

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori, Media Massa, Penyiaran. Dan produksi program televisi, teori ini digunakan untuk menganalisis produksi program kabar misteri baik saat pra produksi, produksi, dan pasca produksi Jakarta Televisi (JAKTV) tahun 2019-2021.

2.1.1 Komunikasi Massa

A. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi Massa (Komass) terdiri atas dua kata yakni, komunikasi dan massa. Banyak ahli yang mengungkapkan tentang definisi atau pengertian tentang komunikasi. Salah satu diantaranya pendapat Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa komunikasi (*communication*) itu berasal dari kata Latin "communis" yang juga berarti "common" (sama). Dengan demikian apabila kita berkomunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain (Sunarjo, 1983). Sesungguhnya, komunikasi itu merupakan ilmu yang mempelajari pernyataan antar manusia di mana pernyataan tersebut dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang yang sangat berarti bagi komunikator maupun komunikan. Lambang-lambang yang dimaksudkan tiada lain adalah bahasa, baik bahasa lisan maupun bahasa tulis.

Sedangkan istilah "massa" sebagaimana dikatakan oleh P.J. Bouman (Sunarjo, 1983, p. 42), digunakan untuk menunjukkan suatu golongan penduduk yang besar, kadang-kadang juga untuk menunjukkan jumlah pendengar yang luas, tidak ada organisasinya tetapi ada ikatan dan persamaan jiwa. Itu berarti, massa ada yang terlihat dengan konkret dan ada pula yang tidak terlihat. Dapat dicontohkan di sini misalnya segerombol orang yang sedang mengejar maling dan/atau sekian banyak orang yang sedang membaca koran, mendengarkan radio ataupun memirsa televisi. Setelah mengetahui kedua arti kata "komunikasi" dan "massa," lalu apa pula yang dimaksud dengan komunikasi massa (komass)? .

Menurut M.O. Palapah Kommas merupakan pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa. Bentuk-bentuk komass adalah seperti; Jurnalistik, *public relations*, penerangan, propaganda, agitasi, *advertising*, *publicity*, pertunjukkan, dan komunikasi internasional (Sunarjo, 1983, p. 41).

Menurut Harold Laswell dalam karyanya “The Structure and Function of Communications in Society.” Yang dikutip oleh (Effendy, Onong, 1989, p. 10) dalam (Pambudi et al., 2017), ciri atau karakteristik kommas meliputi:

1. Komunikator (Communicator, Source, sender), komunikator yang menyampaikan informasi pada sejumlah orang atau hanya pada seseorang.
2. Pesan (Message), pesan atau informasi yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
3. Media (Channel), saluran komunikasi tempat berlalunya informasi dari komunikator kepada komunikan.
4. Komunikan (Communicant, Communicate, Receiver, Recipient), komunikan yang menerima informasi dari komunikator.
5. Efek (Effect, Impact, Influence), tanggapan atau seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa informasi atau pesan.

B. Ruang Lingkup Komunikasi Massa

1. Pandangan Klasik

Menurut (McQuail, 2021) menyebut hanya lima jenis-jenis kompas (*The Big of Mass Media*), yaitu; 1). Surat Kabar 2). Majalah 3). Radio 4). Televisi 5). Film.

2. Pandangan Modern

Perkembangan komass yang terjadi belakangan ini dan seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi-informasi yang demikian pesat, maka kini orang-orang dapat menggunakan sarana komunikasi yang lebih modern dan lebih canggih semacam media sosial (medsos), media *online*, dan internet. Media komunikasi baik yang tergolong klasik maupun modern secara lebih detail dibahas dalam mata kuliah jurnalistik.

C. Fungsi Komunikasi Massa

Berikut tiga pendapat para ahli mengenai fungsi komunikasi massa:

1. Menurut Harold D. Lasswell (dalam Nurudin, 2014:64): 1. Fungsi pengawasan; 2. Fungsi korelasi; 3. Fungsi pewarisan sosial.
2. Menurut Charles Robert Wright (dalam Nurudin, 2014:64): 1. Fungsi pengawasan; 2. Fungsi korelasi; 3. Fungsi pewarisan sosial; 4. Fungsi hiburan (*entertainment*).
3. Menurut Dominik) (Elvinaro et al., 2010)1. Fungsi pengawasan (*surveillance*); 2. Fungsi penafsiran (*interpretation*); 3. Fungsi pertalian (*linkage*); 4. Fungsi penyebaran nilai-nilai (*transmission of values*); 5. Fungsi hiburan (*entertainment*).

D. Tiga Dimensi Etika Komunikasi Massa

Etika komunikasi, demikian pula etika komunikasi massa (komass) memiliki tiga dimensi sebagaimana ditulis (Haryatmoko, 2007, pp. 45–51). Ketiga dimensi itu, masing-masing; dimensi *tujuan*, *perilaku*, dan dimensi *sarana*.

1. Dimensi Tujuan

Dimensi tujuan (*policy*) menyangkut nilai demokrasi, terutama kebebasan untuk berekspresi, kebebasan pers, dan juga hak akan informasi yang benar. Dimensi tujuan ini terkait langsung dengan meta-etika yang tidak terlalu disibukkan oleh isi etika profesi (deontologi jurnalisme). Meta-etika mengarah pada teoritisasi materi moral yang lebih luas dari sekadar etika normatif. Ia menjangkau sampai pada refleksi dan pengujian sampai pada batas-batas yang bisa diterima dalam pelaksanaan praktek- praktek jurnalistik yang sah (Mathematics, 2016)

Jadi, yang dipertaruhkan meliputi berbagai hak dan kebebasan yang meliputi seperti; nilai dasar kebebasan pers, masalah hubungan antara kebebasan berekspresi dan hak akan informasi dibandingkan dengan hak individu lainnya, tingkatan berbagai nilai yang mencakup pelaksanaan kebebasan pers dan demokrasi, atau antara kebebasan berekspresi dan kekuasaan ekonomi atau kekuasaan politik.

2. Dimensi Perilaku

Dimensi perilaku dikatakan sebagai dimensi yang langsung terkait dengan perilaku aktor komunikasi, yaitu aksi-aksi komunikasi. Perilaku aktor komunikasi

hanya menjadi salah satu dimensi etika komunikasi, yaitu bagian dari aksi komunikasi (*politics*). Aspek etisnya ditunjukkan pada kehendak baik untuk bertanggung jawab. Kehendak baik ini lalu diungkapkan dalam etika profesi dengan maksud agar ada norma intern yang mengatur profesi.

3. Dimensi Sarana

Dimensi sarana (*polity*) ini memfokuskan pada sistem media dan prinsip dasar pengorganisasian praktek penyelenggaraan informasi, termasuk yang mendasari hubungan produksi informasi. Dimensi sarana ini meliputi; pertama, semua bentuk regulasi oleh penguasa publik (tatanan hukum dan institusi). Asas kesamaan dan masalah siapa diuntungkan atau dirugikan oleh hukum atau institusi tertentu menjadi wacana etika yang sangat relevan; dan kedua, struktur sosial yang direkayasa secara politik menganut prinsip timbal balik (hubungan kekuasaan mempengaruhi produk informasi), termasuk determinisme ekonomi dan teknologi.

2.1.2 Penyiaran

A. Pengertian Penyiaran

Penyiaran atau *broadcasting* merupakan keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran (pendengar/pemirsa) di suatu tempat (M.A, 2008). Proses pengiriman sinyal ke berbagai lokasi secara bersamaan baik melalui satelit, radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan lain sebagainya, dan bisa juga didefinisikan sebagai layanan server ke client yang menyebarkan data kepada beberapa client sekaligus dengan cara paralel dengan akses yang cukup cepat dari sumber video atau audio.

Kalimat *broadcasting* berlaku pada dunia pertelevisian dan radio. Dimana dunia broadcasting ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Jenis produksi yang diproses oleh perusahaan broadcasting antara lain: Profile Perusahaan (Corporate Profile), Program Televisi (TV Program), Musik Video (Video Clip), Iklan Televisi (TV Commercial) (Hidajanto & Fachruddin, 2017).

Menurut (Pemerintah Indonesia, 2002) Undang-Undang Nomor 32, Tahun 2002 Penyiaran yang disebut broadcasting memiliki pengertian sebagai kegiatan

pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

B. Karakteristik Media Penyiaran

Media penyiaran memiliki karakteristik yang unik atau spesifik dibandingkan dengan media cetak atau media massa yang lainnya. Melalui media penyiaran, informasi dapat diterima pemirsa secara langsung atau biasa disebut dengan real time atau live. Semua kejadian atau peristiwa dapat secara langsung pada saat yang sama didengar/dilihat oleh pendengar/pemirsa dengan cakupan populasi yang sangat luas dan efektif, tetapi informasi yang disampaikan oleh media penyiaran sudah langsung berlalu dan tidak dapat berulang lagi kecuali memang disiarkan ulang. Sementara pada media cetak, informasi yang diberikannya masih dapat dibaca kembali di mana dan kapan saja.

C. Lembaga Penyiaran

Menurut undang-undang Nomor 32 Tahun tentang Media Penyiaran, menjelaskan bahwa media penyiaran adalah lembaga penyiaran yang terdiri dari jasa penyiaran radio dan televisi. Tepatnya pada pasal 13, Lembaga penyiaran diklasifikasi sebagai berikut:

1. Lembaga Penyiaran Publik (LPP)

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) merupakan stasiun penyiaran yang mendapat anggaran operasional dari Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) untuk stasiun pusat yang berkedudukan di ibu kota, Jakarta, dan APBD untuk stasiun daerah. Di samping itu dan operasionalnya dapat juga berasal dari iuran masyarakat serta usaha-usaha lain stasiun tersebut yang sah. LPP yang dimaksud adalah Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang mempunyai wilayah siaran yang secara nasional.

2. Lembaga Penyiaran Swasta (LPS)

Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggaran operasionalnya secara swadaya melalui potensi siaran iklan

dan jasa-jasa yang lain, seperti pembuatan produksi, yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. LPS mempunyai siaran secara lokal dan berjaring secara terbatas dengan skema tertentu, yaitu berdasarkan potensi ekonomi satu daerah yang masuk dalam jaringannya. Penentuan skema ini didasarkan pada asas keadilan sehingga masing-masing LPS tidak saling dirugikan.

3. Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK)

Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK) merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggarannya operasionalnya secara swadaya yaitu dari pengumpulan donasi dari komunitasnya atau dari pihak-pihak yang bersimpati. Dalam undang-undang penyiaran, LPK dilarang untuk mendapatkan dana dari siaran iklan, mempunyai wilayah yang terbatas (radius 2,5 km), dan berdaya pancar maksimal 50 watt (pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 51 tahun 2002). Sedangkan dalam pasal 3 nya dijelaskan bahwa LPK didirikan oleh komunitas dalam wilayah tertentu bersifat independen, tidak komersial dan hanya untuk melayani komunitasnya.

4. Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB)

Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB) merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggaran operasionalnya secara swadaya melalui potensi iklan, iuran para pelanggan, dan jasa-jasa yang lain seperti pembuatan produksi, jasa akses internet. LPB meliputi siaran melalui satelit kabel (Cable television), dan *terrestrial system*, ini juga menyiarkan beberapa kali televisi ke pelanggannya (*point to multi-point*), dan dengan menggunakan frekuensi pancaran pada pita 2,5 GHz Medical Mortality Data System (MMDS).

D. Media Penyiaran

Kata televisi terdiri dari kata tele yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata visi yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh. Pendapat lain menyebutkan, televisi dalam bahasa Inggris disebut *television*. Televisi terdiri dari istilah tele yang berarti jauh dan visi (*vision*) yang berarti penglihatan. Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (*audio-visual*). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang.

Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.

Menurut Anwar Arifin televisi adalah penggabungan antara radio dan film. Sebab televisi dapat meneruskan suatu peristiwa dalam bentuk gambar hidup dengan suara dan kadang-kadang dengan warna, ketika peristiwa itu berlangsung, orang yang duduk di depan pesawat televisi di rumahnya seringkali memperoleh pandangan yang lebih jelas daripada orang-orang yang hadir di tempat peristiwa. Menurut (Arifin, 1982) televisi adalah penggabungan antara radio dan film. Sebab televisi dapat meneruskan suatu peristiwa dalam bentuk gambar hidup dengan suara dan kadang-kadang dengan warna, ketika peristiwa itu berlangsung, orang yang duduk di depan pesawat televisi di rumahnya seringkali memperoleh pandangan yang lebih jelas daripada orang-orang yang hadir di tempat peristiwa sendiri.

Dengan demikian televisi memiliki sifat aktualitas yang melebihi surat kabar, radio, dan film. Dibanding dengan media massa lainnya, televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar, bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur diatas. Televisi merupakan sumber citra dan pesan tersebar (shared images and message) yang sangat besar dalam sejarah, dan ini telah menjadi mainstream bagi lingkungan simbolik masyarakat. Dan televisi merupakan sistem bercerita (story-telling) yang tersentralisasi.

2.1.3 Televisi

A. Pengertian Televisi

Sebagai media informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh dalam menyampaikan pesan, karena penonton televisi dibuat seolah mengalami sendiri peristiwa dengan jangkauan yang luas dan waktu yang bersamaan, seperti komunikasi yang langsung berhadapan dengan komunikator (Mathematics, 2016). Hal ini ditafsirkan bahwa televisi sebagai media yang dapat menampilkan pesan secara audio visual dan gerak gambar sehingga seolah-olah khalayak yang menonton merasa dan mengalaminya sendiri, pesan yang disampaikan dengan mudah dimengerti oleh khalayak karena jelas terdengar secara audio dan akan mudah terlihat

secara visual. Televisi merupakan media yang dianggap paling mempengaruhi khalayak dalam hal penyampaian informasi.

2.1.4 Program Televisi

Program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetik dan artistik yang berlaku. Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya beragam. Adapun, jenis-jenis program televisi terbagi dua, yakni Program informasi dan Program Hiburan (Morison, 2009: 207-220). Berikut penjelasannya:

1. Program informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik dari program ini ialah informasi dan sekaligus menjadi nilai jual kepada audien. Program informasi tidak selalu berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk talk show (perbincangan), misalnya wawancara dengan artis. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu:

a. Berita Keras (Hard News)

Segala bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera disebarkan, karena sifatnya yang harus segera disiarkan agar dapat diketahui oleh khalayak audience secepatnya. Berikut beberapa contoh Berita Keras (Hard News):

- 1) Straight News adalah berita singkat (tidak detail) yang hanya menyajikan informasi terpenting saja terhadap suatu peristiwa yang diberitakan.
- 2) Feature adalah kumpulan berita ringan yang menarik
- 3) Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat

b. Berita Lunak (soft news)

Berita Lunak (soft news) adalah informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (independent), namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berikut beberapa contoh Berita Lunak (soft news)

- 1) Current Affair adalah program yang menyajikan informasi terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya, namun dibuat secara lengkap dan mendalam.
- 2) Magazine adalah program yang menampilkan informasi ringan dan mendalam yang menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya
- 3) Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik.
- 4) Talk show adalah tayangan informasi yang menampilkan beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dibawakan oleh host acara

2. Program Hiburan

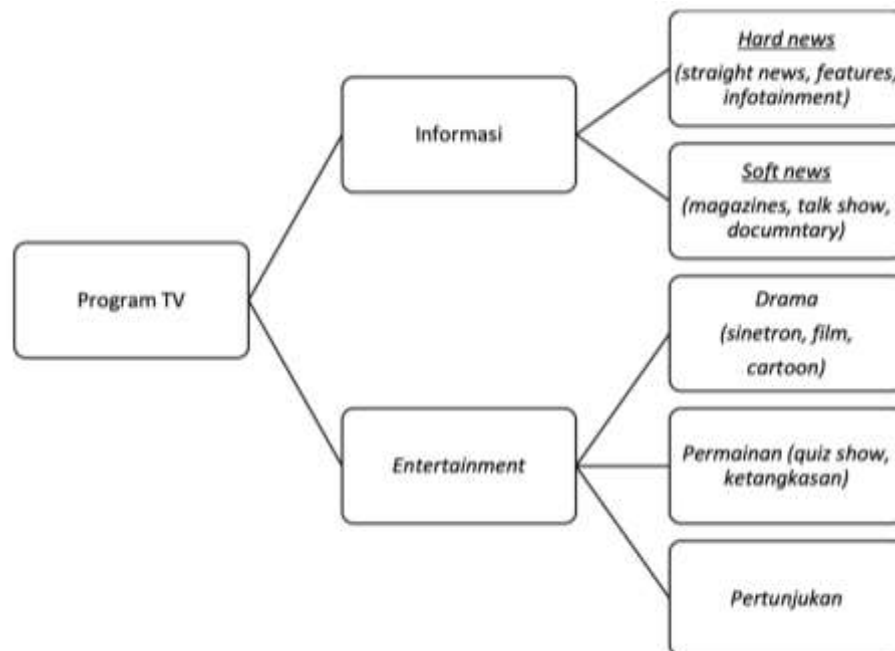
Program hiburan adalah segala bentuk yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik, dan pertunjukan.

- a. Drama adalah pertunjukan (show) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang di perankan oleh pemain (artis). masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri dan menjadi suatu kesimpulan.
- b. Film adalah program televisi yang menjadi media paling akhir yang dapat menayangkan film sebagai salah satu programnya. Karena pada awalnya tujuan dibuatnya film untuk layar lebar, kemudian film di distribusikan menjadi VCD atau DVD, setelah itu film baru dapat ditayangkan di televisi.
- c. Permainan atau (game show), adalah program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu atau kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Program ini dirancang untuk melibatkan audience dan pada umumnya dibagi menjadi tiga jenis yaitu kuis, ketangkasan, dan reality show. Program permainan biasanya membutuhkan biaya produksi yang relatif rendah namun menjadi acara televisi yang sangat digemari. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- 1) Quiz Show: adalah program permainan yang melibatkan beberapa peserta dengan dipandu oleh seorang pembawa acara yang saling berinteraksi dalam bertanya dan menjawab suatu soal. Pada program permainan ini lebih menekankan pada kemampuan intelektualitas. Permainan ini biasanya melibatkan peserta pada kalangan orang biasa atau kelompok masyarakat, namun terkadang pengelola program dapat menyajikan acara khusus yang melibatkan selebritis.
 - 2) Ketangkasan: Pada jenis program ini peserta harus lebih menunjukkan kemampuan fisik atau ketangkasannya untuk melewati suatu halangan atau rintangan atau melakukan suatu permainan yang membutuhkan perhitungan dan strategi. Permainan ini terkadang juga menguji pengetahuan umum peserta.
 - 3) Reality Show: Sesuai dengan namanya, maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan, atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Dengan kata lain program ini menyajikan suatu keadaan yang nyata (riil) dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa. Tingkat realitas yang disajikan program reality show ini bermacam-macam. Mulai dari yang betul-betul realistis misalnya hidden camera hingga yang terlalu direkayasa namun tetap menggunakan nama reality show.
- d. Music program yang bertujuan untuk menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang di studio maupun di luar studio. Program ini sangat ditentukan oleh artis yang tampil karena audience hanya menonton artis yang di sukai.
 - e. Pertunjukan merupakan program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi di studio maupun di luar studio.

Dari semua program siaran di atas hanya program siaran berita yang disebut sebagai program jurnalistik, sedangkan program informasi dan hiburan di artistic.

Gambar 2.1 Skema Program-Program Televisi



Sumber: Bahan Ajar Dasar-Dasar Broadcasting Andini Nur Bahri (2019)

2.1.5 Program Reality Show

Program reality show merupakan program yang di produksi sesuai dengan fakta apa adanya, tanpa skenario maupun arahan Naratama, dalam (Latief & Utud, 2017). Namun, program reality show masih sesuai dengan tayangan yang menghibur dengan penambahan efek visual dan audio dalam menyusun skenario, agar membangun suasana lebih dramatic dan artistic. Dalam penelitian ini, program kabar misteri termasuk dalam kategori program reality show jenis mistik.

Beberapa penjelasan tentang jenis-jenis program reality show dapat dipahami sebagai berikut:

1. Hidden Cam

Hidden cam atau kamera tersembunyi adalah program reality show yang paling realistis. Program ini menampilkan pengamatan terhadap subjek pada situasi yang sudah di rekayasa dengan kamera tersembunyi. Contoh program yang termasuk jenis Hidden Cam adalah, program Katakan Putus (Trans tv), Ups Salah (Trans 7), Kena Deh (ANTV).

2. Competition Show

Competition show adalah program yang menampilkan persaingan ataupun kompetisi oleh banyak orang. Program ini dapat dikatakan sebagai program yang cukup menguras emosi penonton, karena konsep program ini melibatkan penonton bagian dari kompetisi tersebut. Adapun pemilihan pemenang dalam competition show didapatkan melalui voting peserta untuk mendukung idolanya. Contoh program televisi yang termasuk jenis competition show adalah program Indonesia Idol (RCTI), Dangdut Academy (Indosiar), Ranking Satu (Trans tv)

3. Relation Show

Relation Show adalah program yang dilakukan untuk menampilkan tayangan kontestan dalam mempertahankan hubungan peserta yang terlibat untuk menjadi pasangan dan menyingkirkan kontestan lain untuk menjadi pemenang. Hingga tersisa satu laki-laki dan perempuan menjadi pasangan pemenang. Contoh program televisi yang termasuk jenis relation show adalah program Take Me Out (MNCTV), Katakan Putus (Trans tv), Termehek-mehek (Trans tv)

4. Fly on the Wall

Fly on the wall adalah program ini menampilkan kegiatan seorang atau kelompok orang sehari-hari, yang dianggap menarik untuk disimak seperti kegiatan para (artis). Contoh program televisi yang termasuk jenis fly on the wall adalah The Hermansyah story (JAKTV), Galeri Publik (JAKTV), Janji Suci (Trans tv)

5. Mistik

Mistik adalah program yang berkaitan dengan dunia paranormal, mistik, dan alam gaib. Contoh program televisi yang termasuk jenis mistik adalah program Kabar Bisteri, (JAKTV) Mister Tukul Jalan-jalan (Trans 7), Ekspedisi Merah (ANTV)

2.1.6 Proses Produksi Program Televisi

Pengertian dasar dari produksi program televisi yaitu merencanakan sebuah produksi program televisi. Seorang produser profesional akan diharapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran, yaitu materi produksi, sarana produksi (equipment), biaya produksi (financial), organisasi pelaksana produksi, dan tahap pelaksanaan produksi.

Menurut Herzbet Zettl, dalam (Fachruddin, 2017) proses produksi program televisi terbagi dalam empat tahapan, yakni:

1. Preproduction Planning: From Idea to script

Proses Preproduction Planning: From Idea to script merupakan proses perencanaan dalam menemukan ide dan konsep program untuk menjadi skrip atau naskah program televisi yang akan disampaikan ke pemirsa. Dalam menemukan ide, dibutuhkan usaha yang maksimal dan kreativitas. Hal ini berkaitan dengan ide yang kreatif dapat menjadi indikator banyak dan sedikitnya jumlah pemirsa. Beberapa Langkah yang dilakukan dalam merencanakan penemuan ide menjadi skrip atau naskah program televisi adalah sebagai berikut:

a. Production Models

Production model merupakan metode yang dapat melihat langsung hubungan antara ide awal dengan apa yang di tayangkan sesuai dengan target pemirsa. Hal ini membuat production models tidak di lihat langsung berlanjut pada proses produksi, melainkan lebih membuat komunikasi yang efektif pada target pemirsa.

b. Program Proposal

Langkah selanjutnya ketika ide sudah ditetapkan, akan di tuangkan dalam proposal, isi perposal program mencakup informasi penting yang menjelaskan dengan detail program acara yang di produksi mulai dari (1) Judul program; (2) objek/tujuan; (3) target audien; (4) format program; (5) treatment/angels/synopsis; (6) metode produksi; dan (7) biaya produksi.

c. Preparing Budget

Independent produser harus memperhatikan biaya keseluruhan produksi, baik biayah yang tidak terlibat langsung (*above the line production*) seperti penulis

naskah, produser,, penata artistikdan lain sebagainya maupun yang terlibat langsung (below the line production) seperti kru/tim produksi, peralatan dan lokasi.

d. Presenting the proposal

Proposal yang sudah di susun dengan baik dan siap untuk dipresentasikan, untuk mendapat persetujuan oleh eksekutif produser dan klien.

e. Writing the script

Produser menulis ide kedalam skrip maupun naskah, namun jika produser tidak menuliskan ide tersebut, maka di perlukan penulis naskah yang dapat menerjemahkan ide yang di miliki produser ke dalam script. Selanjutnya director/pengarah acara, akan memvisualisasikan naskan kedalam betuk audio dan visual.

2. Preproduction Planning: Coordination

Proses Preproduction Planning: Coordination adalah proses dalam membuat merencanakan alur kegiatan koordinasi dalam produksi program televisi. Pada tahapan preproduction planning di bagi menjadi tiga bagian yaitu :

a. Schedules

Seorang produser harus cermat dalam menetapkan pihak-pihak yang tergabung pada produksi dan juga jadwal produksi yang jelas, mulai dari kapan, diaman dan apa yang akan di laksanakan berjalan sukses seperti yang di buat dengan jadwal yang telah di sepakati.

b. Permits and Clearances

Produksi program televisi tidak lepas dari sarana umum dalam produksinya, seperti lokasi produksi, maka di perlukan perencanaan administrasi yang jelas dalam prizinan agar produksi berjalan dengan lancar.

c. Promotion

Program televisi yang bagus, membutuhkan promosi yang bagus, ini menjadi suatu hal yang wajib agar program yang telah di buat di ketahui banyak orang. Persaingan yang ketat pada media televisi, mengharuskan kita memilik strategi yang tepat dalam mendapatkan audien, promosi yang di lakukan secara konsisten menjadi starategi yang tepat dalam meningkatkan audien.

3. Line procedur: Host and Watcdog

Line produser adalah orang yang bertugas menggantikan produser, bertanggung jawab harian dalam memenuhi kebutuhan produksi, namun pengalihan tugas ini produser juga harus tetap mengawasi berjalanya produksi.

4. Postproduction Activities

Setelah tahapan-tahapan sebelumnya dilaksanakan dengan baik, selanjutnya masuk pada tahapan postproduction, tahapan ini produser akan fokus dalam mengontrol *live broadcast production*. sebab tahapan ini memerlukan ketelitian dan konsentrasi yang tinggi dalam pelaksanaannya.

a. Postproduction editing

Dalam tahapan ini, master shooting (hasil shooting) akan melalui tahapan editing untuk menjadi satu rakaian video yang utuh sesuai dengan perencanaan, yang meliputi *mexing audio, subtitling, color correction* dan lain sebgainnya, produser berperan penting dalam melakakukan koreksi pada hasil editing sebelum editing final.

b. Evaluation and Feedback

Seorang idependent producer, harus memastikan hasil editing sesuai dengan keinginan klien sebelum tahapan editing final, pada tahapan ini di lakukan evaluasi bersama seluruh kru produksi untuk saling memberi masukan dan memastikan hasil yang di buat sesuai dengan program objective yang telah di rencancang dari awal.

c. Record Keeping

Seorang produser harus bijak dalam memutuskan hasil master editing di simpan dengan baik dan aman dari hal-hal yang dapat merusak hasil editing. Dan menjaga data-data penting tersebut dari pihak lain atas hak cipta (Herzebet Zettl, 2003,h 410-422).

Sedangkan, menurut Fred Wibowo, tahapan produksi program televisi terdiri dari tiga bagian yang biasanya disebut Standard Operation Procedure (SOP), yaitu:

1. Pra produksi (Perencanaan dan Persiapan)

Tahapan pra-produksi meliputi tiga bagian, sebagai berikut:

a. Penemuan Ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide, membuat riset, dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

b. Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (time schedule), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, alokasi, dan crew. Selain estimasi biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

c. Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontak, perijinan, dan surat-suratnya. Latihan para artis dan pembuatan setting (set up rehearsal), meneliti, dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (time schedule) yang sudah ditetapkan.

2. Produksi (pelaksanaan)

Sesudah perencanaan dan persiapan selesai, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara bekerja sama dengan para artis dan crew mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan (shooting script) menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita. Selain sutradara, penata cahaya dan suara juga mengatur dan bekerja agar gambar dan suara bisa tayang dengan baik.

3. Pasca-produksi

Pasca produksi adalah tahapan terakhir dalam proses produksi program kabar misteri. Pasca produksi ditandai dengan hasil produksi akan masuk pada tahapan editing. Menurut Fred Wibowo, ada lima tahapan editing produksi program televisi yaitu:

a. Editing Offline dengan Teknik Analog

Setelah shooting selesai, penulis script membuat logging yaitu mencatat kembali semua hasil shooting berdasarkan catatan shooting dan gambar. Di dalam logging time code (nomor kode yang berupa digit frame, detik, menit, dan jam dimunculkan dalam gambar), lalu hasil pengambilan setiap shoot dicatat. Kemudian

berdasarkan catatan, sutradara akan membuat editing kasar yang disebut editing offline sesuai dengan gagasan yang ada dalam sinopsis dan treatment.

Materi hasil shooting langsung dipilih dan disambung-sambung dalam pita VHS. Sesudah editing kasar, hasilnya dilihat dalam screening. Setelah hasil editing offline dirasa cukup, maka dibuat editing script. Di dalam naskah editing, gambar, dan nomor kode waktu, tertulis jelas untuk memudahkan pekerjaan editor. Kemudian hasil shooting asli dan naskah editing diserahkan kepada editor untuk dibuat editing online.

b. Editing Online dengan Teknik Analog

Berdasarkan naskah editing, editor mengedit hasil shooting asli. Sambungan-sambungan setiap shoot dan adegan (scene) dibuat tepat berdasarkan catatan time-code dalam naskah editing. Demikian pula sound asli dimasukkan dengan level yang seimbang dan sempurna. Setelah editing online sudah siap, proses berlanjut dengan mixing.

c. Mixing (Percampuran Gambar dengan Suara)

Narasi yang sudah direkam dan ilustrasi musik yang juga sudah direkam, dimasukkan ke dalam pita hasil editing online sesuai dengan petunjuk atau ketentuan yang tertulis dalam naskah editing. Keseimbangan antara sound effect, suara asli, suara narasi, dan musik harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan terdengar jelas. Sesudah proses mixing dan secara menyeluruh produksi juga selesai, biasanya diadakan preview.

d. Editing Offline dengan Teknik digital atau non-Linier

Merupakan editing yang menggunakan komputer dengan peralatan khusus untuk editing. Tahapan pertama yang harus dilakukan adalah memasukkan seluruh hasil shoot (gambar) yang dalam catatan atau logging memperoleh OK, ke dalam hardisk. Proses ini disebut capturing atau digitizing, yaitu mengubah hasil gambar ke pita menjadi file. Dalam editing offline dengan sistem digital ini, penyusunan tidak harus mengikuti urutan adegan seperti dalam sistem analog. Sesudah tersusun baik maka diurutkan kemudian dipersatukan agar shoot-shoot yang sudah disambung dapat dilihat secara utuh, proses ini disebut render. Setelah render, dapat

dilakukan screening. Setelah semuanya dirasa memuaskan, boleh dikatakan editing offline selesai. Bahan offline dalam komputer langsung dibuat online.

e. Editing Online dengan Teknik Digital

Editing online dengan teknik digital sebenarnya tinggal penyempurnaan hasil editing offline dalam komputer, sekaligus mixing dengan musik ilustrasi atau efek gambar dan suara (sound effect atau narasi) yang harus dimasukkan. Sesudah semua sempurna, hasil online kemudian dimasukkan kembali dari file menjadi gambar pada pita Betacam SP atau pita dengan kualitas broadcast standard. Setelah program dimasukkan pita, boleh dikatakan pekerjaan selesai. Selanjutnya adalah bagian pekerjaan di stasiun televisi (Fred Wibowo, 2007).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian analisis produksi program kabar misteri ini telah meninjau lima jurnal yang digunakan sebagai rujukan penelitian terdahulu. Tinjauan terdahulu ini sebagai informasi alur pelaksanaan proses produksi program televisi dan untuk melihat perbedaannya dengan hasil penelitian si peneliti. Berikut lima penjelasan penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Jurnal	Metode	Hasil	Perbedaan
1.	Kemal Aqwam Maulana dan Fatmawati Fatmawati (2018) Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and	Kualitatif	Dilihat dari teori hirarki pengaruh level media rutin dalam proses produksi program berita Indonesia Morning Show dipengaruhi 3 unsur, yaitu : Audiens, Organisasi Media dan Sumber Berita. Dan pengemasan berita yang biasanya menggunakan format 5w+1H tim redaksi	perbedaan penelitian terdapat pada variabel dan hasil yang ditemukan

	Entertainment Television Vol 11, No 2		Indonesia Morning Show merubahnya menjadi format S-P-O-K guna mendapatkan kesan berita yang mudah untuk diterima oleh audiens di pagi hari(Fatmawati, 2018)	
2.	Ansori, Depi Rahmadani dan Idola Perdini Putri (2021) Analisis Produksi Program Televisi di TV ONE (Proses Produksi Program Televisi “Ayo Hidup Sehat di PT Lativi Media Karya Pulo Gadung Jakarta) Vol 8 No 5	Kualitatif	penelitian menunjukkan bahwa program ini memiliki berbagai strategi mulai dari pemilihan ide secara selektif, pola rundown, naskah, konsep produksi yang diterapkan di lapangan sampai konsep editing yang digunakan agar audiens tertarik dengan konten yang disajikan. Disamping itu, penempatan waktu dan jam siaran yang tepat juga menjadi salah satu strategi supaya program ini semakin diketahui dan mendapat minat dari masyarakat luas. (Rahmadani Ansori & Perdini Putri, 2021)	Sedangkan perbedaan penelitian terdapat pada variabel dan hasil yang ditemukan

3.	<p>Muh. Yahya Saraka, Lia Amalia Analisis Produksi Siaran Berita CNN Indonesia Morning Show Studi Hirarki Pengaruh Level Rutinitas Media oleh Vol 7 No 1 (2023)</p>	Kualitatif	<p>Penelitian ini berusaha melihat pengaruh dari sisi level rutinitas media, yakni, audiens, organisasi media, dan sumber berita berkaitan dengan proses produksi pada program berita tersebut. Tahapan produksi pada program ini melalui tiga tahapan, yakni, preproduction, production, dan postproduction. CNN Indonesia Newsroom memproduksi kontennya sesuai dengan kriteria audiens agar mudah dipahami serta mendapat insight dari audiens. Dari sisi organisasi media, pengaruh dan intervensi jajaran tertinggi media cukup besar, terlihat pada rapat planning dan rapat editorial. Sumber berita didapatkan dari usulan reporter, tim planning, dan request program. Dari ketiga unsur tersebut, pengaruh audiens (Saraka & Amalia, 2023)</p>	<p>perbedaan penelitian terdapat pada variabel dan juga dengan hasil yang akan di temukan</p>
----	---	------------	--	---

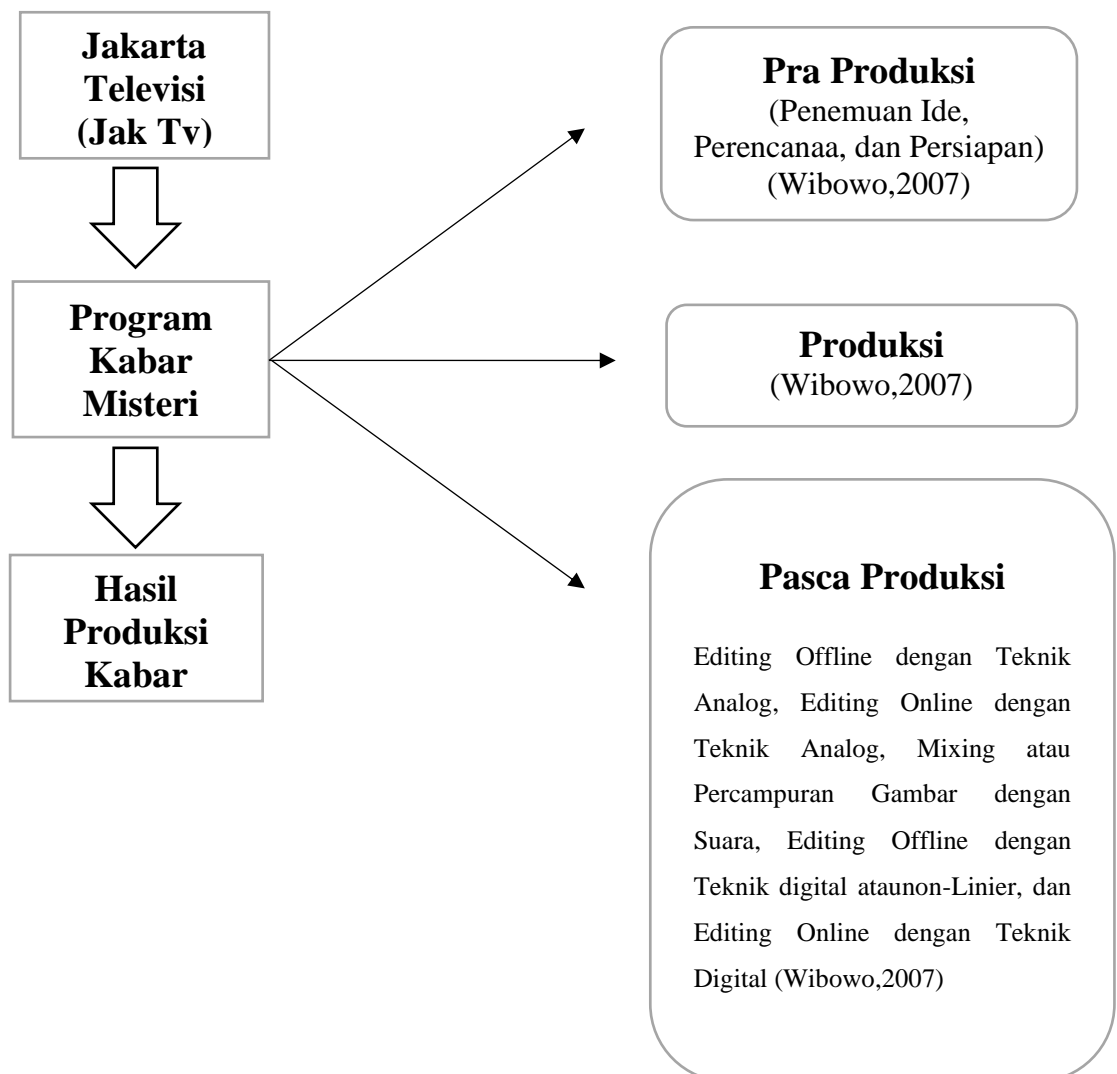
4.	Sri Wahyuni dam Triadi Sya'dian Analisis Proses Kreatif Produksi Film Pada Komunitas Fisabilillah Production (FISRO) Kota MEDAN Vol 6 No 1 (2020)	Kualitatif	strategi kreatif yang dilakukan Komunitas Fispro dilihat dari segi ide/tema skenario dan metode casting, reading dan rehearsal yang telah dilakukan. Sedangkan untuk metode produksi dan pasca produksi pada Komunitas Fispro lebih menekankan kepada bagian <i>mise-en-scene</i> : 1) gambar/adegan; 2) pergerakan pemain dan kamera; 3) sinematografi; 4) penataan cahaya; 5) setting dan property; 6) penataan suara; dan 7) editing. Maka dari itu, strategi-strategi tersebut merujuk kepada <i>mise-en-scene</i> pada sebuah film. Pengambilan adegan tanpa putus dengan Teknik kamera <i>long take</i> membutuhkan perhitungan yang matang pada setiap adegan yang dibuat(Wahyuni & Sya'dian, 2020)	Berebeda dengan penelitian ini terdapat pada variabel dan hasil yang ditemukan
----	--	------------	--	--

5.	Zouhrotun Diniah, Maya May Syarah Analisis Produksi Program Khazanah Trans 7 Episode Khazana Vol 3 No 1 (2019)	Kualitatif	program Khazanah Trans7 episode Khazanah Etalase memiliki format program magazine yang bersifat heterogen. Untuk proses praproduksi, reporter mencari tema lalu mempresentasikan pitching kemudian menuliskan naskah. Pada proses produksi naskah diubah menjadi audio visual dimulai dari visual pitching, syuting, pengiriman gambar, pengeditan naskah dan voice over. Setelah itu ada praproduksi yaitu proses final yang menggabungkan seluruh material sebelum ditayangkan, dengan berbagai proses seperti pengeditan gambar dan voice over, titling, mixing, review, quality control, dan mastering sehingga kemudian siap untuk ditayangkan(Dini'ah & Syarah, 2019)	perbedaan penelitian terdapat pada variabel dan hasil yang ditemukan
----	---	------------	---	--

2.3 Kerangka Konsep

Jakarta Televisi (JAKTV) merupakan sebuah stasiun televisi swasta lokal di Indonesia yang telah berdiri dan memiliki Surat Keputusan (SK) Pemerintah DKI Jakarta dengan Nomor 809/BH.09.05/III/2021. JAKTV memiliki fokus siaran di wilayah DKI Jakarta yang mencakup daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek).

Bagan 2. 1 Kerangka Konsep



Sumber: Diolah oleh penulis (2023)

JAK TV memiliki beberapa program televisi. Salah satunya adalah program Kabar Misteri. Program kabar misteri merupakan sebuah program Reality Show petualangan malam di tempat-tempat bernuansa misteri berdurasi 60 menit. Kabar Misteri yang mengandung genre horror merupakan jenis program televisi yang sesuai dengan tren genre film yang paling digemari masyarakat Indonesia. Terlebih genre horor di Indonesia adalah cermin dari kepercayaan masyarakat, ketakutan, mitos, dan stereotip-stereotip yang beredar di tengah masyarakat

Program kabar misteri dalam melahirkan setiap episodenya menggunakan proses produksi seperti proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dengan menggunakan teori Komunikasi Massa dan Penyiaran diharapkan proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi dapat tepat sasaran dalam mengeluarkan setiap hasilnya. Sehingga proses analisis produksi program Misteri dapat menghasilkan produksi film horror yang efisien dan sukses.