

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sinyal digital memiliki gelombang dalam memancarkan yang jauh lebih kuat dan kebal terhadap distorsi dan degradasi daripada sinyal analog (Todorovic, 2006). Dalam pengolahannya sinyal digital menggunakan perangkat yang berbeda tergantung kebutuhan sebuah stasiun televisi baik itu untuk siaran langsung atau *tapping*. Penyuntingan gambar biasanya dilakukan pada *Personal Computer* berbasis *Windows* atau *Mac OS* (Liu, 2023). Produksi siaran televisi bersinyal digital saat ini tersebar di seluruh industri televisi yang ada seluruh Indonesia. Di era digital ketika sebagian besar persebaran informasi berlangsung di dunia maya, industri pertelevisian menghadapi persaingan dengan media-media online yang relatif lebih mudah diakses (Administrator, 2016). Televisi lebih dari sekedar hiburan, televisi memiliki potensi yang lebih luas untuk menginspirasi, menginformasikan, dan sudah menjadi bagian dari budaya kita. Televisi menjadi termasuk media publik yang sering dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia hingga saat ini. Hal tersebut melihat fungsinya sebagai alat komunikasi massa. Fungsi tersebut sebagai fungsi informasi, fungsi pendidikan, dan fungsi hiburan (Dinas Kesehatan, 2017). Dalam perkembangan televisi beriringan dengan perkembangan manajemen pascaproduksi,

Mulai dari abad ke-20 proses pascaproduksi sudah menjadi aspek penting dalam menggarap proses pascaproduksi audio visual guna meningkatkan unsur naratif dan mendukung kemegahan cerita yang ingin disampaikan pada penonton (Todorovic, 2006). Pascaproduksi secara umum merupakan departemen pengolahan audio visual sinyal digital yang memiliki beberapa sub departemen dalam rangka mencapai visi suatu produk audio visual (Menteri Ketenagakerjaan, 2019). Sub departemen tersebut bertanggung jawab mengolah materi produksi menggunakan perangkat lunak (Purwato, 2011). Pemanfaatan perangkat lunak berbeda dengan kompleksitas fasilitas yang ditawarkan kepada editor beriringan dengan seberapa besar skala

produksi sebuah produksi audio visual (Todorovic, 2006). Tentunya kompleksitas tersebut juga diperlukan perangkat yang canggih perangkat televisi yang mahal seringkali tidak terjangkau oleh studio televisi kecil atau pendidikan karena anggaran yang terbatas (Popovych, 2022). Industri menggunakan perangkat lunak Adobe Premier Pro CC, Davinci Resolve yang dipasang dalam stasiun kerja pascaproduksi dengan bantuan monitor external sehingga memudahkan editor dalam mengoperasikan antarmuka. (Paggaru, 2020). Penerapan teknologi multimedia komputer dalam pascaproduksi karya film dan televisi memiliki banyak implikasi dan keunggulan, yang paling jelas adalah meningkatkan kualitas keseluruhan karya film dan televisi (Liu, 2023). Munculnya penyuntingan non-linier telah menjadi revolusi dalam teknologi pascaproduksi untuk menyampaikan pesan dan informasi yang dilakukan secara acak dengan estetika pengadeganan (Wohl, 2002).

Dalam proses penyuntingan gambar atau editing terjadi proses perkembangan untuk membangun cerita dengan memilih kata-kata, kalimat, jeda, aksen, gambar, secara linier (Todorovic, 2006). Pascaproduksi memiliki potensi besar dalam membangun naratif suatu produk audio visual seperti program siaran televisi (Wohl, 2002). Seiring perkembangan strategi manajemen pascaproduksi yang telah mengalami perkembangan pesat dari masa kemasa. perbaikan algoritma penjadwalan, sumber daya dioptimalkan dan kapasitas pemrosesan pasca-produksi video sangat berpengaruh (Xu, 2021). Perkembangan pesat teknologi perangkat lunak komputer, proses pascaproduksi telah menyebar pada seluruh proses produksi film dan televisi yang telah menjadi elemen penting yang tidak terpisahkan dari produksi film dan televisi (Xu, 2021). Pascaproduksi memiliki peran yang semakin penting dalam produksi film dan televisi. Maka terciptalah strategi manajemen komunikasi pascaproduksi untuk meningkatkan *production value* suatu produksi film dan televisi.

Production Value atau nilai produksi dalam produksi film atau televisi merupakan istilah umum yang mencakup semua elemen teknis produksi yang terkait pada produksi film atau televisi, dan tidak melibatkan elemen lain seperti penulisan, akting, penyutradaraan (Jourdan, 2022). Dalam aspek

pascaproduksi keputusan penyuntingan dasar masih bersifat kreatif namun penyuntingan yang membutuhkan teknis digital khusus termasuk dalam elemen *production value*. (Chambers, 2011). Dalam produksi siaran televisi lokal khususnya program *Talkshow*, *Production Value* bermakna mampu menjadi konten yang informatif dan dekat dengan masyarakat dengan menghadirkan kualitas teknis (Jourdan, 2022).

Dengan demikian strategi manajemen komunikasi pascaproduksi menjadi elemen penting seiring perkembangan ekonomi yang semakin pesat standar hidup masyarakat yang meningkat, permintaan media hiburan yang semakin heterogen sehingga permintaan karya film dan televisi menjadi lebih tinggi (Lin, 2021). Teknologi multimedia erat kaitannya dengan karya film dan televisi. Maka karya televisi dan film tidak akan bernilai tanpa proses pengembangan strategi yang baik pada tahap pascaproduksi. (Chambers, 2011). Oleh karena itu, diperlukan produser pascaproduksi untuk mengorganisir tim pascaproduksi dan perencanaan dengan strategi komunikasi dalam rangka menciptakan efisiensi kerja pascaproduksi untuk menghasilkan program menjadi lebih bernilai (Menteri Ketenagakerjaan, 2019). Seiring meningkatnya manajemen pascaproduksi yang kompleks dan terstruktur maka diperlukan komunikasi tepat selama proses pascaproduksi terutama dalam mengelola materi produksi yang bersifat rahasia sebelum perilisasi (Lulut, 2022).

Secara umum program *Talkcation* merupakan salah satu program televisi lokal yang diciptakan untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa yang mengikuti *Magang Berbasis Kampus Merdeka* atau MBKM sebagai ajang kreativitas dan pengembangan diri dalam tahap mengenal industri produksi siaran televisi (Pagaru, 2020).



Gambar 1 : Teaser Talkcation Batch 2 Waiki Production

Sumber : Youtube Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta

Dari data yang ditampilkan pada gambar 1 menunjukkan bahwa pemanfaatan *coloring* pada pascaproduksi masih terbatas karena manajemen komunikasi belum terkordinasi dalam pengolahannya. Dari data yang telah peneliti paparkan Talkcation memiliki peluang besar dimasa depan dengan strategi manajemen komunikasi selama proses pascaproduksinya yang nantinya akan mengacu pada nilai produksi yang terus meningkat secara eksponensial (Chambers 2011). Program Talkcation batch lima memberikan kebaruan berupa strategi manajemen komunikasi pascaproduksi guna meningkatkan nilai produksi yang mengacu pada keseluruhan program televisi yang ditentukan oleh keunggulan teknisnya. Nilai ini didasarkan pada kriteria *set design*, efek khusus, animasi, peningkatan kualitas gambar, dan penyuntingan gambar yang terstruktur (Sam Kench 2021). Selain itu diperkuat dengan Pada tahapan manajemen pascaproduksi ini mencakup proses sinkronisasi gambar dan suara, *rough cut*, *folding*, *editing online*, *mixing* audio akhir, dan dan rilis final (Kukuh, Haikal, dan Gusmadana 2023) divisi struktural tersebut diperlukan manajemen strategi komunikasi yang efektif untuk mendapatkan hasil yang bernilai.

Dengan demikian, peneliti berfokus pada aktivitas komunikasi produser pascaproduksi terhadap semua anggota kru teknis dan pascaproduksi yang sejalan dengan teori manajemen privasi Komunikasi dalam pengukuran tentang siapa yang bisa atau tidak boleh terlibat dalam mengetahui informasi terkait dengan data produksi yang berpengaruh pada proses manajemen komunikasi pascaproduksi dan nilai produksi untuk skripsi berjudul "Strategi Manajemen Komunikasi Pascaproduksi dalam Meningkatkan *Production Value* pada Produksi Program *Talkshow* Televisi Lokal".

1.2 Rumusan Masalah

Maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi manajemen komunikasi pascaproduksi dalam upaya meningkatkan nilai produksi program talkshow televisi lokal pada produksi program pada *talkshow* "Talkcation" di RBTV Jogja

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan gambaran besar terkait dengan strategi manajemen komunikasi pascaproduksi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan *production value* program *talkshow* televisi lokal.

Selain itu, penelitian ini mampu menjadi referensi pada mahasiswa untuk bisa berkarya secara langsung di dunia industri. Sehingga, dapat memberikan pandangan dan gambaran yang lebih luas dunia industri khususnya pascaproduksi kepada mahasiswa selama proses belajar. Dengan demikian, ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dapat diimplementasikan di dunia kerja khususnya industri siaran televisi.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada proses komunikasi pascaproduksi *Talkcation batch 5* berdasarkan nilai produksi yang dihasilkan dan teori yang nantinya akan mendukung proses pascaproduksi. Oleh karena itu aspek lainnya seperti proses distribusi, media, pemasaran dan promosi tidak akan dibahas secara mendalam.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini peneliti berharap bahwa dapat memberikan kekayaan literasi terkait pola dan tips untuk memahami strategi manajemen komunikasi pascaproduksi dalam pembuatan program acara televisi lokal yang mampu meningkatkan nilai produksi sehingga bermakna informatif dalam penyampaian informasi bagi penonton. Selain itu, penelitian ini juga dapat berguna sebagai sarana pengaplikasian ilmu pengetahuan dari berbagai materi perkuliahan khususnya dalam bidang akademi Ilmu Komunikasi yang telah peneliti dapatkan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran besar dalam menambah wawasan dan khazanah pengetahuan berkaitan dengan strategi manajemen pascaproduksi program *talkshow* televisi lokal khususnya pada analisis pascaproduksi pada produksi media konvensional, berupa televisi RBTV Jogja melalui program berita Talkcation. Selain itu, penelitian ini juga dapat berguna sebagai bahan masukan kepada RBTV, Prodi Ilmu Komunikasi Amikom dan Seluruh kru dari Cipta Karya Media yang memproduksi Talkcation pada batch lima untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan kualitas tayangan *talkshow* bagi masyarakat D.I.Yogyakarta.

1.6 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah segala bentuk aktifitas manajemen komunikasi selama proses pascaproduksi, program acara *talkshow* Talkcation yang diproduksi oleh RBTV.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan riset, manfaat, objek penelitian, dan sistematika penulisan penelitian

BAB 2. LANDASAN TEORI

Bab ini berkaitan dengan tujuan literatur, yang mengurai kondisi lingkungan pascaproduksi industri televisi lokal, kinerja kreatif dan faktor penentu pascaproduksi terhadap khalayak, segmentasi pasar *talkshow* di Indonesia, pemasaran, strategi pemasaran, penelitian terdahulu.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan informasi terkait jenis penelitian, metode pengumpulan data, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan reliabilitas serta hasil studi pendahuluan.

BAB 4. TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai data yang didapatkan melalui metode pengumpulan data dan memahaminya menggunakan kerangka berpikir. Hasil dari analisis data menjadi pedoman dalam penyusunan strategi pascaproduksi Talkcation 5.0.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan simpulan dan saran dari hasil analisis penelitian yang telah dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.