesai.<sup>18</sup>


g) *Mixing*

*Mixing* dapat diartikan sebagai penggabungan semua track menjadi satu, setelah dilakukan berbagai penyesuaian untuk menyeimbangkan volume dan semua efek suara yang diperlukan (zoebazary, 2010:162). Proses *mixing* pada program acara *Wanda* dilakukan guna menyeimbangkan gambar, dan ilustrasi musik.

h) *Subtitling*

*Subtitling* pada program acara *Wanda* adalah proses pemberian *title* atau nama-nama yang terlibat dalam produksi baik nama host/presenter, nama tempat kuliner, menu dan harga, dan *credit title*. Dalam kamus istilah televisi disebutkan bahwa *titles* adalah informasi grafis yang muncul di awal sebuah program, yang meliputi judul dan orang-orang yang terlibat didalamnya (pemain, penulis, produser, sutradara, dan lain-lain.) (Zoebazary, 2010:263).

Tabel 4.8 Penggunaan *Title* pada Program Acara *Wanda*

Visual	Keterangan
 <p>(doc. Screenshot 00.00.11 tayangan)</p>	<p>Penggunaan <i>title</i> yang pertama yaitu untuk menuliskan nama usaha kuliner yang sedang diliput program <i>Wanda</i>. Penulisan nama usaha kuliner ini mempunyai dua versi yaitu versi ungu dan versi simpel.</p>

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Jodi dan Riski, *Driver* dan kameramen program acara *Wanda*, Malang: 22 Mei 2015

<p>Wanda dengan presenter Anty, lokasi: Deals, Tlogomas-Malang)</p>	<p>Versi ungu biasanya digunakan oleh presenter Anty Arjanti. Sedangkan versi simpel dengan menggunakan garis putih digunakan oleh ketiga presenter lainnya yaitu Ariedo, Yulida, dan Putri.</p>
<p>(doc. Screenshot 00.02.16 tayangan Wanda dengan presenter Ariedo, lokasi: Mr. Brengos, Jl. Soekarno Hatta (Ocean Garden) Malang) )</p>	<p>Penggunaan <i>title</i> yang kedua untuk menuliskan nama presenter dan nama pemilik usaha kuliner.</p>
<p>(doc. Screenshot 00.01.16 tayangan Wanda dengan presenter Anty, lokasi: Ketan Gihan, Jatimulyo Malang).</p>	<p>Ketiga, <i>title</i> digunakan untuk menuliskan harga dari menu-menu yang ditawarkan di uasaha kuliner yang sedang diliput.</p>





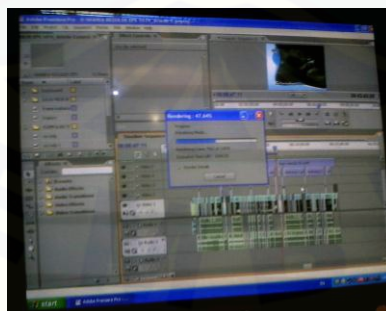


(doc. Screenshot 00.05.52 tayangan Wanda dengan presenter Yulida , lokasi: Es Pisang Ijo, Jl. Soekarno Hatta-Malang)

Penggunaan *title* yang terakhir untuk menuliskan jajaran kerabat kerja yang terlibat pada proses kreatif program acara *Wanda*.

#### i) *Rendering*

Dalam kamus bahasa lengkap bahasa inggris (Wojowasito dan wasito, 1980:176) *rendering* adalah *salinan*. Dalam konteks media pertelevisian *rendering* diartikan sebagai proses membuat salinan hasil editing menjadi suatu tayangan yang nantinya bisa disimpan didalam kaset. Proses *rendering* pada program acara *Wanda* adalah ke bentuk atau format M2v, alasan menggunakan format ini karena Malang TV dalam teknologi dan teknik editing serta sistem kerja pemancar dan transmisi didukung oleh *undermatrox*. Dan format yang paling bagus dan mendukung kerja *undermatrox* ini adalah M2V.<sup>19</sup>



Gambar 4.5 Proses *rendering* program acara *Wanda*

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Syaiful Arif, manajer program acara *Wanda*, Malang: 18 Mei 2015

j) Diserahkan ke MCR (*Master control Room*)

Tayangan yang sudah diedit dan siap untuk ditayangkan di televisi diburning atau dimasukkan dalam DVD lalu diserahkan ke bagian MCR. Disini MCR hanya mendata dan menayangkan hasil editing tersebut.

Suatu tayangan tidak akan terbentuk tanpa adanya sarana dan prasarana yang menunjang baik pada proses praproduksi, produksi maupun pascaproduksi. Begitu pula program acara *Wanda* juga memerlukan sarana dan prasarana untuk menunjang proses editing. Sarana dan prasarana tersebut adalah:

a) Satu unit perangkat komputer

Satu unit komputer yang dibutuhkan adalah yang memiliki spesifikasi mencukupi dan memadai selama proses editing berlangsung (Widagdo dan Gora, 2007:104). Spesifikasi komputer yang dibutuhkan seperti (Fachruddin, 2012:424):

- (1) *Hard disk* atau tempat penyimpanan yang besar
- (2) *Processor* yang cepat (*dual processor*)
- (3) RAM yang digunakan minimal 1 GB
- (4) Menggunakan *dual display* dengan *dual grafis card*

b) Satu tv monitor

TV monitor digunakan untuk memantau kualitas gambar yang sedang diedit, TV monitor ini terhubung dengan komputer yang sedang digunakan untuk mengedit.

c) Satu unit *speaker* dan *headphone*

*Headphone* dan *speaker* merupakan alat yang digunakan untuk mendengarkan suara selama proses editing sedang berjalan, seperti suara dari gambar, ilustrasi musik dan proses *mixing* antara keduanya. Biasanya para editor menggunakan *headphone* untuk menghindari kebisingan suasana ditempat bekerja.

d) Satu unit *fire wire* dan kamera

*Fire wire* adalah sebuah kabel yang digunakan untuk proses *capturing*. Kabel ini menghubungkan kamera dan perangkat komputer.

e) Software editing baik untuk editing video maupun audio

Ada dua jenis software yang digunakan untuk proses editing ini yaitu (Fachruddin, 2012:425):

- (1) *Operating system software* adalah *software* yang digunakan untuk menjalankan kerja perangkat komputer, antara lain: Windows, Linux, dan Mac OS.
- (2) Aplikasi *software* adalah aplikasi yang digunakan selama proses editing berlangsung, antara lain: Avid, Adobe Premiere, Pinnacle, ulead video studio, final Cut pro, dan lain-lain.

Pada program acara *Wanda* ini *Operating system software* yang digunakan adalah Windows. Aplikasi yang digunakan selama proses editing adalah *adobe premiere* untuk proses editing video, *mixing*, *titling*, *rendering*. Sedangkan untuk mengedit audio adalah *adobe audition*. Ada juga aplikasi atau *software* yang digunakan untuk mengconvert format video dan proses *burning*.

f) *CD/DVD room* dan *DVD disk*

*CD/DVD room* digunakan untuk tempat pada saat proses *burning* berlangsung. Sedangkan *DVD disk* adalah kepingan bulat yang digunakan untuk media penyimpanan data yang telah *burning*.

#### 4.4 Strategi

Keberhasilan suatu program acara televisi tidak lepas dari tangan-tangan orang hebat yang mampu membuat tayangan yang bagus dan bisa diterima di masyarakat. Selain ditentukan oleh orang-orang yang terlibat didalamnya, faktor keberhasilan program juga ditentukan oleh strategi yang digunakan untuk mewujudkan keberhasilan program tersebut. Strategi manajemen program siaran terdiri dari:

- 1) Perencanaan program

Perencanaan program pada stasiun televisi diarahkan pada produksi program, yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi), penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien. Menurut Peter Pringle (1991) dan rekannya: “*The television programmer target a general audience and attempt to response to the preferences of those persons who are available to view*”. Yang memiliki pengertian pengelola stasiun televisi menargetkan suatu audien umum dan berupaya untuk memberikan respons atas kesukaan /preferensi dari orang-orang yang tengah menonton (Morissan, 2013:274-275). Dalam menjalankan tugasnya, bagian program harus mampu melakukan penelitian terhadap selera audien. Selain hal tersebut, bagian program televisi harus mempertimbangkan persaingan dan ketersediaan audien.

Didalam perencanaan terdapat konsep pemasaran yang harus dipahami pengelola media penyiaran yaitu mengenai bauran pemasaran program atau yang biasa disebut dengan *marketing mix* yang terdiri atas empat variabel pokok yaitu, *product* (produk program), *price* (harga program), *place* (distribusi program), dan *promotion* (promosi program). Produk program adalah program itu sendiri, yang dipilih haruslah yang bagus dan disukai oleh audien. Produk program ini mencakup nama program, cara penyajian atau kemasan program, dan hal-hal yang terkait dengan pelayanan kepada audien dan pemasang iklan.

Harga program mencakup biaya produksi program dan biaya yang dikenakan kepada pemasang iklan yang ingin mempromosikan produknya pada program yang bersangkutan. Tarif iklan suatu program ditentukan tidak saja berdasarkan biaya produksinya namun juga faktor-faktor lain, seperti tingkat ketertarikan audien terhadap program, dan tingkat persaingan serta persepsi audien terhadap program bersangkutan. Distribusi program adalah proses pengiriman program dan waktu yang tepat untuk menyiarkan program tersebut, mulai dari transmisi hingga diterima audien melalui pesawat televisi. Pemilihan waktu siar yang tepat berperan penting dalam

menentukan keberhasilan program bersangkutan termasuk program acara *Wanda*.

Promosi program adalah suatu proses memberitahu audien mengenai adanya suatu program acara yang ditayangkan. Proses tersebut bertujuan untuk menarik minat penonton untuk menyaksikan program acara yang sedang dipromosikan. Bagi pemilik produk menciptakan ketertarikan untuk mempromosikan atau mengiklankan produk tersebut pada program acara yang ditawarkan (Morissan, 2013:280-286).

## 2) Produksi dan pembelian program

Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siarannya. Waktu siaran tersebut tidak akan berfungsi tanpa adanya program untuk disiarkan, karena media penyiaran dikenal oleh masyarakat melalui program-program yang ditayangkannya. Program bisa diperoleh dengan cara membeli maupun memproduksinya sendiri. Pembelian maupun produksi program acara ditentukan oleh kondisi stasiun penyiaran yang bersangkutan, namun apabila memproduksi sendiri lebih menghemat pengeluaran atau biaya dan bisa mengoptimalkan peralatan dan tenaga manusia yang tersedia, mengapa kita harus membayar ke orang lain.

## 3) Eksekusi program

Eksekusi program ini mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya (Morissan, 2013:342-343). Dalam menentukan jadwal penayangan program yang diproduksi, manager program berkonsultasi dengan manager promosi dalam mempersiapkan promo bagi program yang bersangkutan. Manager program dan manager promosi harus selalu berkomunikasi demi keberhasilan program acara yang sedang ditangani.

Hal ini juga dilakukan oleh manager produksi program acara *Wanda*. Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana penataan atau penyusunan berbagai program yang akan ditayangkan. Bagian program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk

mendapatkan berbagai audien yang diinginkan, karena setiap jam audien yang didapatkan juga berbeda-beda.

#### 4) Pengawasan dan evaluasi program

Dalam pembuatan program acara televisi tentunya stasiun penyiaran atau bagian produksi program menentukan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan yang sudah dicapai dalam program tersebut. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Hal tersebut diketahui melalui laporan riset rating terhadap program yang sedang berjalan, dan apabila target penonton lebih rendah dari yang diharapkan, maka perlu didiskusikan yang nantinya diharapkan bisa mendapatkan solusi misalnya, merevisi konsep atau tindakan lain yang nantinya bisa membantu dalam proses pencapaian target tersebut (Morissan, 2013:354).

Kadangkala manajer program disebut pelindung, karena manajer program bertanggung jawab untuk memastikan bahwa program siaran tersebut berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Menurut Pieter Pringle, dalam pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut (Morissan, 2013:355):

- (a) Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
- (b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar atau aturan perundangan yang berlaku
- (c) Memelihara catatan program yang disiarkan
- (d) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program
- (e) Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat
- (f) Memastikan bahwa biaya produksi program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

Selain strategi-strategi yang sudah dijelaskan diatas, Strategi yang digunakan Malang TV untuk menarik minat penonton adalah dengan menampilkan alamat warung dan harga setiap menu yang ada sesering mungkin

dan secara terus menerus. Serta membuat konsep-konsep baru agar tidak monoton disesuaikan dengan kondisi lapangan dan SDM yang berhubungan dengan program *Wanda*. Memperdalam dan memperbarui setiap informasi tempat kuliner yang akan diliput sehingga tidak menimbulkan tanda tanya di pikiran dan hati penontonnya.

#### 4.5 Evaluasi

Evaluasi pada program acara *Wanda* ini dijadwalkan atau dilakukan pada setiap minggu yang diikuti oleh semua *Crew* yang terdiri dari koordinator program, produser, host atau presenter, kameramen, editor, dan *driver*. *Driver* disini ikut serta dalam evaluasi karena apabila terjadi kendala pada saat produksi, misalnya jalanan macet dsb, *driver* harus memiliki dan mengetahui jalan alternatif untuk cepat sampai ditujuan.<sup>20</sup> Materi atau bahasan pada evaluasi ini meliputi konsep program, batasan-batasan pada produksi, iklan, dan lain-lain. Sebagai contoh konsep program, konsep program yang dirubah dari yang awalnya menggunakan narasi, dirubah menjadi tidak menggunakan narasi, karena disesuaikan dengan kondisi SDM dan keefektifitasan proses.

Terkadang evaluasi dilakukan atau disampaikan langsung kepada yang bersangkutan misalnya, editor menyampaikan kepada kameramen tentang *footage* yang kurang atau pengambilan gambarnya harus urut. Bisa juga dilakukan secara diskusi kecil ataupun besar. diskusi kecil dilakukan apabila ada masukan-masukan pada setiap *Crew* dan diikuti oleh sebagian atau beberapa *Crew* yang bersangkutan.<sup>21</sup>

Tak menutup kemungkinan evaluasi dilakukan secara pribadi seperti halnya yang dilakukan oleh salah satu kameramen *Wanda* septian, jika ada waktu luang sepulang kerja dia melakukan evaluasi pribadi terhadap hasil kerjanya dengan

---

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Anty Arjanti, presenter *Wanda*, Malang: 18 Mei 2015

<sup>21</sup> Hasil wawancara dengan Amelia, editor *Wanda*, Malang: 20 Mei 2015

melihat tayangan atau hasil produksi sebelumnya, sehingga tahu apa kekurangan dari tayangan itu.<sup>22</sup>



---

<sup>22</sup> Hasil wawancara dengan Septian, kameramen *Wanda*, Malang: 20 Mei 2015



## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari data yang berhasil dikumpulkan dan dianalisis selama proses penelitian di lapangan, dapat disimpulkan bahwa proses kreatif program acara *Wanda* di Malang TV sesuai dengan teori produksi televisi. Proses kreatif yang dilakukan berdasarkan SOP (*standard operational procedure*) yang meliputi proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahapan-tahapan yang dilakukan Malang TV dalam program acara *Wanda* adalah sebagai berikut:

#### 1. Praproduksi

Proses praproduksi adalah tahapan sebelum program acara *Wanda* diproduksi. Tahapan ini meliputi:

##### a. Pencarian talent (tempat kuliner yang akan diliput)

Usaha kuliner yang diliput adalah usaha-usaha kuliner yang memiliki ciri khas dari Malang.

##### b. Menggali data

Data yang digali adalah tentang varian menu dan harga-harga dari menu yang ditawarkan, latar belakang pendirian usaha tersebut, dan keunikan atau ciri khas dari tempat usaha yang akan diliput.

##### c. Legalitas

Legalitas adalah hal-hal yang berhubungan dengan perijinan dan surat-surat yang diperlukan pada saat produksi.

##### d. Konsep

Konsep pada saat praproduksi adalah konsep pada hari produksi yang meliputi bagian atau tahapan mana yang akan diambil gambarnya terlebih dahulu.

##### e. Persiapan sarana produksi

Sarana produksi yang dipersiapkan yaitu mulai dari kamera, *tripod*, *clip on*, dan sarana pendukung lain.

## 2. Produksi

Produksi adalah proses pengambilan gambar di lapangan. Tahapan ini meliputi:

- a. Penentuan *type of shot*, *angle* dan komposisi gambar yang digunakan.  
Type of shot yang sering digunakan adalah *Long Shot*, *Medium Shot*, *Close Up*, dan *Extreme Close Up*.
- b. Pengambilan gambar dimulai dari *opening*, pengambilan insertan gambar, wawancara pemilik, pengambilan gambar makanan yang disajikan, presenter saat mencicipi makanan dan memberikan testimoni terhadap citarasa makanan tersebut
- c. *Closing segment* atau *closing* program.  
*Closing program* dan *closing segment* dilakukan dengan menampilkan ekspresi presenter saat mencicipi makanan.

## 3. Pascaproduksi

Pascaproduksi adalah tahapan terakhir dari proses kreatif program acara televisi. Pada program acara *Wanda* proses pascaproduksi meliputi:

- a. *Capturing* (terkadang proses ini tidak digunakan)  
*Capturing* adalah proses pemindahan file atau gambar yang telah direkam dalam kamera ke PC.
- b. *Convert* (proses ini dilakukan saat tidak melakukan proses *capturing*)  
*Convert* adalah proses pengubahan format materi yang akan diedit.
- c. *Logging*  
*Logging* adalah Pencatatan waktu pengambilan gambar, dan memilih gambar disesuaikan dengan kamera *report*.
- d. *Offline editing* (editing video secara kasar)  
*Offline editing* adalah proses pemilahan gambar dan menyusun rangkaian-rangkaian gambar tersebut menjadi satu.
- e. *Online editing* (memperhalus hasil dari *offline editing*)  
*Online editing* adalah memperhalus hasil editan dari *offline editing*.

f. *Editing sound*

*Editing sound* adalah penyuntingan suara yang disesuaikan dengan gambar guna menghidupkan suasana melalui ilustrasi musik.

g. *Mixing*

*Mixing* adalah penyetaraan gambar dan ilustrasi musik.

h. *Subtitling*

*Subtitling* adalah proses pemberian nama-nama yang terlibat dalam produksi program acara *Wanda*, dan nama usaha kuliner serta menu-menu yang ditawarkan pada usaha yang sedang diliput.

i. *Rendering*

*Rendering* adalah proses terakhir dari pembuatan program acara televisi. Proses ini mengubah format hasil editing menjadi suatu tayangan yang nantinya bisa ditayangkan di televisi.

j. Penyerahan ke MCR

4. Strategi program acara *Wanda*

Strategi program acara *Wanda* tidak lepas dari proses perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Selain strategi-strategi tersebut program acara *Wanda* memiliki strategi khusus dalam menarik minat penonton yaitu dengan menampilkan nama warung dan harga makanan yang ditawarkan sesering mungkin. Strategi program acara *Wanda* juga bisa dilihat dari waktu penayangan program ini yaitu pukul 06.30-07.00 WIB dan pukul 12.30-13.00 WIB. Waktu penayangan ini ditentukan oleh ketersediaan audien yang dituju, sehingga maksud dan tujuan dari program acara ini bisa diterima masyarakat. Setiap stasiun televisi memiliki kebijakan waktu prime time tersendiri, sehingga program-program yang ditayangkan sesuai dengan target yang diinginkan.

5. Evaluasi

Evaluasi program acara *Wanda* dijadwalkan pada setiap minggu yang diikuti oleh seluruh kerabat kerja *Wanda* tidak terkecuali *driver*. Terkadang evaluasi juga dilakukan secara individu, misalnya dari editor ke

kameramen. Namun tak menutup kemungkinan evaluasi dilakukan secara pribadi dengan melihat hasil pekerjaan yang telah dilakukan sebelumnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menyarankan beberapa hal antara lain:

- a. Pihak stasiun Malang TV lebih memperhatikan konsep program yang telah dibuat sehingga bisa mempertahankan eksistensi dari program itu sendiri.
- b. Pengelola program melakukan survei pengukuran kepuasan masyarakat secara berkala dan berkelanjutan. Dengan tujuan mengetahui tingkat kinerja unit produksi secara berkala sebagai bahan evaluasi terhadap program yang ditangani.
- c. Evaluasi program yang telah dijadwalkan dilaksanakan sesuai dengan jadwal sehingga apabila terjadi kendala pada saat produksi bisa dengan cepat ditemukan solusinya.
- d. Semua aspek yang mendukung pada saat produksi program acara Wanda dipertahankan dengan baik sehingga tercipta suasana produksi yang efektif dan efisien.
- e. Diharapkan dimasa yang akan datang pihak pengelola mempersiapkan konsep-konsep baru untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan.
- f. Perlu adanya penelitian-penelitian pembandingan mengenai proses kreatif program televisi dikarenakan dunia pertelevisian terus berkembang.

## GLOSARIUM

<i>Angle</i>	Posisi pengambilan gambar.
<i>Breakdown</i>	Penentuan pengambilan gambar disesuaikan dengan naskah yang telah disusun sebelumnya guna mempermudah dalam proses pengambilan gambar.
<i>Clip on</i>	Mikrofon khusus yang dipasang pada objek tanpa terlihat.
<i>Credit title</i>	Urutan nama-nama tim produksi dan pendukung acara.
<i>Crew</i>	Susunan kerabat kerja yang tergabung dan mendukung dalam proses produksi suatu program acara televisi atau film.
<i>Design produksi</i>	Konsep dari program acara yang akan dibuat.
<i>decoder</i>	Alat yang berfungsi mengakses layanan televisi
<i>Director's treatment</i>	Cacatan penting seorang sutradara dalam mendeskripsikan sebuah film atau tayangan televisi.
<i>Dubbing</i>	Perekaman suara manusia secara sinkron dengan gambar suatu tayangan. Suara tersebut bisa saja bukan suara dari presenter yang terlibat melainkan suara orang lain.
<i>Exteme Close Up</i>	Ukuran gambar yang digunakan untuk mengambil detail gambar pada objek.
<i>Feature</i>	Hasil dari pemikiran kreatif yang terikat pada aspek jurnalistik dan artistik, namun dapat mengabaikan aspek aktualitas.

<i>Floor plan</i>	Rencana peta lapangan pengambilan gambar sehingga waktu yang dibutuhkan untuk produksi lebih efektif.
<i>Headroom</i>	Jarak antara batas atas objek dan ruang kosong di atasnya.
<i>High angle</i>	Pengambilan gambar dengan sudut kamera di atas objek
<i>Lighting</i>	Alat bantu penerangan pada saat produksi.
<i>Live</i>	Pengambilan gambar dan ditayangkan secara langsung, tanpa melalui proses editing terlebih dahulu.
<i>Long Shot</i>	Ukuran gambar yang digunakan untuk memberikan gambaran keseluruhan objek
<i>Low angle</i>	Pengambilan gambar dengan sudut kamera di bawah objek
<i>Master Control Room (MCR)</i>	Pusat dari stasiun penyiaran yang fungsinya untuk menayangkan materi program pada waktu yang telah ditentukan.
<i>Medium Long Shot</i>	Ukuran gambar yang digunakan untuk menunjukkan kegiatan seseorang, dengan batas bawah lutut.
<i>Medium shot</i>	Ukuran gambar yang digunakan untuk memberikan gambaran aktifitas seseorang dan ekspresi wajah dari orang tersebut.
<i>Mixing</i>	Penggabungan semua <i>track</i> menjadi satu, setelah adanya penyelarasan antar video dan audio.
<i>Noseroom dan lookroom</i>	Jarak antara batas objek dan arah samping objek yang ditentukan oleh arah pandang objek
<i>Offline editing</i>	Proses penyuntingan gambar sevara kasar, tanpa adananya tambahan ilustrasi musik atau

<i>Online editing</i>	<i>effect transition.</i> Proses editing dengan cara memperhalus hasil dari offline editing.
<i>Picture lock</i>	
<i>Reading atau rehearsal</i>	Persiapan talent atau dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai gladi bersih untuk memulai sebuah produksi.
<i>Rendering</i>	Dalam konteks media pertelevisian <i>rendering</i> diartikan sebagai proses membuat salinan hasil editing menjadi suatu tayangan yang nantinya bisa disimpan didalam kaset.
<i>Rundown</i>	Susunan dari keseluruhan isi program yang dibatasi oleh durasi, segmentasi, dan bahasa naskah.
<i>Rundown shooting schedule</i>	Jadwal pengambilan gambar isi dari program yang telah disusun sebelumnya.
<i>Shooting</i>	Proses pengambilan gambar di lapangan atau tempat produksi.
<i>Shot List</i>	Daftar urutan pengambilan gambar yang digunakan tim produksi setiap kali mengambil gambar.
<i>SOP (Standard Operational Procedure)</i>	Tahapan-tahapan dalam memproduksi sebuah karya baik film maupun program acara televisi.
<i>Spectrum frekuensi radio</i>	Sekumpulan pita frekuensi yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang membawa sinyal suara, gambar, dan sebagainya.
<i>Subtitling</i>	Pemberian title atau nama-nama host/presenter, tempat usaha kuliner yang diliput, dsb.
<i>Taping</i>	Pengambilan gambar dengan cara direkam terlebih dahulu untuk memasuki proses editing.
<i>Traffic</i>	Pengaturan jadwal tayang harian suatu program

acara untuk sebuah stasiun televisi.

*Treatment*

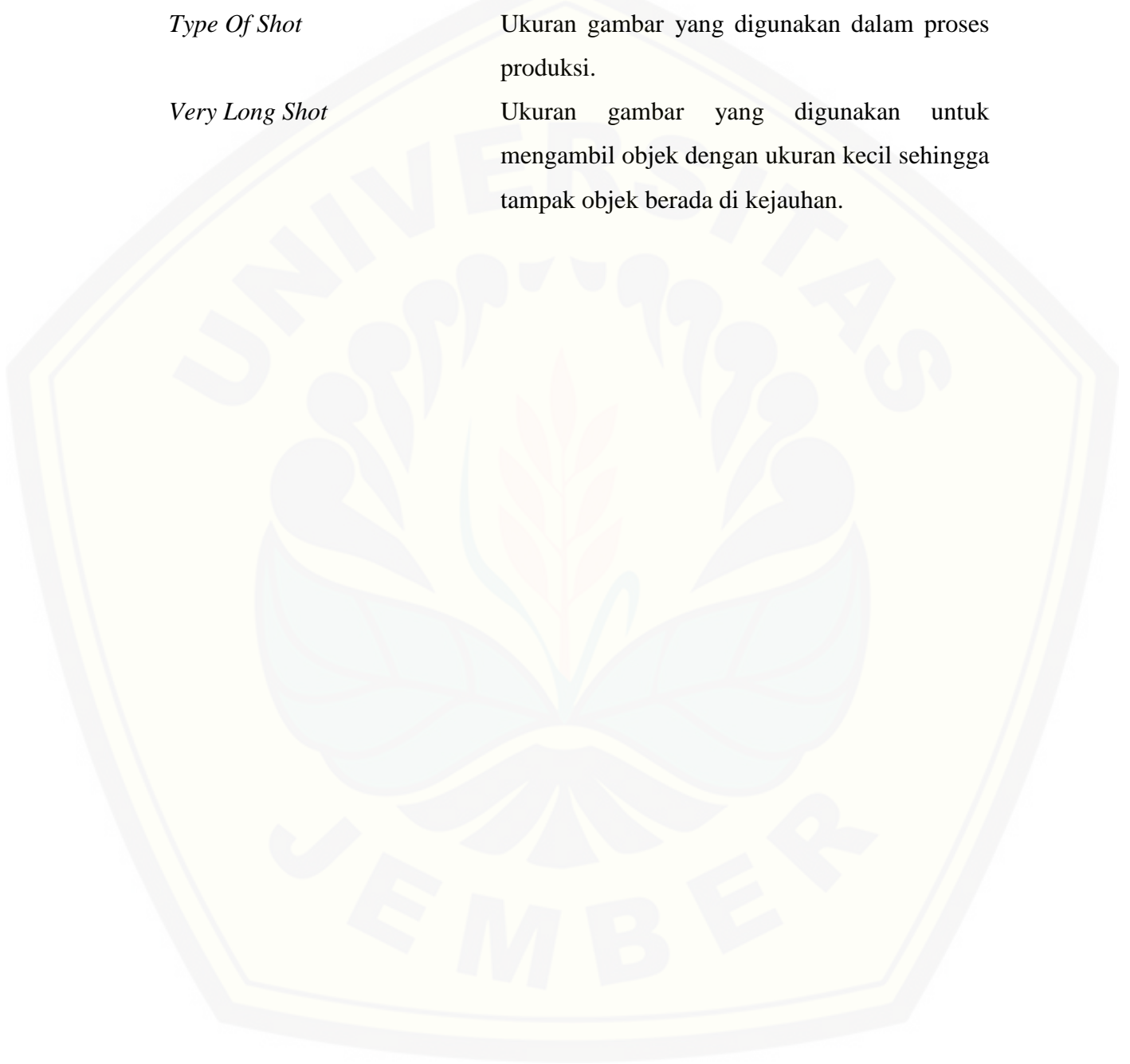
Paparan cerita sebuah film atau program yang belum diuraikan kedalam naskah, dan merupakan pengembangan dari sinopsis.

*Type Of Shot*

Ukuran gambar yang digunakan dalam proses produksi.

*Very Long Shot*

Ukuran gambar yang digunakan untuk mengambil objek dengan ukuran kecil sehingga tampak objek berada di kejauhan.





**DAFTAR PUSTAKA**

**Sumber Buku**

- Badan Penerbit Universitas Jember. 2011. Pedoman Pebulisan Karya Tulis Ilmiah, Edisi Ketiga. Jember: badan Penerbit Universitas Jember
- Fachruddin, Andi. 2012. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Cetakan I. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jaya, Brillianto K. 2013. Broadcast Undercover. Yogyakarta: Media Pressindo
- Lamintang, Fransiscus Theojunior. 2013. Pengantar Ilmu Broadcasting dan Cinematography. Jakarta: In Media
- Mabruri, Anton. 2013. Manajemen Produksi Program acara televisi. Cetakan I. Jakarta: PT. Grasindo
- Mitchell, Leslie. 2009. *Production Management for Television*. New York: Routledge
- Moleong, Lexy, J. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan 31. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. Manajemen Media Penyiaran. Cetakan IV. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Naratama. 2013. Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multicamera. Cetakan I. Jakarta: PT.Garasindo
- Rea, Peter W., & David K. Irving. 2010. *Producing and Directing the Short Film and Video*. Cetakan IV. USA: Elsevier Inc
- Setyobudi, Ciptono. 2006. Teknologi Broadcasting TV. Cetakan I. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. 2014. Memahami Penelitian Kualitatif. Cetakan X. Bandung: Alfabeta
- Sumadiria, A.S Haris. 2014. Sosiologi Komunikasi Massa. Cetakan I. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Thompson, Roy dan Christopher J. Bowen. 2009. *Grammar of The Shot*. Edisi kedua. USA: Elsevier Inc

Umar, Husein. 2000. *Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan V. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Undang-undang RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran

Widagdo, M. Bayu, & Winastwan Gora S. 2007. *Bikin Film Indie itu Mudah*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Wojowasito, S., & W. Tito, Wasito. 1980. *Kamus Lengkap Inggris Indonesia*. Bandung: Angkasa Offset.

Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi dan Film*. Cetakan I. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

### **Sumber jurnal (skripsi)**

Vitantri. “*Pengaruh Terpaan Menonton Tayangan Program Kuliner di Televisi Terhadap Sikap Menonton (Studi eksperimen tayangan kuliner “Warung Anda” pada mahasiswa FISIP luar kota Malang Angkatan 2011 Universitas Brawijaya)*”. Tidak diterbitkan. Laporan penelitian. Universitas Brawijaya.

Yusuf Arifianto, Muhammad. 2010. “*Tayangan Wisata Kuliner dan Kepuasan (Studi korelasi antara motivasi menonton tayangan Wisata Kuliner di Trans TV dan kepuasan penonton dikalangan mahasiswa AMPTA Yogyakarta tahun 2008)*”. Tidak diterbitkan. Laporan penelitian. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Zuhdi Kurniawan, Mohamad. 2009. “*Analisis Produksi Program Jejak Islam di TV One Jakarta*”. Tidak diterbitkan. Laporan penelitian. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

### **Sumber Internet**

Anonim. 2013. *Malang TV*. [Serial Online]. [http://id.m.wikipedia.org/wiki/Malang\\_TV](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Malang_TV) . [12 Maret 2014]

- Anonim. 2015. Jadwal Acara Jelajah Rasa di Global Tv. [Serial Online]. <http://www.jadwaltelevi.com/info/jadwal-acara-tv-jelajah-rasa-di-global-tv>. [25 Juni 2015]
- Anonim. [tanpa tahun]. Kuliner Pilihan Trans Tv. [Serial Online]. [http://tvguide.co.id/program\\_acara\\_rutin/kuliner-pilihan-trans-tv](http://tvguide.co.id/program_acara_rutin/kuliner-pilihan-trans-tv). [25 Juni 2015]
- Dinas Kominfo. 2014. Daftar Siaran Stasiun Televisi Televisi Di Malang Raya. [Serial Online]. <http://mediacenter.malangkota.go.id/2014/11/daftar-siaran-televisi-di-kota-malang/>. [25 Juni 2015]
- Dunia TV. 2009. Acara Kuliner enggak ada matinya. [Serial Online]. <http://duniatv.blogspot.com/2009/02/acara-kuliner-enggak-ada-matinya.html>. [25 Juni 2015]
- Fadillah, Alfi D., 2012. *Dilema Tv lokal*. [Serial Online]. <http://Dilema.tv.lokal.html>. [12 Maret 2014].
- Hadi, astar. 2009. Geliat Tv lokal dalam bayang-bayang tv nasional. [Serial Online]. <http://astarhadi/2009/07/01/geliat-tv-lokal-dalam-bayang-bayang-tv-nasional.html>. [12 maret 2014]
- Isabela. 2013. Jadwal Program Acara televisi Metro TV. [Serial Online]. <http://jadwalvmetrotv.blogspot.com/2013/09/jadwal-acara-metro-tv-tanggal-28092013.html>. [25 Juni 2015]
- Pipomon. 2007. *Manfaat TV dan Radio Bagi Masyarakat*. [Serial Online]. <http://manfaat-tv-dan-radio-bagi-masyarakat.html>. [12 Maret 2014]
- Widodo, Yohanes. 2007. *Menyongsong Era Televisi Lokal*. [Serial Online]. [www.masboi.com/2014/01/menyongsong-era-televisi-lokal-2/](http://www.masboi.com/2014/01/menyongsong-era-televisi-lokal-2/). [12 Maret 2014]

## Lampiran A. Gambaran Umum Perusahaan

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A.1 Logo dan Profil Malang TV



- a) Nama : PT. Malteve (Malang Televisi)
- b) Alamat : Jl. Puncak Joyo Agung RT.03 RW.07 Dsn. Genting  
Kel. Merjosari Kec. Lowokwaru Malang 65144
- c) Telepon : 0341 - 550088
- d) Faksimili : 0341 - 563380
- e) Chanel : 50 UHF
- f) Slogan : Dari Warga Malang Untuk Warga Malang
- g) Format Siaran : Informasi dan Hiburan
- h) Jangkauan Siaran : Malang Raya (Kota Malang, Kabupaten Malang,  
dan Kota Batu)
- i) Jam Siaran : 18 jam (pukul 06.00 – 24.00 WIB)
- j) Status Pemirsa : Karyawan, Ibu rumah tangga, pelajar

#### A.2 Latar Belakang Malang TV

Stasiun televisi ini dimaksudkan sebagai tempat penyaluran minat warga Malang terhadap dunia pertelevisian, sementara televisi yang saat ini ada dan dapat dinikmati di daerah Malang Raya hanyalah televisi swasta nasional yang dirasa belum maksimal mengangkat potensi daerah karena keterbatasan jam siar dan area liputan televisi swasta nasional yang luas.

Malang Tv diharapkan menjadi sarana komunikasi antar warga Malang Raya dalam dunia pertelevisian yang sementara ini hanya dikuasai oleh televisi nasional. Sehingga Malang TV nantinya diharapkan dapat dikenal sebagai wadah hiburan dan informasi dari Warga Malang Untuk Warga Malang, yang akan selalu mengangkat potensi yang dimiliki atau bersumber dari Malang Raya dan sekaligus akan menjadi kekuatan layanan komunikasi publik yang diminati oleh kalangan pengusaha dalam memperkenalkan atau mengiklankan produk dan usahanya.

Seiring dengan perubahan jaman dan ketatnya regulasi maka diyakini perlunya pengelolaan manajemen media secara profesional sebagai media massa dan media periklanan.

Adapun potensi dan kondisi masyarakat Malang Raya adalah sebagai berikut:

#### 1. Potensi Umum

Kota Malang dan Kabupaten Malang dikenal sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya, dan kabupaten Malang dikenal sebagai kabupaten terbesar di Jawa Timur. Julukan itu bermakna bahwa kota ini memang mempunyai potensi yang cukup besar dibidang ekonomi, sosial, dan budaya. Adapun potensi wilayah Kota Malang dan kabupaten Malang tercermin pada uraian data berikut ini:

#### **Posisi dan Kondisi Geografis**

##### a) Kota Malang

Secara geografis Kota Malang terletak pada posisi ketinggian antara 440 m – 667 m di atas permukaan air laut pada lintasan  $7.06^{\circ}$  -  $8.02^{\circ}$  Lintang Selatan dan  $112.06^{\circ}$  -  $112.07^{\circ}$  Bujur Timur.

Dilihat dari posisi wilayah Kota Malang berbatasan dengan wilayah-wilayah :

- Utara : Kec. Singosari dan Kec. Karang Ploso
- Selatan : Kec. Tajinan dan Kec. Pakisaji
- Timur : Kec. Pakis dan Kec. Tumpang
- Barat : Kec. Wagir dan Kec. Dau

## b) Malang Kabupaten

Secara geografis Kabupaten Malang terletak pada posisi antara  $112^{\circ}, 17', 10, 90$  Bujur Timur dan  $122^{\circ}, 57', 00, 00$  Bujur Timur dan antara  $7^{\circ}, 44', 55, 11''$  Lintang Selatan dan  $8^{\circ}, 26', 35, 45''$  Lintang Selatan.

Dilihat dari posisi wilayah Kabupaten Malang berbatasan dengan wilayah-wilayah:

- Utara – Timur : kabupaten Pasuruan
- Timur – Selatan : kabupaten Lumajang
- Selatan : Samudra Indonesia
- Barat : Kabupaten Blitar
- Barat – Utara : Kabupaten Kediri dan kabupaten Mojokerto.

## c) Kota Batu

Secara geografis Kota Batu terletak pada posisi  $112^{\circ}17'10,90''$  -  $122^{\circ}57'11''$  Bujur Timur dan  $7^{\circ}44'55,11''$  -  $8^{\circ}26'35,45$  Lintang Selatan.

Dilihat dari posisi wilayah Kota Batu berbatasan dengan wilayah-wilayah:

- Utara : Kec. Prigen, Kab. Mojokerto, dan Kab. Pasuruan
- Timur : Kec. Karang Ploso dan Kec. Dau, Kab. Malang
- Selatan : Kec. Dau dan kec. Wagir, Kab. Malang dan Kab. Blitar
- Barat : Kec. Pujon, Kab. Malang

## 2. Potensi Demografi

## a) Penduduk Kota Malang

- Laki-laki = 407.144 jiwa
- Perempuan = 417.714 jiwa
- Total = 824.858 jiwa**

(sumber BPS Kota Malang 2011)

## b) Penduduk Kabupaten Malang

- Laki-laki	= 1.240.269 jiwa
- Perempuan	= 1.233.343 jiwa
<b>Total</b>	<b>= 2.473.612 Jiwa</b>

(Sumber BPS Kab. Malang 2012)

## c) Penduduk Kota Batu

- Laki-laki	= 97.040 Jiwa
- Perempuan	= 95.767 Jiwa
<b>Total</b>	<b>= 192.807 Jiwa</b>

(Sumber BPS Kota Batu 2012)

Jadi total penduduk seluruh wilayah jangkauan siaran adalah :

$$824.858 + 2.473.612 + 192.807 = 3.491.277 \text{ jiwa}$$

Terdiri dari :

- Laki-laki	= 1.744.453 jiwa
- Perempuan	= 1.746.824 jiwa

### A.3 Maksud Pendirian Malang TV

Malang TV mengudara di Malang Raya, untuk menjadi wadah tampilnya seluruh potensi dan tempat hiburan sekaligus sebagai tempat sumber ilmu pengetahuan serta informasi televisi lokal yang mampu ditonton dan dinikmati oleh 50% lebih penduduk Malang Raya.

Dengan perubahan dan perkembangan jaman, serta persaingan bisnis yang sangat ketat dan regulasi yang terus berubah, maka pengelola Malang TV yakin perlunya pengelolaan televisi secara profesional sebagai media yang utuh, yakni sebagai media massa dan media periklanan. Sehingga menjadikan Malang TV sebagai sarana komunikasi yang mencerdaskan dan mensejahterahkan warga Malang Raya.

Pemilik mendapat kebanggaan dan hak-hak perusahaan sebagai pemilik serta pengelola yang profesional serta dihargai sesuai kinerjanya dan warga Malang memperoleh manfaat yang semuanya menghibur dalam takaran sosial dan ekonomi yang semakin sejahtera. Kinerja komunikasi sejalan dengan kinerja Malang TV sebagai media periklanan baik dari kalangan biro iklan, pabrikan dan pedagang.

#### A.4 Tujuan Pendirian

Malang TV dalam mengelola media secara profesional dengan mengedepankan pada potensi daerah lokal, secara ekonomis dapat memperoleh keuntungan bisnis yang sehat, dengan tetap memperhatikan kepentingan masyarakat sebagai mitra dan tujuan pelayanan televisi swasta, sehingga terjadi perimbangan antara kepentingan bisnis media dan kepentingan sosial budaya. Hal ini sesuai dengan slogan Malang TV yakni: “Dari Warga Malang Untuk Warga Malang”. Dimana Malang TV dapat memenangkan 50% lebih pasar masyarakat pemirsa televisi dan pasar pengiklan.

#### A.5 Visi dan Misi Malang TV

##### VISI

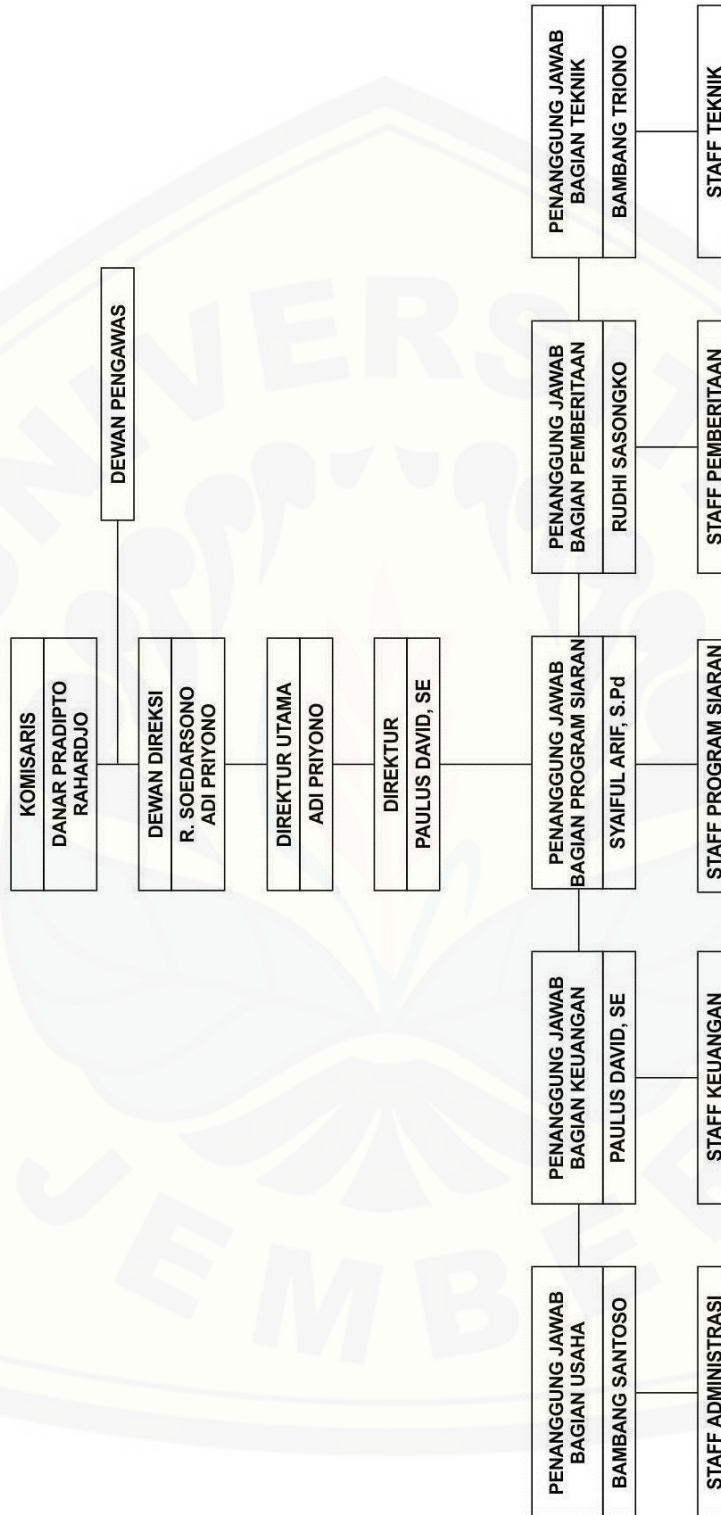
Menjadi media televisi terdepan, terbaik dan terkemuka serta bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat Malang Raya.

##### MISI

- Mengembangkan acara hiburan yang sesuai dengan keinginan masyarakat Malang;
- Mengembangkan acara berita dan informasi yang bersifat lokal yang sesuai dengan keinginan masyarakat Malang Raya;
- Mengembangkan bisnis media televisi secara profesional dan beretika;
- Selalu berusaha menampilkan program dengan materi potensi terbaik yang dimiliki warga Malang Raya



Lampiran B. Struktur Karyawan Malang TV terhitung tahun 2013



## B.2 Penjelasan SDM

### Rincian Kerja Tiap Bagian

#### 1. Direktur Utama

Bertanggung Jawab atas segala operasional perusahaan dan semua isi siaran.

#### 2. Direktur

Bertanggung jawab sepenuhnya atas semua isi siaran, dalam menjalankan tugas dibantu oleh para penanggung jawab bagian dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama

#### 3. Penanggung Jawab Bagian Usaha

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap seluruh administrasi, marketing dan usaha perusahaan.
- b. Merencanakan, mengatur serta mengontrol seluruh kegiatan administrasi, marketing serta penjadwalan penayangan iklan
- c. Berkoordinasi dengan penanggung jawab program siaran dalam penayangan iklan / sponsor.
- d. Dalam menjalankan tugas dibantu oleh kasubag iklan serta bertanggung jawab kepada direktur.

#### 4. Penanggung Jawab Bagian Keuangan

- a. Bertanggung jawab terhadap marketing perusahaan.
- b. Mengatur dan menyusun penayangan iklan dan sponsor setiap harinya.
- c. Dalam menjalankan tugas berkoordinasi dengan penanggung jawab bagian usaha dan bertanggung jawab kepada direktur

#### 5. Penanggung Jawab Bagian Produksi Program Acara dan Siaran

- a. Bertanggung jawab sepenuhnya dibidang produksi program acara secara keseluruhan.
- b. Merencanakan, mengorganisasi, mengatur pelaksanaan dan mengontrol seluruh kegiatan produksi program acara
- c. Mengevaluasi acara yg sedang berlangsung atau tayang.
- d. Merencanakan program acara baru.
- e. Mengembangkan program acara yang sudah ada
- f. Melaksanakan survey penonton atau pemirsa.

- g. Mengontrol peralatan produksi.
- h. Merencanakan kegiatan Off Air.
- i. Mengadakan koordinasi dengan bagian marketing iklan dan promo dalam penjadwalan penayangan iklan dan sponsor.
- j. Dalam menjalankan tugas dibantu oleh staff produksi program acara dan penanggung jawab teknik serta bertanggung jawab kepada direktur

#### **6. Penanggung Jawab Bagian Pemberitaan**

- a. Mengatur dan memprogram jadwal tugas seluruh reporter.
- b. Mengawasi seluruh kegiatan kerja reporter .
- c. Bertanggung jawab terhadap seluruh isi berita yang didapatkan reporter.
- d. menilai mutu dan isi berita yang baik dan tidak untuk disiarkan.
- e. Dalam melaksanakan tugas bertanggung jawab terhadap penanggung jawab siaran dan direktur

#### **7. Penanggung Jawab Bagian Teknik**

- a. Bertanggung Jawab atas kelancaran dan mutu dibidang teknik.
- b. Mengatur dan melaksanakan seluruh kegiatan yang berhubungan dengan teknik pertelevisian dan kelancaran siaran
- c. pengontrolan, perbaikan dan pemeliharaan pemancar, antena, dan peralatan siaran , studio siaran dan studio rekam;
- d. Pengontrolan sumber daya listrik : PLN & generator;
- e. Pengontrolan daya pancar dan kualitas video dan audio yang dihasilkan
- f. Pengontrolan, perbaikan dan pemeliharaan sarana elektronik kantor ( AC,Telepon dan lain-lain )
- g. Mengatur pengadaan spare parts
- h. Dalam melaksanakan tugas bertanggung jawab terhadap direktur.

## Lampiran C. Jadwal dan program-program di Malang TV

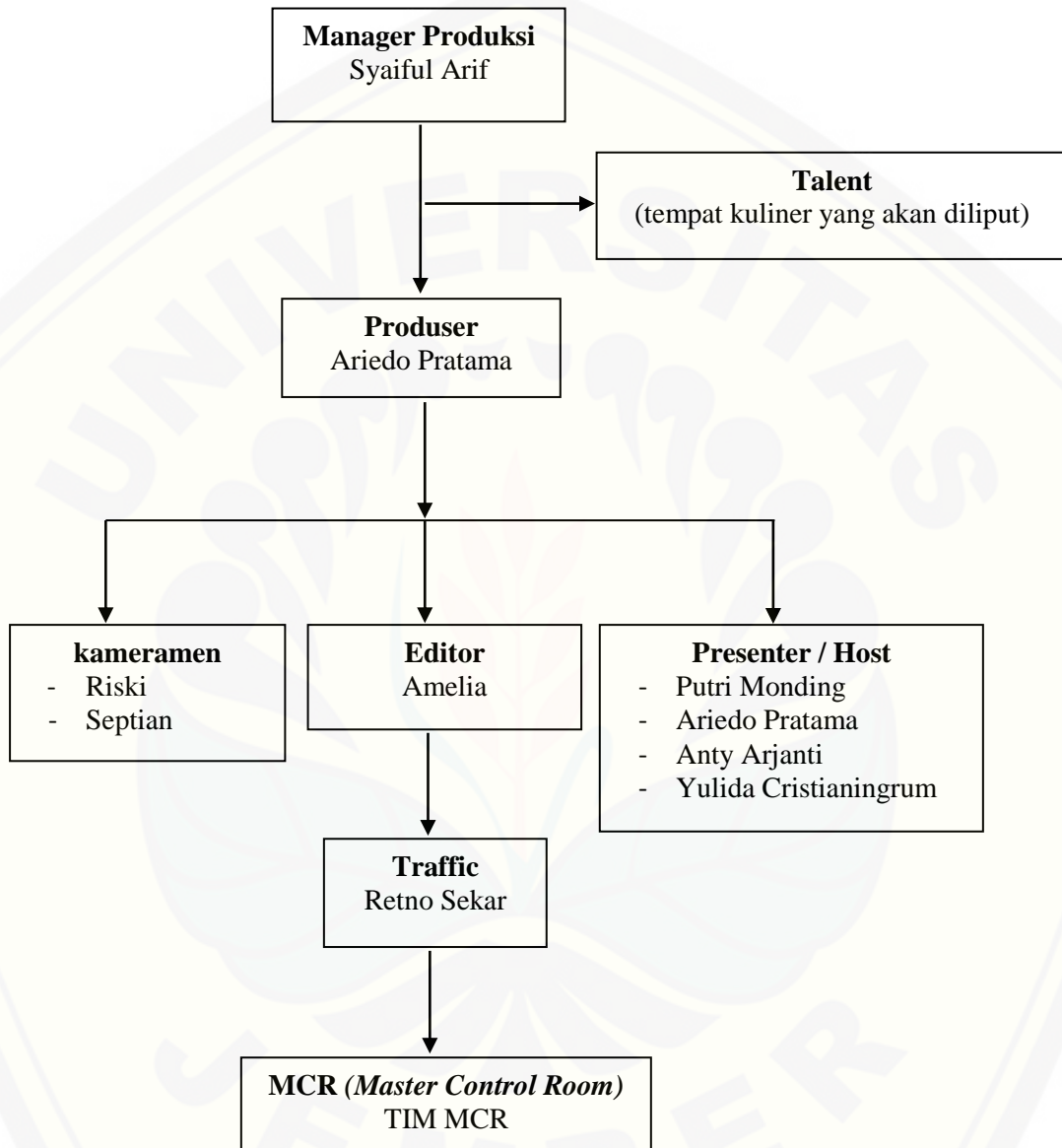
SUSUNAN PROGRAM ACARA MALANG TV 2015							
Jam	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
06:00 - 06:30	Mutiara Pagi						Kabar Suka Cita
06:30 - 07:00	Warung Anda Pagi						
07:00 - 07:30	Lintas Berita Pagi (live)						
07:30 - 08:00	Lintas Berita Sepekan	Mengenal Malang Pagi					
08:00 - 09:00	Sarindut Pagi						
09:00 - 10:00	V Klip (live)						
10:00 - 11:00	V Klip (live)						
11:00 - 12:00	Malang TV Nonggo Siang						
12:00 - 12:30	Mengenal Malang Siang						
12:30 - 13:00	Warung Anda Siang						
13:00 - 14:00	Top Memory (live)						
14:00 - 15:00	Untaian Nada Rindu (live)						
15:00 - 16:00	Sarindut Sore						
16:00 - 17:00	Malang TV Nonggo Sore						
17:00 - 17:30	Lintas Berita Petang (live)						

17:30 - 18:00	Jejak			Selingan Musik	Catatan Lintas		Lintas Berita Sepekan
18:00 - 19:00	Kartun Ceria						
19:00 - 20:00	Sobo Kampung	Selingan Musik	Sobo Kampung	Selingan Musik	Kumpul-kumpul		
20:00 - 21:00	Malang TV Nonggo Malam						
21:00 - 22:30	BMR Bersama	BMR Pop	BMR Nostalgia	BMR Campursari	BMR Dangdut		
22:30 - 23:00	Lintas Berita Malam						
23:00 - 24:00	Musik Manca Oldies						
24.00	closing						
Jam	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu

= live     
  = kosong     
  = closing

**Lampiran D. Struktur Kerabat Kerja Wanda terhitung tahun 2014**

**STRUKTUR KERABAT KERJA WANDA**



(Sumber: HRD Malang TV)

**Lampiran E. Foto-foto wawancara penelitian**



Wawancara dengan manajer program



Wawancara dengan presenter



Wawancara dengan editor



Wawancara dengan kameramen

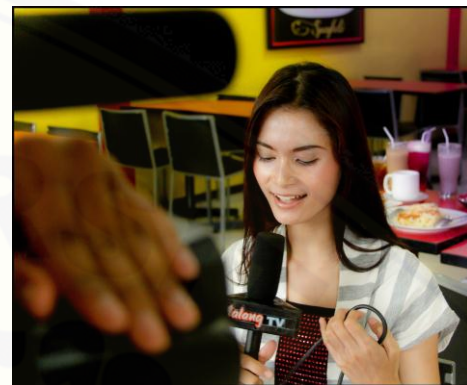


Wawancara dengan mantan kameramen



Lampiran F. Foto-foto produksi *Wanda*

F.1 Presenter Anty



Lampiran F.2 Presenter Yulida



Lampiran F.3 Presenter Ariedo

