

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Proses pembuatan sebuah program televisi yang akan ditayangkan kepada khalayak tidak dapat dikerjakan sendiri. Adanya sebuah tim akan memudahkan proses pembuatannya, istilah lain tim produksi dikenal sebagai Rumah Produksi atau *Production House*. Menurut Laksono (dalam Ayuningtyas, 2008 : 40), *production house* merupakan sebuah rumah produksi yang didalamnya terdapat sebuah struktur organisasi dalam memproduksi sebuah program visual dan audio untuk disajikan kepada khalayak. Hal tersebut dibentuk bertujuan agar memberikan tempat sekaligus wadah untuk menciptakan hasil produksi program televisi ataupun karya lainnya sesuai dengan tujuan dan arahan bersama.

Adapun pengertian Televisi menurut Adi Badjuri (2010:39) menyebutkan perangkat elektronik yang dapat menjadi media pendengar serta menampilkan gambar dan suara. Sehingga, dapat memahami dan mencerna narasi dari gambar tersebut agar penyebaran informasi menggunakan media televisi dinilai baik dan efisien terutama dengan program yang menarik tentunya. Salah satunya ialah program *talkshow*. Merupakan program obrolan dengan mengajak narasumber untuk berbagi kisah ataupun membahas suatu hal yang dipantu oleh pembawa acara (*host*). (Morrisan, 2008: 212).

Dalam hal ini, Rumah Kreatif Media sebagai rumah produksi yang berada di Yogyakarta menciptakan sebuah karya audio visual berupa program televisi yaitu *Talkshow*. Adapun dalam proses produksi *talkshow* mengalami beberapa proses. Menurut Morrisan (2008) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Media Penyiaran, manajemen dalam sebuah

proses produksi dibagi menjadi empat, dimulai dari proses perencanaan (*planning*) yang merupakan tahapan awal dalam melakukan perancangan konsep utama. Seperti membahas tentang garis besar produksi yang akan dibuat, riset ide dan konten, melakukan pembuatan proposal, serta melakukan persiapan lainnya.

Dalam proses ini, setiap tim produksi akan mulai menyusun ide utama dari talkshow, melakukan survey dan riset untuk narasumber yang cocok sesuai tema, memilih alat dan studio yang sesuai, hingga pengecekan sebelum produksi. Kemudian memasuki proses pengorganisasian (*organizing*) yang merupakan proses manajemen bagi ketugasan setiap kru agar bisa menjalankan tugas sesuai *jobdesk* setelah memetakan hal apa saja yang akan dilaksanakan.

Selanjutnya proses pengarahan (*directing/influencing*) yang merupakan proses menjalankan instruksi sesuai arahan. Dalam hal ini melaksanakan proses pengambilan seluruh gambar baik menggunakan dalam maupun luar studio. Adapun konsep yang sudah dibahas dalam perencanaan produksi, akan dieksekusi dalam proses shooting, baik secara langsung (*live*) ataupun rekaman (*taping*).

Sebelum produksi, akan dilakukan *briefing* atau pengarahan terlebih dahulu untuk melakukan pengecekan akhir. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir kendala yang terjadi di lapangan, setelah itu memulai proses produksi sesuai dengan *rundown* yang ditentukan, hingga proses produksi bisa selesai dan akan dilanjutkan ke dalam tahapan akhir yaitu Pascaproduksi.

Proses terakhir adalah pengawasan (*controlling*) atau dalam tahapan ini memasuki pascaproduksi yaitu sebuah proses akhir berupa penggabungan dari hasil video, audio, ataupun grafis lainnya untuk menjadi *output* akhir. Hingga hasil produksi yang sudah dibuat bisa ditayangkan ataupun diputar kembali.

Pada proses ini, tim yang akan bekerja lebih ekstra yaitu tim editor. Cepat tidaknya sebuah hasil produksi dalam tahapan paska tergantung

bagaimana pengarahan dari produser untuk tim editor dalam berproses sesuai *timeline*. Sehingga, setelah semua hasil sudah siap ditayangkan, akan mengalami proses *review* dan *filter* untuk memastikan bahwa hasil produksi layak untuk dipublikasikan.

Dalam hal ini, hasil *talkshow* yang diproduksi oleh Rumah Kreatif Media adalah Talkcation dan mengudara setiap hari Rabu pukul 09.30 - 10.00 Waktu Indonesia Barat (WIB) di Reksa Birama Televisi (RBTV) yang merupakan stasiun televisi lokal berlokasi di Yogyakarta. Saat ini, Talkcation sudah dikelola dengan beberapa *production house* seperti Waiki *Production*, Mandala *Production*, Sengkyung *Pictures*, dan Rumah Kreatif Media.

Talkcation merupakan sebuah tayangan televisi yang bertema talkshow edukasi dengan konsep menghadirkan narasumber berkompeten dibidangnya, guna memberikan inspirasi dan wawasan bagi penonton. Program Talkcation diproduksi langsung oleh mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun tujuannya dari produksi ialah sebagai wadah kreasi mahasiswa untuk mengekspresikan minat dan bakat dalam bidang *Broadcasting*. Sekaligus menjadi kegiatan dalam Kuliah Kerja komunikasi (K3) atau praktek dalam dunia industri (magang). Pada tahun 2021, Talkcation berkerjasama dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) dalam Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Program MBKM setara dengan 20 SKS dengan mata kuliah yang dilaksanakan diluar kegiatan kampus.

Adapun program lain dari Kampus merdeka yang sedang berjalan seperti Studi Independen dan Wirausaha Merdeka. Kemudian, program lain yang akan dibuka antara lain; Bangkit (bekerjasama dengan Google, Goto, Traveloka), selanjutnya *Indonesian International Student Mobility Awards*, Kampus Mengajar, Kementerian ESDM - GERILYA, Membangun Desa (KKN Tematik), Pejuang Muda Kampus Merdeka,

Pertukaran Mahasiswa Merdeka, Proyek Kemanusiaan, dan Riset atau Penelitian.

Sehingga, selama proses produksi selama kurun dari tiga tahun ini, dimulai dari Waiki Production dan Mandala Production (Ilmu Komunikasi angkatan 2017), Sengkuyung Pictures (Ilmu Komunikasi angkatan 2018) dan Rumah Kreatif Media (Ilmu Komunikasi angkatan 2019) mengalami perubahan baik dari segi kualitas, narasumber, tentunya dengan situasi serta kondisi yang berbeda.



**Gambar 1.1** : Produksi Talkcation oleh Waiki Production  
(Sumber : Youtube Ilmu Komunikasi Amikom)

Dimulai dengan angkatan pertama yaitu Waiki Production memproduksi talkcation dengan konsep menghadirkan narasumber dari dosen internal Amikom dipandu dengan seorang *host*. Penggunaan alat seadanya karena dalam episode pertama terdapat perbedaan hasil antara kamera satu dengan lainnya dikarenakan keterbatasan dana yang dimiliki. Secara konsep pada angkatan tersebut mengalami produksi dengan kinerja ekstra, mengingat belum ada contoh dari tahun sebelumnya yang merupakan angkatan perdana dalam menciptakan karya Talkcation.

“Beberapa kendala seperti anggaran, alur dan alat masih menjadi kendala karena masih menyesuaikan. Tempat/lokasi shooting seringkali mendapat kendala, dikarenakan perizinan yang relatif sulit. Jadwal produksi harus menyesuaikan dengan kegiatan dan jadwal kuliah dan narasumber. Harus mengikuti protokol

kesehatan yaitu menggunakan masker, sehingga menyulitkan saat produksi terutama saat berkoordinasi” (Herlangga, 2022).



**Gambar 1.2 :** Produksi Talkcation oleh Mandala Production  
(Sumber : Youtube Ilmu Komunikasi Amikom)

Selanjutnya, setelah *Waiki Production* dilanjutkan oleh Mandala *Production* dengan konsep yang masih sama dengan produksi sebelumnya. Namun, diberikan improvisasi dari *host* tersebut dengan laki-laki dan perempuan. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kesan perbedaan sehingga saat diberikan tayangan tersebut menjadi lebih menarik. Pada kesempatan ini Talkcation dikemas lebih variasi dengan pemilihan tempat seperti menggunakan ruang Cinema dan Studio yang dimiliki oleh Amikom Yogyakarta.



**Gambar 1.3 :** Produksi Talkcation oleh Sengkuyung Pictures  
(Sumber : Youtube Ilmu Komunikasi Amikom)

Pada angkatan ketiga, tim produksi dikelola oleh Sengkuyung Pictures merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2018. Pada

produksi ini, dilakukan pembaharuan yaitu menambahkan *Home band* atau pengiring musik untuk memberikan nuansa yang baru dan berbeda. Dalam pembawaan acaranya Talkcation dipandu dengan seorang host. Menghadirkan narasumber dari eksternal amikom. Seperti motivator, pengamat budaya, komunitas, dan masih banyak lagi.

“Jika berbicara mengenai keunikan pastinya setiap *production house* yang menjalankan Talkcation selalu memiliki keunikannya masing-masing. Kami pun selalu memodifikasi hal yang belum ada di Talkcation sebelumnya. Menurut saya menjadi unik dan menarik itu terletak dalam menghadirkan narasumber berkenan untuk melakukan *perform/show* atas talenta yang mereka miliki, selain itu kami menyisipkan *homeband* sebagai pengiring Talkcation di setiap episodenya “ (Irfano, 2021)

Jika digabungkan untuk manajemen dari tim Waiki Production, Mandala Production, hingga Sengkuyung memiliki perbedaan yang signifikan. Pada angkatan pertama Talkcation merupakan konsep dasar utama yang dibangun. Bisa dikatakan secara persiapan masih kurang, menggunakan alat seadanya, beserta narasumber lingkup internal dosen. Sehingga branding utama yang diberikan ialah mengenalkan Amikom kepada masyarakat.

Selanjutnya, pada produksi Mandala Production masih menggunakan metode yang sama. Namun, diberikan pembaharuan dari segi pengemasan *talkshow* agar lebih variasi sebelumnya. Sudah bisa menggunakan alat produksi dan studio dari fasilitas kampus. Lalu, Sengkuyung Production membuat improvisasi dari segi konsep menambahkan *homeband*, agar secara produksi lebih kompleks ditambah menggunakan instrumen musik langsung saat dilokasi. Ditambah menggunakan narasumber yang berasal dari eksternal kampus, nuansa baru guna memberikan citra untuk promosi bagi narasumber beserta Amikom.



**Gambar 1.4 :** Produksi Talkcation oleh Rumah Kreatif Media  
(Sumber : Youtube Ilmu Komunikasi Amikom)

Pada produksi Rumah Kreatif Media sebagai angkatan keempat dalam memproduksi Talkcation memberikan nuansa baru dengan penggunaan tempat dan studio yang berbeda. Sebelumnya, melakukan produksi dalam lingkungan kampus. Pada tahun 2022 mengambil set yang berbeda menggunakan studio dari eksternal. Termasuk *setting* dekorasi dan grafis dibuat lebih banyak warna untuk memberikan kesan ceria. Ditambah, karena keterbatasan dana produksi tim Rumah Kreatif Media melakukan penyebaran proposal untuk menambah dana dan mendapatkan dukungan sponsor. Adapun sponsor yang mendukung pada Talkcation tahun ini ialah Rembug Kopi, Iframe Multimedia, Sewa Jas Jogja, Amigos Studio, Aqiah Al Kautsar, Raden HT, dan Skillies. Artinya pada keterbatasan dalam produksi Rumah Kreatif Media memiliki nilai jual tambahan dari segi bentuk dukungan dari eksternal Amikom.

Dalam hal ini, setiap angkatan dalam memproduksi Talkcation memiliki keunikan dan kesulitan serta kendala yang berbeda. Hal ini, menjadi tantangan tersendiri bagi setiap *production house* dalam menciptakan karya agar tetap maksimal dan menarik. Sehingga, proses manajemen dalam sebuah tim menjadi kunci untuk suksesnya akan produksi yang dibuat.

Sesuai dengan judul penelitian ini, proses yang dialami oleh Rumah Kreatif Media dengan angkatan sebelumnya memiliki perbedaan

yang beragam. Dimulai dari pembawaan dari konsep acara, *setting* studio beserta kebutuhan alat produksi menggunakan eksternal, dekorasi, hingga hambatan yang ditemui saat proses produksi.

Namun, sesuatu yang indah tidak semudah yang dibayangkan. Dalam proses produksi ada kendala dan hambatan mulai dari pra produksi hingga pasca produksi. Hal ini dapat mempengaruhi video tersebut cepat atau lambat untuk ditayangkan melalui stasiun TV. Maka, perlu adanya penjadwalan yang baik agar kendala tersebut dapat diminimalisir.

Salah satu cara untuk mengurangi kendala dan hambatan saat produksi perlu didukung dengan adanya strategi manajemen yang baik. Menurut Sofjan Assauri (2008:12) menyatakan kegiatan manajemen produksi merupakan proses dalam mengelola, mengatur, dan mengoordinasi penggunaan sumber daya alat, manusia, dan bahan secara efektif dan efisien. Guna menciptakan dan menambahkan fungsi dari suatu barang atau jasa.

Berdasarkan permasalahan tersebut peranan manajemen yang baik memiliki andil yang besar dalam kesuksesan tim Rumah Kreatif Media untuk memproduksi program televisi Talkcation. Mengingat proses ini melibatkan tim yang terdapat berbagai orang dengan berbagai latar belakang. Sehingga proses produksi yang memakan waktu tidak sebentar. Maka, adanya setiap proses yang dilakukan oleh Rumah Kreatif Media mampu memudahkan setiap kegiatan oleh kru untuk mencapai tujuan bersama.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Regulasi perbedaan dari setiap tim produksi memiliki keunikan dan kekurangan tersendiri selama menciptakan karya program siaran televisi berupa *talkshow*. Adapun perbedaan ini merupakan faktor yang membuat setiap hasil yang dikemas memiliki keunikan dan daya pikat tersendiri. Serta langkah setiap tim produksi dalam mengatur, mengelola, dan manajemen setiap kru yang bertugas dimulai dari mengatasi kendala,



mencari solusi bersama, hingga penayangan program tersebut. Maka, pembahasan tentang rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana proses manajemen produksi Rumah Kreatif Media dalam memproduksi Talkshow “Talkcation” di RBTV.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan gambaran terkait proses manajemen dalam sebuah tim Rumah Kreatif Media guna memproduksi program acara televisi Talkcation di RBTV Jogja.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Akademis**

Melalui penelitian ini penulis berharap bahwa dapat memberikan wawasan dan landasan pemikiran tentang adanya proses memahami produksi yang dilakukan Rumah Kreatif Media untuk membuat program acara televisi Talkcation di RBTV Jogja.

#### **b. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini juga mampu untuk memberikan gambaran secara langsung, terkait proses produksi program acara televisi Talkcation selama di lapangan. Sehingga dapat memberikan kontribusi baik bagi penulis, RBTV maupun pembaca.