

## PRODUKSI PROGRAM TELEVISI Sebuah proses kreatif menuju industri kreatif

N.N.A. Candia  
Jurusan Seni Media Neka, ISI Surakarta

### Abstract

*A producer or program maker of a audio-visual have to possess the sense of creativity in searching the material of program production. This can be appeared from the experience, education and critical attitude. The producer who do so not have a clear vision will produce an audio-visual product that is limit quality and duplicate another programs that have been ever exist. Meanwhile a television channel needs a innovative strategy to propose the program.*

*Keywords : television program, creative process, creative industry*

### PENDAHULUAN

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17, tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung ini masih terhitung sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962, jam 14.30 WIB yang menayangkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno atau Senayan. Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia praktis hanya dapat menonton sebuah saluran televisi saja. Baru pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi KCTV yang merupakan televisi swasta nasional yang pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV dan IPI.

Ketormasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi. Seling dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah menjelang tahun 2000 muncul hampir secara serentak lima televisi swasta baru (Metro TV, Trans TV, TV-7, Lativi dan Global TV) serta beberapa televisi daerah/lokal yang saat ini jumlahnya mencapai puluhan stasiun televisi lokal. Tidak ketinggalan pula munculnya televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dari dalam maupun luar negeri.

Perkembangan jaringan media televisi melalui berbagai organisasi penyiaran baik publik dan swasta nasional, saat ini telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini dikarenakan salah satu indikatornya adalah mengenal jangkauan siarannya yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat mulai masyarakat yang

hidup di perkotaan hingga ke wilayah daerah yang tergolong masih terpencil.

Beberapa bentuk media penyiaran yang berkembang saat ini seperti cetak, radio maupun televisi ternyata memiliki keunikan dalam pengelolaan atau penyelenggaraan penyiarannya. Dalam proses penyiaran, selain mempunyai sifat kerja yang kolektif (*team work*), juga memiliki masa kerja yang relatif lama, hampir 24 jam tiap hari. Ini berarti, hadirnya sebuah media penyiaran tentu diperlukan dukungan sumber daya manusia yang terampil, dinamis dan profesional. (J.B. Widyuti, 1992: h.1)

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya bahkan diantara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi. Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media cetak, masing-masing juga memiliki kelebihan dan kelemahan.

Media penyiaran baik radio maupun televisi merupakan salah satu produk dari teknologi elektronika yang dirancang salah satunya untuk keperluan komunikasi sehingga kegiatan ini juga disebut sebagai bagian dari proses dari perkembangan teknologi komunikasi atau informasi.

Teknologi komunikasi atau informasi memiliki sifat khas yaitu kecepatan, kepraktisan, ketepatan dan berkualitas tentunya dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, mengolah dan menyajikan informasi.

Televisi dan radio dapat dikategorikan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima di mana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). Media cetak untuk sampai kepada pembacanya memerlukan waktu (tidak menguasai ruang).

Organisasi penyiaran, khusus yang mengelola media televisi tentu memiliki output produk berupa program-program siaran. Siaran ini ditransmisikan dan mampu menjangkau khalayak sasaran dalam jumlah yang relatif besar, bahkan masyarakat dunia. Materi berbagai program siaran hadir di tengah-tengah keluarga, dan melalui daya penetrasi yang dimiliki, mampu mempengaruhi khalayak pendengar maupun pemirsanya untuk diubah baik sikap, pendapat maupun tingkah lakunya. Pengaruh ini terasa lebih besar lagi pada program acara siaran

televisi karena karakteristik dasar media ini yang mengutamakan unsur pokok audio visual.

Media penyiaran televisi di Indonesia saat ini semakin semarak, bukan saja jumlah stasiun penyiarannya yang juga semakin banyak tetapi dikarenakan juga suguhan program-program acara siarannya semakin menarik dan bervariasi. Karena itu tidak mengherankan jika bermunculan pula rumah produksi (*Production House*) yang memproduksi acara-acara audio visual yang akan ditayangkan melalui media televisi.

Benyamin, fenomena kultur baru yang dibawa oleh media televisi, esensinya sudah kita rasakan sejak lama. Unsur esensial tersebut diantaranya berupa penggunaan bahasa verbal dengan menggunakan wujud visualisasi kemudian melakukan kegiatan dalam rangka menyampaikan suatu pesan, informasi, pendidikan, ilmu, hiburan, dan seni budaya. (Fred W., 1997: h. 1).

Sebagai bagian dari sebuah perkembangan kebudayaan audio visual baru, televisi menjadi media yang memiliki daya tarik tersendiri dalam memberi dampak kepada masyarakat luas. Positif maupun negatif dampak yang ditimbulkan dari media televisi hanya dapat diketahui apabila masyarakat sendiri mau dan mampu mengikuti perkembangan media

ini, salah satunya dengan menelusuri hakikat dan peran televisi sebagai media massa, mengerti dasar-dasar perkembangan teknik penyiaran dan produksi siaran televisi, dan memahami maksud materi program-program siaran acara televisi. (Dorwoto 33, 1994: h. 2)

Televisi merupakan salah satu bentuk media penyiaran yang paling banyak mengalami proses evolusi khususnya pada ranah teknologi informasi. Dewasa ini kehadiran bentuk media penyiaran ini tentu tidak lepas dari segudang apresiasi dari banyak kalangan di masyarakat. Manusia sendiri pun tidak dapat memungkiri bahwa sebuah media televisi akan senantiasa hadir di depannya. Berbagai tayangan program siaran hadir melalui media ini, berbagai interpretasi pun akan muncul dari masyarakat sebagai pemirsanya. Kini, televisi telah menjadi sebuah kebutuhan penting di antara berjuta-juta komunitas masyarakat mulai yang ada di perkotaan sampai ke pelosok penjuru tanah air Indonesia. Hal ini dapat terjadi dikarenakan salah satu karakteristik dari bentuk media penyiaran ini yang pada hakikatnya mampu menentanghkan sejumlah informasi yang terjadi di belahan dunia manapun dalam waktu bersamaan.

Kita telah hidup di pesatnya era komunikasi dan informasi, sehingga pada akhirnya pun kita dapat berhubungan

dengan seseorang yang tinggal di lain negara dengan mudah, seperti seseorang tadi terasa dekat dengan kita. Berikut salah satu bentuk kemajuan layanan teknologi telekomunikasi, kini seseorang bisa menggunakan media televisi untuk berinteraksi dengan orang lain. Melalui metode interaktif ini kita bisa dengan leluasa memilih program siaran televisi yang mengarah kepada kita secara langsung dengan hanya menekan tombol-tombol yang ada di remote kontrol pesawat TV kita.

Sebagai bagian dari sebuah perkembangan kebudayaan audio visual baru, televisi menjadi media yang memiliki daya tarik tersendiri dalam memberi dampak kepada masyarakat luas. Positif maupun negatif dampak yang ditimbulkan dari media televisi hanya dapat diketahui apabila masyarakat sendiri mau dan mampu mengikuti perkembangan media ini, salah satunya dengan menelusuri hakikat dan peran televisi sebagai media massa, mengerti dasar-dasar perkembangan teknik penyiaran dan produksi siaran televisi, dan memahami maksud materi program-program siaran acara televisi.

Fenomena yang terulas di atas merupakan suatu permasalahan yang sekiranya perlu sekali kita telusuri apabila kita memang ingin mendalami media ini.

Poin-poin pentingnya meliputi mengenal bagaimana kita mengerti betul peran televisi sebagai media massa, mengerti dasar-dasar kreativitas perkembangan teknis produksi program-program siaran televisi dan terakhir mengenal pemahaman maksud materi-materi yang dijadikan sebagai bahan dasar sebuah produksi program siaran/acara televisi.

## PEMBAHASAN

### A. Televisi Sebagai Media Massa

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi dunia kini dirasakan semakin sempit karena dalam beberapa saat saja kita dapat berhubungan dengan yang lain meskipun kita lagi berada di belahan bumi yang berbeda. Akibat dari berkembangpesatnya teknologi komunikasi inilah akhirnya media massa juga ikut mengalami perkembangan, mulai media massa cetak sampai media massa elektronik. Maka dengan kondisi semakin berkembangnya teknologi komunikasi ini, menyebabkan abad ini sebagai abad informasi.

Televisi sebagai salah satu bentuk media massa dengan kelebihan yang dimiliki kemudian tidak menjadi salingan dari media massa lainnya. Bersama media massa cetak dan radio, televisi dapat dikatakan merupakan sebuah Tritunggal media massa. Tritunggal media massa ini

tentunya sangat mempunyai pengaruh dan dengan sendirinya akan membentuk kekuatan besar. Khususnya bagi media televisi keadaan seperti ini dapat menjadi tantangan tersendiri pula dan harus siap dengan tantangan tersebut. Salah satu bentuk tantangan tadi adalah bentuk kebijakan sistem penyiaran negara Indonesia yaitu kebijakan udara terbuka (*open sky policy*). Hal ini menyebabkan terjadinya "perang" program siaran dari berbagai stasiun penyiaran yang masuk satu kawasan suatu negara.

Akhirnya khalayak pemirsa televisi mempunyai berbagai pilihan untuk menyaksikan program siaran televisi. Dengan terjadi persaingan program televisi tadi tentunya harus mendapatkan perhatian khusus bagi mereka yang berkecimpung pada media penyiaran ini untuk terus menerus berupaya meningkatkan tampilan program-program siarannya jika tidak ingin ditinggalkan pemirsanya.

Dengan sifat atau karakter yang dimiliki media massa periodik seperti televisi ini, menurut pakar komunikasi luar negeri Dr. Harold D. Lasswell bahwa sebuah media massa memiliki peran dan fungsi di masyarakat yang saling berkaitan. Dapat diuraikan yang dimaksudkan peran dan fungsi media massa tersebut antara lain:

1. *The Surveillance of the environment*

Berarti bahwa media massa bertindak sebagai pengamat lingkungan dan selalu memberikan berbagai informasi atas hal-hal yang tidak terjangkau oleh masyarakat.

2. *The Correlation of the parts of society in responding to the environment.*

Berarti bahwa media massa itu lebih menakanankan kepada pemilihan, penilaian, penafsiran tentang apa yang patut disampaikan kepada khalayak.

3. *The Transmission of the social heritage from generation to the generation.*

Berarti hal ini menunjukkan bahwa media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi satu ke generasi berikutnya.

Di samping pendapat Lasswell seperti tersebut di atas seorang pakar komunikasi lain Charles R. Wright mengemukakan pendapatnya pula tentang fungsi dan peran media massa yang dinyatakan dalam bukunya *Mass Communication A Sociological Perspective*, antara lain adalah "*communication not primarily intended for amusement irrespective of instrument effect they might have*" bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media hiburan.

Wilbur Schramm juga melengkapinya bahwa fungsi media massa dapat dimanfaatkan sebagai "*To sell good for us*" yang artinya bahwa media massa dapat dimanfaatkan sebagai media promosi. Pendapat Schramm inilah yang akhirnya

sangat menonjol karena merupakan modal utama bagi kehidupan media massa.

Uraian hasil pengamatan dan ulasan para pakar tadi apabila digabung akan saling melengkapi mengenai arti dari fungsi dan peran media massa, meliputi:

1. sebagai media penerangan
2. sebagai media Pendidikan
3. sebagai media Hiburan
4. sebagai media Promosi

Dengan terjadinya saling mengisi atau terkaitnya antara maksud fungsi media massa tersebut berarti program-program siaran televisi diharapkan dapat mengandung poin-poin tadi. Pada akhirnya hal inilah yang akan membawa pengaruh terhadap makna dari setiap program siaran televisi yang akan diproduksi dan kemudian ditayangkan melalui media ini sendiri.

Menyaluran stimuli (rangsangan) yang dibangun media televisi tentunya untuk mendapatkan dukungan khalayak pemirsanya. Pada awalnya media televisi menawarkan sebuah program kemudian seiring berjalannya waktu program tadi akan disaksikan penontonnya selanjutnya mereka akan menjadi penilai terhadap program yang ditayangkan tadi. Apabila program acara diminati dan selalu ditunggu setiap penayangannya maka program tersebut mengandung informasi atau sesuatu nilai tersendiri bagi khalayak.

Tidak mengherankan jika televisi memiliki daya tarik yang luar biasa apabila tayangan program siarannya dapat menyesuaikan dengan karakter televisi dan manusia yang telah terpengaruh oleh televisi itu sendiri. Manusia yang sudah terbiasa dengan televisi berarti manusia yang memiliki ekstensi/perpanjangan dari mata dan telinganya. Sebagaimana manusia yang memiliki perpanjangan kakinya, seperti roda, menjadi lebih kuat, lebih cepat dan lebih terburu demikian manusia yang memiliki perpanjangan mata dan telinganya secara psikis juga akan berubah. Ia ingin mendengar dan melihat lebih leluasa, lebih banyak variasi dan lebih cepat. Jadi inilah maksudnya bahwa program siaran televisi harus dapat menyesuaikan dengan karakter pemirsanya.

Bayangnya tidak semua orang ingrat dengan karakter spesifik dari medium ini. Bisa-bislah yang segera menangkap karakter spesifik itu. Uraian karena itu diproduksi program khusus yang menggunakan sepenuhnya prinsip-prinsip spesifik dari televisi untuk mempromosikan barang-barang produksinya seperti program iklan televisi. Iklan televisi sering mudah dihafal oleh siapa saja bahkan anak-anak dari pada menghafal pelajaran sekolah. Video klip musik dan banyak program serial lainnya yang juga menggunakan cara sajian yang

sangat disesuaikan dengan karakter media televisi.

Bagi kebanyakan orang program siaran televisi bukan sesuatu yang asing namun bagaimana program-program tadi dipersiapkan dan kemudian diproduksi belum banyak yang memahaminya. Selain unsur-unsur teknis yang masyarati, permasalahan berupa konsep dan gagasan yang bersangkutan-paut dengan penciptaan program siaran televisi tentunya juga sangatlah penting perannya.

Televisi sebagai produksi kebudayaan lisan kedua merupakan perpanjangan dari mata dan telinga manusia. Perpanjangan ini secara psikis melahirkan tuntutan-tuntutan pula kepada para pencipta program siaran televisi. Tuntutan-tuntutan ini bagi para pencipta program televisi merupakan tantangan tersendiri. Tentunya tidak cukup menghadapi tantangan dengan bekal apa adanya. Diperlukan konsep dan gagasan untuk mengembangkan daya kritis dan proses kreatif untuk menghadapi tantangan itu. (Fred Wibowo: h.2)

Selain pentingnya penentuan konsep dan gagasan sebagai bekal untuk mendapatkan program acara televisi satu hal yang juga tidak kalah pentingnya yaitu menganalisis masalah perencanaan. Perencanaan sendiri jelas acuannya tidak bisa lepas dari selera, keinginan dan kebutuhan khalayak dan tentu saja juga

menganalisis kaidah-kaidah teknis awal produksinya. Hal-hal pokok seperti ini jelas berkaitan dengan kompetensi ketrampilan dari pelaku-pelaku di bidang seni ini. Karena bukan mustahil dunia pertelevisian nantinya akan menjadi sebuah dunia bisnis/industri kreatif yang menjanjikan para pelakunya matah yang berlimpah tentunya jika digarap dengan proses kreatifitas yang tinggi pula dan sikap profesional.

Televisi merupakan "maksud" yang siap melahap setiap program. Oleh karena itu diperlukan penciptaan banyak program yang bervariasi dan tidak monoton begitu saja program-program acara yang sudah ada. Sesuai dengan sifat dasar orang, orang akan cepat bosan jika melihat program-program acara yang itu-itu saja maka penciptaan program baru harus terus dilakukan mengacu kepada hal-hal yang terkait dengan media ini yang sudah diuraikan di atas.

Akhirnya sikap kreatifitas yang menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi dan mengelola program acara siaran televisi. Batapapun hebat bahan acuan yang tersedia, jika tidak dilanjutkan dengan sikap kreatif tetap saja tidak akan membuahkan hasil yang spesial. Kebanyakan para pencipta program sudah merasa puas jika telah menghasilkan satu atau dua buah program tanpa mengetahui

feed back dari khalayak soal programnya tadi. Pencipta program sejati layaknya seorang seniman sejati yang akan merasa puas ketika hasil karya garapannya selain mampu diciptakan dengan maksimal tetapi juga dapat bermanfaat bagi masyarakat.

## B. Pengelolaan Produksi Program Siaran Televisi

Program siaran baik radio maupun televisi memiliki kesamaan. Kategori program siarannya dibagi menjadi dua, pertama yang bersifat berita dan yang bersifat non berita. Pada program yang bersifat berita sangat terkait dengan nilai aktualitas dan taktualitasnya maka untuk memenuhi kritisananya diperlukan kecepatan bertindak dan pendekatan produksinya lebih menekankan pada nilai jurnalistik sehingga masalah artistik menjadi unsur pendukungnya, berarti pendekatannya ke arah jurnalistik artistik. Hal ini berbeda dengan yang bersifat non berita, dimana masalah jurnalistik menjadi unsur pendukungnya saja dengan demikian pendekatannya ke arah artistik jurnalistik. (Dorwanto SS: h. 152)

Kata "program" sendiri 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

ditetetapkan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program atau acara atau siaran yang disajikan adalah faktor yang membuat audience tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Program dapat dianalogikan atau disamakan dengan sebuah produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*service*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal pemasangan iklan. Dengan demikian program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia untuk mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton. (Morison, M.A, 2005h. 97)

Menjalani program tidak berbeda dengan memasarkan suatu produk kepada konsumen, keberhasilannya diukur dengan pencapaian atas tujuan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada umumnya, tujuan program siaran televisi adalah untuk menarik dan mendapatkan

sebanyak mungkin audien. Namun sebelum proses ini berakhir pada tahapan pertama yang juga tidak kalah pentingnya adalah mengenal apakah tujuan sebuah program siaran/acara tersebut diproduksi atau pun dibeli.

Banyak orang mengatakan bahwa selera audien adalah sesuatu yang sulit ditarka tetapi ada satu hal yang pasti tidak ada program yang pernah sukses dengan mengabaikan tujuannya. Standar-sasi atau landasan utama yang menjadi tujuan-tujuan dasar produksi program harus saling terkait erat dan perlu dipikirkan semuanya. Keberhasilan beberapa program acara/siaran televisi tercermin pula dari efektivitas beberapa konsep dasar yang telah menjadi tujuan-tujuan dasar memproduksi suatu program acara/siaran itu sendiri. Berikut beberapa tujuan dasar penyiaran suatu program siaran televisi yang digunakan stasiun televisi swasta/komersial (nasional/lokal), yaitu:

1) Mendapatkan sebanyak mungkin audien. 2) Mendapatkan target audien tertentu (khusus). 3) Mendapatkan prestise. 4) Mendapatkan/memenangkan suatu penghargaan.

1. Memenuhi kepentingan atau kebutuhan publik di tempat stasiun itu berada. (Edwin T. Vane&lyne S. Cross : 1994)

Program siaran televisi adalah sebuah produksi audio visual (audio: suara/visual:gambar) yang dioptakan melalui kerja tim (team work) dengan mengkombinasikan keahlian individu sebagai pekerja seni pertelevisian secara estetis (kalindahan) dan teknis untuk mengkomunikasikan ide-ide serta emosi kepada audien. Untuk menghasilkan sebuah tayangan program televisi yang baik peran unit-unit produksi juga sangat menentukan. Sebuah unit produksi merupakan kumpulan orang yang bekerja sama untuk memperoleh hasil yang sebaik-baiknya (one well coordinated unit).

Proses perjalanan produksi memerlukan waktu yang cukup panjang dan berliku-liku dengan berbagai macam karakter orang. Hal yang utama ialah mengerti tujuan yang ingin dicapai agar dapat menghasilkan program acara yang layak siar dan diterima khalayak pemirsanya. Program siaran televisi terlebih dulu direncanakan dan biasanya dipimpin seorang produser yang berperan selaku penyandang dana. Seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal yang harus dipikirkan yang meliputi:

1. Materi produksi
2. Sarana produksi (equipment)
3. Biaya produksi (finance)
4. Urutanisasi pelaksana produksi

5. Tahapan pelaksanaan produksi (Fred W, 1997: h.6)

Proses produksi informasi audio visual, baik karya jurnalistik maupun artistik, melibatkan banyak kerabat kerja produksi seperti kameraman, editor, penata suara, penata lampu, sutradara/pengarah acara, produser, reporter, aktris dan dekorator. Peranan sutradara/pengarah acara sangat dominan dan menentukan karena pada saat proses produksi berlangsung harus mampu menyatukan sekian banyak personal serta mengembangkan kreativitas dan berinteraksi dengan peralatan pendukung guna memperoleh hasil maksimal. (J.B. Widyudi, 1992: 62)

Dunia pertelevisian dewasa ini telah memasuki sebuah lahan industri/ bisnis yang penuh kompetisi agar tetap eksis dan diterima masyarakat. Konsekuensinya adalah pentingnya menekankan pada kemampuan dan juga ketrampilan dasar visualisasi, penuturan cerita, dan ide-ide teknologi. Hal stasiun hanya memiliki satu tujuan objektif, yaitu memenuhi permintaan audien yang terus meningkat dan heterogen. Audien mudah bosan dan selalu menginginkan variasi program televisi. Televisi berkembang begitu cepat sejalan perkembangan teknologi elektronika dan telah memiliki peran besar dalam membentuk pola dan pendapat

umum termasuk mempengaruhi masyarakat untuk menyenangi produk-produk tertentu. Akhirnya dengan program televisi perilaku dan pola pikir masyarakat secara tidak langsung dapat dibentuk.

Seorang broadcaster atau produser program televisi harus berpikir keras untuk selalu mengembangkan gagasannya agar materi produksinya dapat menjadi suatu sajian yang bernilai, memiliki makna, diterima dan bermanfaat bagi masyarakat selaku audienya. Nilai dari sebuah program siaran televisi tersebut akan muncul dengan sendirinya apabila program yang diproduksi dilandasi dari visi yang jelas. Tentu saja setiap produser memiliki visi yang saling berkaitan tergantung program yang akan diproduksi. Yang terpenting diharapkan dari visi tadi akan tumbuh pemikiran-pemikiran yang kritis dan kreatif penuh orientasi dan ideologi.

Sebenarnya boleh saja semua produksi program siaran televisi yang telah ditayangkan di televisi semua dikatakan telah memiliki visi namun apakah sudah memiliki landasan yang kuat, tentunya tunggu dulu kan! Lampaknya hal ini yang masih terlihat dalam program-program televisi di Indonesia saat ini. Produser – produser televisi terutama stasiun televisi swasta di Indonesia tampaknya telah tenggelam dalam arus kompetisi yang

kurang sehat sebab jika ada sebuah program yang diproduksi dan program itu laris manis di masyarakat maka gayuh bersambut stasiun yang lain buru-buru membuat program yang serupa tapi memang sama.

Satu hal yang tidak lepas dari pesatnya persaingan di industri per-televisian adalah lajunya perkembangan teknologi pendukungnya juga. Kini yang perlu dipikirkan dan selalu menghantui para pendipta program televisi adalah bagaimana menarik audien sebanyak-banyaknya atas produksi program televisi yang ditayangkan dan agar program-program tadi tidak ditinggalkan. Yang jelas kita harus tetap komitmen tinggi dan solid dalam team work kita ketika kita akan memproduksi sebuah program televisi. Proses kreativitas yang tinggi pada diri seluruh kerabat kerja produksi harus ditumbukkembangkan selalu karena dengan modal ini persaingan di dunia pertelevisian akan dapat diatasi. Karena ke depan jenis industri ini nantinya tidak hanya menjadi industri yang ingin meraup rupiah segunung melainkan juga menjadikan media televisi sebagai lahan industri kreatif yang menyuguhkan program-program siaran televisi yang bernilai punya vis tinggi dan berkualitas. Akhirnya segala hal yang berhubungan dengan produksi program siaran televisi

akan benar-benar harus didasarkan pada sikap kreatif dan profesional.

#### SIMPULAN

Tantangan dalam menjalankan bisnis pertelevisian adalah harus tanggap pada cepatnya perkembangan teknologi dengan segala perubahan-perubahan terus-menerus. Televisi dengan kapasitasnya sebagai media penyampai informasi kepada khalayak harus memperhatikan perencanaan dan persiapan penayangan program-programnya. Program-program televisi pada umumnya secara langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan audienya.

Seorang produser harus memiliki kepekaan terhadap bentuk-bentuk kreativitas dalam melihat sebuah materi produksi program siaran televisi yang akan diproduksi. Hal ini dapat muncul biasanya dari pengalaman, pendidikan dan sikap kritis seorang produser sangat menentukan pilihan materi program. Produser yang tidak memiliki visi yang jelas nantinya juga akan membuat produksi program televisi yang sembarangan hanya meniru program-program lain yang sudah ada.

Agar segalanya tetap dapat dikatakan berkualitas, solusinya tidak memaksa perhatian audien tetapi dengan

menyediakan stimulus interaktif melalui kreativitas dan variasi, dengan menciptakan program-program inovatif, mencari ide-ide orisinal dan mengumpulkan imajinasi-imajinasi kreatif. Sedangkan stasiun televisi sendiri memerlukan strategi inovatif dalam merancang program. Perancangan program memang ideal mengacu kepada selera, keinginan dan kebutuhan khalayak. Penayangan program acara televisi tadi harus menggunakan teknis visual yang senantiasa bertandaskan kaidah-kaidah pertelevisian yang sudah disepakati bersama.

Televisi memegang peranan penting dalam kehidupan kita dan memiliki implikasi kuat dalam memberikan informasi, pendidikan, penerangan, dan hiburan. Televisi membantu kita membentuk opini dan menentukan pilihan. Sudah seharusnya ada keterkaitan dalam sebuah mutualisme kerja antara programmer televisi dan khalayak sebagai audien, guna membangun kompetisi yang sehat dan mencapai tujuan serta masa depan yang jauh lebih cerah dalam industri kreatif pertelevisian di Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

Burgin, Morissan Burhan. 2005. *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Langgarang: Kamadina Prakarsa.

Laswell D. Harold. 1949. *The Structure and Function of Communication in Society*. New York: The Communication Ideas, Harper & Row Publisher Inc.

Subroto, Darwanto Bastro. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Schramm Wilbur. 1976. *Responsibility in Mass Communication*. New York: Harper & Row Publisher Inc.

Vivanyudi, Ja. 1974. *Teknologi Informasi dan Produksi Ciri Bergerak*. Jakarta: PT Gramedia Mustika Utama

\_\_\_\_\_. 1976. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: Mustika Utama Grafiti

Vilbowo Fred. 1997. *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: PT Gramedia Widiazarana Indonesia

Zettl, Herbert. 1992. *Television Production Handbook*. California: Wadsworth Publish