

PENGEMASAN PROGRAM KOMEDI MENGANDUNG UNSUR PENDIDIKAN DALAM PENYAMPAIAN PESAN MORAL KEPADA KHALAYAK

Ilona V. Oisina Situmeang
Pascasarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Upi-Yai, Jakarta
Jalan Diponegoro 74, Jakarta
ilonaoisina@yahoo.com

Abstrak

Komedi Canda Kota di TVRI, yang merupakan program acara yang berisikan lawakan dengan memasukan unsur pendidikan di dalamnya seperti pembahasan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat serta pesan moral yang disajikan secara santai dan sarat dengan nilai edukasi yang tinggi. Produser berperan penting dalam penentuan konsep dan pengemasan program acara Canda Kota. Dalam pengemasannya produser mengawali program ini dengan sajian hiburan penampilan penyanyi ibukota, dan dilanjutkan dengan pembukaan program acara yang dibawakan oleh pembawa acara serta memaparkan tentang tema yang akan dibahas nantinya bersama para narasumber. Produser harus mampu mengemas sebuah program acara Canda Kota dengan memadukan unsur hiburan yang menjadikan program ini santai namun tetap serius dan memberi informasi dan pesan moral yang berguna bagi masyarakat.

Kata kunci: pengemasan program, pendidikan, pesan moral

Pendahuluan

Perkembangan dunia teknologi saat ini tidak dapat dipungkiri mempengaruhi pola pikir dan kelakuan masyarakat, begitu juga yang terjadi di Indonesia saat ini, masyarakat pada umumnya membutuhkan informasi baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Didalam pemenuhan akan informasi itu sendiri, manusia membutuhkan media. Salah satu media yang digunakan oleh manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut adalah media televisi. Maraknya perkembangan stasiun televisi Swasta di Indonesia yang saling berlomba-lomba untuk menampilkan program acara yang menarik kepada khalayak. Dengan alasan tersebut penulis tertarik ingin mengetahui tentang TVRI dalam pengemasan program acara lawak dalam program Canda Kota yang dalam setiap episodenya banyak membahas plesetan maupun cerita lucu sehari-hari yang beredar dimasyarakat, dengan menghadirkan bintang tamu dan narasumber yang berkaitan dengan tema atau topik yang sedang dibahas.

Canda Kota merupakan salah satu program acara yang tayang dan diproduksi LPP TVRI. Program ini ditayangkan setiap hari jumat dan sabtu pada pukul 20:00 WIB berdurasi 60 menit. Program acara Canda Kota ini merupakan acara komedi yang berisikan plesetan dan banyol lucu yang beredar dimasyarakat dengan menghadirkan bintang tamu pelawak dan narasumber artis ibu kota yang berkaitan dengan tema atau topik yang sedang dibahas setiap episodenya, dan di padukan dengan penampilan band atau penyanyi solo pada awal dan akhir acara untuk memberikan

hiburan yang berbeda kepada penonton di studio maupun yang berada di rumah.

Penulis memilih program acara Canda Kota dalam melakukan penelitian ini dikarenakan dalam penayangannya Canda Kota lebih banyak membahas tentang hiburan serta mengandung pengetahuan dan pesan moral di dalamnya, ini dilakukan karena LPP TVRI sebagai televisi publik juga bertanggung jawab mencerdaskan masyarakat Indonesia melalui program-program yang bernilai edukasi dan mengajak masyarakat untuk cerdas dalam memilih siaran televisi, karena program ini memberikan pengetahuan dengan menyajikannya dalam bentuk komedi yang dikemas semenarik mungkin dalam menyampaikan pesan moral. Banyak program lawak di televisi swasta lain yang hanya memberikan banyol yang kadang bersifat kurang mendidik.

Disini LPP TVRI dengan program Canda Kotanya berperan untuk menyajikan sesuatu yang berbeda dengan program-program lawak lainnya yang biasa ditayangkan oleh televisi swasta lain. Dimana dalam program Canda Kota ini dapat memberikan pesan moral yang bermanfaat untuk masyarakat khususnya pelajar walaupun dengan format acara lawak sekalipun. Dengan format yang seperti ini diharapkan dapat memberikan pemahaman di bidang pendidikan maupun dibidang umum dapat menjadi lebih menarik dan mudah dicerna oleh semua golongan lapisan masyarakat karena disajikan dengan santai dan ringan sehingga dapat dimengerti oleh semua golongan.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana cara pengemasan program komedi yang mengandung unsur pendidikan dalam penyampaian pesan moral kepada masyarakat?”

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui: “Cara pengemasan lawakan yang mengandung unsur pendidikan dalam penyampaian pesan moral kepada masyarakat.”

Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen (Mulyana, 2005). Ciri khas komunikasi massa terletak pada penggunaan media massa itu sendiri.

Teori Agenda Setting

Teori penyusunan agenda ini mengatakan media tidak selalu memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berfikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung (Nurudin, 2007).

Efek agenda *setting* terdiri efek langsung dan lanjutan. Efek langsung berkaitan dengan isu: apakah isu itu ada atau tidak dalam agenda khalayak, dari semua isu, mana yang dianggap paling penting menurut khalayak, sedangkan efek lanjutan berupa persepsi (pengetahuan tentang peristiwa tertentu) atau tindakan seperti memilih kontestan pemilu atau aksi protes (Ardianto dan Elvinaro, 2004).

Produser

Produser adalah seseorang yang merencanakan sebuah produksi program berita, dan seseorang yang merencanakan lima hal yaitu: materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, organisasi pelaksanaan produksi, tahapan pelaksanaan produksi (Wibowo, 2007). Seorang produser yang menghadapi materi produksi akan membuat seleksi. Dalam seleksi ini intelektualitas dan spiritualitas secara kritis

menentukan materi mana yang akan diperlukan, kemudian akan lahir ide atau gagasan. Dilengkapi dengan materi atau bahan lain yang menunjang ide ini, akan tercipta konsep berupa naskah untuk produksi (Wibowo, 2007).

Seorang produser profesional dengan cepat mengetahui apakah materi atau bahan yang ada dihadapannya akan menjadi materi produksi yang baik atau tidak. Seorang produser yang tidak memiliki visi akan memilih materi produksi secara sembarangan saja, namun seorang produser yang bervisi akan memilih materi produksi sangat selektif, kritis, bermutu dan bernilai. Sebab hanya materi yang bagus yang dapat diolah menjadi suatu produksi (Wibowo, 2007).

Pengemasan Program

1. Tahap Pra Produksi

Salah satu cara agar stasiun televisi tidak ditinggalkan oleh pemirsa adalah para pengelola televisi harus berusaha semaksimal mungkin memenuhi kebutuhan dan tuntutan khalayak dengan menyiarkan acara-acara yang memang digemari. Ditengah persaingan banyaknya stasiun televisi dan semakin banyaknya pemirsa potensial, akhirnya yang menjadi kunci pilihan bagi pemirsa adalah kualitas program. Jenis program bisa saja sama antara satu stasiun televisi dengan stasiun televisi lainnya, namun program yang paling bermutu dan menariklah yang akan dipilih oleh penonton. Terdapat dua pandangan mengenai kualitas sebuah program siaran. Pandangan pertama mendasarkan pada pengertian kualitas di tangan kelompok masyarakat tertentu yang memiliki tingkat pendidikan tinggi, sementara yang lain mendasarkan pada pengertian kualitas pada aturan mayoritas yang diekspresikan melalui rating penonton. Sementara itu, produser televisi komersial Amerika mempunyai pandangan bahwa kualitas adalah program yang paling banyak menarik perhatian penonton yang kemudian jumlah penonton tersebut dapat dijual secara komersil (Wibowo, 1997).

2. Tahap Produksi

Pada tahap produksi koordinasi antara produser dengan *floor director* berlangsung selama berjalannya proses produksi untuk mengkoordinasikan dengan semua kerabat yang bertugas di studio. *Floor director* merupakan pimpinan di studio. *Floor director* adalah kepanjangan tangan dari Program Director/PD. Koordinasi Produser dengan *floor director* antara lain membahas tentang aturan yang berlaku untuk penonton yang ada di studio seperti: menonaktifkan ponsel selama berjalannya acara dan mengkoordinasi ekspresi penonton. Hal yang paling terpenting adalah *floor director* memberikan tanda kepada pengisi acara apabila jeda *commercial break* akan berlangsung, karena ini menyangkut sponsor acara yang sudah beriklan. Pada saat *shooting* berlangsung produser program juga

memeriksa proses pengambilan gambar melalui *central monitor*, yaitu monitor utama yang terdapat di dalam studio untuk melihat hasil pengambilan gambar pada setiap *take* dengan maksud untuk memberikan pencahayaan yang cukup pada gambar. Dengan tujuan untuk menambah atau mengurangi cahaya dan akan memberikan hasil yang baik. (Wibowo, 1997).

3. Tahap Evaluasi

Istilah evaluasi mempunyai arti yang berhubungan, masing-masing menunjuk pada aplikasi beberapa skala nilai terhadap hasil kebijakan dan program. Secara umum, istilah evaluasi sapat disamakan dengan penaksiran (*appraisal*), pemberian angka (*rating*) dan penilaian (*assessment*) kata-kata yang menyatakan usaha untuk menganalisis hasil kebijakan dalam arti satuan nilainya. Dalam arti yang lebih spesifik, evaluasi berkenaan dengan produksi informasi mengenai nilai atau manfaat hasil kebijakan. Ketika hasil kebijakan pada kenyataan mempunyai nilai, hal ini karena hasil tersebut member sumbangan pada tujuan atau sasaran, dalam hal ini dikatakan bahwa kebijakan atau program telah mencapai tingkat kinerja yang bermakna, yang berarti bahwa masalah-masalah kebijakan dibuat jelas atau diatasi (Dunn, 1999).

Program

Menurut Morrisian, "program" berasal dari bahasa Inggris *Programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata "program" lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata "siaran" untuk mengaju kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Pengemasan Program acara adalah materi mata acara, baik yang diperoleh melalui produksi sendiri (*in house production*), produksi kerjasama, ataupun melalui pembelian dari *production house*. Setiap mata acara (program) harus dibuatkan judul mata acara, kriteria atau batasan mata acara, format atau bentuk penyajian dan durasi atau lama waktu siaran. Pemilihan materi mata acara ini menjadi tugas dalam bagian perencanaan berdasarkan strategi perencanaan program televisi yang diinginkan. Wahyudi (1994).

Komedi

Komedi adalah sesuatu hal yang memiliki unsur humor. Dalam program komedi, program tersebut menyajikan hal-hal yang humoris atau lucu, baik dari kata-kata yang diucapkan oleh komedian sampai dengan gerak tubuh komedian tersebut, sehingga membuat tertawa pemirsa yang

menontonnya. Topik yang dibuat dalam program ini bertujuan untuk menghibur pemirsa di rumah dengan menampilkan tayangan yang memiliki unsur humor di dalamnya.

Moral

Moral secara eksplisit adalah hal-hal yang berhubungan dengan proses sosialisasi individu, tanpa moral manusia tidak bias melakukan proses sosialisasi. Moral dalam zaman sekarang mempunyai nilai implicit, karena banyak orang yang mempunyai moral atau sikap amoral itu dari sudut pandang yang sempit. Moral itu sifat dasar yang diajarkan di sekolah dan manusia harus mempunyai moral jika ia ingin dihormati oleh sesamanya. Moral adalah nilai keabsolutan dalam kehidupan bermasyarakat secara utuh. Penilaian moral diukur dari kebudayaan masyarakat setempat. Moral adalah perbuatan, tingkah laku, ucapan seseorang dalam berinteraksi dengan manusia. Apabila yang dilakukan seseorang itu sesuai dengan nilai rasa yang berlaku di masyarakat tersebut dan dapat diterima serta menyenangkan lingkungan masyarakatnya, maka orang itu dinilai mempunyai moral yang baik, begitu juga sebaliknya.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong mengatakan bahwa, penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2006).

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Titik beratnya terdapat pada observasi dan suasana ilmiah (*natural setting*). Peneliti hanya bertindak sebagai pengamat yang membuat kategori perilaku, mengamati, dan mencatat. (Rakhmat, 2005).

Teknik Penetapan Informan

Dalam penelitian ini, *informan* dan *key informan* yang dipilih penulis adalah sebagai berikut:

1. Key Informan

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan produser lawak Canda Kota yakni Bapak Suryono sebagai *key informan*. Bapak Suryono dipilih sebagai *informan* karena ia dianggap kompeten dalam mengumpulkan data mengenai cara

pengemasan sebuah program acara lawak Canda Kota yang di pimpinnya.

2. Informan

Penulis menetapkan Bapak Kresna F. Sinulingga selaku *Executive Producer*. Penulis melakukan penelitian dengan cara melakukan wawancara langsung. Alasan penulis memilih Bapak Kresna sebagai *informan* karena beliau seorang *Executive Producer* yang dapat menjelaskan bagaimana cara seorang produser program dalam mengemas sebuah program lawak Canda Kota yang mengandung unsur pendidikan dalam upaya menyampaikan pesan moral kepada masyarakat. Sebagai *key informan Executive Producer* memiliki wawasan di bidang Produksi Program dan memiliki pengalaman sebagai Produser.

Definisi Konsep

Pengemasan Program acara adalah materi mata acara, baik yang diperoleh melalui produksi sendiri (*in house production*), produksi kerjasama, ataupun melalui pembelian dari *production house*. Setiap mata acara (program) harus dibuatkan judul mata acara, kriteria atau batasan mata acara, format atau bentuk penyajian dan durasi atau lama waktu siaran. Pemilihan materi mata acara ini menjadi tugas dalam bagian perencanaan berdasarkan strategi perencanaan program televisi yang diinginkan. Wahyudi (1994).

Pesan moral disini adalah sifat dasar yang diajarkan di sekolah-sekolah dan manusia harus mempunyai moral jika ia ingin dihormati oleh sesamanya. Moral adalah nilai ke- absolutan dalam kehidupan bermasyarakat secara utuh. Penilaian terhadap moral diukur dari kebudayaan masyarakat setempat. Moral adalah perbuatan, tingkah laku, ucapan seseorang dalam berinteraksi dengan manusia. Apabila yang dilakukan seseorang itu sesuai dengan nilai rasa yang berlaku di masyarakat tersebut dan dapat diterima serta menyenangkan lingkungan masyarakatnya, maka orang itu dinilai mempunyai moral yang baik, begitu juga sebaliknya.

Analisis Data

Dua komponen kredibilitas yang paling penting adalah keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikasi tentang kemampuan komunikator yang dinilai paling tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli tahu banyak, berpengalaman atau terlatih. Tentu sebaliknya komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu banyak, dan bodoh. Kepercayaan adalah kesan komunikasi tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan yang dianggap memiliki kredibilitas yang

sesuai seperti yang dikatakan oleh Rakhmat (2005). Selain itu informan juga memiliki kewenangan dan kemampuan memberikan informasi yang akurat mengenai pengemasan program lawak Canda Kota. Peneliti mewawancarai dua orang yang kredibel, yakni.

Menurut: Suryono sebagai produser program Canda Kota dan Kresna F. Sinulingga selaku *Executive Producer* memberikan penjelasan mengenai proses produksi acara lawak Canda Kota yang dimulai dari mengadakan rapat kerabat kerja yang dimana semua anggota mempersentasikan, menentukan topik dan mengevaluasi, tahap awal ini juga merupakan perencanaan program yang berkaitan dengan pembentukan konsep dan penyatuan ide dari semua tim. Setelah itu masuk dalam tahap produksi, paska produksi dan yang terakhir tahap penyiaran.

1. Tahap Perencanaan Program

Perencanaan program merupakan unsur yang paling penting dalam dunia penyiaran. Hal ini dikarenakan siaran memiliki dampak yang sangat luas kepada masyarakat. Adapun perencanaan program meliputi:

a. Perencanaan materi siaran

Termasuk di dalamnya perencanaan produksi dan pengadaan materi siaran yang dibeli dari rumah produksi (*productionhouse*), serta menyusunnya menjadi rangkaian mata acara, baik harian, mingguan, bulanan, atau tahunan sesuai dengan misi, fungsi, dan tujuan yang hendak dicapai.

b. Perencanaan pengadaan sarana dan prasarana

Strategi pengemasan sebuah program menjadi sesuatu hal yang memerlukan penanganan serius dari pihak stasiun televisi. Program siaran menjadi ujung tombak suatu stasiun televisi karena pemirsa secara langsung melihat televisi dari program yang ditayangkan sehari-hari.

Salah satu cara agar stasiun televisi ditinggalkan oleh pemirsa adalah para pengelola televisi harus berusaha semaksimal mungkin memenuhi kebutuhan dan tuntutan khalayak dengan menyiarkan acara-acara yang memang digemari. Ditengah persaingan banyaknya stasiun televisi dan semakin banyaknya pemirsa potensial, akhirnya yang menjadi kunci pilihan bagi pemirsa adalah kualitas program. Jenis program bisa saja sama antara satu stasiun televisi dengan stasiun televisi lainnya, namun program yang paling bermutu dan menariklah yang akan dipilih oleh penonton. Terdapat dua pandangan mengenai kualitas sebuah program siaran. Pandangan pertama mendasarkan pada pengertian kualitas di tangan kelompok masyarakat tertentu yang memiliki tingkat pendidikan tinggi, sementara yang lain mendasarkan pada pengertian kualitas pada aturan mayoritas yang diekspresikan melalui rating penonton.

Namun, sebaik apapun kualitas sebuah program televisi, jika tidak diimbangi dengan pengemasan

program yang baik maka tidak akan mampu mencapai tujuan yang hendak dicapai. Program acara merupakan ujung tombak sebuah stasiun televisi yang langsung bersentuhan dengan audiens. Karena itulah diperlukan pengaturan yang tepat. Tuntutan untuk memuaskan pemirsa televisi pada akhirnya akan mendorong televisi untuk menampilkan program-program yang sesuai dengan selera masyarakat banyak karena yang ingin dicapai oleh televisi adalah jumlah audiens yang banyak yang nantinya akan mempengaruhi jumlah pemasang iklan dan pendapatan perusahaan. Pemirsa televisi memiliki beragam kepentingan dan keinginan dalam menonton siaran televisi, oleh karena itu pengelola televisi harus pandai-pandai mengemas program siarannya semenarik mungkin. Para pengelola stasiun televisi menentukan program mana yang akan ditayangkan dan mana yang akan dipindah atau tidak dilanjutkan penayangannya berdasarkan rating. Secara tidak langsung, rating menentukan keefektifan dari sebuah strategi pemrograman.

Dalam perencanaan penayangan program televisi ada 5 acuan dasar yang sangat penting yaitu:

- a. Ide adalah rencana pesan yang akan disampaikan kepada khalayak penonton dengan maksud dan tujuan tertentu, dalam prosesnya ide biasanya tertuang dalam sebuah naskah siaran.
 - b. Pengisi Acara Siaran (artis), sangat beragam tergantung jenis programnya. Untuk acara *talk show* dan program berita terdiri dari pembaca berita (*news presenter*), bintang tamu/ narasumber (artis, tokoh terkenal, masyarakat biasa). Untuk program program sinema televisi atau sinetron, pengisi acara siaran adalah pemeran tokoh-tokoh dalam cerita tersebut.
 - c. Peralatan, Dalam sebuah produksi program televisi, minimal peralatan yang digunakan adalah: *Camera* dan *tripod*, *Lighting*, *Audio*, Dekorasi (*orade*, *virtual set* dll), *Video camera recorder* (VCR)
 - d. Kelompok kerja produksi, Merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara kolektif sampai hasil karyanya dinyatakan layak tayang. Koordinasi antar kru harus baik sehingga mampu menciptakan "*one well coordinate unit*". Kelompok kerja produksi terdiri dari:
 1. Kru Produksi/siaran: kepala siaran, produser, pengarah acara, penulis naskah, pembaca berita, pewawancara, penyiar.
 2. Kru Fasilitas Produksi: decoration designer, graphic designer, penata rias, propertyman, tukang kayu, pelukis.
 3. Kru Operator Teknik: technical director, lighting man, cameraman, audio man.
 4. Kru Engineering: pemeliharaan dan perbaikan, instalator alat komunikasi, telecine, VTR man, pemancar.
5. Penonton/*audience*, adalah sasaran setiap acara yang disiarkan, penonton merupakan penentu keberhasilan program tv.

Ada beberapa hal yang menjadi acuan dalam merancang sebuah program acara yaitu:

- a. Segmentasi, adalah usaha untuk meningkatkan ketepatan sasaran dari suatu perusahaan. Masing-masing konsumen memiliki karakteristik yaitu sifat-sifat yang khas yang dapat membedakan masing-masing kelompok konsumen, sehingga di dapat penempatan segmen yang sesuai. kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri. Segmentasi merupakan dasar untuk menentukan komponen-komponen strategi. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target market akan memberikan acuan dalam penentuan positioning dan segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing, dengan memandang pasar dari sudut yang unik dan cara yang berbeda dari yang dilakukan pesaing. Berkaitan dengan ini program lawak Canda Kota membentuk segmentasi geografis seluruh pemirsa TV di seluruh Indonesia yang menonton acara ini, khususnya pada kota-kota besar yang ada di Indonesia seperti: Jakarta, Surabaya, dan Medan, pada semua kategori usia dengan gaya hidup yang konsumerisme.
- b. Targeting, adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Targeting adalah proses mengevaluasi setiap daya tarik segmen kemudian memilih satu atau lebih karakteristik untuk dilayani. Keunggulan kompetitif merupakan cara untuk mengukur apakah perusahaan itu memiliki kekuatan dan keahlian yang memadai untuk mendominasi segmen pasar yang dipilih. Berkaitan dengan penjelasan diatas mengenai targeting (penentuan pasar dan sasaran) program lawak Canda Kota mengemas programnya untuk memenuhi target pasar penonton yang menginginkan suatu program yang bernilai edukasi dan penuh informasi serta memberikan berbagai pesan-pesan moral kepada masyarakat yang disajikan secara santai dan menghibur.
- c. *Positioning*, penetapan posisi pasar. Tujuannya untuk merancang penawaran dan citra perusahaan agar menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan perbedaan dalam benak pelanggan sasarannya, ini mengasumsikan bahwa konsumen membandingkan produk berdasarkan ciri-cirinya. Tujuan *positioning* juga dapat menunjukkan bagaimana produk atau merk suatu perusahaan dibedakan dari pesaingnya.

2. Tahap Perencanaan Program

Suryono sebagai responden pertama menjelaskan mengenai tahap perencanaan program, "Pada tahapan ini peran produser dimulai dengan memimpin tim, yaitu mengumpulkan ide baik internal maupun eksternal dan memberikan kesempatan untuk semua tim mengeluarkan ide-ide yang nantinya disatukan menjadi sebuah konsep atau melengkapi konsep yang sudah ditentukan sebelumnya, tujuan dari pengumpulan ide ini selain sebagai konsep untuk episode yang akan di produksi dapat juga di pakai sebagai referensi episode yang akan di produksi selanjutnya, dan semuanya itu bertujuan untuk menghasilkan program yang menarik serta memenuhi kebutuhan khalayak/penonton. Proses perencanaan sebuah program dilakukan secara bergotong royong tidak hanya oleh divisi programming saja, dimulai dari program analyst. Mereka terdiri dari divisi programming dan orang-orang lainnya yang tergabung dalam komite program. Program analyst memberikan ide dan garis-garis besar mengenai program apa yang sebaiknya dibuat. Setelah itu, disampaikanlah kepada program maker untuk merencanakan program seperti apakah yang akan dibuat, konsep, tujuan serta temanya."

Perencanaan program juga terkait dengan kemampuan tehnik dan administrasi yang harus mampu mendukung kelancaran proses produksi dan siaran, karena output organisasi penyiaran adalah siaran program acara. Oleh karena itu, proses perencanaan dilakukan oleh ketiga unsur utama manajemen penyiaran, yaitu manajemen pengelola siaran, tehnik dan administrasi (Wahyudi, 1994 : 72).

Kresna F. Sinulingga sebagai responden kedua menjelaskan lebih lanjut mengenai tahap perencanaan program "Hal pertama yang dilakukan adalah tahap pengumpulan ide, yaitu rencana pesan yang akan disampaikan kepada khalayak penonton dengan maksud dan tujuan tertentu, dalam hal ini pesan yang akan disampaikan berkaitan dengan isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat yang dikemas dengan menarik. Ide sebuah konsep acara disusun oleh sebuah tim yang dinamakan tim kreatif yang bertanggung jawab untuk merancang program namun tetap berkoordinasi dengan produser program agar tetap memperhatikan karakteristik penonton, Yang kedua yaitu pengisi acara. Untuk acara lawak terdiri dari pembawa acara, bintang tamu atau narasumber (artis, tokoh terkenal, masyarakat biasa). Narasumber atau bintang tamu yang menjadi pengisi acara ialah orang-orang yang berkompeten dibidangnya dalam hal ini yang mengetahui tentang pembahasan yang menjadi topik atau tema program, agar dapat memberi masukan dan pendapat. Ketiga yaitu peralatan. Dalam produksi program televisi, minimal peralatan yang digunakan adalah Camera dan tripod, lighting, audio, dekorasi, video camera recorder (VCR). Terakhir, keempat adalah kelompok kerja produksi, merupakan satuan

kerja yang akan menangani kerja produksi secara kolektif sampai hasil karyanya dinyatakan layak tayang. Sebuah pencapaiannya yang baik bukan hanya kerja keras seseorang melainkan tim yang solid. Koordinasi antar kru harus baik sehingga mampu menciptakan komunikasi unit yang baik."

Dari pernyataan di atas penulis menyimpulkan bahwa dalam pembuatan sebuah program acara dibutuhkan sebuah perencanaan matang agar program yang ditayangkan dapat memenuhi tujuan yang direncanakan. Program *planning* memegang peranan penting dalam penempatan program acara. Dasar dari pembuatan sebuah perencanaan program acara adalah. *rating analysis, target audience, social aspect, dan commercial aspect.*

3. Tahap Pra Produksi

Berkaitan dengan tahap pra produksi Suryono Sebagai responden pertama, menjelaskan bahwa: "Pada tahap ini produser akan mengemukakan perkiraan susunan acara yang bersifat fleksibel dan dapat berubah tergantung perkembangan acara pada saat berlangsungnya program, namun tidak keluar dari konsep awal yang telah disepakati. Pada tahap ini terjadi interaksi antara kreativitas dan peralatan pendukung yang tersedia. Kegiatan pra produksi akan ditayangkan dan dimulai dengan penuangan ide atau gagasan ke dalam outline yang berisikan gambaran program suatu acara. Narasumber yang dipilih adalah orang yang memiliki kredibilitas dan mengetahui dengan pasti mengenai topik yang akan dibahas. Narasumber memiliki informasi yang akurat tentang pesan moral yang akan diangkat menyangkut topik yang diangkat. Penentuan tema ditentukan melalui 'rapat' redaksi yang diadakan minimal seminggu sekali. Pemilihan tema dengan mempertimbangkan nilai moral dan sisi human interest." Kresna F. Sinulingga sebagai responden kedua juga menjelaskan mengenai tahap pra produksi: "Dalam tahap pra produksi seluruh kerabat kerja akan terlibat dengan pihak-pihak yang ada di produksi acara. Pihak produksi acara seperti bintang tamu (narasumber), grup band (artis) yang akan memberikan hiburan kepada penonton di studio dan di rumah. Kemudian, narasumber yang mayoritas adalah seorang motivator akan memberikan informasi dan pesan-pesan moral serta nasehat yang ditujukan kepada kalangan masyarakat terutama pelajar dalam bentuk kemasan program lawak atau komedi yang dipandu oleh host. Tema yang diangkat di Canda Kota memberikan inovasi seiring berjalannya waktu. Tidak ada perubahan yang mendasar pada konsepnya. Pada dasarnya, inti dari program ini adalah penyampaian antara narasumber dan pemandu acara yang memberikan penjelasan mengenai nilai budaya dan pesan moral. Di awal program penonton dihibur oleh penampilan band atau penyanyi solo, setelah itu masuk dalam pembahasan atau inti dari program ini biasanya di awali

oleh pemandu acara yang menjelaskan kepada penonton di rumah dan di studio tentang tema yang akan diulas bersama narasumber.

Dari pernyataan diatas penulis menyimpulkan bahwa tahap pra produksi berisikan gambaran program suatu acara, dan didalam program ini dibutuhkan keahlian dalam memilih sebuah sumber yang tepat yang memiliki pemahaman mengenai nilai dan norma itu sendiri yang akan disampaikan pada acara ini. Sehingga masyarakat akan mengerti dan memahami isi pesan yang disampaikan pada acara Canda Kota itu sendiri.

4. Tahap Produksi / Siaran

Sebelum memulai tahap produksi, produser program memimpin rapat dengan seluruh kru untuk membahas susunan acara (*rundown*). Suryono selaku responden pertama menjelaskan mengenai tahapan produksi.

“Pada tahap produksi koordinasi antara produser dengan floor director berlangsung selama berjalannya proses produksi untuk mengkoordinasikan dengan semua kerabat yang bertugas. Floor director merupakan pimpinan di studio, di beberapa stasiun televisi, floor director biasa disebut sebagai floor manager. Floor director adalah kepanjangan tangan dari Program Director/PD. Koordinasi Produser dengan floor director antara lain membahas aturan yang berlaku untuk penonton yang ada di studio seperti: menonaktifkan ponsel selama acara dan mengkoordinasi ekspresi penonton. Hal yang paling terpenting adalah memberikan tanda kepada host apabila jeda commercial break akan berlangsung, karena ini menyangkut sponsor acara yang sudah beriklan. Pada saat shooting berlangsung produser program juga memeriksa proses pengambilan gambar melalui central monitor, yaitu monitor utama yang terdapat di dalam studio untuk melihat hasil pengambilan gambar pada setiap take dengan maksud untuk memberikan pencahayaan yang cukup pada gambar. Dengan tujuan untuk menambah atau mengurangi cahaya dan akan memberikan hasil yang baik”.

Berbeda dengan Kresna F. Sinulingga sebagai responden kedua juga menjelaskan mengenai tahap produksi. Salah satu unsur yang terpenting dalam tahap produksi suatu acara adalah pencahayaan. Pencahayaan bukan hanya berurusan dengan lampu, melainkan pencahayaan yang natural atau alami lebih menghasilkan kualitas gambar yang baik. Dalam hal ini acara Canda Kota menggunakan tiga poin dalam pencahayaan, yaitu: Key Light, Fill Light, dan Back Light (Three Points Lighting). “Key Light adalah pencahayaan utama yang diarahkan pada objek dan merupakan sumber pencahayaan utama yang berpengaruh besar untuk memaksimalkan hasil gambar. Fill light ditempatkan berseberangan dengan

subjek yang mempunyai jarak yang sama dengan key light dengan tujuan untuk menghilangkan bayangan objek yang disebabkan oleh key light. Sedangkan, back light berfungsi untuk memberikan dimensi agar subjek tidak “menyatu” yang artinya objek terlihat lebih natural. Posisi back light berada di belakang dan diarahkan pada objek. Pencahayaan back light juga mempengaruhi key light dan fill light.”

Dari pendapat di atas penulis menyimpulkan pada tahap produksi ini sangat dibutuhkan suatu kerjasama tim yang kompak agar tidak terjadi *miss* komunikasi antara kru satu dengan yang lain. Sehingga dapat menciptakan sebuah program dan tayangan yang bagus dan berkualitas sesuai dengan konsep yang sebelumnya telah direncanakan. Selain itu dari sisi pengaturan pencahayaan yang tepat juga sangat penting dan berpengaruh pada hasil program acara yang dibuat, sehingga harus mendapat perhatian khusus agar dapat memberikan gambar yang dinamis, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi penonton di rumah maupun di studio.

Produser program Canda Kota Bapak Suryono mengungkapkan mengenai konsep dan ide cerita program berikut ini: “Kemasan lawakan santai, ringan serta ada unsure pendidikan dan musiknya. Kritis, sehingga tetap syarat akan pengetahuan tetapi dikemas dengan santai. konsepnya sendiri sih ya pengennya satai. Contentn awalnya hanya membahas penyampaian pesan-pesan dan nasehat untuk para pelajar agar menjadi SDM yang berkualitas dan berguna untuk keluarga dan bangsa ini. Program ini lebih berbobot serta menghibur dibandingkan dengan program komedi lainnya.”

Dari pendapat di atas penulis menyimpulkan bahwa Konsep dasar program Canda Kota adalah informatif, ringan, musik, kritis dan menghibur. Informatif berarti program ini dapat menyuguhkan informasi dan pesan-pesan moral serta nasehat-nasehat yang berguna kepada para penontonnya khususnya pelajar. Kemasan program ini berbeda dengan program lawak atau komedi lainnya yang cenderung hanya menonjolkan humor saja. Program ini lebih inovatif karena dibawakan dengan santai dan penuh dengan lawakan yang khas dari program ini.

5. Tahap Pasca Produksi

Secara umum tahap pasca produksi ini dikenal dengan tahap editing video, meski pada kenyataannya banyak unsur pekerjaan lain yang terlibat, misalnya pembuatan animasi dan visual efek, sound engineering dan image editing. Keseluruhan tahap ini untuk memaksimalkan hasil gambar. Suryono SH. sebagai responden pertama menjelaskan mengenai tahap pasca produksi: “Pada tahap ini, produser memiliki tanggungjawab untuk memilih editor sebagai penanggungjawab pada saat melakukan tahap editing. Editing adalah proses penyempurnaan dari

gambar yang diperoleh saat injest. Hal ini bertujuan agar gambar semakin terlihat bagus dan menarik. Setelah semuanya selesai dan di print maka program ini siap untuk dibawa ke MCR (Master Control Room) agar ditangani oleh On Air Presentation yang bertugas mengoperasikan program Canda Kota ini kepada pemirsa. Pada saat pelaksanaan proses editing, editor ditemani oleh produser. Produserlah yang bertugas memberikan pengarahan kepada editor karena produser lebih mengetahui dengan jelas konsep dan format program sementara editor bertugas menjalankan instruksi yang diberikan oleh produser. Sebelum melakukan penyuntingan gambar editor akan memaparkan konsep editing pada produser karena hasil gambar yang sudah diedit harus sesuai dengan konsep awal yang telah disepakati oleh seluruh tim. Produser akan selalu memantau pekerjaan editor dan memberikan deadline untuk menyelesaikan program yang diedit. Pengemasan program yang dilakukan editor harus selalu berbeda, artinya di setiap episode ada sebuah hal yang menarik yang membuat penonton ingin terus menyaksikan program ini, mungkin itu dari cara editor menyambung gambar demi gambar, pemilihan warna dan pengaturan suara.”

Sedangkan Kresna F. Sinulingga dalam hal ini responden ke dua menjelaskan mengenai tahap paska produksi yaitu bahwa: “Tahap awal yang dilakukan adalah penyuntingan gambar yang telah dikumpulkan, dan editor bertugas mendesain gambar dan memberikan efek gambar maupun suara yang diperlukan untuk menghasilkan gambar dan suara yang baik. Produser selalu memberikan panduan beserta mengulang kembali konsep awal yang telah disepakati. Editor membuat paper edit yang dijabarkan kepada produser, maksudnya adalah dalam memaparkan konsep produser lebih mudah untuk mengerti dan setelah itu di diskusikan kembali bersama agar di dapat sebuah konsep yang sejalan dan menarik. Dan apabila sudah mendapat persetujuan oleh produser maka editor mulai bekerja. Produser tidak membatasi kreativitas editor asalkan sesuai dengan konsep.”

Dari pendapat di atas penulis menyimpulkan bahwa pada tahap paska produksi ini sangat dibutuhkan seorang editor yang dapat memberikan sebuah sajian yang sangat bagus dan menarik agar dapat memberikan hasil yang maksimal kepada penonton yang menyaksikan acara ini. Dan produser tetap bertanggung jawab atas proses editing ini, dan mendampingi editor tersebut selama mengedit program acara ini sebelum ditayangkan.

6. Tahap Penyiaran

Tahap ini merupakan tahap menyiarkan program yang sudah di konsep dan sudah siap disiarkan. Suryono menjelaskan mengenai tahap penyiaran bahwa: “Dalam tahap ini produser bertanggung jawab untuk memeriksa program yang

sudah layak siar tadi, mulai dari kualitas gambar, suara sampai dengan isi/konten program.” Kresna F Sinulingga menjelaskan mengenai tahap penyiaran bahwa “Peran produser dalam tahap ini mulai dari memeriksa format program yang akan disiarkan apakah sudah memenuhi standart siar, setelah itu memeriksa kualitas teknis program yang akan disiarkan dan yang terakhir memeriksa isi program yang akan disiarkan.”

Dari pendapat di atas penulis menyimpulkan bahwa pada tahap ini dibutuhkan ketelitian produser dalam melihat dan memeriksa kembali hasil program yang telah melalui proses editing, baik dari segi kualitas gambar, kualitas suara maupun melihat kembali isi keseluruhan program yang akan di siarkan.

7. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi program merupakan bentuk kegiatan terakhir *programming*. Pada tahap ini, *programmer* harus mampu membaca situasi dan melihat performa program. Hal ini bertujuan untuk terus menarik dan mempertahankan jumlah pemirsa sebanyak mungkin. Dalam evaluasi program ini juga dilihat sejauh mana program-program yang ditampilkan mampu mencapai tujuan yang ditetapkan. Menentukan program mana yang akan tetap ditayangkan, program mana yang akan dipindahtayangkan dan program mana yang akan diberhentikan penayangannya. Menurut Suryono SH. Menjelaskan mengenai tahap monitoring dan evaluasi “Bahwa hal yang paling mendasar dalam tahap monitoring dan evaluasi adalah kegiatan mengamati dan menilai penyiaran sebagai internal kontrol. Pada tahap ini, dilakukan mengamati jalannya penyiaran, menilai mutu penyiaran, dan mengevaluasi masukkan yang diterima serta meneruskan ke setiap fungsi terkait, tujuannya untuk perbaikan di produksi-produksi selanjutnya, agar program yang di hasilkan semakin kreatif mengikuti perkembangan jaman. Fungsi utama evaluasi dalam hal ini adalah menyediakan informasi-informasi yang berguna bagi pihak decision maker untuk menentukan kebijakan yang akan diambil berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan.” Dalam evaluasi terdapat perbedaan yang mendasar dengan penelitian meskipun secara prinsip, antara kedua kegiatan ini memiliki metode yang sama. Perbedaan tersebut terletak pada tujuan pelaksanaannya. Jika penelitian bertujuan untuk membuktikan sesuatu (*prove*) maka evaluasi bertujuan untuk mengembangkan (*improve*). Terkadang, penelitian dan evaluasi juga digabung menjadi satu frase, penelitian evaluasi. Penelitian evaluasi mengandung makna pengumpulan informasi tentang hasil yang telah dicapai oleh sebuah program yang dilaksanakan secara sistematis dengan menggunakan metodologi ilmiah sehingga darinya dapat dihasilkan data yang akurat dan obyektif. Kresna F Sinulingga menjelaskan mengenai tahap monitoring dan evaluasi “Pada tahap ini, produser bertanggungjawab untuk mengadakan

briefing kembali dengan kerabat kerja dan membahas program yang telah disiarkan tersebut. Selain itu, produser juga mengadakan evaluasi untuk produksi yang selanjutnya agar menghasilkan karya yang lebih baik. Produser juga menerima kritik dan saran dari kerabat kerja. Biasanya dalam setiap evaluasi pasti ada masukan-masukan yang di sampaikan, semuanya itu akan di tampung dan di gunakan sebagai perbaikan untuk produksi selanjutnya. Intinya tidak cepat puas untuk hasil yang sudah didapat melainkan terus berkreasi dan berinovasi dengan tujuan memberi tontonan yang terbaik pada masyarakat. Implementasi program harus senantiasa di evaluasi untuk melihat sejauh mana program tersebut telah berhasil mencapai maksud pelaksanaan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Tanpa adanya evaluasi, program yang berjalan tidak akan dapat dilihat efektifitasnya. Dengan demikian, kebijakan baru sehubungan dengan program itu tidak akan didukung oleh data. Karenanya, evaluasi program bertujuan untuk menyediakan data dan informasi serta rekomendasi bagi pengambil kebijakan untuk memutuskan apakah akan melanjutkan, memperbaiki atau menghentikan sebuah program.”

Dari pendapat di atas penulis menyimpulkan bahwa pada tahap ini produser melakukan pembahasan kembali mengenai program yang sudah disiarkan atau ditayangkan, dan melakukan perbandingan dengan episode program sebelumnya, untuk melihat apakah masih ada kekurangan atau kelebihan yang sudah dicapai pada episode kali ini, sehingga akan menghasilkan keputusan melanjutkan, memperbaiki atau menghentikan program tersebut. Suryono menjelaskan mengenai Agenda Setting Dalam media, Agenda Setting mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi khalayak dalam memberikan informasi. Komunikasi yang dilakukan narasumber dalam menyampaikan informasi mendapat repon dari penonton. Orang-orang yang menonton televisi dapat dengan mudah mengetahui informasi yang menjadi topik pembicaraan.

Teori Agenda *Setting* mempunyai kesamaan dengan teori peluru yang menganggap media mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Bedanya teori peluru memfokuskan pada sikap (afektif), pendapat atau bahkan perilaku. (Griffin, 2003) dalam Kriantono. Dari pernyataan di atas penulis menyimpulkan bahwa teori Agenda *Setting* adalah dimana media mempunyai kekuatan dalam menyeting atau mempengaruhi khalayak sehingga orang-orang yang menonton dapat dengan mudah mendapatkan informasi dan mengetahui berita apa saja yang sedang menjadi topik pembicaraan yang sedang marak dibicarakan. Konsep model agenda setting menyatakan bahwa teori ini berasumsi pada pembentukan persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Dasar pemikirannya adalah diantara berbagai topik yang dimuat di media massa, topik yang lebih banyak

mendapat perhatian dari media massa akan menjadi lebih akrab bagi pembacanya, akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu. Dari pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa agenda setting merupakan salah satu cara yang dimiliki oleh media massa untuk mendapatkan pengaruh dari masyarakat melalui informasi-informasi yang dihadirkan mengenai isu-isu yang ada dan dipikirkan oleh khalayak. Singkatnya, apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting pula oleh khalayak, dan apa yang dilupakan oleh media akan luput juga dari perhatian masyarakat.

Tidak sedikit masyarakat yang sudah tidak peduli lagi akan norma dan moral yang berlaku di masyarakat, dengan demikian program acara yang sarat akan pendidikan semakin sedikit peminatnya. Sehubungan dengan fenomena yang terjadi, maka peran dari produser sangat dibutuhkan dalam menuangkan sebuah ide dan inovasi sebuah program, yang dapat mengemas berbagai macam unsur, misalnya unsur hiburan atau komedi yang banyak digemari masyarakat belakangan ini, juga tidak lupa memasukan sebuah unsur pendidikan mengenai nilai dan norma bermasyarakat dengan memberikan sebuah pesan moral di dalamnya. Sehingga kebutuhan akan informasi pendidikan juga dapat dirasakan oleh khalayak luas di samping kebutuhan humor masyarakat.

Kesimpulan

Dalam hal ini produser Program Canda Kota sudah termasuk dalam kategori Produser yang memenuhi standar karena beliau mampu memimpin jalannya produksi dengan baik, selain itu beliau (produser) juga mampu menyusun rancangan produksi dan rancangan pemasaran yang disesuaikan dengan program. Di sisi lain penulis juga menyimpulkan bahwa produser TVRI khususnya diprogram ini mampu menciptakan ide-ide yang cemerlang dan kreatif dan dituangkan pada saat produksi, dan hasilnya program semakin menarik dan lebih ‘hidup’ terbukti di setiap episodenya ‘*taste*’ yang ditawarkan produser berbeda-beda.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E dan Lukiati K. “*Komunikasi Massa Suatu Pengantar*”. Simbiosis Rekatama Media. Bandung. 2004
- Dunn, W N. “*Pengantar Analisis Kebijakan Publik Edisi Kedua*”. Gajah Mada University Press. Yogyakarta. 2003
- Moleong L. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2003

- Mulyana, D. *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung. 2005
- Nurudin. *“Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers. Jakarta. 2007
- Rakhmat, J. *“Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2005
- Wahyudi. JB. *“Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 1994
- Wibowo, F. *“Teknik Produksi Program Televisi*. Pinus Book Publisher. Jakarta
- Wibowo, F. *“Dasar-dasar Produksi Program Televisi*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta. 1997