

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi adalah salah satu media massa yang cukup penting, karena di setiap rumah paling tidaknya memiliki satu buah televisi. Melalui tayangannya, televisi ikut serta berperan memberikan informasi yang sedang terjadi, sebagai penghibur penonton dan juga sebagai media edukasi. Selain memberikan informasi, edukasi dan juga hiburan, televisi juga ikut serta memajukan dan mengembangkan daerah-daerah lokal dengan membuat stasiun televisi lokal, hal tersebut tercantum pada pasal 14 BAB III UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, disebutkan bahwa “Di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga Penyiaran Publik lokal”.

Televisi lokal menjadi salah satu media yang penting pada daerahnya masing-masing, televisi lokal menjadi penting karena berkaitan dengan keberadaan dan juga pelestarian sebuah budaya, berbeda dengan televisi nasional, televisi lokal memiliki peran menayangkan program yang berkaitan dengan budaya kearifan lokal di setiap daerah. Hal yang membedakan dengan televisi nasional adalah televisi nasional jangkauan siarannya bisa ditonton oleh seluruh masyarakat Indonesia sedangkan televisi lokal hanya bisa ditonton pada daerah-daerah tertentu sesuai dengan lokasi keberadaannya. Adapun terdapat juga persamaan televisi nasional dan juga televisi lokal, televisi lokal juga mempunyai program yang mengedukasi untuk dipertontonkan.

TVRI menjadi salah satu stasiun televisi publik nasional dan lokal yang mempunyai program mengedukasi, sesuai dengan tugas nya yang diatur pada peraturan pemerintah Nomor 13 Tahun 2005 Pasal 4 yang menjelaskan bahwa “TVRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.”

Pada tahun 2020 TVRI Nasional sempat bekerja sama dengan kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk menayangkan materi pembelajaran sekolah pendidikan anak usia dini, sekolah menengah atas dan juga para orang tua. Hal tersebut dijelaskan pada situs *kemdikbud.go.id* bahwa pada senin, 13 April 2020 Televisi Republik Indonesia (TVRI) mulai menayangkan program baru dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (kemendikbud) yang berkonsep belajar dari rumah yang berisikan berbagai tayangan edukasi, salah satu contohnya seperti pembelajaran untuk PAUD sampai Pendidikan menengah serta tayangan bimbingan untuk orang tua dan guru, program ini bertujuan untuk menjadi salah satu alternatif pembelajaran bagi siswa,guru sampai orang tua. (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan diakses pada 25 Juni 2021 pukul 00.37)

Program TVRI yang mengedukasi tidak berhenti pada saluran TV nasional saja akan tetapi siaran lokal juga turut ikut serta memberikan tayangan atau program masyarakat terkait pemberitaan yang sedang hangat, salah satu contohnya ada pada program komedi “Angkringan” TVRI Yogyakarta



Gambar 1.1

(Sumber : Youtube TVRI Yogyakarta Official)

Angkringan adalah salah satu program situasi komedi yang menyelipkan edukasi. Berkonsep gerobak jualan tradisional khas Jogja yaitu Angkringan, acara Angkringan ini menceritakan tentang beberapa tokoh dan penjual angkringan yang berdialog tentang kondisi atau masalah yang sedang terjadi di Indonesia, Angkringan juga dikemas secara tradisional dialog dan budaya Jawa.

Angkringan bisa dikatakan mengedukasi karena tema di setiap episodenya berkaitan dengan masalah yang terjadi, dan pada episode-episode tertentu Angkringan juga sering mengundang narasumber-narasumber yang berkompeten sesuai pada tema judul untuk hadir memberitahukan tentang fakta yang sebenarnya terjadi, biasanya narasumber muncul sebagai penengah konflik dan mulai memberikan informasi terkait permasalahan pada cerita.



Gambar 1.2

(sumber : Youtube TVRI Yogyakarta)

Salah satu contoh bentuk naskahnya bisa kita lihat pada video yang diupload oleh youtube TVRI Yogyakarta pada tanggal 28 September 2020 Dengan judul “Angkringan Daring” salah satu episode yang tayang pada tahun 2020 ini menceritakan awal konflik dimulai dari para tokoh berdialog tentang pembahasan atau permasalahan pembelajaran daring yang menjadi proses pembelajaran baru

bagi siswa-siswi, termasuk mereka yang merasakan cukup menjadi halangan karena pembelajaran daring adalah pembelajaran baru bagi semua orang tua yang mempunyai anak masih sekolah karena terkait dengan pandemi covid-19, dipahami dari bentuknya situasi komedi pasti dialog yang diucapkan tidak luput dari candaan-candaan yang menggelitik, setelah permasalahan dibuat terkait dengan susahny beradaptasi pembelajaran daring, masalah memuncak Kembali didukung oleh pemain lain seperti Yu Beruk, Dalijo , Pawiro untuk menambahkan bumbu-bumbu permasalahan dari pembelajaran daring dengan permasalahannya masing-masing.

Pada episode “Angkringan Daring” ini Program Angkringan juga mendatangkan Wakil ketua 1 DPRD Kulonprogo, ketua Komisi 4 DPRD Kulonprogo, Ketua DPRD Kulonprogo dan Wakil Ketua 2 DPRD Kulonprogo, disaat cerita pada naskah sudah memuncak dan tidak adanya solusi, di segmen selanjutnya para pejabat dari DPRD Kulonprogo datang bersama pemain Ari Purnomo yang membantu menyelesaikan terkait pembelajaran daring yang dialami oleh segenap pemain, pejabat dari DPRD Kulonprogo satu persatu mulai menjelaskan tentang pentingnya peran orang tua terhadap pembelajaran anak dan juga pentingnya bantuan pemerintah yang dibuat untuk membantu siswa dan siswi agar melaksanakan pembelajaran daring dengan mudah, salah satu fasilitas yang disebutkan adalah membangun sarana fasilitas seperti memasang fiber optic di daerah-daerah yang susah dijangkau.

Program Angkringan juga ikut bekerja sama dengan BBPOM yang tercantum pada situs <http://bbpom-yogya.pom.go.id/> Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Diah Tjahjonowati dan juga Kepala Balai Besar POM Yogyakarta

mengedukasi masyarakat DIY melalui program televisi TVRI Angkringan Yogyakarta yang tayang pada Minggu 13 Desember 2020 Dengan bertemakan “Ayo Konsumsi Obat dengan Benar” yang dilaksanakan *streaming* pada pukul 17.00-18.00 WIB edukasi tersebut diadakan karena masih adanya pemahaman masyarakat yang keliru dengan penggunaan obat berlebihan dan juga obat yang tidak dihabiskan. (BBPOM Yogyakarta, 2020 diakses pada 30 Juni 2021 pukul 22.20)



Gambar 1.3

(Sumber : <http://bbpom-yogya.pom.go.id/>)

Seperti yang sudah diperlihatkan pada gambar bahwa acara Angkringan menggabungkan dua unsur menjadi satu yaitu komedi dan juga edukasi, terlihat juga dari berbagai narasumber yang datang beberapanya dari instansi-instansi atau Lembaga resmi, berikut data judul program beserta narasumber :

JADWAL PRODUKSI & PENYIARAN PROGRAM ANGKRINGAN

Tahun 2020

NO	TGL VTR	J U D U L	PENDUKUNG DANA	PEMASARAN	RENCANA SIARAN
1.	31 Januari 2020	Kerajaan Ambyar Sejagad Donor Darah	1. DIPA 2020 PMI Sleman	1. B. Tri Raharjo	Minggu, 9 Februari 2020 Rabu, 5 Februari 2020
2.	14 Februari 2020	1. Penting Dhewe 2. Virus	1. Keraton Yogyakarta 2. DIPA 2020		1. Minggu, 23 Februari 2020 2. Minggu, 16 Februari 2020
3.	28 Februari 2020	Pameran Produk Bahaya Air	1. Disperindag Kota Yogya	Joko Winasis	1. Minggu, 1 Maret 2020 2. Minggu, 8 Maret 2020
4.	13 Maret 2020	Lamaran Pajak T	1. DPRD Kulon Progo	1. Budi Santosa	1. Minggu, 22 Maret 2020 2. Minggu, 15 Maret 2020
5.	27 Maret 2020				29 Maret 2020 5 April 2020

6.	10 April 2020	1. 2.	1. Disperindagkop Kota Yogya 2. RS. Ghrasia	1. Tri Raharjo 2. Hary Susanto	12 April 2020 19 April 2020
7	24 April 2020				26 April 2020 3 Mei 2020
8	24 Juli 2020	1. Jogja Pass 2. Ora Nglokro	1. Kominfo DIY 2. Dinas Koperasi UKM DIY	1. Joko Winasis 2. B. Tri Raharjo	1. 2 Agustus 2020 2. 26 Juli 2020
9	RE RUN				1. 9 Agustus 2020
10	14 Agustus 2020	1. Pengedar 2. Obat Mujarab	1. BNNP DIY 2. B POM DIY	1. B. Tri Raharjo 2. B. Tri Raharjo	Agustus 2020 Agustus 2020
11	Agustus 2020	1. 2. Produk Lokal	1. DPRD Kulom Progo 2. Disperindag DIY	Lin P B. Tri Raharjo	1. 30 Agustus 2020 2. 6 September 2020
12	11 September 2020	Rebutan Keistimewaan	3. Dinas Kebudayaan DIY 4. Dinas Kebudayaan DIY	Joko Winasis	1. 13 September 2020 2. 20 September 2020
13		OB	BOB	B Tri Raharjo	27 September 2020

14	25 September 2020	1. Penjaga Budaya 2. Berobat Sukarela	1. Balai Pelestarian Sejarah & Nilai Sejarah 2. BNN Kota Yogya	1. Lin P 2. Joko Winasis	1. 4 Oktober 2020 2. 11 Oktober 2020
15	2 Oktober 2020	1. Reresik 2. Kudu Ulet	1. KSP 2. DIPA 2020		1. 9 Oktober 2020 2. 16 Oktober 2020
16	Oktober 2020	1. Dodolan Online 2. Kampung Bersinar	1. Humas Sleman 2. BNN Kota Yogya	1. Tri Raharjo 2. Joko Winasis	1. 18 Oktober 2020 2. 25 Oktober 2020
17	Senin, 23 Oktober 2020	1. Bebas Cukai 2. Pindah Papan	1. Bea Cukai 2. Disnakertrans Bantul	1. Hari Susanto 2. Joko Winasis	1. 1 November 2020 2. Jumat, 18 Desember 2020
18	26 Oktober 2020	1. Perempuan Mndiri	1. BPPM 2. BPPM.	1. Hari Susanto 2. Hari Susanto	1. 30 Oktober 2020 2. 6 November 2020
19	Senin, 9 November 2020	1. Enterpreuner Hantaran	1. BPPM 2. BPPM.	1. Hari Susanto 2. Hari Susanto	1. 13 November 2020 2. 20 November 2020
20	13 November 2020	1. Theraphy 2. Kesenjangan Ekonomi	1. BNN Sleman 2. Dinas Koperasi DIY	1. Joko Winasis 2. B. Tri Raharjo	1. 15 November 2. 22 November

21	Senin, 23 November 2020	Perempuan Pengamen Bandar Udara	1. BPPM 2. DPRD Kulon Progo	1. Hari Susanto 2. Lin P	1. Jumat, 27 November 2020 2. 29 November 2020
23	Jumat, 27 November 2020	1.Di Rumah Aja, Dokumen Beres 2.Kontes Keris	1. Disdukcapil Kota 2. Dinas Kebudayaan DIY	1. Tri raharjo 2. Joko Winasis	1. Jumat, 4 Desember 2. Minggu, 6 Desember
24	Senin, 7 Desember 2020	1. Digitalisasi Aksara Jawa 2. Aturan Obat	1. Dinas Kebudayaan DIY 2. BPOM DIY	1. Joko Winasis 2. Tri Raharjo	1. Jumat, 11 Desember 2020 2. Minggu 13 Desember 2020
25	Jumat, 11 Desember 2020	Aja Nganti Stunting Kampanye Online	1. Dinas Kesehatan GK 2. DIPA 2020	1. B. Tri Raharjo	1.Minggu, 20 Desember 2020 2. Jumat, 25 Desember 2020
26	Jumat, 18 Desember 2020	ungsi ang Tahun	1. DIPA 2020 2. Panitia Perayaan hari Besar Kristiani Pemda DIY		1. 27 Desember 2020 2. 3 Januari 2021

Tabel 1.1

(Sumber: TVRI Yogyakarta, 2020)

Dalam prosesnya program Angkringan sudah cukup berjalan lama tayang di stasiun TVRI Yogyakarta yakni sekitar lebih dari 24 tahun lamanya sejak 21 April

1997, dalam formasi tahun 2020 dibawakan oleh Dalijo, Dina Trini, There Sothil, Rio Srundeng, Arie Purnomo, Pawiro dan juga Yu Beruk, program Angkringan sukses membuat tertawa dan juga membuat penontonnya teredukasi, hal ini tidak luput dari pengawasan dan ide dari seorang produser, dimana produser program televisi bertanggung jawab membuat ide-ide baru dan menformulasikan agar program Angkringan ini tetap bertahan dan juga tetap bisa mengedukasi penonton, tidak hanya itu produser mempunyai peranan yang sangat penting terhadap keberhasilan suatu acara yang masih tetap lama berjalan, produser juga harus selalu memikirkan bagaimana programnya bisa bersaing dengan kompetitor, maka dari itu produser bertanggung jawab dalam proses awal hingga akhir program yang sedang berjalan.

Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti Program Acara Angkringan TVRI Yogyakarta dikarenakan program Angkringan sudah cukup lama tayang dan tetap bertahan sampai sekarang menghibur dan tetap dalam konsep mengedukasi penonton TVRI Yogyakarta. Dalam penelitian ini, peneliti mengacu kepada tiga penelitian untuk mencari perbedaan dan referensi terhadap penelitian sebelumnya, diantaranya :

1. Penelitian terdahulu dengan judul “Strategi Kreatif Program Berita Olahraga Di Televisi Lokal Dalam Menumbuhkan Minat Pemirsa” oleh Laika Arif Prasetya tahun 2013 penelitian tersebut menemukan hasil: Berita yang dirangkum dalam program sportif adalah berita yang diambil dari sekitar Yogyakarta dan hal tersebut yang membuat menarik bagi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya, dalam berita yang disampaikan juga terdapat

kebaruan yang dibagi menjadi dua yaitu kebaruan dalam peristiwa yang barusan saja terjadi dan kebaruan tentang trend atau popular di kalangan masyarakat Yogyakarta.

2. Penelitian terdahulu dengan judul “Strategi Kreatif Program “Islam Itu Indah” Di Trans TV Dalam Mempertahankan Penonton Tahun 2016” oleh Puspita Septi Mahardani pada tahun 2016, penelitian tersebut menemukan hasil Strategi kreatif yang dilakukan pertama adalah membuat terobosan baru mengenai konsep dan format dalam produksi. Kedua adalah host yang bervariasi, sehingga setiap episodenya akan terlihat suatu inovasi baru. Ketiga yaitu pembaruan segmen-segmen dalam rundown yang lebih kreatif dan menarik, seperti adanya murotal dari Ustadz Syam, kisah inspiratif dari Ustadzah Oki, belajar mengaji bersama Ustadz Syam, tanya jawab Syam, dan Curahan Suami Istri (CHSI). Jadi di dalam tayangan program “Islam Itu Indah” tidak hanya tausiyah saja.

2. Penelitian terdahulu dengan judul “Strategi Kreatif Program Acara Dakwah (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STRATEGI KREATIF PROGRAM ACARA DAKWAH MUTIARA HATI PADA STASIUN KTV PONTIANAK)” oleh Febri Fajrin tahun 2010 penelitian tersebut menemukan hasil strategi kreatif program acara Mutiara Hati ini berupa strategi penguatan unsur-unsur budaya lokal Pontianak yaitu Bahasa Melayu. Selain itu, sajian lagu-lagu dan kesenian Islami khas Pontianak yang ditampilkan di sela-sela program acara semakin memperkuat strategi kreatif program acara Mutiara Hati ini. Proses pengisian tema, penentuan lokasi *shooting* atau *setting*, pemilihan *wardrobe*, pencahayaan/*lighting*, juga merupakan bagian dari strategi kreatif program acara Mutiara Hati.

3. Penelitian terdahulu dengan judul “IMPLEMENTASI PROMOSI DIGITAL DI COFFEE SHOP KLINIK KOPI YOGYAKARTA UNTUK MENGEDUKASI KONSUMEN” oleh Farusi Yabid tahun 2017 penelitian tersebut menemukan hasil bahwa Perencanaan promosi klinik kopi sudah cukup matang karena Klinik Kopi mengidentifikasi target pasar sekaligus juga membagi secara demografi, Klinik Kopi juga merencanakan sebuah aktifitas digital promosi dengan baik yaitu menyesuaikan konten edukasi Klinik Kopi dengan karakter media sosialnya. Klinik Kopi semakin mendapatkan kepercayaan dari konsumennya karena efek dari strategi promosi menggunakan edukasi yang Klinik Kopi lakukan akan tetapi Klinik Kopi tidak melakukan tahap evaluasi tentang aktivitas promosi digital yang sudah dijalankan.

4. Penelitian terdahulu dengan judul “Manajemen Produksi Program Acara Angkringan di TVRI Yogyakarta” oleh Maharani Dwi Kusuma wardani pada tahun 2017 penelitian tersebut menemukan hasil bahwa Fungsi manajemen yaitu planning (perencanaan), organizing (pengorganisasian), actuating (pelaksanaan), dan controlling (pengawasan) yang biasa disingkat dengan fungsi POAC sangat berguna sekali untuk diterapkan dalam proses produksi program Angkringan akan tetapi pada prosesnya masih ada beberapa kekurangan pada fungsi keorganisasian seperti ada crew yang menjabat menjadi dua jabatan sekaligus. Dalam proses produksinya juga Angkringan juga udah menerapkan proses dengan baik hanya saja ada beberapa saran seperti untuk merutinkan proses evaluasi supaya pihak Angkringan bisa tetap mengetahui potensi dan bisa mengembangkan programmnya.

5. Penelitian terdahulu dengan judul “Proses Kreatif Acara Angkringan di TVRI Yogyakarta” oleh Dita Herlinda Sekar Langit Putri pada tahun 2017 penelitian tersebut menemukan hasil Perencanaan rekaman program acara angkringan sudah bisa dikatakan memenuhi syarat apabila sesuai dengan standar penyiaran yang menjadi pedoman TVRI Yogyakarta dalam memproduksi sebuah program acara televisi baik berita, quiz, variety show, maupun komedi akan tetapi dalam proses pembentukan ide cerita masih kurang efektif melihat program Angkringan sudah jarang mencari bahan atau tema cerita yang aktual melainkan mencari instansi pemerintah yang ingin berkampanye ditambah lagi dalam program Angkringan Proses pasca produksi rekaman program acara angkringan tidak dilakukan padahal mengingat hal ini menjadi salah satu acuan untuk berkembangnya sebuah program agar tetap menjadi unggulan bersama dengan program-program TVRI Yogyakarta lainnya

dalam uraian diatas peneliti tertarik untuk mengetahui strategi kreatif apa saja yang digunakan pada program situasi komedi Angkringan dalam mengedukasi masyarakat karena acara atau program Angkringan sudah cukup lama tayang yakni 24 tahun lebih dan masih terus berjalan sampai sekarang

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat rumusan masalah sebagai berikut:
Bagaimana strategi kreatif produser program televisi Angkringan dalam mengedukasi penonton tahun 2020?

C. Tujuan

Adapun tujuan penelitian yang dicapai adalah untuk mengetahui strategi kreatif produser program acara Angkringan TVRI Yogyakarta dalam mengedukasi masyarakat

D. Manfaat penelitian

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi penelitian Strategi kreatif produser program acara televisi lokal dalam mengedukasi penonton

b) Manfaat praktis

1. Bagi penulis : dapat memberikan wawasan yang luas tentang proses atau strategi kreatif dalam sebuah program acara televisi
2. Bagi TVRI Yogyakarta : dapat menjadi bahan evaluasi, saran maupun kritik bagi segenap pihak Crew program Angkringan TVRI Yogyakarta

E. Kajian Teori

a) Produser

Menurut (Suprpto, 2006:54) “Produser adalah seseorang yang ditunjuk mewakili produser pelaksana (executive producer) untuk melaksanakan apa yang dikehendaki oleh produser pelaksana”. Oleh karena itu, seorang produser harus memiliki kemampuan berpikir dan menuangkan ide/pemikiran dalam satu tulisan (proposal) untuk suatu program acara secara baik dan sistematis serta mempunyai kemampuan untuk memimpin dan berkerjasama dengan seluruh kerabat kerja dan unsur-unsur produksi yang terkait.

Adapun profil karir seorang produser adalah sebagai berikut :

Tugas pokok	persyaratan	Tahapan karier
Menciptakan dan mengembangkan ide untuk produksi acara radio/televise	Pendidikan -sarjana komunikasi massa/penyiaran, tetaer dan jurnalistik Pengalaman -minimum 3 tahun sebagai pengarah acara atau wakil produser	<i>Executive</i> <i>Producer</i> <i>Production manager</i>
Membuat desain produksi		
Menentukan tim kreatif		
Menentukan satuan kerja produksi		
Bersama dengan pengarah Acara memilih dan menentukan pengisi acara		
Menyusun anggaran biaya produksi		
Melakukan koordinasi publikasi dan promosi		
Melakukan evaluasi terhadap acara yang ditangani		

(Sumber Tommy Suprpto-2006)

b) Strategi Kreatif Program TV

Dalam pembuatan program televisi pastinya diperlukan sebuah strategi dalam mengatur dan mengelola, terlebih dalam membahas

program yang cukup bertahap lama yang nantinya akan diperlukan juga strategi-strategi kreatif untuk mempertahankan program dan juga membuat program agar menarik, Dalam (Morissan, 2011) mendefinisikan strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan sedangkan kreatif sendiri adalah proses atau langkah menemukan hal atau terobosan baru yang bertujuan untuk menarik perhatian lebih. Dalam pembuatan program televisi, seorang produser juga harus memikirkan elemen-elemen yang nantinya akan digunakan dalam strategi kreatif untuk mempertahankan sebuah program, Menurut (Naratama, 2006) ada 13 elemen strategi kreatif dalam produksi acara Yaitu :

1. Target Penonton

Sebelum merencanakan suatu program, seorang produser perlu mengkaji secara teliti tentang target penonton, yaitu segmen penonton/penonton yang menjadi sasaran program. Klasifikasi target penonton menurut Naratama dibedakan menjadi 3, yaitu

a. Jenis Kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan.

b. Status Sosial

c. Usia

Penggolongan segmentasi penonton berdasarkan usia, menurut Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran KPI, pasal 65

yaitu :

a) Klasifikasi A : tayangan untuk Anak, yakni khalayak berusia di bawah 12 tahun.

b) Klasifikasi R : tayangan untuk Remaja, yakni khalayak berusia 12 – 18 tahun

c) Klasifikasi D : tayangan untuk Dewasa, yakni khalayak berusia > 18 tahun.

d) Klasifikasi SU : tayangan untuk Semua Umur.

2. Bahasa naskah

Bahasa naskah terkait dengan kata – kata yang digunakan dalam produksi program. Bahasa naskah berhubungan dengan target yang ingin di tuju. Kesalahan menggunakan bahasa naskah dapat membuat penonton bingung dan meninggalkan siaran.

3. Format Acara

Format acara televisi, oleh Naratama dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. drama/fiksi (contoh: drama percintaan, legenda, komedi, horor, dan sebagainya),

b. non drama / non fiksi (contoh: musik, talkshow, variety show, kuis, game show, dan sebagainya),

c. berita/news (contoh: berita, sport, dan feature).

4. Punching Line

Punching line adalah kejutan-kejutan yang di ditujukan untuk mengentak perhatian penonton yang mulai jenuh dan bosan. Kejutan naskah tersebut

dapat berupa komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa.

5. Gimmick and Funfase

Gimmick adalah trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton. Biasanya dalam bentuk adegan yang membuat penonton tegang, akting lucu dari pemain. Funfase adalah puncak yang di meriahkan dengan kegembiraan, kemewahan dan keindahan dari konsep acara.

6. Clip Hanger

Clip hanger digunakan untuk membuat penonton penasaran pada apa yang akan terjadi selanjutnya sehingga penonton tidak berpindah ke lain channel. Clip Hanger biasanya dilakukan di akhir scene sebelum dihentikan oleh iklan.

7. Tune and Bumper Opening

tune merupakan tayangan pembuka acara program yang menampilkan identitas program biasanya di tampilkan pada awal acara dengan durasi 30 detik sampai 2,5 menit. Dan bumper adalah tayangan transisi saat program akan mulai kembali setelah iklan. Tune and Bumper harus di buat dengan semenarik mungkin karena di putar di awal acara dan di putar di awal dan di akhir acara.

8. Penataan Artistik

Penata artistik merupakan bagian penting dalam sebuah produksi acara, penata artistik dapat juga dikatakan sebagai penata panggung. Penataan di sesuaikan dengan konsep dan tema program acara yang akan di produksi.

9. Music dan Fashion

Unsur terpenting lain dalam sebuah produksi program Televisi adalah penggunaan musik dan pakaian yang sesuai konsep dan tema. Selain isi siaran, penonton juga senang memperhatikan Wardrobe dan Make Up pengisi acara, serta senang mendengarkan musik yang menjadi ilustrasi program.

10. Ritme dan Birama

Acara Ritme dan birama acara ini untuk menghindari kejenuhan penonton dengan cara menyusun rangkaian acara dalam sebuah roundup yang sudah disiapkan sebelumnya. seperti musik yang harus mempunyai Intro, Refrain, Coda, dan Improvisasi yang dibungkus dalam sebuah aransemen musik. Sehingga dalam naskah drama maupun nondrama, setiap ketuk birama dan ritme acara dari awal hingga akhir harus sudah diperhitungkan.

11. Logo dan Music Track

untuk ID Tune Logo dan music track (musik untuk identitas acara) yang familier bagi penonton. Logo acara yang baik adalah yang mudah diingat, dan music track yang baik adalah yang enak untuk dinikmati.

12. General Rehearsel (GR)

General Rehearsel yaitu latihan yang dilakukan sebelum Suting dimulai. Latihan ini dilakukan bertujuan untuk mengurangi kesalahan yang mungkin terjadi ketika produksi. Yang menjadi perhatian ketika GR.

13. Interactive Program

Yaitu suatu percakapan atau interaksi timbal balik dengan pemirsa di

rumah. Selain digunakan untuk mengetahui minat pemirsa terhadap suatu tayangan, interaktif dengan pemirsa juga bermanfaat untuk pengembangan ide-ide kreatif acara selanjutnya. Dengan adanya interaktif dengan pemirsa, pemirsa akan merasa dilibatkan dan semakin tertarik pada program bersangkutan. (Naratama, 2006)

c) Strategi Program

Dalam (Morissan, 2011) strategi program ditinjau dari aspek manajemen atau sering disebut dengan manajemen strategis (management strategic) program siaran terdiri dari:

1) Perencanaan Program Pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi), dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien yang tersedia pada waktu tertentu. Beberapa faktor dalam merencanakan program acara televisi antara lain :

- a) Peta persaingan stasiun televisi.
- b) Ketersediaan penonton, kebiasaan penonton, aliran penonton, ketertarikan penonton.
- c) Ketertarikan pemasang iklan.
- d) Ketersediaan anggaran stasiun televisi.
- e) Ketersediaan program televisi.

Berdasarkan beberapa faktor yang telah dijabarkan, maka manajemen program stasiun televisi dapat merancang strategi perencanaan program apa saja yang akan disajikan dan bagaimana formatnya, memproduksi atau membeli program, dan bagaimana susunan atau pola penayangannya.

2) Produksi dan Pembelian Program

Manajer program bertanggungjawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri atau membeli dari sumber lain (akuisisi). Strategi penentuan sumber program dapat ditentukan dengan pertimbangan anggaran dan sumber daya yang tersedia pada stasiun televisi. Berdasarkan sumbernya, program televisi diklasifikasikan menjadi dua, yaitu produksi sendiri dan pembelian program.

a) Produksi Sendiri

Program yang dibuat sendiri (in-house production) adalah program-program yang direncanakan dan diproduksi sendiri oleh stasiun TV dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan peralatannya sendiri untuk disiarkan.

b) Pembelian Program

Stasiun TV juga bisa menyiarkan program yang dibeli oleh pihak lain. Program yang diperoleh melalui pembelian ini disebut dengan akuisisi program. Program-program tersebut bisa dibeli dari beberapa pihak, seperti Rumah Produksi (PH), stasiun TV lokal, perusahaan film besar, perusahaan sindikasi, pemasang iklan, dan distributor atau pemasok program dari luar negeri.

3) Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menjadwalkan program sesuai rencana yang sudah ditetapkan. Pembagian waktu siaran program harus direncanakan dengan sebaik-baiknya, hal ini berkaitan dengan ketersediaan audien yang akan menontonnya. Menentukan jadwal penayangan harus memperhatikan perilaku menonton audien, sehingga program yang dibuat tepat dengan sasaran audien yang dituju.

d) Media Pembelajaran

Menurut (Miarso, 2004) media pembelajaran adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menyalurkan pesan serta dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan si belajar sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar yang disengaja, bertujuan, dan terkendali. Karena dalam salah satu isinya bisa menyalurkan pesan, merangsang pikiran, perasaan dan perhatian dalam hal ini Program televisi menjadi salah satu kategori media pembelajaran.

A. Karakteristik Media pembelajaran

Miarso dalam (Mudlofir & Fatimatur, 2016) Secara umum televisi pendidikan yang digunakan sebagai media pembelajaran mewarisi kelebihan media pembelajaran secara umum. Diantaranya adalah:

1. Mampu memberikan rangsangan yang bervariasi kepada otak kita sehingga otak mampu berfungsi secara optimal.
2. Mengatasi keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh peserta didik.

3. Melampaui batas ruang kelas.
4. Memungkinkan interaksi langsung antara peserta didik dengan lingkungannya.
5. Menghasilkan keseragaman pengamatan.
6. Membangkitkan keinginan dan minat baru.
7. Membangkitkan motivasi dan merangsang untuk belajar.
8. Memberikan pengalaman yang menyeluruh dari suatu objek abstrak atau kongkrit.
9. Memberikan kesempatan untuk belajar mandiri.
10. Meningkatkan kemampuan keterbacaan baru.
11. Meningkatkan efek sosialisasi.
12. Meningkatkan ekspresi diri.

F. Metodologi Penelitian

a) Jenis penelitian

Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

b) Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah TVRI Yogyakarta yang bertempat di Jl. Magelang KM 4,5 Yogyakarta 55284 Kota Yogyakarta

G. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Menurut Esterberg (Sugiyono, 2013) mendefinisikan interview sebagai berikut. "a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic". Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna daJam suatu topik tertentu.

Pada penelitian kali ini salah satunya menggunakan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, khususnya pada narasumber dibidang tim kreatif pada program “Angkringan” TVRI Yogyakarta yaitu :

- 1) Produser Program (Sri Widati), Selaku Penanggung jawab program Angkringan TVRI Yogyakarta.
- 2) Penulis naskah (Ari Purnomo), selaku orang yang bertanggung jawab pada pembuatan ide cerita program Angkringan TVRI Yogyakarta.

3) Pemain (Rio Srundeng), Selaku pemain dan yang mengeksekusi Ide kreatif yang sudah dibuat pada program Angkringan TVRI Yogyakarta.

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan yaitu mengumpulkan data baik sebuah foto, video, data tertulis dan juga hasil penelitian beserta evaluasi program.

H. Teknik analisis data

Menurut Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas tersebut terbagi menjadi tiga bagian yaitu :

a) Data Reduction (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk

melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

b) Data Display (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami

c) Conclusion Drawing/Verification

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

I. Uji Validitas Data

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka

sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Uji validitas penelitian ini menggunakan Triangulasi Teknik yakni Teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan sumber data dan juga beberapa macam Teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2013)