

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TELEVISI LOKAL DI ERA  
DISRUPSI**

**(Studi Program *Talk Show* Limasan di Simpang5tv Jawa Tengah)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**ARLIN DWI SETYANINGSIH**

NIM. 161211094

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USUHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA**

**2020**

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TELEVISI LOKAL DI ERA  
DISRUPSI**

**(Studi Program *Talk Show* Limasan di Simpang5tv Jawa Tengah)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

**ARLIN DWI SETYANINGSIH**

NIM. 161211094

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA  
2020**

FATHAN, S.Sos, M.Si  
DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA

**NOTA PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdri. Arlin Dwi Setyaningsih

Lamp : 5 Eksemplar

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

IAIN Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan  
seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : ARLIN DWI SETYANINGSIH

NIM : 161211094

Judul : MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TELEVISI LOKAL DI ERA  
DISRUPSI (Studi Program *Talk Show* Limasan di Simpang5tv Jawa  
Tengah dengan Menggunakan Analisis POAC)

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan  
pada sidang Munaqosyah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut  
Agama Islam Negeri Surakarta.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta,

Pembimbing,



Fathan, S.Sos, M.Si

NIP. 19690208 199903 1 001

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TELEVISI LOKAL DI ERA**  
**DISRUPSI**

(Studi Program *Talk Show* Limasan di Simpang5tv Jawa Tengah)

Disusun oleh:

**ARLIN DWI SETYANINGSIH**

NIM. 161211094

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Pada hari, Senin 28 September 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial

Surakarta, 12 Oktober 2020

Penguji Utama,

**Agus Sriyanto, S.Sos, M.Si**  
NIP. 19710619200912 1 001

Penguji II/Ketua Sidang,

  
**Fathan, S.Sos, M.Si**  
NIP. 19690208 199903 1 001

Penguji/Sekretaris Sidang

  
**Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, M.I.Kom**  
NIP. 19920203 201903 2 015



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

**Dr. Islah., M.Ag**  
NIP. 19730522 200312 1 001

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arlin Dwi Setyaningsih  
NIM : 161211094  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa tindakan plagiarism sesuai dengan peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Apabila dikemudian hari saya melakukan tindakan plagiarism, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan siap menerima sanksi yang dijatuhkan Institut Agama Islam Negeri Surakarta kepada saya.

Surakarta, 26 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



**ARLIN DWI SETYANINGSIH**

NIM. 161211094

## **HALAMAN MOTTO**

"Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung"

**QS Al-Jumu'ah : 10**

" Jangan Tanyakan pada diri anda apa yang dibutuhkan dunia. Bertanyalah apa yang membuat anda hidup, kemudian kerjakan. Karena yang dibutuhkan dunia adalah orang yang antusias"

**-Harold Whitman-**

"Satu-satunya batasan untuk meraih mimpi kita adalah keragu-raguan kita akan hari ini. Marilah kita maju dengan keyakinan yang aktif dan kuat"

**-Franklin Roosevelt-**

## ABSTRAK

**ARLIN DWI SETYANINGSIH. NIM: 16.121.1.094. MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TELEVISI LOKAL DI ERA DISRUPSI (Studi Program *Talk Show* Limasan Di Simpang5tv Jawa Tengah). Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 2020.**

Simpang5tv Jawa Tengah awal berdiri di kota Pati pada bulan 17 November 2011. Simpang5tv didirikan guna mengangkat budaya lokal daerah melalui pengemasan program secara menarik. Simpang5tv melakukan siaran perdana pada tahun 2011 dengan jangkauan hanya di kota Pati dan Rembang, hingga pada 11 Oktober 2018 Simpang5tv berhasil mengantongi izin perluasan siaran untuk area kota Semarang dan memiliki kualitas tayangan yang bersih di 9 kota/kabupaten di Jawa Tengah. Ketika kebanyakan televisi lokal memilih tayangan yang berwajah Jakarta, Simpang5tv mengusung konsep ‘Jawa Kekinian’ dengan menggali, meramu serta menayangkan konten yang berbasis orisinalitas lokal Jawa Tengah. Berada dibawah jaringan Jawapos grup sehingga beberapa slot program terdiri dari produksi relai milik Jawapos TV dan produksi sendiri dari Simpang5tv. Salah satunya adalah program Limasan dengan konsep program bincang-bincang sebuah topik mendalam dari mulai kultur, politik, ekonomi, budaya hingga pendidikan Limasan diharapkan bisa menjadi “ruang rembug” bagi masyarakat di Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen Produksi Program Televisi Lokal Di Era Disrupsi (Studi Program *Talk Show* Limasan Di Simpang5tv Jawa Tengah).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif melalui teknik pengumpulan data yang berupa pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi. Analisis data dari mulai reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi dengan triangulasi sumber (data).

Berdasarkan hasil temuan pengolahan data penelitian menunjukkan bahwa manajemen yang diterapkan pada produksi program Limasan pada dasarnya sama dengan pelaksanaan fungsi manajemen menurut George R Terry yaitu adanya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan melakukan pengawasan, hanya saja ada beberapa tahapan fungsi manajemen yang berbeda. Manajemen produksi program Limasan lebih mengedepankan pada konsep program yang dikemas secara lebih sederhana dan informatif dengan anggaran produksi seminimal mungkin, hal itulah yang menjadi tantangan tersendiri bagi produksi Limasan di Simpang5tv sebagai televisi lokal berjangkauan.

Kata Kunci: Manajemen Penyiaran, Simpang5tv, Televisi Lokal.

## ABSTRACT

**ARLIN DWI SETYANINGSIH. NIM: 16.121.1.094. THE PRODUCTION MANAGEMENT OF A LOCAL TELEVISION PROGRAM IN DISRUPTION ERA (A Study of the *Limasan* Talk Show Program at Simpang5tv Central Java). Thesis of The Islamic Communication and Broadcasting Study Program. Faculty of Ushuluddin and Da'wah. The State Islamic Institute of Surakarta. 2020.**

PT. Simpang Lima Media Television or Simpang5tv Central Java was first established in the city of Pati on November 17<sup>th</sup>, 2011. It is established to promote the local culture through its attractive programs. Simpang5tv broadcasted its first broadcast in 2011 with the cities of Pati and Rembang as the only zone of its broadcasting area. On October 11<sup>st</sup>, 2018 Simpang5tv had successfully secured a permission to expand the broadcast in the area of Semarang city and had a clean broadcast quality in 9 cities / regencies in Central Java. When most of the local televisions choose programs with the face of Jakarta, Simpang5tv carries the concept of 'Modern Javanese' by exploring, concocting and broadcasting contents based on the value of local originality of Central Java. Under the network of Jawapos group. Therefore, there are several slots of the program consisted by Jawapos TV's relay production and its own production from Simpang5tv. One of the productions is the *Limasan* program with the concept of talk show conducted in an in-depth topic about ethnic, politic, economy, culture and education. *Limasan* is expected to provide “a space of discussion” for citizen in Central Java. This study is aimed to elaborate about how the production management of a local television program in disruption era (a study of the *Limasan* talk show program at Simpang5tv Central Java) is conducted.

The research method used in this research was descriptive qualitative method by using observation, interview and documentation as the techniques in collecting the data. As the data analysis technique, researcher used Miles and Huberman's qualitative data analysis included data reduction, data display, and data conclusion and verification. The trustworthiness of this research was obtained by using data triangulation.

The result of this research shows that basically, the management applied to the production system of the *Limasan* program is appropriate to the implementation theory of function in management proposed by George R Terry, which is about the existence of planning, organizing, actuating and controlling. Meanwhile, the data also show that there are several different stages of management function implemented in it. The production management of the *Limasan* program prioritizes the concept of a program produced in a simpler and more informative way with a minimum production budget but having maximum possible resources. This concept becomes a challenge for *Limasan's* production in Simpang5tv as a networked local television.

**Keywords: Broadcasting Management, Simpang5tv, Local Television.**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan rahmat-Nya kepada kita semua. Tak lupa shalawat serta salam penulis junjungkan kepada nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi “**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM TELEVISI LOKAL DI ERA DISRUPSI (Studi Program *Talk Show* Limasan di Simpang5tv Jawa Tengah)**”.

Penyusunan skripsi ini diajukan menjadi tugas akhir saya sebagai mahasiswa tingkat akhir untuk mendapatkan gelar sarjana di program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, melalui skripsi ini penulis berharap bisa menjadi ilmu yang bermanfaat bagi pembacanya. Tentunya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag, M.Pd, selaku Rektor IAIN Surakarta.
2. Dr. Islah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
3. Agus Sriyanto, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam sekaligus penguji utama.
4. Fathan, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing.
5. Rhesa Zuhriya B.P, M.I.Kom,selaku penguji kedua/sekretaris.
6. Dr. Muhammad Fahmi, M.Si selaku pembimbing akademik.
7. Para dosen, staff akademik dan di bagian umum di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
8. Terimakasih kepada seluruh narasumber yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini (Pak Shodiq selaku *General Manager*, Mas Wawan selaku Direktur, Mbak Putri selaku *Program Consultan*)
9. Nadila Winda Saputri sebagai temen yang selalu memberiku nasehat yang baik dalam berbagai hal.

10. Alm. Laila Dyah, Nuur Is Lathifah, Laras Ayu yang jadi temen nongki disaat menunggu dosen memasuki ruangan (kuliah).
11. Terimakasih kepada Tanti Nur Khasanah sebagai penyemangat dikala malas melanda dan teman diskusi.
12. Laras Ayu Lestari, Nuur Is Lathifah, Nur Alfiah, Nur Kholifah temen yang selalu ngajak main, ghibah hingga makan-makan.
13. Dyah Feb, Dita Ardiyanti, Titis Mentari TA yang selalu jadi temen pergi tiba-tiba tanpa rencana.
14. Dina Puspita teman seperjuangan dalam perjalanan menuju asa.
15. Galuh Sekar Kinanthi dan Laudia Tysara selaku temen yang mendengar keluh kesahku demi kelancaran skripsi ini.
16. Terimakasih kepada teman-teman KPI C yang telah menjadi bagian ceritaku selama kuliah. Seluruh angkatan program studi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2016 semoga selalu dilancarkan urusannya.
17. Terimakasih buat teman seperjuangan diperantauan Uber Crew (Zula, Hesti, Umul, Masitah)
18. Dan berbagai pihak yang bersangkutan yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari jika penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, semua bantuan dan semangat dari teman-teman semoga selalu dilancarkan urusannya oleh Allah SWT dan semoga skripsi ini nantinya akan memberikan manfaat kepada pembacanya dan penulis khususnya.

Surakarta, 26 Agustus 2020

Penulis

**Arlin Dwi Setyaningsih**

NIM 161211094

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori	
1. Komunikasi Massa .....	14
2. Media Massa.....	15

3. Televisi .....	16
a. Jenis .....	16
b. Jangkauan Siaran .....	22
4. Manajemen Produksi Program Televisi	
a. Pengertian Manajemen Produksi.....	27
b. Fungsi Manajemen .....	28
c. Program Televisi .....	35
d. Era Disrupsi.....	37
B. Kajian Pustaka .....	38
C. Kerangka Berpikir .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	44
B. Jenis Penelitian .....	44
C. Subjek & Objek Penelitian .....	45
D. Teknik Pengumpulan Data .....	46
E. Keabsahan Data .....	48
F. Teknik Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Sim pang5tv Jawa Tengah .....	51
B. Sajian Data.....	55
C. Analisis Hasil Penelitian.....	75
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	82
B. Keterbatasan Penelitian .....	82
C. Saran .....	83

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.7 Term of Reference di Limasan edisi 10 Oktober 2019 .....	59
--------------------------------------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar TV.....	3
Gambar 1.2 Peta Jangkauan.....	5
Gambar 1.3 Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 1.4 Analisis Data Miles dan Huberman .....	50
Gambar 1.5 Logo Simpang5tv .....	54
Gambar 1.6 Contoh Program Acara Limasan di Simpang5tv.....	58

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Transkrip Wawancara  
Dokumentasi Penelitian  
Surat Pernyataan Penelitian  
Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Menjamurnya televisi lokal di Indonesia akibat munculnya UU Penyiaran Nomer 32 Tahun 2002 serta UU Otonomi Daerah Nomer 22 Tahun 1999, dimana pada kedua Undang-Undang tersebut dirumuskan oleh pemerintah sebagai salah satu bentuk demokratisasi di daerah-daerah melalui media penyiaran. Setelah melalui berbagai pengkajian dari kedua Undang-Undang tersebut, pemerintah pun lebih menitikberatkan pada partisipasi dan kontrol masyarakat serta pemberdayaan institusi lokal. Hal tersebut adalah upaya pemerintah dalam mengembangkan otonomi daerah melalui institusi non-pemerintah yaitu media massa. Melalui otonomi daerah menjadi peluang bagi beberapa media massa lokal aktif di daerah dalam pengembangan atau pengenalan sosial-budaya melalui media televisi lokal yang akan membantu pemerintah dalam mensosialisasikan program-programnya kepada masyarakat di daerah itu sendiri.<sup>1</sup>

Menurut Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) tercatat ada 65 stasiun televisi lokal yang aktif di Indonesia.<sup>2</sup> Terkhusus di Jawa Tengah, pada tahun 2016 terdapat beberapa televisi lokal yang sudah beroperasi hingga saat ini, yaitu TVRI Jawa Tengah, Pro TV, TV Borobudur, Semarang TV, TVKU,

---

<sup>1</sup> Gatut Priyowidodo, “*Menakar Kekuatan Dan Keunggulan Industri Televisi Di Era Otonomi*”, Jurnal Ilmiah Scriptura, 2008, h.57.

<sup>2</sup> Kartika Bayu Primasanti, “*Manajemen Televisi Lokal : Kegamangan Yang Wajar*”, Jurnal Ilmiah Scriptura, 2009, h.162.

BMS TV, Grabag TV, Salatiga TV, Batik TV, TATV, Simpang5tv dan masih banyak lagi. Televisi lokal dianggap sebagai aset yang harus selalu dioptimalkan dalam pengembangannya salah satunya melalui sistem berjaringan.<sup>3</sup> Televisi lokal juga berfungsi sebagai *counter culture* terhadap budaya asing yang saat ini sudah merajalela di televisi swasta. Hal inilah yang menjadikan televisi lokal sebagai titik perwujudan perubahan paradigma yang sebelumnya sentralistik dan didominasi oleh segelintir kepentingan bisnis media di televisi swasta.<sup>4</sup>

Awal kemunculannya, televisi lokal yang sedang berkembang dipandang sebelah mata. Beberapa pendapat memprediksi jika televisi lokal hanya menjadi replika dari stasiun televisi swasta yang jakartasentris.<sup>5</sup> Adanya pembiayaan produksi televisi yang mahal, menjadikan bisnis media televisi lokal kurang maksimal. Persaingan pun tidak hanya dalam produksi program saja tetapi juga dalam dunia periklanan, dimana tidak banyak pemasang iklan yang menjadikan televisi lokal sebagai media *partner*. Hal tersebut menjadi bukti bahwa televisi lokal belum mampu berkembang secara mandiri dalam hal finansial. Hal inilah yang menjadikan beberapa televisi besar di Jakarta menjalin kerjasama dengan televisi lokal yang akhirnya muncul sebuah televisi jaringan.

Televisi berjaringan mempunyai tujuan agar televisi lokal di beberapa daerah tetap bisa menyiarkan programnya, hal ini sebagai bentuk simbiosis

---

<sup>3</sup> Eli Fatmala, “*Sistem Pengawasan KPID Jawa Tengah Terhadap Siaran Dakwah Televisi Lokal Semarang Tahun 2014-2016*” (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisong, 2018), h. 1.

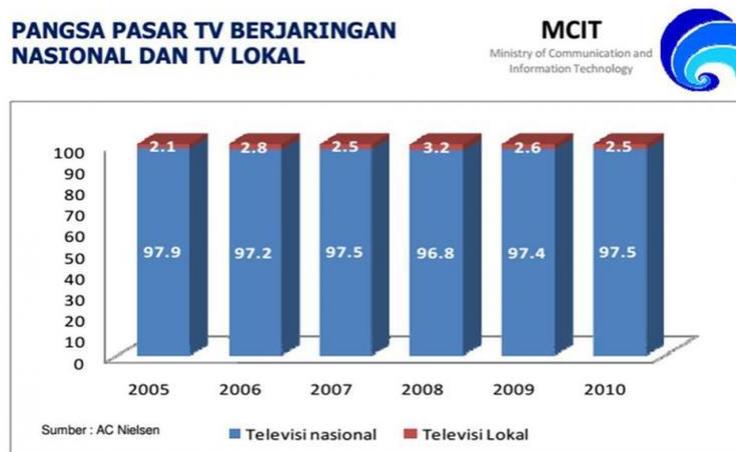
<sup>4</sup> Kartika Bayu Primasanti, *loc. cit.*, h. 164-165.

<sup>5</sup> Kartika Bayu Primasanti, *op. cit.*, h. 161-162.

mutualisme antara televisi berjaringan dan televisi lokal. Dimana televisi lokal tetap bisa berdiri sesuai visi misi mereka tanpa harus menghilangkan citra televisi lokal sebagai televisi yang mengedepankan lokalitas di masyarakat.<sup>6</sup>

Menurut UU Nomer 32 Tahun 2002, Pasal 6 Ayat 2 menyebutkan bahwa dalam sistem penyiaran nasional ada lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang nantinya akan dikembangkan lebih luas sehingga membentuk sebuah stasiun jaringan dan stasiun lokal. Adapun PP No 50 Tahun 2005, dimana penyiaran diselenggarakan dalam suatu sistem dan memiliki dasar keberagaman kepemilikan dan program siaran menggunakan pola jaringan yang adil dan terpadu sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat.

Eksistensi dari televisi lokal mengenai muatan lokal dengan menyajikan sebuah informasi kebudayaan sehingga memiliki berita kelokalan yang lebih detail dan menjadi daya tarik tersendiri bagi penontonnya, hal itulah yang menjadi pembeda antara televisi lokal dan televisi swasta.



**Gambar 1.1 Pangsa Pasar Televisi Berjaringan Swasta dan Televisi lokal**

<sup>6</sup> Dikutip dari [https://www.kompasiana.com/dewiwiddie/mengapa-tv-lokal-akhirnya-tunduk-pada-tv-berjaringan\\_54f8c754a33311ba188b48ba](https://www.kompasiana.com/dewiwiddie/mengapa-tv-lokal-akhirnya-tunduk-pada-tv-berjaringan_54f8c754a33311ba188b48ba) (diunduh pada 13 februar 2020 jam 17.29)

Berdasarkan pada gambar 1.1 diatas, tantangan terbesar televisi lokal saat ini adalah persaingan dengan televisi swasta yang notabene sudah sangat kuat dengan modal, peralatan juga sumber daya manusianya. Dari data *survey* AC Nielsen menunjukkan perolehan tingkat *share* pemirsa televisi lokal di antara televisi swasta tahun 2010 menurun dibandingkan tahun 2009, dari 2,6% menjadi 2,5%.<sup>7</sup> Berdasarkan data kepemirsaaan AGB Nielsen Media Research yang mencakup 10 kota besar di Indonesia dan memantau pemirsa usia 5 tahun ke atas, jika dibandingkan dengan televisi swasta yang mempunyai jumlah *share* pemirsa sebesar 97,5% yang didukung dengan kekuatan modal dan SDM yang handal, sehingga televisi lokal harus berani bersaing secara “head-to-head” dengan televisi swasta tentunya di wilayah jangkauan yang sama. Walaupun dengan modal dan SDM yang terbatas, karena pada kenyatannya Televisi lokal bukan rival bagi televisi swasta.<sup>8</sup>

Guna meminimalisir adanya sistem monopoli oleh media televisi swasta oleh pemodal tertentu, melalui bisnis penyiaran yang sesuai dengan peraturan dalam otonomi daerah yang mana akhirnya memunculkan sebuah konsep jika, “suatu lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi yang terdiri dari penyiaran jaringan dan atau penyiaran lokal” tertuang dalam UU Nomer 32 Tahun 2005 tentang penyiaran. Maka dari itu, televisi lokal adalah sebuah stasiun televisi yang memiliki jangkauan siar

---

<sup>7</sup> Rinowati N.A, *Eksistensi Televisi Lokal (Kasus: Eksistensi TVKU Dalam Kompetisi Industri Penyiaran)*, (Skripsi Sarjana, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2012), h.3.

<sup>8</sup> Dikutip dari

“[https://www.kompasiana.com/mas\\_antok/56a436324323bd3905a1e176/tv-lokal-di-tengah-raksaksa-tv-nasional?page=2](https://www.kompasiana.com/mas_antok/56a436324323bd3905a1e176/tv-lokal-di-tengah-raksaksa-tv-nasional?page=2)” diunduh 06 januari 2019 10:48.

lokal dimana stasiun penyiaran lokal memiliki studio siaran di lokasi tertentu dengan jangkauan tertentu.<sup>9</sup>

Berbicara mengenai jangkauan siaran televisi lokal terutama di Semarang, yang mana dari keseluruhan televisi lokal di Semarang memiliki jangkauan siaran hampir di seluruh provinsi Jawa Tengah. Sebut saja seperti TV Borobudur yang sekarang sudah diakuisisi oleh Kompas TV yang memiliki jangkauan siaran ke seluruh wilayah Jawa Tengah, Pro TV Semarang yang telah bergabung dengan inews yang memiliki jangkauan siaran dari mulai Semarang-Pekalongan-Pati-Rembang-Jepara-Salatiga hingga sebagian Boyolali dan Solo, lalu ada Cakra Semarang TV yang berhasil menjangkau dari mulai Semarang-Jepara-Demak-Kendal-Ungaran-Magelang-Pati hingga sebagian Boyolali-Solo dan Klaten.<sup>10</sup>



**Gambar 1.2 Peta Jangkauan Televisi Lokal Simpang5tv di Jawa Tengah tahun 2019 (Company Profile Simpang5tv )**

<sup>9</sup> Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media : ISAI Bersama LKIS*, Jakarta, 2004, hal. 105.

<sup>10</sup> Afif Nur Hidayah, *Komposisi Siaran Dakwah Di Televisi Lokal Kota Semarang*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, 2016), h. 55.

Berdasarkan dari gambar 1.2 diatas, dapat kita lihat jangkauan siaran dari Simpang5tv sebagai salah satu televisi lokal di Jawa Tengah, dalam gambar tersebut dijelaskan mengenai cakupan siaran yang telah di miliki oleh Simpang5tv di 11 Kabupaten/Kota provinsi Jawa Tengah. Beroperasi dengan power maksimal 20kw dari site Gombel, *coverage* pancaran Simpang5tv benar-benar memiliki *reception quality* yang *clear* hampir di seluruh jangkauan siar tersebut.

Televisi lokal memiliki peran penting dan strategis dalam mengubah ketidakseimbangan fungsi media di televisi swasta seperti RCTI, SCTV, METRO TV, dan lain-lain dalam mengangkat isu-isu dan budaya lokal<sup>11</sup>. Namun perkembangan Televisi lokal di Indonesia hanya menekankan pada kuantitas,tidak diikuti dengan perkembangan kualitasnya. Masih tidak sedikit televisi lokal saat ini sangat jauh dari yang dibayangkan<sup>12</sup>. Pertumbuhan televisi lokal yang terus bertambah dari tahun ke tahun tetapi tidak diimbangi dengan daya untuk bertahan.

Peter Herford mengungkapkan bahwa setiap stasiun televisi menyuguhkan beberapa program hiburan dari berbagai *genre* mulai dari film, *talkshow*, kuis dan sebagainya<sup>13</sup>. Program hiburan menjadi salah satu program unggulan dalam sebuah produksi ditelevisi, namun kenyataannya pada televisi lokal program sering mengalami perubahan yang cukup dinamis. Seperti

---

<sup>11</sup> Haryati . 2013. Televisi Lokal Dalam Representasi Identitas Budaya. Observasi Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Bandung. SSN. 1412 – 5900 Vol. 11, Nomor 1, Tahun 2013. Hal.1

<sup>12</sup> *Ibid*, Hal.5.

<sup>13</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Hal. 2

diketahui, acara televisi swasta memiliki jangkauan luas terhadap masyarakat dibandingkan dengan televisi lokal. Hal itulah yang menjadi alasan program di televisi lokal sering mengalami umur yang pendek dalam produksinya..

Berbicara mengenai produksi program di televisi lokal, Simpang5tv melalui konsep program-program berbasis local dengan menekankan unsur informatif dan menghibur<sup>14</sup>. Kini eksistensi program telah melekatkan *brand* Simpang5tv sebagai bagian penting dari Semarang dan Jawa Tengah. Melalui siaran beberapa program yang menghasilkan finansial tetapi juga memberikan tayangan yang informatif, seperti kearifan lokal dan konten-konten yang bertema kedaerahan. Hal-hal tersebut tentunya akan dapat menggambarkan karakter masyarakat daerah setempat.

Salah satu program di Simpang5tv yang menarik untuk peneliti teliti adalah pada program Limasan melalui konsep sebuah program *talkshow* yang diisi dengan bincang-bincang ringan terhadap narasumber yang dikupas dalam 5 segmentasi yang di rancang secara menarik dan tuntas. Limasan sendiri merupakan program *talkshow* di Simpang5tv yang hanya tayang 1 kali dalam sepekan yang diharapkan program Limasan mampu menjadi ruang rebugnya masyarakat terutama di Jawa Tengah.

Memasuki era disrupsi ini menjadikan dunia berkembang tanpa batas dalam hal teknologi. Disrupsi menurut KBBI sendiri adalah tercabutnya nilai-nilai ataupun tidak linearnya suatu hal atau tidak dalam satu bidangnya. Selain

---

<sup>14</sup> Company Profile Simpang5 TV. Data diterima pada tanggal 23 Januari 2020

itu tanda-tanda ini juga merubah tatanan di masyarakat dengan begitu cepatnya.<sup>15</sup>

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan hidup dalam tatanan masyarakat semakin meningkat, yang di dorong oleh tuntutan zaman yang semakin lama semakin modern. masyarakat pun harus mampu mengikuti perkembangan zaman yang berguna untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya. Hal tersebut di perkuat dengan adanya *survey* dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet masyarakat Indonesia yakni sekitar 143,26 juta jiwa. Hal itu membuktikan bagaimana media massa di Indonesia mendapatkan posisi penting di masyarakat. Mulai dari bidang sosial, ekonomi, budaya. bahkan bidang politik.<sup>16</sup>

Era disrupsi ini menjadikan media harus memberanikan diri untuk *survive*. Akibat terjadinya migrasi yang signifikan dari orang muda yang beralih ke internet, khususnya dengan tersedianya perangkat integrator yang canggih seperti *youtube, facebook, blog* dan perangkat lainnya. Meski masih belum bisa dihitung secara pasti kapan persisnya migrasi itu terjadi, namun kecenderungan penggunaan internet akan semakin cepat. Sistem mengakses informasi, baik berita maupun hiburan dari *push media* (satu ke semua) menjadi *pull media* (mengambil dari manapun, oleh siapapun dan kapanpun).<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Wahyuningtyas Dwi Saputri & Dian Riskiana Resty, “*Dampak Media dalam Era Disrupsi Sebagai Perwujudan Integrasi Pemilihan Presiden ( Pilpres ) 2019*”, Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang, 2018, h.1120.

<sup>16</sup> Ibid, h.1119.

<sup>17</sup> Dyah Hayu Rahmitasari, “*Manajemen Media di Indonesia*” (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), h.21.

Maka dari itu, manajemen sebuah program secara maksimal pada televisi lokal sangatlah diperlukan. Mengingat sumber daya yang dimiliki oleh televisi lokal terbilang sangat minim, selain harus mampu menutupi beberapa kekurangan dalam produksi hingga *survive* di dunia digital yang berkembang pesat saat ini.

Limasan yang merupakan program *talkshow* berbayar dan tidak berbayar, dari mulai sumber daya manusia yang minim hingga kendala mengenai minimnya anggaran menjadi masalah tersendiri yang dihadapi dalam proses produksi program Limasan. Dalam upaya mengembangkan produksi program hiburan maupun berita di Simpang5tv maka perlu adanya sebuah manajemen yang harus dilakukan agar mampu mempertahankan bisnis televisi lokal di era disrupsi.

Simpang5tv mungkin tidak bisa mengimbangi dominasi siaran televisi swasta, hal itulah yang menciptakan sebuah kerjasama dengan televisi swasta yang disebut dengan televisi jaringan tentunya dengan kekurangan dan kelebihan yang harus diterima. Melalui era disrupsi atau pergeseran dari media digital ke media internet, menjadikan sebuah peluang bagi televisi lokal terutama Simpang5tv dalam bersaing dengan media televisi lokal lainnya. Melalui analisis *Planning, Organizing, Actuating and Controlling (POAC)*, bagaimana Simpang5tv harus mampu dalam merencanakan sebuah produksi, mengorganisasikan semua elemen agar dalam pelaksanaan produksi berjalan dengan baik sehingga dalam melakukan pengawasan produksi dapat terkontrol

dengan baik hingga hasil akhir dalam sebuah produksi program terutama pada produksi program Limasan.

Melalui kajian yang telah di dapat oleh peneliti dari penelitian sebelumnya mengenai *Manajemen Produksi* terutama pada *Televisi Lokal* dengan menggunakan analisis POAC. *Pertama* dari Lila Fitrotun Nisa' mengenai bagaimana *Implementasi Manajemen Penyiaran* di *Radio Pas 101,0 FM*, *kedua* dari Liga Pujianti mengenai *Manajemen Produksi Siaran Program Bandar Jakarta* di JAK TV dan *terakhir* dari jurnal mengenai bagaimana *Proses Manajemen* pada program *Morning Show di Net TV*.

Peneliti tertarik meneliti produksi program Limasan sebagai salah satu *talkshow* di Simpang5tv yang notabene merupakan televisi lokal guna menunjang penelitian ini, maka kebaruan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah perbedaan menggunakan objek Simpang5tv karena peneliti melihat Simpang5tv Jawa Tengah merupakan televisi lokal di area kota Pati yang sudah diperluas hingga area Jawa Tengah yang berpusat di kota Semarang. Selain itu Simpang5tv juga merupakan televisi dibawah jaringan dari Jawapostv sehingga peneliti ingin melihat bagaimana proses manajemen produksi program di Simpang5tv terutama pada program Limasan dengan keterbatasan produksi yang dimiliki.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Menjamurnya televisi lokal di Indonesia yang dianggap sebagai salah satu aset yang harus dioptimalkan dan dikembangkan.
2. Televisi berjaringan sebagai salah satu upaya bagi televisi lokal agar tetap bertahan ditengah-tengah televisi swasta yang jakartasentris.
3. Keterbatasan jangkauan siar hingga minimnya biaya produksi program Limasan hingga SDM yang sedikit sebagai salah satu kekurangan di Simpang5tv.
4. Program Limasan menjadi program *talkshow* di Simpang5tv yang masih bertahan meskipun hanya tayang 1 kali dalam sepekan.
5. Pergeseran kebutuhan masyarakat terhadap media digital menjadi media internet mengharuskan produksi program di Simpang5tv berani untuk *survive* dalam memanfaatkan peluang di era disrupsi.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan oleh peneliti agar tidak terjadi pembahasan yang meluas maka penulis membatasi penelitian ini pada manajemen produksi program *talkshow* Limasan di Simpang5tv dengan menggunakan analisis POAC.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen produksi program televisi lokal di

era dirupsi melalui studi program *talkshow* limasan di simpang5tv jawa tengah dengan menggunakan analisis POAC?

### **E. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen Produksi Program Televisi Lokal di Era Dirupsi pada *Talk Show* Limasan di Simpang5tv Jawa Tengah dengan menggunakan analisis POAC.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan referensi bagi studi selanjutnya mengenai bisnis di bidang media terutama televisi. Karena seperti kita ketahui televisi akan tetap menjadi media informasi yang tetap ada walaupun digital akan digeser oleh teknologi yang semakin maju, dan dari tahun ke tahun media televisi selalu di tuntutan agar mengikuti alur perkembangan dunia dan masyarakatnya. Maka dari itu, dengan penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan tentang bagaimana manajemen produksi media terutama televisi lokal di persaingan ketat televisi swasta dan era teknologi yang semakin maju, dan hal-hal apa saja yang harus di ketahui dalam mempertahankan pengembangan bisnis di media televisi terutama televisi lokal.

## **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi terutama bidang penyiaran. Selain itu juga memberikan gambaran mengenai analisis POAC dalam sebuah manajemen produksi di media terutama media televisi lokal.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal. Menurut Joseph A. Devito mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, dimana pesannya disalurkan oleh pemancar-pemancar audio atau visual. Melalui bentuk komunikasi massa diantaranya adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, buku, pita dan film.<sup>18</sup>

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik.<sup>19</sup>

Seiring pesatnya perkembangan teknologi komunikasi khususnya di bidang komunikasi massa elektronik yang begitu cepat dan makin sulit membedakan antara media komunikasi massa hingga media komunikasi pribadi. Hal ini terjadi karena semakin berkembangnya teknologi di dunia

---

<sup>18</sup> Nurudin, “*Pengantar Komunikasi Massa*”, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 12.

<sup>19</sup> Hafied Cangara, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 25.

yang berhasil dikombinasikan menjadi sebuah multimedia antara satu alat komunikasi dengan komunikasi lainnya.

## 2. Media Massa

Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma. sedangkan media massa sendiri dibagi menjadi 2 yaitu media cetak dan media elektronik.<sup>20</sup>

Peran media massa sangat berpengaruh di kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern yang mempunyai peran penting. Adapun 6 perspektif menurut McQuail dalam melihat peran media, yaitu:<sup>21</sup>

- a. Media massa sebagai *window on event and experience*, atau bisa juga disebut sebagai jendela yang memudahkan khalayak untuk melihat apa yang sedang terjadi di luar, dimana media menjadi sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.
- b. Media massa sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*, yaitu cermin dalam berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, dan di refleksikan apa adanya. Maka dari itu, para pengelola media sering merasa tidak “bersalah” jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka.

---

<sup>20</sup> Denis McQuail, “*Teori Komunikasi Massa*”, (Jakarta : Erlangga, 1987), hal. 1.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hal. 66.

- c. Media massa sebagai *gatekeeper*, yaitu sebagai filter yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Kemudian memilih isu, informasi atau bentuk *content* yang lain berdasarkan standar para pengelolanya. Lalu khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui untuk mendapat perhatian.
- d. Media massa juga bisa disebut sebagai *guide*, karena media bisa menjadi penunjuk jalan atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam dalam suatu peristiwa.
- e. Media massa sebagai forum guna mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga muncul berbagai tanggapan dan umpan balik.
- f. Media massa sebagai *interlocutor*, media massa bukan hanya tempat berlalu lalangnya informasi melainkan juga sebagai media partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

### 3. Televisi

#### a. Jenis

Penyiaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 dimana pada saat itu TVRI menayangkan secara langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada 17 Agustus 1962 yang mana siaran tersebut masih dinyatakan sebagai siaran percobaan. Lalu TVRI baru melakukan siaran resminya pada saat gelaran Asian Games ke-4 di Gelora Bung Karno.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Mila Day, Buku Pinter Televisi, Penerbit Trilogos Library, Jakarta, 2004, hlm.16

Setelah adanya Undang-Undang penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi yang baru mulai banyak bermunculan yaitu<sup>23</sup>:

### **1) Stasiun Swasta**

Ketentuan dalam undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia di bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Yang dimaksud dengan bersifat komersial adalah dimana sebuah lembaga penyiaran swasta didirikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari sebuah penayangan iklan dan juga usaha sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

Menurut hukum di Indonesia, kepemilikan saham keseluruhan dari sebuah stasiun swasta adalah warga negara Indonesia, dengan artian bahwa warga negara asing tidak diperbolehkan mendirikan stasiun penyiaran di Indonesia atau bekerja sama dengan orang Indonesia untuk bersama-sama membangun sebuah stasiun penyiaran.

Stasiun televisi swasta juga wajib memberikan kesempatan bagi karyawannya untuk menanam saham perusahaan dan memberikan bagian laba perusahaan. Seorang karyawan di sebuah stasiun televisi terutama swasta berhak atas saham perusahaan yang telah ia

---

<sup>23</sup> Morissan. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008). Hal. 88

tanamkan dan mampu memberikan penambahan dan pengembangan modal melalui pasar modal.

Bisnis melalui stasiun televisi swasta menjadi investasi yang menguntungkan, hal ini terjadi karena adanya minat yang besar orang lain terhadap dunia penyiaran. Guna untuk menjaga kestabilan suatu bisnis perusahaan terutama penyiaran tentu harus ada produk yang bagus untuk dijual kepada khalayak.

Adapun beberapa ketentuan dalam produk siaran dalam sebuah televisi, seperti relai siaran. Menurut undang-undang penyiaran bahwa relai siaran televisi dengan program yang berasal dari dalam negeri melalui sistem stasiun jaringan dibatasi paling banyak 40%, dan untuk relai siaran dengan program yang berasal dari luar negeri di batasi paling banyak 10%, kecuali siaran pertandingan olahraga.<sup>24</sup>

Dalam hal ini, stasiun swasta dilarang melakukan relai siaran acara yang berasal dari lembaga luar negeri untuk jenis program tertentu : 1) warta berita; 2) siaran musik yang penampilannya tidak pantas; 3) siaran olahraga yang memperagakan adegan sadis.<sup>25</sup>

Selain dari relai siaran, sebuah stasiun televisi swasta juga memiliki penghasilan dari sebuah siaran iklan. Tentunya siaran iklan juga telah diatur dalam undang-undang tentang penyiaran, dimana sebuah siaran iklan diperbolehkan tayang di waktu tertentu tergantung iklan yang ditampilkan.

---

<sup>24</sup> *Ibid.*, Hal.98.

<sup>25</sup> *Ibid.*

Waktu siaran sebuah televisi swasta dibatasi paling banyak 20% dari waktu siaran setiap harinya, sedangkan waktu siaran iklan layanan masyarakat paling sedikit 10% dari siaran iklan niaga setiap hari.<sup>26</sup>

## 2) Stasiun Berlangganan

Di Indonesia ketentuan mengenai stasiun televisi berlangganan selain diatur dalam UU No. 32 tahun 2002 juga diatur dalam pelaksanaannya, yaitu melalui peraturan pemerintah No. 52 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan. Stasiun berlangganan di Indonesia harus berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan yang memancarkan atau menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia atau media informasi lainnya.<sup>27</sup>

Dalam siarannya, sebuah stasiun televisi berlangganan harus memenuhi ketentuan, yaitu: a) memiliki jangkauan siaran yang dapat diterima di wilayah Indonesia; b) memiliki stasiun pengendali siaran yang berlokasi di Indonesia; c) memiliki stasiun pemancar ke satelit yang berlokasi di Indonesia; d) menggunakan satelit yang

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, Hal.99.

<sup>27</sup> *Ibid.*, Hal.103.

mempunyai *landing right* di Indonesia; e) menjamin agar siarannya hanya diterima oleh pelanggan.<sup>28</sup>

Dalam menyelenggarakan sebuah televisi berlangganan harus melakukan sebuah sensor internal terhadap semua isi siaran yang akan di siarkan serta menyediakan paling sedikit 20% dari kapasitas kanal untuk menyalurkan program dari media penyiaran publik ke penyiaran swasta. Pembiayaan media penyiaran berlangganan berasal dari iuran berlangganan, siaran iklan dan usaha lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.<sup>29</sup>

### 3) Stasiun Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas itu bersifat independen dan tidak komersial dengan daya pemancar yang rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Dengan kata lain, stasiun komunitas ini didirikan bukan untuk mencari sebuah keuntungan atau tidak menjadi bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata.

Sesuai dengan namanya, stasiun komunitas ini hanya menayangkan sebuah siaran komunitasnya saja. Begitupula dengan modal awal dalam mendirikan sebuah stasiun komunitas yang diperoleh dari kontribusi komunitasnya yang berasal dari 3 (tiga) orang atau lebih yang selanjutnya menjadi milik komunitas tersebut. Selain itu, stasiun komunitas juga bisa mendapatkan pembiayaan

---

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> *Ibid.*, Hal.104

dari sumbangan hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.

Radius siaran televisi komunitas pun hanya dibatasi maksimum 2,5 km dari lokasi pemancar atau dengan *effective radiated power* (ERP) maksimum 50 watt. Dalam radius siaran tersebut hanya diperbolehkan satu stasiun televisi swasta. Relai yang dilakukan pun tidak seperti televisi swasta, dimana relainya sebuah stasiun komunitas hanya relai dari stasiun penyiaran lain kecuali untuk acara kenegaraan, ilmu pengetahuan dan teknologi yang sesuai dengan kepentingan komunitasnya.<sup>30</sup>

#### **4) Stasiun Publik**

Stasiun penyiaran publik bersifat independen, netran, tidak komrsial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Stasiun penyiaran Indonesia terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang stasiun siaran pusatnya berada di ibukota negara.

Menurut Undang-Undang penyiaran, stasiun publik terdiri dari RRI dan TVRI yang stasiun pusat siarannya berada di Jakarta. Selain itu, di daerah provinsi, kabupaten atau kota dapat didirikan stasiun publik.<sup>31</sup>

Adapun sumber pembiayaan media penyiaran publik di Indonesia berasal dari : 1) iuran penyiaran yang berasal dari masyarakat; 2)

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, Hal.105.

<sup>31</sup> *Ibid.*

Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) atau Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD); 3) Sumbangan masyarakat; 4) siaran iklan. Pembiayaan stasiun publik ini boleh dikatakan lebih banyak dari stasiun swasta, seperti yang dijelaskan sebelumnya televisi swasta mendapatkan pembiayaan hanya dari iklan dan usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

Menurut Pringle-Starr-McCavitt (1991), apapun program yang akan ditayangkan, dan dengan alasan apapun, stasiun penyiaran publik, khususnya sebuah televisi skeduling atau perencanaan yang matang agar dapat “bersaing” dengan televisi komersil.<sup>32</sup>

#### **b. Jangkauan Siaran**

Berdasarkan jangkauan siarannya, stasiun penyiaran ini dapat dibagi menjadi tiga yaitu<sup>33</sup>:

##### **1) Stasiun Lokal**

Stasiun penyiaran radio dan televisi lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten. Dalam Undang-Undang penyiaran menyatakan bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut.

Stasiun televisi lokal tidak perlu memasang iklan pada media massa yang memiliki daya jangkauan siaran yang meliputi sebagian

---

<sup>32</sup> *Ibid.*, Hal.109.

<sup>33</sup> *Ibid.*, Hal. 112-131.

besar wilayah negara karena tidak efektif dan membutuhkan biaya besar. Maka dari itu, perusahaan lokal dapat beriklan di stasiun penyiaran lokal seperti radio atau televisi lokal.

Munculnya stasiun televisi lokal di Indonesia dapat dibagi menjadi tiga fase. Pertama, pada masa orde baru hingga reformasi (1995-1998), dimana beberapa stasiun televisi lokal telah muncul, namun hanya untuk kebutuhan komunitas tertentu. Kedua, pasca reformasi (1998-2001), selain stasiun televisi lokal yang sebelumnya sudah ada muncul beberapa stasiun televisi lokal baru khususnya wilayah Sumatra, Jawa dan Kalimantan. Ketiga, tahun 2001- 2006, ini adalah fase booming bagi televisi lokal di Indonesia, karena pada masa ini, spirit otonomi daerah semakin kuat dan banyak pengusaha atau pemodal di daerah mulai berkipah di bisnis televisi lokal.

Secara umum misi didirikannya televisi lokal adalah untuk menyiarkan semua hal yang berkaitan dengan kearifan lokal di masyarakat, yang diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengimbangi arus informasi dari pusat ke daerah. Media penyiaran daerah juga menjadi sebuah jembatan komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah. Media penyiaran daerah dapat menjadi lembaga kontrol sosial yang efektif dan menjadi sarana untuk mensosialisasikan program-program pemerintah daerah. Setiap daerah pastinya mempunyai lembaga penyiaran baik radio maupun televisi.

Di Jawa Tengah sendiri ada beberapa stasiun televisi lokal yang bersiaran dalam wilayah layanan siaran yang lebih terbatas untuk melayani kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat, misalnya TV Borobudur (sekarang Kompas TV Semarang), Pro-TV (sekarang I-News TV Semarang), TVKU, dan Cakra Semarang TV (di Semarang), Simpang5tv , Cahaya TV (di Pati), TATV dan Solo TV (di Surakarta), Salatiga TV (di Salatiga), Tegal TV (di Tegal), Ratih TV (di Kebumen), Batik TV (di Pekalongan), dan Banyumas TV (di Banyumas).

## **2) Stasiun Nasional**

Stasiun penyiaran nasional adalah stasiun radio dan televisi yang menyiarkan programnya ke sebagian wilayah di Indonesia. Negara-negara yang memiliki sistem penyiaran tersentralisasi atau terpusat biasanya memiliki stasiun radio atau televisi pusat, yang di kelola oleh pemerintah maupun swasta. Di Indonesia sendiri pada tahun 2007, tercatat ada 10 stasiun televisi nasional yang berlokasi di Jakarta yang melakukan siaran nasional.<sup>34</sup>

Melalui siaran nasional ini, pemasang iklan dapat menyiarkan produknya hampir ke seluruh wilayah negara secara serentak. Adapun keuntungan lainnya yaitu pemasang iklan lebih mudah melakukan pembelian waktu siaran iklan.

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, Hal.113.

Di Indonesia sudah bertahun-tahun menerapkan sistem penyiaran televisi secara terpusat dimana sejumlah stasiun televisi di Jakarta mendapatkan hak untuk melakukan siaran nasional. Melalui Undang-Undang Penyiaran No.32 tahun 2002, Indonesia secara bertahap akan mengubah sistem penyiaran menjadi sistem penyiaran berjaringan yang mengakui keberadaan televisi daerah atau televisi lokal.<sup>35</sup>

### 3) Stasiun Jaringan

Head dan Sterling, mendefinisikan sebuah televisi jaringan sebagai: *“two or more stations interconnected by some means of relay (wire, cable, terrestrial micro waves, satellite) so as to enable simultaneous broadcasting of the same program...”* yang berarti sebagai dua atau lebih stasiun yang saling berhubungan melalui relai (kawat, kabel, gelombang mikro terestrial, satelit) yang memungkinkan terjadinya penyiaran program secara serentak.<sup>36</sup>

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa stasiun jaringan adalah sejumlah stasiun penyiaran yang saling berhubungan untuk dapat menyiarkan program secara serentak. Namun untuk dapat disebut sebagai stasiun jaringan terdapat ketentuan jumlah minimal stasiun penyiaran yang mau bergabung untuk membentuk suatu jaringan penyiaran.

Willis dan Aldrigde, menambahkan ketentuan atau kriteria pengertian jaringan dengan menyebutkannya; *“there are several*

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, Hal.114.

<sup>36</sup> *Ibid.*, Hal.116.

*different kinds of networks, but all of them have one thing in common : they distribute program simultanously to affiliated station”* artinya bahwa terdapat beberapa jenis jaringan, namun semuanya memiliki satu kesamaan: yaitu jaringan yang menyiarkan program secara serentak kepada stasiun afliasinya.<sup>37</sup>

Jaringan televisi di Indonesia disebut sebagai televisi berlangganan yang merupakan salah satu bentuk jaringan yang ada disebut jaringan karena program siaran di pancarkan secara serentak dari sentralnya ke berbagai perusahaan siaran berlangganan yang ada di berbagai negara.

Dengan sistem jaringan ini, pemilik modal besar tidak diperkenankan mendirikan stasiun siaran dan melakukan siaran secara nasional dengan mengabaikan hak masyarakat daerah untuk mengelola stasiun siaran mereka sendiri. Prinsip dari stasiun jaringan ini memberikan rasa keadilan dalam hal pemanfaatan frekuensi sebagai domain publik.

Menurut Willis dan Aldridge, keuntungan dari stasiun jaringan antara lain mencakup: program siaran, pemasang iklan, dan efisiensi stasiun lokal. Keuntungan lain dari stasiun jaringan adalah kemampuannya untuk menawarkan liputan berita mengenai berbagai peristiwa penting secara langsung dari tempat kejadian (*on-the-spot coverage*). Karena pada umumnya sebuah stasiun penyiaran lokal

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, Hal.118.

tidak mampu mengirim reporter dan peralatannya ke suatu lokasi yang sangat jauh untuk melakukan siaran langsung.<sup>38</sup>

Selain keuntungan, stasiun jaringan juga memiliki kelemahan, yaitu timbulnya sebuah sikap ketergantungan yang sangat besar dari stasiun lokal di daerah kepada stasiun jaringan di pusat. Karenanya stasiun jaringan menjadi sangat berkuasa (*powerfull*) dan mampu mengikat stasiun lokal ke dalam kontrak yang sangat membatasi hak-hak stasiun lokal. Adapun kelemahan lainnya yaitu tidak munculnya kreativitas lokal dan kejeniusan lokal dalam ranah siaran.

#### 4. Manajemen Produksi Program

##### a. Pengertian Manajemen Produksi

Menurut Stoner mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai sebuah tujuan yang sudah di tetapkan.<sup>39</sup>

Pringle, Jennings dan Longnecker juga mendefinisikan manajemen sebagai proses memperoleh dan mengkombinasikan sumber daya manusia, keuangan, informasi dan fisik untuk mencapai tujuan utama organisasi, yaitu menghasilkan suatu barang atau jasa yang diinginkan dari segmen masyarakat.<sup>40</sup>

Menurut George R. Terry, manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian,

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, Hal.120.

<sup>39</sup> *Ibid.*, hal. 135-136.

<sup>40</sup> *Ibid.*

pengarahan/penggerakkan, dan pengendalian guna untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran dalam pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>41</sup>

Manajemen produksi merupakan salah satu bidang yang memiliki peran dalam bentuk bekerjasama dengan berbagai kegiatan ekonomi untuk mencapai target tertentu. Dalam mengatur kegiatan tersebut, perlu adanya kerjasama guna menentukan keputusan-keputusan yang berhubungan langsung dengan usaha untuk mencapai tujuan dan target yang telah ditentukan agar barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang telah terkonsep.<sup>42</sup>

Berdasarkan pengertian manajemen diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses merencanakan, mengorganisasi, diarahkan serta menawasi suatu usaha-usaha melalui sumber daya manusia yang ada agar menghasilkan sebuah produksi yang tertata rapi dan baik.

#### **b. Fungsi Manajemen**

Pada sebuah media penyiaran seorang manajer umum atau *general manager* bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada sehingga tujuan dari media penyiaran dapat tercapai, dalam melaksanakan

---

<sup>41</sup> Malayu, S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014, Hal. 3.

<sup>42</sup> Qurotul Aini, "Manajemen Produksi Program Berita Lokal Dan Musikmu Di Radio Dian Swara 98.2 Fm Purwokerto" (Skripsi Sarjana, Jurusan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto), Hal. 7-8.

tanggung jawabnya seorang manajer umum harus memperhatikan empat fungsi dasar dari manajemen, yaitu<sup>43</sup>:

### **1) Perencanaan (*Planning*)**

Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa. Perencanaan dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan datang dimana perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan. Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi guna mencapai tujuan tersebut.

Adapun dalam perencanaan harus diatur bagaimana rencana strategi agar mencapai tujuan tersebut. Menurut Stephen Robbins, penentuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan.<sup>44</sup> Dimana dalam berpikir strategis harus meliputi tindakan memperkirakan atau membangun masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan.

Dalam sebuah perencanaan juga tak lepas dari sebuah anggaran yang harus disediakan guna mencapai tujuan dan target tertentu. Seorang manajer bisnis harus mengenal kebutuhan-kebutuhan dari setiap

---

<sup>43</sup> Morissan, *loc. cit.*, Hal. 138.

<sup>44</sup> *Ibid.*, Hal. 143.

departemen dan anggaran yang diperlukan, serta mampu menjaga keseimbangan pengeluaran.

## **2) Pengorganisasian (*Organizing*)**

Pengorganisasian adalah sebuah proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungannya. Adapun dua aspek dalam penyusunan organisasi ini yaitu, departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi ini adalah pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas pekerjaan agar individu dalam organisasi bertanggung jawab dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Keduanya ini adalah dasar mengenai proses organisasi agar mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Menurut Peter Pringle dan rekan, kegiatan pengorganisasian adalah proses pengaturan sumber daya manusia dan materi dalam suatu struktur formal dimana tanggung jawab diberikan kepada berbagai unit, posisi dan personil tertentu. Proses ini memungkinkan konsentrasi dan koordinasi kegiatan dan pengawasan terhadap upaya-upaya untuk mencapai tujuan media penyiaran. Menurut Pringle dalam sebuah pengorganisasian media penyiaran memiliki beberapa departemen<sup>45</sup>, yaitu:

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, Hal.160.

**Departemen Penjualan dan Pemasaran.** Penjualan waktu siaran stasiun penyiaran kepada pemasang iklan merupakan sumber pendapatan utama bagi sebuah stasiun televisi komersil. Dalam unit penjualan nasional/regional akan menangani pemasang iklan skala nasional maupun regional sedangkan unit penjualan lokal hanya akan menangani pemasang iklan skala lokal.

**Departemen Program.** Dibawah pengawasan dan pengarahan direktur / manajer program, departemen program merencanakan, memilih jadwal, dan dengan bantuan staff produksi memilih program.

**Departemen Teknik.** Dimana departemen ini bertanggung jawab memilih, mengoperasikan dan memelihara studio, *control room*, dan peralatan pemancar.

**Departemen Administrasi/Bisnis.** Departemen ini melaksanakan fungsi daripada stasiun penyiaran sebagai suatu entitas bisnis yang mencakup kegiatan seperti kesekretariatan, penagihan, pembukuan, penggajian dan sebagai penanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusianya.

Media penyiaran juga melakukan fungsi lainnya yang dilakukan oleh suatu departemen, subdepartemen atau unit yang terpisah dari departemen yang sudah disebutkan diatas. Adapun fungsi yang biasa dimiliki oleh media penyiaran:

**Promosi.** Dimana fungsi ini mencakup sebuah promosi program dan promosi penjualan. Kedua fungsi ini menjadi tanggung jawab di

setiap unit atau departemen, tugas promosi program kepada departemen program dan tugas promosi penjualan kepada departemen penjualan / pemasaran.

**Traffic.** Fungsi *traffic* biasanya dilakukan oleh subdepartemen dari departemen penjualan/pemasaran. Dimana seorang manajer *traffic* bertugas melakukan penjadwalan terhadap seluruh program yang akan disiarkan setiap harinya dalam suatu daftar yang disebut *program log*. Bagian *traffic* juga mengawasi seluruh isi siaran iklan dan memastikan bahwa iklan tersebut sudah sesuai kontrak komersial yang telah dibuat antara stasiun dengan pemasang iklan.

**Continuity.** Bagian ini bertanggung jawab dalam penulisan naskah iklan, dan pada kebanyakan stasiun penyiaran bagian ini menjadi tanggung jawab dari sub departemen pemasaran.

Dari pembahasan departemen dan fungsi menurut Pringle dan rekan menyimpulkan bahwa struktur media penyiaran sangat dipengaruhi dari sejumlah faktor, dari jumlah karyawan, jangkauan siaran, serta preferensi atau cara manajer umum menyusun organisasi medianya.

### **3) Pengarahan dan Memberikan Pengaruh (*directing/influencing*)**

Peter Pringle mengemukakan, fungsi dari memberikan arahan dan pengaruh terpusat pada stimulasi karyawannya untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusiasme dan efektif.<sup>46</sup> Kegiatan ini mencakup empat kegiatan penting yaitu :

---

<sup>46</sup> *Ibid.*, Hal.162.

**Motivasi.** Keberhasilan suatu stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya terkait erat dengan tingkatan atau derajat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka semakin besar kemungkinan karyawan akan memberikan kontribusi terbaiknya dalam mencapai tujuan media penyiaran. Ketika kebutuhan dasar seorang karyawan sudah terpenuhi, maka manajer umum harus memberikan respon terhadap kebutuhan yang lebih tinggi agar motivasi karyawan tetap baik.

**Komunikasi.** Fungsi ini adalah cara yang digunakan seorang pemimpin agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana stasiun penyiaran agar mereka dapat berperan secara penuh dan efektif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Kunci sukses suatu manajemen penyiaran adalah komunikasi yang lancar antara berbagai bagian dari suatu organisasi. Orang-orang dalam media penyiaran harus memiliki komunikasi yang baik dan mampu menjadi komunikator yang baik, karena adanya komunikasi antara manajer dan pegawai akan menjadikan pekerjaan lebih baik dan menghasilkan aliran informasi yang lancar.

**Kepemimpinan.** Merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk mempengaruhi orang lain bekerja. Seseorang bisa dikatakan sebagai pemimpin dan mampu memimpin suatu perkumpulan secara baik apabila memiliki sifat atau kualitas tertentu yang diinginkan seperti kharisma, berpandangan ke depan, dan keyakinan diri. Dalam kenyataan seorang pemimpin mampu mempengaruhi moral dan kepuasan

kerja. Stoner mengungkapkan, bahwa kepemimpinan manajerial dapat didefinisikan sebagai suatu proses pengarahan dan pemberian pengaruh pada kegiatan-kegiatan dari sekelompok anggota yang saling berhubungan tugasnya.

**Pelatihan.** Keuntungan dari program pelatihan adalah pemberian kesempatan bagi karyawan untuk mempersiapkan diri mereka dalam mengantisipasi perkembangan atau kemajuan stasiun penyiaran. Adapun kelemahannya dimana karyawan tidak mendapatkan dasar-dasar teori atau filosofis dari suatu pekerjaan, karena pelatihan hanya memfokuskan pada kemampuan menggunakan peralatan saja.

#### **4) Pengawasan (*controlling*)**

Menurut Mockler, pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan guna menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan suatu perusahaan.<sup>47</sup>

Melalui sebuah perencanaan, stasiun penyiaran dapat menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai, dengan proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh rencana dan tujuan

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, Hal.167.

yang sudah ada guna diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Adapun dua konsep untuk mengetahui ukuran prestasi kerja manajemen stasiun penyiaran, yaitu :

**Efisiensi.** Dimana seseorang harus memiliki kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Dimana seorang manajer harus bisa meminimumkan biaya penggunaan sumber-sumber daya untuk mencapai keluaran yang telah ditentukan.

**Efektivitas.** Adalah kemampuan memilih tujuan yang tepat dan peralatan yang tepat guna mencapai tujuan yang ditetapkan. Peter Drucker mengungkapkan, efektivitas adalah melakukan pekerjaan dengan benar.

### c. Program Televisi

Kata “program” berasal dari bahasa inggris *programme* atau *program* yang memiliki arti acara atau rencana. Dalam Undang-Undang Penyiaran sendiri tidak menggunakan kata program untuk acara di televisi melainkan menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.<sup>48</sup>

Program adalah segala hal yang ditampilkan oleh stasiun penyiaran guna memenuhi kebutuhan audiennya. Program juga dianalogikan seperti sebuah produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*service*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini adalah audien dan

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, Hal. 210.

pemasang iklan. Sehingga kata program memiliki makna yang sangat luas karena program adalah produk yang dibutuhkan orang yang mana mereka bersedia mengikutinya.<sup>49</sup>

Menurut Vane-Gross *the programmers must select the appeal through which the audience will be reached* yang maksudnya dimana menentukan jenis program berarti memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program dengan maksud bagaimana suatu program mampu menarik audiennya. Adapun beberapa jenis program dalam penyiaran televisi yaitu:<sup>50</sup>

**Program Informasi**, sesuai dengan namanya program informasi di televisi harus memberikan banyak informasi guna memenuhi rasa ingin tahu dari penonton terhadap banyak hal. Dimana program informasi adalah segala hal jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada penontonya. Program informasi juga tidak melulu mengenai sebuah program berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk salah satunya *talkshow* atau perbincangan, misalnya wawancara dengan artis terkenal, seorang motivator, politikus, akademisi dan yang lainnya.

Program informasi sendiri di bagi menjadi dua secara garis besar yaitu; 1) Berita Keras (*hard news*) yaitu segala informasi yang penting atau menarik yang mana informasinya harus segera disiarkan oleh media penyiaran agar segera diketahui oleh penonton, program yang termasuk

---

<sup>49</sup> *Ibid.*

<sup>50</sup> *Ibid.*, Hal. 218-229.

dalam berita keras (*hard news*) adalah *straight news*, *features*, dan *infotainment*; 2) Berita Lunak (*soft news*) adalah segala hal yang penting dan menarik untuk disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan, program yang termasuk dalam berita lunak (*soft news*) adalah *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan *talkshow*.

**Program Hiburan**, adalah segala hal yang isi siarannya bertujuan menghibur penontonnya dalam berbagai bentuk program dari mulai drama yang terdiri dari sinetron, film dan *cartoon*, lalu ada Permainan yang terdiri dari *quiz*, ketangkasan dan *reality show*, lalu ada program Pertunjukkan yang menampilkan berbagai bakat hingga acara musik.

#### d. Era Disrupsi

Disrupsi di ibaratkan seperti sebuah keadaan yang sebenarnya terjadi akibat dari perubahan keadaan industri yang berawal dari perkembangan teknologi informasi yang berubah secara cepat. Dukungan teknologi informasi sendiri mempunyai dampak yang sangat besar terhadap perkembangan industri<sup>51</sup>. Ketidakpastian dan perubahan secara cepat menjadikan perubahan-perubahan sikap pada individu, kelompok, masyarakat, organisasi maupun pada dunia industri<sup>52</sup>.

Alphan dan Gemici mengatakan jika era disrupsi ini sebuah industri menengah wajib mempunyai kemandirian dalam memberikan

---

<sup>51</sup> Suwardana, H. *Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental*. (JATI UNIK: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri, 2018). Hal.102

<sup>52</sup> Nagy, D., Schuessler, J., & Dubinsky, A. *Defining and identifying disruptive innovations*. (Industrial Marketing Management, 2016). Hal.119

pelayanan maupun inovasi mengenai produknya, dalam hal ini suatu industri diharapkan mampu beradaptasi tidak hanya dengan melakukan perubahan yang menyesuaikan dengan keadaan industri raksasa tetapi juga melakukan adaptasi norma<sup>53</sup>. Johnstone dan Kivima mengemukakan bahwa disrupsi setidaknya memiliki dua hal yang perlu diketahui, yaitu (1) pengurangan tenaga kerja dan (2) persaingan yang keras<sup>54</sup>. Era disrupsi menyebabkan tingkat pengangguran semakin tinggi sehingga banyak perusahaan yang mengganti tenaga kerjanya dengan tenaga mesin dan serta pemanfaatan teknologi secara lebih maksimal.

## **B. Kajian Pustaka**

Guna mendapatkan hasil yang maksimal dalam proses penelitian “Manajemen Produksi Program Televisi Lokal Di Era Disrupsi (Studi Program *Talk Show* Limasan di Simpang5tv Jawa Tengah dengan Menggunakan Analisis POAC)” peneliti akan mengacu kepada beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan terhadap proses manajemen dalam sebuah program di media massa terutama pada media televisi.

Pertama, skripsi dari Lila Fitrotun Nisa’ dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2018 dengan judul “*Implementasi Manajemen Penyiaran Dalam Program Acara ‘Kajian Kitab Al-Hikam’ di Radio Pas 101,0 Fm Pati*”. Pada penelitian ini

---

<sup>53</sup> Alkan, L., & Gemici, E. *Disruption and Ambidexterity: How Innovation Strategies Evolve?* *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2016. Hal.782

<sup>54</sup> Johnstone, P., & Kivimaa, P. *Energy Research & Social Science Multiple dimensions of disruption, energy transitions and industrial policy*. (Energy Research & Social Science, 2018). Hal.260

peneliti menggunakan metode kualitatif dengan analisis domain, yaitu menganalisis gambaran-gambaran dari obyek penelitian pada implementasi manajemen penyiaran dalam program acara ‘‘Kajian Kitab Al-Hikam’’ di radio PAS FM Pati dengan tujuan peneliti adalah untuk mengetahui implementasi manajemen penyiaran yang diterapkan di radio PAS 101,0 FM Pati dalam acara ‘‘Kajian Kitab Al-Hikam’’.

Dalam hasil penelitian tersebut peneliti menerapkan dalam konsep yang terbagi 4 yaitu perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing/influencing*) dan Pengawasan (*Controlling*). Sehingga penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi manajemen penyiaran yang dilakukan oleh radio PAS 101,0 FM Pati telah berhasil meskipun masih ada beberapa elemen pada bagian tren yang dimana masyarakat lebih suka hiburan dari pada acara keagamaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lila Fitrotun Nisa’ memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, persamaannya adalah penelitian menggunakan metodologi kualitatif dan menerapkan konsep perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing/influencing*) dan Pengawasan (*Controlling*) untuk menemukan tujuan dari penelitian. Sedangkan perbedaannya pada fokus dan objek penelitian dimana peneliti fokus terhadap implementasi manajemen penyiaran dengan objek radio Pas 101.0 FM sedangkan peneliti fokus pada manajemen produksi program dengan objek televisi lokal Simpang5tv Jawa Tengah.

Kedua, skripsi Liga Pujianti dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah tahun 2010 dengan judul “*Analisis Deskriptif Manajemen Produksi Siaran Berita Berbahasa Betawi Bandar Jakarta di Stasiun JAK TV*”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan objek penelitian yaitu program berita berbahasa betawi pada televisi lokal JAK TV guna mencapai tujuan yaitu menjabarkan dan menjelaskan tentang sistem manajemen produksi pada program Bandar Jakarta.

Penelitian ini menggunakan analisis POAC guna mencari data sehingga mendapatkan hasil temuan dengan kesimpulan bahwa pada sistem manajemen produksi pada program Bandar Jakarta pada dasarnya sama dengan sistem produksi yang lainnya dan hanya ada beberapa perbedaan dengan manajemen produksi yang lainnya. Dimana program Bandar Jakarta yang mengedepankan sebuah berita atau tayangan melalui perspektif dari masyarakat betawi.

Penelitian yang dilakukan oleh Liga Pujianti memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, persamaannya adalah penelitian menggunakan metodologi kualitatif dan menggunakan analisis perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*) dan Pengawasan (*Controlling*) untuk menemukan hasil dari penelitian. Sedangkan perbedaannya pada fokus dan objek penelitian dimana peneliti fokus terhadap Manajemen Produksi Siaran Berita dengan objek televisi lokal JAK TV sedangkan peneliti fokus pada manajemen produksi program dengan objek televisi lokal Simpang5tv Jawa Tengah.

Ketiga, Jurnal Komunikatio Volume 4 Nomer 2 pada bulan Oktober 2018 yang di tulis oleh Ade Mukhlis Novian, Ike Atikah Ratnamulyani, Maria Fitriah dengan judul “Proses Manajemen Program Acara Indonesia Morning Show Net Tv “*Process Management Of Indonesian Morning Show Program On Net Tv*”. Dalam penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, dimana hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa program acara Indonesia Morning Show di Net TV di jelaskan melalui tiga tahap utama yaitu praproduksi, produksi dan pasca-produksi yang dimana dalam tahapannya memiliki proses yang berbeda.

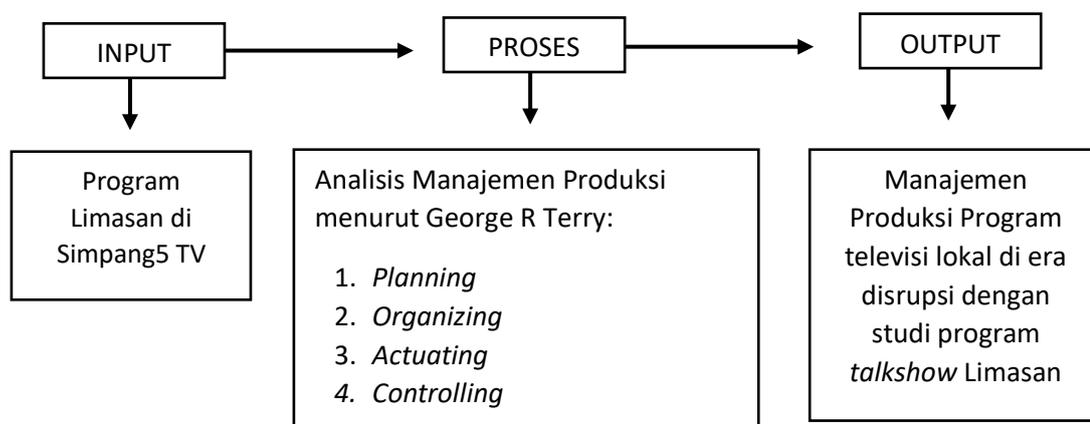
Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis program acara Indonesia Morning Show di Net TV dan menganalisis proses manajemen program acara Indonesia Morning Show Net TV. Dalam penelitian guna melihat proses manajemen program acara Indonesia Morning Show Net TV ada empat fungsi dasar yang harus dilaksanakan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan kepemimpinan dan pengawasan.

Penelitian yang ditulis oleh Ade Mukhlis Novian, Ike Atikah Ratnamulyani, Maria Fitriah dengan penelitian penulis memiliki persamaan yaitu menggunakan metode kualitatif dan mempunyai tujuan yang salah satunya guna melihat bagaimana proses manajemen program acara dalam sebuah televisi dengan menggunakan empat fungsi dasar yang harus dilaksanakan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan kepemimpinan dan pengawasan. Sedangkan perbedaannya dalam jurnal menjadikan Net TV

sebagai objek penelitian dan penulis menjadikan Simpang5tv yang merupakan televisi jaringan dari Jawa Pos Group sebagai objek penelitiannya.

Penelitian mengenai manajemen produksi dalam sebuah acara pada dasarnya menarik untuk diteliti guna mengetahui bagaimana menjalankan sebuah program di sebuah televisi. Berdasarkan kajian pustaka diatas, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus, objek dan program acara yang akan diteliti. Pada penelitian ini peneliti fokus bagaimana Manajemen Produksi Program Pada Televisi Lokal di Era Disrupsi dengan objek Simpang5tv Jawa Tengah.

### C. Kerangka Berpikir



**Gambar 1.3 Kerangka Berpikir**

Dari kerangka pemikiran diatas, peneliti akan melakukan sebuah pengamatan mengenai manajemen program televisi lokal di era disrupsi, studi yang dilakukan peneliti adalah televisi lokal Simpang5tv Jawa Tengah, dimana Simpang5tv Jawa Tengah sebagai salah satu televisi lokal di Jawa Tengah yang berpusat di Kota Pati dan mendapatkan perluasan siaran hampir ke-11 kabupaten di Jawa Tengah dan berkantor di Banyumanik, Semarang. Dalam

penelitian ini peneliti menggunakan akan mengumpulkan data yang diperoleh dari beberapa sumber yang mempunyai peran penting dalam sebuah produksi di televisi lokal terutama Simpang5tv Jawa Tengah. Selain itu, dalam prosesnya peneliti menggunakan analisis *planning, organizing, actuating dan controlling* (POAC) dimana dalam analisis POAC ini nanti peneliti akan menganalisis bagaimana perencanaan dalam pembuatan program acara dari awal hingga akhir, lalu bagaimana pengorganisasian dari semua karyawan sehingga bisa membuat sebuah program acara, lalu bagaimana pelaksanaan dalam membuat program tersebut hingga pengawasan dari segala aspek yang akhirnya menjadikan sebuah program bisa berhasil tayang menurut George R Terry. Setelah analisis dan data yang dikumpulkan sudah cukup maka akan dihasilkan sebuah kesimpulan yaitu mengenai manajemen produksi program televisi lokal di era disrupsi yang mana penelitian ini menggunakan objek program Limasan di Simpang5tv .

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Simpang5tv yang berada di Kompleks Perkantoran dan Tower IBS (Smartfren) Jl. Bukit Sari Raya, Kav.2, Kelurahan Ngesrep, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah. Alasan peneliti membahas mengenai bisnis di dunia penyiaran atau media terutama televisi di antara persaingan ketat televisi nasional, yang mana kita ketahui bahwa televisi lokal merupakan televisi yang minim akan sumber daya manusianya hingga guna menarik pengiklan agar mau mengiklankan produknya di televisi lokal. Pra-Penelitian sendiri sudah dilakukan pada bulan November – Desember 2019 hingga penyusunan proposal telah dilakukan pada bulan Desember 2019 – Januari 2020. Penelitian telah dilakukan pada bulan Maret-Juli 2020 sampai data yang dibutuhkan peneliti terpenuhi sempurna.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang ilmiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, dan menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan secara triangulasi

(gabungan), analisis data yang bersifat induktif dan hasil yang menekankan pada makna daripada generalisasi.<sup>55</sup> Menurut Bogdan dan Biklen penelitian kualitatif itu dilakukan pada kondisi yang ilmiah, bersifat deskriptif baik melalui kata maupun gambar, menekankan proses daripada produk, melakukan analisis data secara induktif dan menekankan pada data yang telah diamati.<sup>56</sup>

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan dari Manajemen produksi yang dilakukan oleh media televisi lokal Simpang5tv Jawa Tengah di Era Disrupsi dengan kata-kata tertulis dan mendeskripsikan hasil wawancara pada subjek penelitian. Selain mendeskripsikan hasil wawancara, penulis juga mendeskripsikan dokumen yang didapatkan selama proses observasi dan juga pada hasil observasi yang telah dilakukan penulis.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah bagian tim produksi dari Simpang5tv antara lain:

#### **1. General Manager**

General Manager di Simpang5tv ini merupakan yang bertanggung jawab penuh atas terselenggaranya program Limasan terkait dengan proses produksi dari awal hingga ke penayangan.

#### **2. Konsultan Program (Kreatif)**

---

<sup>55</sup> Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat : CV Jejak, 2018), h.8.

<sup>56</sup> *Ibid*, h.10.

Simpang5tv merupakan televisi lokal berjaringan dengan Jawa Pos Media Group, sehingga dalam membuat membuat program seorang general manager boleh memilih orang di Jawa Pos Group yang mempunyai kompetensi lebih dalam membuat sebuah program, sehingga seorang konsultan program akan membantu mengkonsep dari awal program Limasan tetapi tetap bagian produksi hingga pasca produksi tetap general manager yang bertanggung jawab.

### **3. Direktur Simpang5tv Jawa Tengah**

Simpang5tv Jawa Tengah merupakan televisi lokal hasil perluasan dari televisi Simpang5tv Pati sehingga penulis perlu mengetahui bagaimana perkembangan manajemen dari Simpang5tv Pati maupun Jawa Tengah terkait perorganisasian dan perencanaan sebuah program.

Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah manajemen produksi program Limasan di Simpang5tv.

## **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain:

### **1. Pengamatan (Observasi)**

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sutrisno Hadi,

1986).<sup>57</sup> Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Teknik observasi yang digunakan oleh peneliti yaitu bagaimana manajemen bisnis pada televisi lokal Simpang5tv di era. dari kegiatan tersebut peneliti akan mendapatkan informasi dan data-data yang dibutuhkan.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Dimana dalam wawancara ada dua pihak yang terlibat yaitu *interviewer* (Pewawancara) dan *interviewee* (Terwawancara). Menurut Lincoln dan Guba maksud dari mengadakan sebuah wawancara antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain.<sup>58</sup>

Patton membagi jenis wawancara menjadi beberapa, yaitu: (a) wawancara pembicaraan informal, (b) pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, dan (c) wawancara baku terbuka. Dimana pembagian wawancara tersebut berdasarkan atas perencanaan pertanyaannya.<sup>59</sup>

Peneliti melakukan wawancara pembicaraan formal, yaitu wawancara yang dilakukan tanpa urutan pertanyaan dan spontanitas, namun dengan struktur pertanyaan yang sudah direncanakan. Hal ini dikarenakan penelitian

---

<sup>57</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*” (Bandung :Alfabeta, 2017), h. 145.

<sup>58</sup> Lexy J Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2007), h.186.

<sup>59</sup> Ibid, h.187.

ini bersifat eksplanatori, yang jika menggunakan pertanyaan tersruktur dikhawatirkan kondisi yang diteliti kurang dapat dikembangkan. Wawancara dilakukan kepada Station & General Manajer, Konsultan Program (Kreatif), dan Direktur Simpang5tv.

### **3. Dokumentasi**

Teknik dokumentasi dilakukan untuk memperkuat data pada penelitian ini. Dokumentasi yang diambil berupa seluruh kegiatan baik dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya di Simpang5tv .

Guna mendapat informasi mengenai bagaimana pergerakan produksi dalam sebuah media televisi lokal, sehingga suatu produksi dapat ditayangkan dan diawasi.

### **E. Keabsahan Data**

Data adalah suatu kumpulan hasil dari penelitian yang nantinya akan menjadi bahan yang kemudian dianalisis yang akan dipakai sebagai bahan guna menarik sebuah kesimpulan. Menurut Alwasilah bahwa ilmu pengetahuan itu haru valid, shahih, benar dan beretika. Validitas bersifat relatif yang mana sebaiknya dinilai dari tujuan dan lingkungan dari penelitian itu sendiri, bukan sekedar persoalan metode atau kesimpulan yang terlepas dari konteksnya.<sup>60</sup>

Adapun validitas data melalui triangulasi yaitu suatu pendekatan analisis data yang mensistesa data dari berbagai sumber. Disini peneliti menggunakan triangulasi sumber, dimana triangulasi sumber digunakan untuk menguji

---

<sup>60</sup> Bachtiar S Bachri, “*Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*”, Jurnal Teknologi Pendidikan, April 2010, h.54.

sumber data dengan memastikan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber atau lebih dari satu sumber. Dengan adanya triangulasi sumber ini diharapkan suatu informasi yang diperoleh antara satu sumber dapat dipastikan dengan sumber lainnya. Dalam hal ini peneliti memastikan antara informasi yang diperoleh dari sumber satu dengan sumber yang lainnya.

## **F. Teknik Analisis Data**

Patton mengemukakan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Patton membedakannya dengan penafsirannya, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan antara dimensi-dimensi tersebut.<sup>61</sup> Miles dan Huberman, mengemukakan beberapa dalam aktivitas analisis data, yaitu :<sup>62</sup>

### **1. Reduksi Data**

Mereduksi data berarti proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data dari fieldnote/catatan hasil temuan, mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan penelitian dapat dilakukan..

### **2. Penyajian Data**

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk narasi, kalimat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, tabel. Sajian data merupakan komponen perencanaan kolom dalam bentuk matriks bagi data kualitatif, sehingga

---

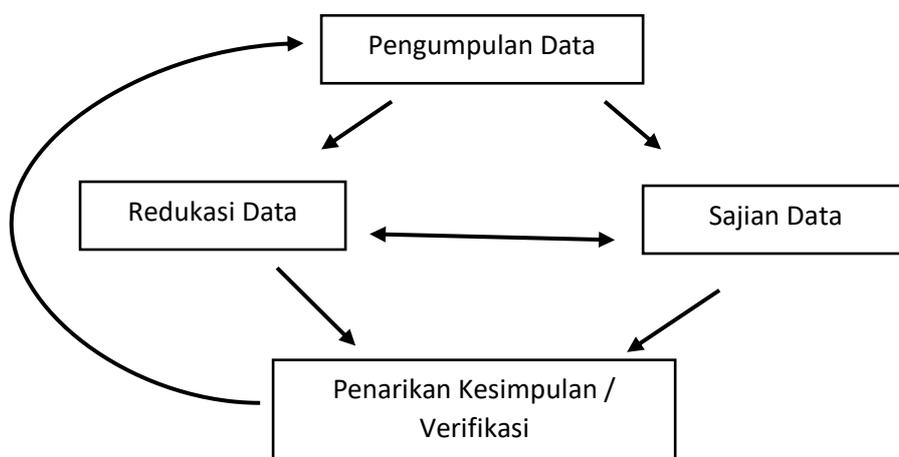
<sup>61</sup> Lexy J Moleong, *loc, cit.*, h.280.

<sup>62</sup> Sutopo, “*Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*”(Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2002), h. 91-96.

kedalaman dan kemantapan dalam analisisnya ditentukan dari sajian data tersebut.

### 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Analisis data selanjutnya menurut Miles dan Huberman yaitu menari kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dimaksud adalah temuan baru yang sebelumnya belum ada, kesimpulan ini merupakan gabungan dari reduksi dan sajian data. Temuannya dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang masih belum jelas sehingga menjadi lebih jelas melalui hubungan kausal atau interaktif, hipotesis dan teori.



**Gambar 1.4 Analisis Data Miles Huberman (Sutopo, 2002 : 96)**

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Simpang5tv Jawa Tengah**

##### **1. Profil Simpang5tv**

Nama : PT. Simpang Lima Media Televisi

Call Sign : Simpang5tv

Member : PT. Jawa Pos Multimedia (Jawapostv)

Alamat : Kompleks Perkantoran dan Tower IBS (Smartfren) Jl.  
Bukit Sari Raya, Kav.2, Kelurahan Ngesrep, Kecamatan  
Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah

Telp : (031) 820 2161 / (021) 5369 9561

Faksmile : (031) 825 0062 / (021) 534 0130<sup>63</sup>

##### **2. Struktur Organisasi PT. Simpang Lima Media Televisi**

Komisaris : Sigit Suprijono

Penanggung Jawab OPS Jateng : Muhammad Shodiq

Direktur : Rochmansyah Setiawan Sukanto

Master Control : Rifki Fendriawan  
Reuben Muammar

Crew Program Produksi : Sulistiyanto

Pemimpin Redaksi : Lismanto

Staff Redaksi : Ulfa Berlianna Kurnadi

News Editor : Rahanto Widagdo

---

<sup>63</sup> Company Profile Simpang5tv. Data diterima pada tanggal 23 Januari 2020

Reporter	: Masrukin
	Lorien Nurajay Oxa Gernada
	Heri Riyana
	Muhammad Syukron Hamdani
Finance Manager	: Linda Susliyana
Office Boy	: Ponco Setyawan R <sup>64</sup>

### 3. Sejarah Singkat Simpang5tv Jawa Tengah

PT. Simpang Lima Media Televisi atau Simpang5tv Jawa Tengah awal berdiri di kota Pati pada bulan 17 November 2011 mendapatkan ijin siaran di channel 59 UHF untuk *coverage* Kabupaten Pati dan sekitarnya dengan kekuatan pemancar 5000 kw dengan bersiaran selama 16 jam, dimana Simpang5tv Pati sebagai salah satu media guna mengangkat lokalitas dari daerah Pati itu sendiri. Sehingga awal beberapa program di Simpang5tv mempunyai konsep lebih dekat dengan masyarakat Pati dan sekitarnya.<sup>65</sup>

Sejak 11 Oktober 2018 Simpang5tv Pati mendapatkan ijin perluasan area untuk bersiaran di frekuensi Semarang dan sekitarnya di Jawa Tengah dengan kekuatan pemancar 20 kw dari Site Gombel, dimana *coverage* pancaran Simpang5tv mempunyai *reception quality* yang *clear* di 9 kota di Jawa Tengah. Sehingga PT. Simpang Lima Media Televisi mempunyai dua ijin yang berbeda, yaitu Ijin Siaran Radio (ISR) yang

---

<sup>64</sup> Rochmansyah Setiawan Sukanto, Direktur Simpang5tv Pati, Wawancara Daring, Pada tanggal 4 Juli 2020. Data diterima pada tanggal 5 Juli 2020

<sup>65</sup> Company Profile Simpang5tv. Data diterima pada tanggal 23 Januari 2020

diterbitkan oleh Kominfo untuk Simpang5tv Pati pada November 2011 dan ijin perluasan pada tahun 2017.

*“Simpang5tv awalnya adalah Simpang5tv Pati kita on air pertama kali bulan November 2011, jadi awal kita mendapatkan ijin dari kominfo untuk frekuensi wilayah Pati dan Rembang, lalu di tahun 2017 kita mendapatkan ijin perluasan frekuensi untuk bersiaran di frekuensi Semarang dan di 2018 kita mulai melakukan siaran secara rutin di Semarang dengan memindah pemancar dari Pati ke Semarang, bukan memindah tapi mendirikan pemancar di Semarang di Pati pemancar juga masih berdiri karena memang ijin dari Simpang5tv Pati dan ijin dari Simpang5tv Semarang adalah dua ijin yang berbeda yaitu Ijin Siaran Radio (ISR) yang diterbitkan oleh kominfo, jadi Simpang5tv Pati adalah ISR tersendiri dan yang di Simpang5tv Semarang / Jawa Tengah adalah ijin perluasan.”<sup>66</sup>*

Simpang5tv Jawa Tengah juga merupakan group dari PT. Jawa Pos Multimedia (Jawapostv) yang merupakan televisi berjaringan dimana Jawapos sendiri memiliki beberapa televisi lokal yang tersebar ke seluruh Indonesia yang salah satunya adalah Simpang5tv Jawa Tengah.

Simpang5tv juga mempunyai *tagline* yaitu “Paling Gayeng!”, dengan mengusung konsep “Jawa Kekinian” dengan menggali, meramu dan menayangkan sebuah program yang mempunyai basis orisinalitas lokal. Simpang5tv hadir sebagai televisi yang menjunjung tinggi lokalitas dan tetap menarik untuk ditampilkan, dengan perluasan wilayah siaran menjadi 11 daerah di Jawa Tengah Simpang5tv berusaha hadir guna melakukan pendekatan kepada lokalitas terutama di Jawa Tengah, dengan kolaborasi antara budaya Jawa dan Tionghoa adalah catatan penting dalam sebuah program melalui eksistensi program itulah *brand* Simpang5tv menjadi bagian penting dari Semarang dan Jawa Tengah.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> *Ibid.*

#### 4. Logo

Berikut adalah logo dari Simpang 5 Jawa Tengah maupun Pati yang telah berubah dengan adanya perluasan area siaran. Logo ini diambil dari *company profile* di Simpang 5 Tv Jawa Tengah.



1.5 Logo Simpang5tv

#### 5. Visi misi

Visi Simpang5tv Jawa Tengah adalah “Menjadi jasa penyiaran yang sehat dalam mengangkat budaya lokal di Jawa Tengah.”

Misi Simpang5tv Jawa Tengah menyajikan tayangan yang mengutamakan pemberitaan lokal dan program hiburan serta gaya hidup alternatif yang berkualitas untuk lebih dekat dengan masyarakat lokal. Hal ini diharapkan dapat mendorong, meningkatkan, serta menginspirasi masyarakat dalam bidang-bidang kehidupan seperti ekonomi, pendidikan, dan budaya untuk meningkatkan potensi lokal/daerah.<sup>68</sup>

#### 6. Format Acara

Simpang5tv hadir dengan munculkan konsep lokalitas dengan menggunakan format acara *Culturaltainment News* yang mana terdiri dari 3 bagian yaitu *cultural*, *entertainment* dan *news*. Dimana *cultural* sendiri dihadirkan karena adanya dominasi tayangan yang bernuansa Kota Jakarta sehingga Simpang5tv mengusung karya budaya lokal tentunya

---

<sup>68</sup> *Ibid.*

dengan budaya yang bersifat variatif dan bisa menjangkau hampir keseluruhan masyarakat di Semarang hingga kota di Jawa Tengah lainnya.

Sebuah hiburan tentu harus menghibur, dimana kalimat tersebut menjadi sebuah keniscayaan dalam sebuah tayangan di televisi begitulah *entertainment* terbentuk. Simpang5tv berupaya menyajikan sebuah program yang akan menjadi hiburan adalah perintah yang wajib dijalankan sebagai rel dalam setiap penyajian program di Simpang5tv.

*News* merupakan salah satu program yang akan terus mengedepankan informasi dengan menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik. Seperti diketahui posisi program *news* dalam sebuah televisi merupakan elemen yang sangat penting diaman program berita menjadi jembatan antara masyarakat dan masalah yang terjadi disekitarnya.<sup>69</sup>

## **B. Sajian Data**

Simpang5tv merupakan televisi lokal yang berada di area Jawa Tengah, sebagai salah satu bisnis yang bergerak di bidang media, Simpang5tv menyajikan informasi yang aktual terutama untuk area Jawa Tengah. Baik bersifat berita maupun bersifat hiburan salah satunya adalah *talkshow*.

Simpang5tv sendiri adalah televisi lokal yang berada dibawah jaringan Jawapos Multimedia. Meskipun berada dibawah jaringan Jawapos Multimedia Simpang5tv tetap mempunyai sistem manajemen penyiaran pada televisi lokal pada umumnya. Dalam menjalankan fungsi manajemen,

---

<sup>69</sup> Company Profile Simpang5tv. Data diterima pada tanggal 23 Januari 2020

manajer umum memegang kendali utama dalam melaksanakan manajemen program di produksi Simpang5tv.

Penelitian dengan judul Manajemen Produksi Program Televisi Lokal di Era Disrupsi (Studi Program *Talkshow* Limasan di Simpang5tv Jawa Tengah dengan Menggunakan Analisis POAC). Penelitian berawal karena adanya salah satu program di Simpang5tv yaitu Limasan sebagai salah satu program *talkshow* yang tetap bisa bertahan diantara kelebihan dan kekurangan yang dimiliki.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Guna sebagai validasi data penelitian maka peneliti menggunakan triangulasi sumber, selanjutnya untuk mengetahui hasil penelitian mengenai manajemen maka peneliti menggunakan analisis *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* dari George Terry. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis adapun data hasil observasi sebagai berikut:

#### 1) ***Planning*** - Perencanaan

Perencanaan yang dilaksanakan oleh Simpang5tv terhadap salah satu produksinya program Limasan, setelah melaksanakan wawancara dan pengamatan terhadap program Limasan melalui unsur 5 W + 1 H yang merupakan salah satu langkah dalam menentukan apa saja kegiatan yang harus dilakukan selama proses sebuah perencanaan.

Peneliti mengamati di program Limasan Simpang5tv melihat bagaimana proses perencanaan yang dilakukan guna mencapai tujuan dari sebuah program. Setelah melalui proses dari pengamatan dan wawancara pada narasumber terkait perencanaan yang dilakukan oleh

program Limasan boleh dikatakan bahwa general manager sebagai orang yang bertanggung jawab penuh terhadap proses pembuatan program Limasan berhasil dalam mengimplementasikan perencanaan yang telah dilakukan. Dimana dalam pelaksanaannya general manager yang dibantu oleh seorang konsultan program yang telah ditunjuk oleh general manager dalam membantu proses produksi program limasan.

Berikut adalah tahapan-tahapan perencanaan yang dilakukan dalam memproduksi program limasan:

a) Menetapkan Konsep

Program limasan merupakan program *outdoor* yang mana tidak mengharuskannya memiliki studio sendiri sehingga menjadikan limasan harus selalu berganti tema latar belakang acara sesuai dengan tempat yang ada.

*“program Limasan sendiri karena ini program talkshow jadi kami ingin membahas dan menggali lebih dalam segala topik yang sedang hangat dibicarakan. Manfaatnya tentu beragam, bisa dilihat dari produksi tim Sim pang5tv sendiri dari secara finansial maupun manfaat general bagi penontonnya ataupun manfaat bagi narasumber, kalau bicara tentang itu tentu banyak sekali tapi secara garis besar kita dalam program Limasan bahwa kami ingin menyampaikan atau menyuguhkan pemberitaan secara lebih dalam melalui berbicara yang dibungkus melalui konsep talkshow, Secara garis besar kita ingin memberikan wawasan dan mengedukasi masyarakat secara lebih dalam melalui topik yang sedang hangat dibicarakan.”<sup>70</sup>*

Namun, pergantian itu tidak menjadikan masalah bagi limasan selama dalam proses produksi telah mempersiapkan hal-hal yang akan mendukung program, diantaranya:

---

<sup>70</sup> Putri Rakhmadhani, *Program Consultant (Kreatif)*, Wawancara Daring, Pada tanggal 4 Juli 2020

- (1) Tema yang sedang berkembang di Jawa Tengah maupun di masyarakat Indonesia. Melalui pemilihan yang sedang berkembang dan pemilihan narasumber yang tepat menjadikan suasana program menjadi lebih menarik dan memiliki nilai plus walaupun program harus selalu berganti latar belakangnya. Berikut salah satu tema pada salah satu program di Limasan:



**Gambar 1.6** Contoh program acara Limasan di Simpan5tv  
(Sumber:youtube)

- (2) Penyusunan materi yang dilakukan oleh consultan program limasan yang juga dibantu oleh *general manager*. Dimana dalam penyusunan materi dan pertanyaan melalui berbagai tahap dari mulai persetujuan kepada semua pihak yang telah ditunjuk oleh general manager, pembawa acara hingga narasumber. Sehingga hal-hal yang mungkin tidak diinginkan dari pihak narasumber maupun pembawa acara akan segera diperbaiki dengan materi yang lebih baik. Salah satunya membuat *Term of Reference* (TOR).

**Tabel 1.7 Terms of Reference (TOR) di Limasan pada edisi Kamis 10 Oktober 2019 mengenai pembangunan infrastruktur desa (Sumber: Hasil Wawancara Narasumber)**

<b>TERMS OF REFERENCES</b>	
<b>PROGRAM</b>	: LIMASAN SIMPANG5 TV
<b>EPISODE / TEMA</b>	: 1 / INFRASTRUKTUR DESA
<b>JUDUL</b>	: PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DESA MENDORONG PENINGKATAN KAPASITAS PEREKONOMIAN
<b>PEMBAWA ACARA</b>	: CHACHA PRINZESSA GALIH GERRANDA
<b>HOME BAND</b>	: COUSTICABLE
<b>DURASI</b>	: 60 MENIT
<b>JUMLAH SEGMENT</b>	: 7 (TUJUH)
<b>JADWAL TAPING</b>	: RABU, 2 OKTOBER 2019
<b>JADWAL TAYANG</b>	: KAMIS, 10 OKTOBER 2019
<b>NARASUMBER UTAMA</b>	:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. SEKRETARIS JENDERALKEMENTERIAN DESA, PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL, DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA BAPAK H.ANWAR SANUSI, Ph.D</li> <li>2. REKTOR UNIVERSITAS GAJAH MADA BAPAK Prof. Ir. PANUT MULYONO, M.Eng., IPU., ASEAN Eng (*)</li> <li>3. WAKIL GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA BAPAK KANJENG GUSTI PANGERAN ADIPATI ARYO PAKU ALAM X (*)</li> <li>4. BUPATI SLEMAN, BAPAK DRS. H. SRI PURNOMO, M.SI</li> <li>5. PENASIHAT MENTERI DESA, PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL, DAN TRANSMIGRASI IBU DR AVILIANI</li> </ol>
	(*) dalam konfirmasi
<b>PESERTA DISKUSI</b>	:
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. KETUA BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) TRIDADI MAKMUR, SLEMAN BAPAK AGUS KHOLIK</li> <li>2. KEPALA BALAI BESAR LATIHAN MASYARAKAT (BBLM) KEMENTERIAN DESA, PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL, DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA IBU DRA. ERLIN CHAERLINATUN</li> <li>3. KEPALA DESA TRIDADI MAKMUR, BAPAK KABUL MUDJI BASUKI</li> <li>4. KETUA BUMDESA</li> </ol>
<b>GRAND OPENING (DURASI 90 DETIK)</b>	
MUSIK INTRO	
PRESENTER STAND-UP:	

DANA DESA BERHASIL MEMPERCEPAT PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DI DESA// SELAIN UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS KEHIDUPAN MASYARAKAT/ YANG TAK KALAH PENTING PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR MAMPU MENDORONG PEREKONOMIAN DESA// APA SAJA PENINGKATAN DI BIDANG EKONOMI YANG BERLANGSUNG SEPANJANG DIGULIRKANNYA PROGRAM DANA DESA?// BERHASILKAH PEMERINTAH MENGATASI KESENJANGAN EKONOMI DESA DAN KOTA?//

### **SEGMENT SATU: INTRODUCING (DURASI 6 MENIT)**

UNTUK MEMBAHAS SEPERTI APA KORELASI PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DI DESA/ SAYA SUDAH SUDAH DITEMANI SEKRETARIS JENDERAL KEMENTERIAN DESA/ PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL/ DAN TRANSMIGRASI/ BAPAK ANWAR SANUSI/ PI-EJ-DI// SELAMAT MALAM BAPAK?//SELALU SEMANGAT YA PAK TENTUNYA DALAM MEMBANGUN DESA//

SAYA JUGA INGIN MENYAPA TUAN RUMAH// BERSAMA KAMI JUGA SUDAH HADIR WAKIL GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA/ BAPAK KANJENG GUSTI PANGERAN ADIPATI ARYO PAKU ALAM SEPULUH// SUGENG NDALU/ BAPAK//

HADIR PULA BAPAK BUPATI SLEMAN, YANG TERHORMAT BAPAK DRS. H. SRI PURNOMO, M,SI //SELAMAT MALAM PAK BUPATI//

DALAM PEMBANGUNAN DESA/ ADA JUGA PERAN DARI PERGURUAN TINGGI UNTUK DESA/ DAN JUGA SUDAH HADIR SALAH SATU ANGGOTA PERTIDES/ YANG AKADEMISI DAN MAHASISWANYA TURUT AKTIF MELAKUKAN KAJIAN BAHKAN TURUN LANGSUNG KE DESA// SAYA MAU MENYAPA/ REKTOR UNIVERSITAS GAJAH MADA/ BAPAK PROFESOR INSINYUR PANUT MULYONO/ MAGISTER ENJINERING/ I-P-U/ ASEAN-ENG// SELAMAT MALAM PAK REKTOR/ APA KABAR?//

DAN SAYA JUGA INGIN MENYAPA NARASUMBER UTAMA KAMI MALAM INI/ PENASIHAT MENTERI DESA/ PEMBANGUNAN DAERAH TERTINGGAL/ DAN TRANSMIGRASI/ IBU DOKTOR AVILIANI// TERIMA KASIH SUDAH BERGABUNG BERSAMA KAMI/ IBU//

SAYA SUDAH MENYAPA SEMUA NARASUMBER UTAMA KAMI MALAM INI// NAMUN/ UNTUK MEMPERKAYA SUDUT PANDANG KITA DALAM MEMBAHAS TEMA INI/ NANTINYA KITA JUGA AKAN MENDENGAR SEPERTI APA CERITA PELAKU DI LAPANGAN// UNTUK ITU/ KAMI SUDAH MENGHADIRKAN KEPALA DESA TRIDADI MAKMUR/ SLEMAN YOGYAKARTA/ SERTA/ KETUA BUMDES TRIADI MAKMUR// HADIR JUGA KEPALA BALAI BESAR LATIHAN MASYARAKAT B-B-L-M/ KEMENDES P-D-T-T// IBU DOKTORANDA/ ERLIN CHAERLINATUN//

BERSAMA KITA JUGA HADIR SEJUMLAH KEPALA DESA/PENDAMPING DESA/DAN PEGIAT BADAN USAHA MILIK DESA DARI SEJUMLAH WILAYAH

DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA//TERIMA KASIH KEHADIRANNYA BAPAK-IBU// PADA WAKTUNYA KAMI AKAN MEMPERSILAKAN BAPAK-IBU MENGAJUKAN PERTANYAAN ATAU TANGGAPAN ATAS PAPARAN NARASUMBER KITA HARI INI//

BOLEH KITA BERI TEPUK TANGAN UNTUK SEMUA NARASUMBER/ PENANGGAP DAN PEMANTIK DISKUSI MALAM INI// DAN DENGAN BANGGA SAYA MEMPERSEMBAHKAN INILAH PROGRAM LIMASAN SIMPANG5 TV/ BERSAMA SAYA...///

MUSIK CLOSING SEGMENT

**SEGMENT DUA: PENTINGNYA PERCEPATAN INFRASTRUKTUR (DURASI 8 MENIT)**

MUSIK INTRO

MASIH BERSAMA SAYA ... DALAM PROGRAM SPESIAL LIMASAN DI SIMPANG5 TV///

UNTUK ANDA YANG BARU SAJA BERGABUNG/ TEMA DISKUSI KAMI MALAM INI ADALAH PERAN PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DALAM MENDORONG KAPASITAS PEREKONOMIAN DI DESA// DAN SAYA INGIN MEMULAI PEMBAHASAN INI TENTANG PERCEPATAN PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DI DESA//

SAYA INGIN KE PAK SEKJEN TERLEBIH DAHULU//

PAK ANWAR SANUSI/ SEPERTI YANG KITA SEMUA TAHU/ MANDAT MEMBANGUN DESA TERTUANG DALAM NAWACITA KETIGA/ MEMBANGUN INDONESIA DARI PINGGIRAN DENGAN MEMPERKUAT DAERAH-DAERAH DAN DESA/PADA PEMERINTAHAN JOKOWI-JK LIMA TAHUN TERAKHIR// BAGAIMANA PERAN DANA DESA DALAM MEWUJUDKAN PESAN NAWACITA TERSEBUT/ KHUSUSNYA TENTANG PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DI DESA?//

BAGAIMANA PEMERINTAH MENENTUKAN PRIORITAS PENGGUNAAN DANA DESA AGAR SESUAI DENGAN KEBUTUHAN PEMBANGUNAN DI DESA?//

KENAPA PRIORITAS MEMBANGUN INFRASTRUKTUR DESA INI HARUS MENJADI LANGKAH PERTAMA?//

BAGAIMANA OPTIMALISASI PENGGUNAAN DANA DESA/ SETIDAKNYA PADA TAHUN PERTAMA YANG SANGAT GENCAR UNTUK MENDORONG WARGA DESA MEMPERCEPAT PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR/ SEPERTI JALAN DESA/ IRIGASI/ EMBUNG/ MCK/ DAN LAIN SEBAGAINYA?/BISAKAH BAPAK MEMBERI GAMBARAN SECARA SINGKAT/ APA SAJA YANG SUDAH BERHASIL DIBANGUN DENGAN DANA DESA?//

TERIMA KASIH PAK ANWAR// KITA AKAN SEGERA KEMBALI DI SEGMENT BERIKUTNYA/ DENGAN PEMBAHASAN DUKUNGAN PEMERINTAH DAERAH DALAM MEMBANGUN DESA// KAMI SEGERA KEMBALI//

MUSIK CLOSING SEGMENT

**SEGMENT TIGA: DUKUNGAN PEMERINTAH DAERAH (DURASI 8 MENIT)**

MUSIK INTRO

KEMBALI BERSAMA SAYA.... DAN ANDA SEDANG MENYAKSIKAN LIMASAN DI SIMPANG5 TV// ACARA INI JUGA DITAYANGKAN TELEVISI-TELEVISI LOKAL ANGGOTA JARINGAN JAWAPOSTV//

DANA DESA YANG DITERIMA DI SETIAP DESA JUMLAH BERVARIASI/ BERDASARKAN SEJUMLAH KRITERIA// RATA-RATA DI ANGKA 600 JUTA HINGGA 1 MILIAR/ TERGANTUNG KONDISI DESANYA// ADA JUGA DANA AFIRMASI// NAMUM/ TENTU SAJA UANG TERSEBUT RELATIF TIDAK CUKUP JIKA (PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR) DIBEBANKAN SEPENUHNYA PADA DANA DESA// UNTUK ITU DIBUTUHKAN DUKUNGAN DARI PEMERINTAH DAERAH// SAYA MAU KE PAK WAGUB KALI INI//

PAK WAGUB/ BAGAIMANA BAPAK MELIHAT PERCEPATAN PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA?//

SEPERTI APA ARAH PEMBANGUNAN DESA DI DIY?//

DUKUNGAN APA YANG DIBERIKAN PEMERINTAH PROVINSI TERKAIT KEBIJAKAN DAN REGULASI GUNA MENDUKUNG PEMBANGUNAN DI DESA?//

TERIMA KASIH PAK WAGUB// SAYA BERALIH KE PAK BUPATI SLEMAN/BAPAK SRI PURNOMO//BAGAIMAN PERAN KABUPATEN SLEMAN DALAM MENDORONG PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DESA DI WILAYAH SLEMAN SENDIRI?//

SELAMA INI APAKAH KENDALA SPESIFIK YANG DITEMUI DI LAPANGAN DALAM PROSES PEMBANGUNAN TERSEBUT?//

TERIMA KASIH PAK BUPATI// SAYA BERALIH KE BU AVILIANI//

BU AVILIANI/ BISA IBU BERI GAMBARAN SEBETULNYA BAGAIMAAN PEMETAAN PEMBANGUNAN/ KAPAN SEBUAH DESA HARUS MENYELESAIKAN DULU PEMBANGUNAN INFRASTRUKTURNYA TERLEBIH DAHULU/ SEBELUM MENENTUKAN PRIORITAS PEMBANGUNAN YANG LAIN?//

KONKRETNYA SEPERTI APA PENGARUH PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR BERKAT DANA DESA TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA?//

BAGAIMANA JIKA KITA MELIHAT DAMPAK EKONOMI INI DARI SISI TERSERAPNYA PENGANGGURAN TERBUKA DAN ANGKA KEMISKINAN DI DESA?//

KEMBALI KE PAK WAGUB/ ANDA MELIHAT PERUBAHAN YANG SIGNIFIKAN TUMBUHNYA EKONOMI DI DESA BERKAT DANA DESA?//

PAK BUPATI//BAGAIMANA PERAN DANA DESA SENDIRI DALAM

MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DESA KHUSUSNYA DI KABUPATEN SLEMAN?//

TERIMA KASIH PAK//KITA AKAN KEMBALI DI SEGMENT KEEMPAT DENGAN MEMBAHAS PERAN DUNIA KAMPUS DALAM MEMBANGUN DESA// TETAPLAH BERSAMA LIMASAN SIMPANG5 TV//

MUSIK CLOSING SEGMENT

### **SEGMENT EMPAT(DURASI 8 MENIT)**

MUSIK INTRO

MASIH BERSAMA SAYA ... DI LIMASAN SIMPANG5 TV//

MEMBANGUN DESA MENJADI TUGAS BERSAMA// UNTUK ITU/ DUNIA KAMPUS PUN IKUT SERTA// NAH/ UNTUK MENGETAHUI LEBIH JAUH PERAN AKADEMISI DALAM MEMBANGUN DESA/ KITA AKAN SEGERA BERTANYA KEPADA KEPADA PAK REKTOR UGM//

PAK PANUT/ APA SAJA BENTUK KONTRIBUSI UNIVERSITAS GAJAH MADA SELAMA INI DALAM MEMBANGUN DESA?//

KAJIAN-KAJIAN APA SAJA YANG SUDAH DIHASILKAN DAN DAPAT MENJADI TINDAK LANJUT BAGI PEMERINTAH?

BISA DIJELASKAN KERJA SAMA UGM DENGAN PEMERINTAH DAERAH DALAM MENGELOLA DANA DESA PAK REKTOR?

TERIMA KASIH// SAYA KEMBALI KE PAK ANWAR// PERAN APA SAJA SAJA YANG DITUNGGU DARI PERGURUAN TINGGI DALAM MENDAMPINGI PEMBANGUNAN DESA/ DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA? DALAM HAL APA SAJA PERGURUAN TINGGI BISA TERLIBAT?//

JIKA TADI KITA SUDAH MENDAPAT GAMBARAN ADANYA KETERLIBATAN DUNIA PERGURUAN TINGGI DALAM PEMBANGUNAN DESA// MAKA PERTANYAAN KITA BERIKUTNYA APAKAH PEMBANGUNAN DESA INI SUDAH BERJALAN SEBAGAIMANA MESTINYA/ DAN SESUAI TRACK// DAN APAKAH STRATEGI PEMERINTAH EFEKTIF?//

UNTUK MENJAWAB INI/ SEKARANG SAYA MAU BERALIH KE IBU AVILIANI//

MENURUT IBU/ APAKAH PENYALURAN DANA DESA SELAMA 4 TAHUN TERAKHIR SUDAH MEMANGKAS RASIO GINI? BAGAIMANA DANA DESA DAPAT DIOPTIMALKAN SEHINGGA KESENJANGAN DESA DAN KOTA BISA DIJEMBATANI?/

BAGAIMANA PERAN EKONOMI DIGITAL DALAM PENINGKATAN EKONOMI DI DESA//APA YANG HARUS DILAKUKAN PEMERINTAH DESA UNTUK MEMANFAATKANNYA?

MUSIK CLOSING SEGMENT

**SEGMENT LIMA (DURASI 8 MENIT)**

MUSIK INTRO

LEAD-IN:

BERBAGAI INFRASTRUKTUR YANG BERHASIL DIBANGUN DENGAN DANA DESA/ DAPAT DIOPTIMALKAN UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DESA// SALAH SATUNYA WAHANA WISATA PURI MATARAM YANG DIKEMBANGKAN BUMDES TRIADI MAKMUR// KITA SAKSIKAN VT TENTANG BUMDES TRIADI MAKMUR YANG SUDAH DIPERSIAPKAN OLEH TIM REDAKSI SIMPANG5 TV/ BERIKUT INI//

*PLAY VT SELAMA 2 MENIT//*

SEKARANG KITA DENGARKAN CERITA PAK AGUS KHOLIK/ DALAM MENGELOLA BUMDES// APA SAJA UNIT USAHA YANG DIKELOLA/ DAN BAGAIMANA IA MEMANFAATKAN INFRASTRUKTUR YANG ADA DALAM MENINGKATKAN KONTRIBUSI BUMDES TERHADAP PENDAPATAN ASLI DESA?/// SILAKAN PAK AGUS//

- PEMAPARAN KETUA BUMDES TRIDADI MAKMUR BAPAK AGUS KHOLIK SELAMA 3 MENIT//

TERIMA KASIH PAK AGUS//

KITA BERALIH KE IBU ERLIN/ BISA IBU JELASKAN YANG DILAKUKAN BALAI BESAR LATIHAN MASYARAKAT KEMENDES PDPT DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF DI YOGYAKARTA?//

TERIMA KASIH BU ERLIN// KITA AKAN MELANJUTKAN DISKUSI INTERAKTIF ANTARA NARASUMBER KUNCI DENGAN KEPALA DESA/ PENDAMPING DESA/ DAN PENGURUS BUMDES TERKAIT KREATIVITAS EKONOMI DI DESA SETELAH COMMERCIAL BREAK//

MUSIK CLOSING SEGMENT//

**SEGMENT ENAM (DURASI 8 MENIT)**

MUSIK INTRO

MASIH BERSAMA SAYA...DI LIMASAN SIMPANG5 TV//

SEBELUM DIALOG INTERAKTIF DENGAN KEPALA DESA/ SAYA INGIN BERTANYA PADA PAK ANWAR// BISA BAPAK SEBUTKAN INOVASI-INOVASI YANG DILAKUKAN BUMDES YANG BISA MENJADI CONTOH KEBERHASILAN BAGI BUMDES LAIN DI INDONESIA?

TERIMA KASIH PAK//

KITA LANJUTKAN DENGAN DIALOG INTERAKTIF DENGAN KEPALA DESA/PENDAMPING DESA/DAN PENGELOLA BUMDES DI YOGYAKARTA// APAKAH ADA YANG INGIN BERBAGI INOVASI YANG DILAKUKAN?/ ATAU ADA PERMASALAHAN YANG INGIN DISAMPAIKAN?/ SILAKAH

----

(INTERAKTIF DENGAN KEPALA DESA DAN PENDAMPING DESA SELAMA 6 MENIT))

----

KITA SEGERA KEMBALI SETELAH JEDA KOMERSIAL DENGAN PAPARAN AKHIR DARI SEMUA NARASUMBER// TETAP BERSAMA KAMI//

MUSIK CLOSING SEGMENT

### **SEGMENT TUJUH (DURASI 8 MENIT)**

MUSIK INTRO

AKHIRNYA TIBALAH KITA DI PENGHujung ACARA// SEBAGAI PENUTUP/ SAYA AKAN MEMINTA SEMUA NARASUMBER MEMBERIKAN PAPARAN AKHIR//

PAK SEKJEN/ APA SAJA YANG HARUS DIOPTIMALKAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DESA DENGAN INFRASTRUKTUR YANG SUDAH DIBANGUN LEWAT DANA DESA?//

PAK WAGUB//APA YANG INGIN BAPAK SAMPAIKAN TERKAIT CAPAIAN KEBERHASILAN DALAM HAL PEREKONOMIAN DESA DI YOGYAKARTA/ YANG BISA DITIRU OLEH DAERAH LAIN?//

PAK BUPATI //APA SARAN DAN MASUKAN YANG PERLU BAPAK SAMPAIKAN TERKAIT DENGAN KONDISI PEREKONOMIAN DESA/KHUSUSNYA DI KABUPATEN SLEMAN?//

BU AVILIANI//ADA PESAN YANG INGIN DISAMPAIKAN KEPADA PARA KEPALA DESA/ PENDAMPING DESA/ DAN PENGELOLA BUMDES BU?/

PAK REKTOR/ APA PESAN PAK REKTOR UNTUK PARA AKADEMISI DAN MAHASISWA DALAM MEMBANGUN DESA?//

DARI PAPARAN NARASUMBER KITA HARI INI/ BISA SAYA TARIK KESIMPULAN BAHWA...(AD LIBS BERDASARKAN HASIL DISKUSI)

MENGUTIP BUNG HATTA/ INDONESIA TIDAK AKAN BESAR KARENA OBOR DI JAKARTA/ TAPI AKAN BERCAHAYA KARENA LILIN DI DESA// SAYA...// SAMPAI BERTEMU LAGI DI LIMASAN SIMPANG LIMA TV//

b) Mempersiapkan rencana yang akan dilaksanakan

Program limasan juga telah mempersiapkan hal apa saja yang nantinya akan mendukung lancarnya produksi dalam sekali, diantaranya:

- (1) Menentukan langkah awal dalam pelaksanaan produksi agar mencapai tujuan melalui rapat kecil dengan beberapa kru yang dipilih langsung oleh general manager. Dimana dalam rapat itu membahas isu yang akan menjadi topik utama dalam setiap sekali penayangan.
- (2) Penjadwalan guna memberikan urutan-urutan yang akan dilaksanakan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam produksi program limasan. Melalui penjadwalan akan memudahkan seseorang dalam mengemban tugasnya masing-masing, sehingga produksi program mampu berjalan secara efektif dan dapat ditayangkan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
  - (a) Anggaran produksi program limasan memerlukan rata-rata Rp. 2.500.000,00,- (*dua setengah juta rupiah*) dalam satu kali penayangan program yang mana anggaran ini sudah termasuk dalam kru yang bertugas produksi, perawatan alat-alat produksi dan transportasi yang sesuai dengan kondisi, dimana diketahui produksi program limasan merupakan produksi *outdoor* sehingga tidak bisa dipastikan berapa biaya yang akan dikeluarkan dalam

sekali produksi. Adapun biaya juga berasal dari program yang berbayar, seperti hasil dari penawaran dengan pemerintah setempat maupun beberapa narasumber yang ingin membranding produknya dalam lingkup yang lebih besar.<sup>71</sup>

- (b) Pertanggungjawaban produksi program limasan *general manager* sebagai pimpinan utama yang memang ditunjuk oleh pihak Jawa Pos Group dalam membuat sebuah program di setiap televisi jaringannya salah satunya adalah Simpang5tv. *General manager* mempunyai hak mengawasi kinerja kru dan menunjuk siapa saja yang akan membantu dalam proses produksi limasan.<sup>72</sup>
  - (c) Menguji dan merevisi program, guna melihat apakah tayangan akan siap ditayangkan kepada penonton perlu adanya pengujian dan revisi dimana akan dilihat dari mulai editing dari video hingga tulisan, sehingga jika ada sebuah kesalahan akan segera diperbaiki. Dalam hal ini *general manager* akan dibantu oleh *quality control* guna menyeleksi semua alur program agar dapat ditayangkan secara baik dan menarik.<sup>73</sup>
- c) Komunikasi yang dilakukan oleh *general manager* dengan semua kru boleh dikatakan sangat fleksibel, boleh dikatakan komunikasi

---

<sup>71</sup> Muhammad Shodiq, *General Manager (Penanggung Jawab)*, Wawancara Luring, Pada tanggal 25 Juni 2020

<sup>72</sup> Rochmansyah Setiawan Sukanto, Direktur Simpang5tv Pati, Wawancara Daring, Pada tanggal 4 Juli 2020.

<sup>73</sup> Muhammad Shodiq, *General Manager (Penanggung Jawab)*, Wawancara Luring, Pada tanggal 25 Juni 2020

memang diadakan secara online dan offline antar kru dari Simpang5tv sendiri maupun dengan Jawapos tv maupun dengan beberapa kru Jawa Pos Group bagian Jawa Tengah yang telah ditunjuk oleh *general manager*. Sesuai dengan prosedur yang dilaksanakan oleh Jawa Pos Group sendiri.<sup>74</sup>

- d) Pelaksanaan yang dilaksanakan oleh *general manager* Simpang5tv sebagai penanggung jawab semua program salah satunya program limasan memastikan bahwa dengan kru yang memang tidak terlalu banyak tidak menjadi hambatan dalam pelaksanaan produksi tentu dengan semua kru yang telah berkomitmen dengan tugasnya masing-masing.<sup>75</sup>

## 2) *Organizing* - Pengorganisasian

Pada program Limasan pemberian kewenangan dan penugasan adalah tanggung jawab penuh yang dimiliki oleh general manager, yang mana beliau berperan dalam memilih siapa yang akan diberikan tugas sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Mulai dari menentukan dan menetapkan pekerjaan yang akan dilaksanakan, setiap pekerjaan menjadi tugas dari satu orang hingga selalu berkomunikasi secara terus-menerus guna menciptakan kerjasama tim yang baik. Sehingga tidak heran jika ada beberapa yang memiliki pekerjaan *double* dalam proses produksi program limasan.

*“...saya bisa menangani semuanya hanya dengan beberapa orang karena apa, karena kita sudah terbiasa sehingga sudah tidak terlalu bermasalah bagi kita. Maka dari itu, saya itu mencari*

---

<sup>74</sup> Muhammad Shodiq, *General Manager (Penanggung Jawab)*, Wawancara Luring, Pada tanggal 25 Juni 2020

<sup>75</sup> *Ibid.*

*orang yang memang dia bisa menguasai semuanya hingga untuk model produksi seperti kita orang baru tidak akan kaget atau gimana seperti itu”<sup>76</sup>*

*“Untuk struktur organisasi, karena kita adalah PT jadi kita memiliki komisaris yaitu bapak sigit supriyono, untuk direktur saya sendiri Rohman Setyawan, General Manajer bpk Shodiq nur Rahman, dan dibawahnya ada manajer finance ada manajer produksi dan lain-lain itu untuk strukturnya. Kalau struktur legal yang tercatat distruktur di akte legalitas kita adalah komisaris dan direktur, kita juga menganut sistem promosi karyawan dan degradasi, lalu ada juga reward untuk karyawan berprestasi”<sup>77</sup>*

Dalam uraian diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi keorganisasian produksi di Simpang5tv terutama pada program limasan sudah hampir sama dengan pengorganisasian produksi televisi pada umumnya yang harus memiliki sumber daya yang banyak yang sesuai dengan tugasnya masing-masing. Namun, untuk beberapa produksi di Simpang5tv salah satunya *talkshow* Limasan memang tidak terlalu banyak sumber daya manusianya tetapi proses produksi tetap berjalan dengan baik dan sesuai dengan fungsi pengorganisasian yaitu kerjasama tim.

### 3) *Actuating* - Pengarahan

Fungsi pengarahan yang dijalankan di media massa memiliki pengertian bagaimana seorang atasan mampu memberikan motivasi, menciptakan suasana pekerjaan yang nyaman sehingga tercipta sebuah kerjasama tim yang bertanggungjawab dan disiplin. Adapun beberapa hal yang dilakukan pak Shodiq selaku *general manager* program dalam memberikan arahan kepada kru lainnya, diantaranya:

---

<sup>76</sup> Muhammad Shodiq, *General Manager (Penanggung Jawab)*, Wawancara Luring, Pada tanggal 25 Juni 2020

<sup>77</sup> Rochmansyah Setiawan Sukanto, Direktur Simpang5tv Pati, Wawancara Daring, Pada tanggal 4 Juli 2020.

- a) Memberikan motivasi dan dorongan kepada kru mengenai setiap kru di Simpang5tv harus memiliki beberapa keahlian tidak hanya di bidang kameramen tetapi juga editing hingga dalam mengkonsep suatu program.
- b) Komunikasi mempunyai peranan penting dalam sebuah kerjasama tim, seperti diketahui program limasan merupakan salah satu produk penyiaran yang tentunya dalam proses pembuatannya dibutuhkan orang yang benar-benar mengerti bagaimana proses produksi dari dunia penyiaran. Seperti diketahui bahwa Simpang5tv lebih membutuhkan orang-orang yang tidak hanya mempunyai kompetensi dalam satu pekerjaan saja melainkan beberapa hal juga sehingga tidak terlalu membutuhkan sumber daya yang banyak, dikarenakan produksi diSimpang5tv yang juga terbilang belum banyak.
- c) Menghindari celah yang mungkin dapat mengganggu kualitas kerja dan kelancaran produksi, mengingat pekerjaan ini dilakukan secara tim.

Program limasan adalah program yang lebih mengutamakan pada konten produksi seminimal mungkin, yang mana konten dalam produksi Limasan dapat mendongkrak. Sehingga melalui pengamatan dan kerjasama tim, produksi Limasan dibuat secara berbeda-beda yang nantinya akan ditemukan hasil rating bagian mana konten yang lebih banyak penontonnya.

Program Limasan adalah produksi yang dilakukan tanpa studio atau dalam studio atau *outdoor*, tetapi tidak sepenuhnya dikatakan

*outdoor* karena proses *shootingnya* juga dilakukan didalam ruangan tetapi memang lebih bukan di studio melainkan dimana narasumber berada.

*“Untuk pengelolaan produksi di Pati dan Semarang memang masih ada beberapa program yang kita produksi di studio Pati dan beberapa di Semarang. Jadi seperti news gitu kita masih produksi di Pati tapi memang untuk pemancarnya kita siarkan dari pemancar Pati maupun Semarang. Untuk yang di Semarang sudah bikin produksi sendiri seperti Limasan dan Bangga Jateng, jadi untuk pengelolaan manajemen produksi ada di Pati dan Semarang jadi Cuma tinggal bagaimana koordinasinya”<sup>78</sup>*

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi pelaksanaan pada program Limasan di Sim pang5tv berjalan dengan baik dan tidak ada kendala yang terlalu besar dalam proses produksi. Penanggung jawab program biasanya hanya lebih pada kecepatan dan ketepatan waktu keberangkatan menuju tempat narasumber sehingga estimasi waktu yang digunakan tidak terlalu mepet dengan waktu perjanjian dengan narasumber.

#### 4) **Controlling - Pengawasan**

Ketiga fungsi manajemen diatas tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya fungsi pengawasan di setiap bagian pekerjaan, fungsi pengawasan atau *controlling* sendiri menjadi fungsi stabilitas atau menjaga keseimbangan dalam setiap pekerjaan.

Fungsi pengawasan sendiri adalah sebuah proses guna mengetahui seberapa efektif di setiap bagian pekerjaan. Melalui pengawasan akan diketahui apakah semua proses kegiatan sudah sesuai

---

<sup>78</sup> Rochmansyah Setiawan Sukanto, Direktur Sim pang5tv Pati, Wawancara Daring, Pada tanggal 4 Juli 2020.

atau belum dengan rencana yang telah dibuat. Hal inilah yang menjadi bukti mengenai keterkaitan erat antara proses perencanaan dan pengawasan, yang mana pengawasan membantu dalam penilaian terhadap keefektifan dalam proses perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan.

Pengawasan pada produksi Limasan dilaksanakan oleh penanggung jawab kepada seluruh kru bagian produksi program. Pengawasan dilakukan sebagai langkah untuk mengetahui bagaimana perkembangan program Limasan dari mulai konten program hingga kemajuan atau kemunduran pada rating program Limasan. Dalam program Limasan sendiri pengawasan dilakukan pada hal:

#### **a. Produksi Program Limasan**

Memberikan pengawasan kepada produksi program dengan anggaran biaya seminimal mungkin dan tetap memiliki kualitas yang layak untuk ditayangkan di televisi. Dalam memproduksi Limasan sendiri hanya membutuhkan biaya paling sedikit dua juta lima ratus ribu rupiah (Rp. 2.500.000,00,-), dan untuk setiap kali produksi kadangkala biaya produksi bisa tertutupi dengan produksi sebelumnya sedangkan pemasukan biaya program didapat dari narasumber seperti diketahui program Limasan juga sebuah program berbayar.

*“untuk produksi limasan ini boleh dikatakan ada yang berbayar dan ada yang tidak, jadi boleh dikatakan kita dapat pemasukan dari situ selain dari investasi yang telah diberikan oleh Jawa Pos. Jadi limasan ini kita memang segmentasikan berbayar jadi kita berusaha mencari narasumber yang bisa diinformasikan kepada penonton dan kita pun juga dapat untung. Tapi kadangkala ada yang kita gratiskan, kalau*

*dikatakan rugi tentu saja rugi tapi kita berusaha itu menjadi investasi buat kita melalui branding”<sup>79</sup>*

Peran penanggung jawab terhadap program sangat penting, seperti diketahui sebelumnya bahwa program limasan merupakan program yang memiliki sedikit sumber dayanya sehingga tidak dipungkiri untuk proses pendistribusian program tidak dilakukan secara terstruktur layaknya program distasiun televisi biasanya.

Masukan-masukan yang diberikan oleh penanggung jawab terhadap kru memang terlihat lebih simpel dan tidak terlalu memberatkan, karena memang produksi program yang dibuat dengan biaya yang minimum serta alat yang sudah tersedia tentunya sesuai dengan standar produksi program pada umumnya yaitu dari mulai kamera, *lighting*, *microphone*, *que-card*, hingga LCD yang akan menampilkan bumper program Limasan.

*“Jadi memang dari pihak kami lebih mengutamakan bagaimana membuat konten dengan produksi seminimal mungkin, jadi bagaimana kita akan berupaya membuat sebuah konten yang mampu mendongkrak kedepannya. Jadi kita selalu membuat konten yang berbeda-beda saat kita naikkan ke digital kita akan berusaha mencari tahu konten mana sih yang berhasil mendogkrak penonton, oh yg ini, berarti untuk selanjutnya kita buat konten yang ini lebih utamanya”<sup>80</sup>*

Menurut pak Shodiq selaku penanggung jawab program Limasan yakin jika dengan produksi yang minimum dan kru yang sedikit bukan menjadi masalah dalam proses produksi, dikarenakan

---

<sup>79</sup> Muhammad Shodiq, *General Manager (Penanggung Jawab)*, Wawancara Luring, Pada tanggal 25 Juni 2020

<sup>80</sup> *Ibid.*

lingkup produksi Limasan yang juga kecil sehingga tidak membutuhkan proses produksi yang terlalu ribet.<sup>81</sup>

Pengawasan melalui konsep program yang akan dibuat setiap episodenya, seperti di era yang sudah semakin canggih dimana media internet seperti youtube menjadi *platform* tambahan sebagai alat untuk memperkenalkan acara limasan kepada lingkup yang lebih besar.

Adapun beberapa kasus yang menjadi salah satu penyebab kurang efektifnya program, salah satunya adalah kasus virus *Covid-19* yang menyerang hampir di seluruh dunia menyebabkan produksi program harus berjalan tidak efektif bahkan harus terpaksa dihentikan sementara. Sehingga sebelum pandemi menjadi parah, penanggung jawab Limasan juga menggunakan *youtube* untuk menayangkan kembali beberapa acara Limasan sebelumnya.

Selama pandemi yang berlangsung lama akhirnya menjadikan penanggung jawab mencoba merubah konsep Limasan menjadi lebih baru dan menarik di setiap pembahasannya tentunya tujuan dari program limasan tetap yaitu sebagai ruang rebugnya orang Jawa Tengah, dimana program melakukan *repackage* hingga menjadi program yang bisa menjadikan masyarakat mendapatkan sebuah informasi didalamnya terutama berita mengenai Jawa Tengah. Dalam hal ini penanggung jawa juga tetap memberikan batasan-batasan kepada kru produksi seperti proses perekaman program hingga isi program.

---

<sup>81</sup> *Ibid.*

## **b. Evaluasi Program Limasan**

Selain melakukan pengawasan di segala aspek, penanggung jawab juga akan melakukan evaluasi tim tetapi memang evaluasi tim yang dilaksanakan sedikit berbeda dengan evaluasi yang dilakukan oleh kebanyakan organisasi lainnya.

*“untuk evaluasi internal Simpang5tv untuk kinerja kita sebulan sekali mengadakan rapat seluruh karyawan untuk rapat divisi atau masing-masing divisi, kondisional tergantung dari kebutuhan divisi. Kalau untuk eksternal karena kita berada dibawah Jawapos Group kita sebulan sekali juga diadakan meeting dengan seluruh cabang dari Jawapos terutama yang televisi di Jakarta. Untuk grup holding yang besar semua jaringan Jawapos biasanya kita rapatnya triwulan”<sup>82</sup>*

Evaluasi program dilaksanakan setelah proses penayangan, yang mana sebelum program ditayangkan program akan di kontrol oleh tim *quality control* yang mana akan menyeleksi seluruh alur program sehingga pada saat tayang sudah tidak ada kesalahan. Lalu penanggung Jawab akan melihat seberapa banyak konsep Limasan yang memiliki rating lebih tinggi sehingga penanggung jawab program mempunyai gambaran tentang konsep yang akan dibuat untuk episode selanjutnya yang tentunya melalui pengemasan proram yang lebih menari dan memiliki materi yang informatif.

## **C. Analisis Hasil Penelitian**

Program Limasan merupakan salah satu program dari stasiun lokal Simpang5tv yang mempunyai lima segmen dalam 60 menit setiap hari kamis. Program Limasan sendiri juga memiliki manajerial dalam sebuah produksi

---

<sup>82</sup> Rochmansyah Setiawan Sukanto, Direktur Simpang5tv Pati, Wawancara Daring, Pada tanggal 4 Juli 2020.

program dalam lingkup yang terbilang sedikit, hal ini dikarenakan menurut general manajer Limasan jikalau dengan sumber daya manusia yang sedikit bukan menjadi masalah dalam melaksanakan program Limasan.

Pada sebuah media penyiaran, seorang general manager berperan penting dalam sebuah produksi program terutama produksi Limasan yang mana general manajer bertanggung jawab atas program yang akan di produksi oleh Simpang5tv sehingga program acara tercapai tujuan penayangannya. dalam sebuah pelaksanaan manajemen penyiaran tentunya ada beberapa aspek yang harus dilihat dan dilaksanakan, berikut empat dasar manajemen penyiaran yang sudah dilaksanakan di Simpang5tv:

**a. *Planning* - Perencanaan**

Perencanaan adalah sebuah dasar dalam pengambilan keputusan yang telah direncanakan secara matang mengenai berbagai hal yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang oleh suatu organisasi guna mencapai tujuan yang sudah ditentukan.<sup>83</sup>

*Planning*/perencanaan yang diterapkan oleh program limasan boleh dikatakan hampir sebagian mengikuti prosedur dalam sebuah produksi program tetapi mungkin ada beberapa hal yang mungkin mereka tidak terlalu mempermasalahkan seperti halnya masalah sumber daya manusianya yang berada di lapangan memang tidak terlalu banyak.

Simpang5tv merupakan salah satu grup dengan Jawapos tv yang berada di Jawa Tengah sehingga tidak memiliki jumlah karyawan yang terlalu banyak layaknya pada televisi nasional, program-program yang diproduksi sendiri belum terlalu banyak karena beberapa slot diisi dengan

---

<sup>83</sup> Sondang S P, Siagian. *Fungsi-Fungsi Manajemen*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1992). Hal.50

siaran relai dari jawapos tv sendiri, wilayah siarpun hanya di beberapa daerah di Jawa Tengah. Sehingga dalam proses menjalankan fungsi perencanaan memang sedikit berbeda dengan produksi program pada televisi biasanya. Limasan sendiri merupakan program yang dilaksanakan secara *outdoor* sehingga kebutuhan studio memang belum terlalu diperlukan, yang mana Simpang5tv Jawa Tengah merupakan hasil perluasan dari Simpang5tv Pati baru di tahun 2018 dan kantor Simpang5tv bagian Semarang belum resmi sehingga produksi program *outdoor* menjadi pilihan lebih baik.

Muhammad Shodiq selaku *general manager* Simpang5tv dan penanggung jawab seluruh televisi lokal Jawa Pos yang berada di Jawa Tengah yaitu Simpang5tv Pati/Jawa Tengah dan MagelangTV menjelaskan bahwa dengan memiliki sumber daya yang sedikit dirasa akan lebih efektif, karena karakter dari Jawa Pos Group dimana seseorang harus mampu memiliki banyak keahlian.<sup>84</sup>

Dalam temuan data yang pernah dilakukan peneliti saat proses produksi program Limasan, boleh dikatakan kru inti dari program tersebut hanya ada 4 orang yang terdiri dari 3 orang sebagai kameramen yang juga bagian *lighting* dan *clapping* dan 1 orang merupakan pembawa acara utama. Dengan sumber daya yang sedikit boleh dikatakan program Limasan tetap berjalan dengan baik dari proses perencanaan hingga penayangan tentu dengan melalui rapat online yang dilakukan beberapa

---

<sup>84</sup> Muhammad Shodiq, *General Manager (Penanggung Jawab)*, Wawancara Luring, Pada tanggal 25 Juni 2020

kru dari Jawapos tv maupun dari kru MagelangTV yang telah ditunjuk oleh *general manager*.<sup>85</sup>

Rapat keseluruhan dari kru program biasanya dilaksanakan setiap setiap satu bulan sekali, namun jika ada beberapa urusan yang *urgent* dan harus segera diselesaikan, yang mana evaluasi dilakukan seperti kesalahan-kesalahan yang terjadi dalam proses editing atau pengejaan tulisan. Sehingga general manager akan bertanggung jawab secara penuh terhadap kinerja dari keseluruhan kru yang terlibat.<sup>86</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi perencanaan yang dilaksanakan dalam produksi program limasan cukup bagus dan ada beberapa hal yang mungkin sama dengan proses produksi program pada televisi biasanya dan ada juga beberapa hal yang berbeda dikarenakan beberapa faktor yang sudah menjadi prosedur atau karakter suatu perusahaan. Komunikasi yang dilakukan antar kru juga terbilang sangat baik dari mulai yang dilaksanakan secara online maupun secara offline. Semua tugas yang diberikan oleh general manager juga dibilang sesuai dengan kemampuan masing-masing seperti diketahui general manager di Simpang5tv diberikan kebebasan dalam memilih beberapa kru yang akan membantu dalam proses *post-production*, sehingga perencanaan awal hingga akhir dapat terlaksana dengan baik.

---

<sup>85</sup> *Ibid.*

<sup>86</sup> Putri Rakhmadhani, *Program Consultant (Kreatif)*, Wawancara Daring, Pada tanggal 4 Juli 2020

### **b. *Organizing* - Pengorganisasian**

Menurut Terry dan Rue *organizing* adalah mengelompokkan, menentukan berbagai kegiatan penting, dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan itu.<sup>87</sup>

Fungsi pengorganisasian di Sim pang5tv terutama program limasan mungkin sedikit berbeda dengan penyiaran dari televisi lainnya. Tetapi pada dasarnya pengorganisasian berfungsi sebagai kerja tim yang akan menghasilkan sebuah produksi program tetap berjalan dengan baik meskipun memiliki sumber daya yang minimum.

Program limasan dalam pelaksanaan produksinya adalah *outdoor* yang mana kru akan mendatangi narasumber dan langsung melakukan set di tempat narasumber. Ditambah kebutuhan alat *shooting* yang tidak terlalu banyak layaknya produksi dengan studio membuat proses produksi secara *outdoor* tidak terlalu berat.

### **c. *Actuating* – Pelaksanaan**

Menurut George R Terry pelaksanaan adalah membangkitkan dan mendorong setiap anggota dalam organisasi agar saling bekerja sama guna mencapai tujuan dengan maksimal tentunya dengan perencanaan dan pengorganisasian yang diarahkan oleh penanggung jawab.<sup>88</sup>

guna mencapai tujuan yang maksimal tidak hanya dibutuhkan perencanaan dan pengorganisasian yang baik melainkan juga tergantung pada proses pelaksanaannya. Perencanaan dan pengorganisasian hanya sebuah landasan guna mencapai sebuah tujuan yang terarah. Karena pada

---

<sup>87</sup> George R Terry & Leslie W Rue, "*Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*", (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hal. 9.

<sup>88</sup> Sukarna. *Dasar-Dasar Manajemen*. (Bandung: CV. Mandar Maju, 2011). Hal.82

dasarnya pelaksanaan dapat berjalan secara efektif karena adanya perencanaan yang telah terpenuhi dari mulai konsep, biaya produksi, kelengkapan alat kerja, metode kerja hingga prosedurnya.<sup>89</sup>

*Actuating*/Pelaksanaan pada program Limasan di Simpang5tv berjalan dengan baik dan tidak ada kendala yang terlalu besar dalam proses produksi. Penanggung jawab program biasanya hanya lebih pada kecepatan dan ketepatan waktu keberangkatan menuju tempat narasumber sehingga estimasi waktu yang digunakan tidak terlalu mepet dengan waktu perjanjian dengan narasumber. Fungsi pengarahan yang dilaksanakan oleh penanggung jawab sepenuhnya sudah baik dan hampir sesuai dengan yang dituliskan oleh George Terry, dimana faktor-faktor fungsi pengarahan seperti komunikasi, peran pemimpin, hingga beberapa kegiatan yang menambah keahlian dari kru, hal inilah yang menjadikan tidak ada celah antara penanggung jawab dan bawahannya.

#### **d. Controlling - Pengawasan**

Menurut George R Terry *controlling* atau pengawasan adalah suatu langkah guna mengetahui apa saja yang telah tercapai dalam proses manajemen melalui evaluasi hingga pengambilan tindakan-tindakan yang perlu dilakukan untuk mengetahui apakah hasilnya sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.<sup>90</sup>

*Controlling*/pengawasan ini pada produksi program Limasan memiliki beberapa kekurangan dalam beberapa hal yang dilaksanakan oleh penanggung jawab terutama kepada kru produksi. Meskipun sudah

---

<sup>89</sup> *Ibid. Hal.82-83*

<sup>90</sup> George R Terry. Penerjemah: Winardi, *Asas-Asas Manajemen*. (Bandung: PT. Alumni, 1986). Hal.15.

ada pembagian pekerjaan dari setiap orang, tetapi saya melihat ada beberapa hal yang membuat penanggung jawab tidak terlalu mempercayai satu sama lain. Dari hal tersebut bisa dikatakan penanggung jawab hanya melihat dari berbagai sisi, seperti yang diketahui sebelumnya jika karakter dari Simpang5tv yang juga merupakan grup dari Jawapostv dimana lebih mengutamakan yang mempunyai banyak keahlian sehingga bisa mengawasi tidak hanya di satu bidang tetapi di bidang yang lain. Hal itulah yang kadang membuat penanggung jawab tidak mempercayai terhadap tugas yang telah diberikan kepada kru produksi yang kira-kira belum memiliki kompetensi yang diperhitungkan menurut penanggung jawab program.

Dalam proses pengawasan keseluruhan yang dilakukan oleh penanggung jawab sudah cukup baik dari mulai perencanaan, pengorganisasian hingga pelaksanaan. Mungkin ada beberapa faktor yang mungkin kadang menjadi kendala dalam proses produksi yaitu tidak ada studio permanen sehingga proses produksi sering dilakukan diluar gedung Simpang5tv sendiri, yang mana penanggung jawab sering menggunakan transportasi umum untuk melakukan perjalanan menuju narasumber. Dalam prosesnya memang bukan menjadi masalah yang besar, akan tetapi dengan mempunyai studio maupun transportasi pribadi mungkin akan sedikit mengurangi beban produksi yang lebih banyak habis di jalan. Secara garis besar penanggung jawab sudah melakukan hal yang terbaik dalam setiap proses produksi sehingga beberapa kendala bisa tertutupi dengan baik.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penemuan yang dilakukan oleh peneliti dengan program Limasan di Simpang5tv dengan melakukan wawancara dari berbagai sumber dan dipadukan dengan beberapa kajian teori POAC menurut George R Terry menyimpulkan bahwa produksi manajemen sebagai berikut:

*Pertama*, proses perencanaan dilaksanakan dalam program Limasan dari mulai menetapkan konsep hingga mempersiapkan segala produksi dari mulai penjadwalan narasumber, anggaran produksi hingga rencana penayangan. *Kedua*, dalam proses pengorganisasian produksi Limasan memang tidak terlalu banyak kru yang bertugas dikarenakan produksi Limasan bukanlah produksi yang terlalu besar. *Ketiga*, dalam proses pelaksanaan produksi program Limasan lebih banyak dilakukan diluar kantor. *Keempat*, dilihat dari proses pengawasan dan evaluasi penanggung jawab sudah memiliki *quality control* yang membantu dalam proses menyeleksi keseluruhan program dan dalam proses produksi penanggung jawab kadang tidak mempercayai kepada kru produksi yang mungkin dianggap masih kurang kompeten dalam pengerjaannya.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti memiliki banyak kendala. Hal ini dikarenakan penelitian berlangsung pada saat pandemi Covid-19 mulai menyebar ke Indonesia yang akhirnya harus membuat peneliti dan

narasumber mencari jadwal lain dalam proses penelitian yang mana narasumber yang berlokasi di kota Semarang, Magelang dan Pati yang akhirnya wawancara narasumber ada yang dilaksanakan secara daring maupun luring sesuai kesepakatan antara peneliti dan narasumber.

Penelitian yang dilakukan peneliti juga tidak terlalu banyak dikarenakan pandemi ini yang mengharuskan program Limasan dihentikan dengan waktu yang masih belum bisa ditentukan seperti diketahui program Limasan merupakan program *outdoor* dan studio utama masih berada di Simpang5tv Pati sedangkan penelitian dilakukan di Simpang5tv Jawa Tengah yang berada di Kota Semarang.

Data yang didapatkan oleh peneliti juga bisa dikatakan belum terlalu banyak dikarenakan pandemi yang akhirnya membuat program yang harus dihentikan dan akhirnya tidak terlalu maksimal dalam memberikan dokumentasi terbaru dari produksi Limasan. Sehingga proses penelitian dan pengumpulan data oleh peneliti tidak sesuai pada target yang ditentukan.

## **C. Saran**

### **1. Saran Akademis**

Penelitian ini dilaksanakan guna mengetahui bagaimana *Manajemen Produksi Program Televisi Lokal Di Era Disrupsi* dengan menggunakan analisis *Planning, Organizing, Actuating* dan *Controlling* (POAC) yang mana saat ini banyak sekali televisi lokal bermunculan dan beberapa produksi program dengan biaya sedikit tetapi tetap memiliki kualitas televisi dengan pemanfaatan era disrupsi.

Penelitian ini dilakukan di Simpang5tv Jawa Tengah yang dikatakan masih baru dalam memproduksi program Limasan sehingga belum terdapat banyak data tersedia ditambah lagi penelitian terjadi bersamaan dengan pandemi yang muncul sehingga harapannya di penelitian selanjutnya untuk bisa meneliti bagaimana manajemen produksi program limasan di Simpang5tv Jawa Tengah maupun produksi program di televisi lokal lainnya.

Hal ini dimaksudkan agar penelitian ini selalu memiliki kebaruan mengenai manajemen produksi program di televisi terutama pada televisi lokal di Indonesia. Agar dunia akademis mengetahui banyak perbedaan mengenai manajemen produksi di televisi terutama pada televisi lokal tentunya dengan keterbatasan mereka sebagai televisi daerah.

## **2. Saran Praktis**

Dalam memproduksi sebuah produksi program tentu harus melihat banyak hal dari mulai anggaran produksi, konsep produksi hingga manajemen produksi. Seperti yang sudah peneliti sebutkan diatas banyak kendala yang di miliki oleh produksi Limasan sendiri sebagai program di televisi Lokal. Namun, dengan adanya penanggung jawab dan tim yang saling bekerjasama dan dukungan dari Jawapostv membuat program Limasan tetap bertahan dengan segala kekurangannya.

Sehingga peneliti memberikan saran kepada Simpang5tv Jawa Tengah terutama pada program Limasan untuk terus melakukan evaluasi kru dan memberitahu kru mengenai kesalahannya sehingga segera dibenahi dan mungkin penambahan transportasi guna mempercepat

perjalanan menuju narasumber dan mempercepat proses peresmian kantor baru dan pembuatan studio sehingga proses manajemen program lebih terarah lagi dan bisa meminimalisir biaya produksi yang dirasa seharusnya menjadi investasi jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Qurotul. *Manajemen Produksi Program Berita Lokal Dan Musikmu Di Radio Dian Swara 98.2 Fm Purwokerto*. Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. disrupsi
- Albi Anggito & Johan Setiawan. (2018) . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Alpkan, L., & Gemici, E. (2016). Disruption and Ambidexterity: How Innovation Strategies Evolve? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
- Cangara, Hafied. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bachri, Bachtiar S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10, 46-62.
- Day, Mila. (2004). *Buku Pintar Televisi*. Jakarta: Trilogos Library.
- Fatmala, Eli. (Oktober 2018). *Sistem Pengawasan KPID Jawa Tengah Terhadap Siaran Dakwah Televisi Lokal Semarang Tahun 2014-2016*. Skripsi Sarjana, UIN Walisongo, Semarang.
- Gatut Priyowidodo. (2008). Menakar Kekuatan Dan Keunggulan Industri Televisi Di Era Otonomi. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 2, 56-62.
- George R Terry. (1986). Penerjemah: Winardi, *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: PT. Alumni.
- George R Terry & Leslie W Rue. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haryati (2013). *Televisi Lokal Dalam Representasi Identitas Budaya*. Observasi Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Bandung. SSN. 1412 – 5900 Vol. 11, Nomor 1.
- Hasibuan, S P Malayu. (2014). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara
- Hidayah, Nur Afif. (2016). *Komposisi Siaran Dakwah di Televisi Lokal kota Semarang*. Skripsi Sarjana, UIN Walisongo, Semarang. Novita Dewi Suci Anggraini. (September 2018). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Konvergensi Pada Radio di Kota Serang Banten (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial Pada Radio Xchanne 103.2 FM di Kota Serang Banten)*. Skripsi Sarjana, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang.

- Johnstone, P., & Kivimaa, P. (2018). Energy Research & Social Science Multiple dimensions of disruption , energy transitions and industrial policy. Energy Research & Social Science.
- Kompasiana.com. (2016). “Televisi Lokal di Tengah Raksasa Televisi Nasional” (diakses pada 06 januari 2019 10:48 ) [[https://www.kompasiana.com/mas\\_antok/56a436324323bd3905a1e176/tv-lokal-di-tengah-raksaksa-tv-nasional?page=2](https://www.kompasiana.com/mas_antok/56a436324323bd3905a1e176/tv-lokal-di-tengah-raksaksa-tv-nasional?page=2)]
- McQuail, Denis. (1987) .*Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nagy, D., Schuessler, J., & Dubinsky, A. (2016). *Defining and identifying disruptive innovations. Industrial Marketing Management*.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Primasanti, Kartika Bayu. (2009). Manajemen Televisi Lokal : Kegamangan Yang Wajar. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 3, 161-171.
- Rahmitasari, Dyah H. (ed.). (2017). *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sondang S P, Siagian. (1992). *Fungsi-Fungsi Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sudibyo, Agus. (2004). *Ekonomi Politik Media : ISAI Bersama LKIS*. Jakarta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Suwardana, H. (2018). *Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental*. JATI UNIK: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri.
- Setiawan, Rudi. (2013). Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik di Youtube). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1, 355-374.

Wahyuningtyas Dwi Saputri & Dian Riskiana Resty. (2018). Dampak Media dalam Era Disrupsi Sebagai Perwujudan Integrasi Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 4, 1119-1128.

Taufli, Ernisa Suryani. (Oktober 2014). *Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal*. Skripsi Sarjana, Universitas Andalas, Padang.

Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 Pasal 31 Ayat 5

## WAWANCARA

**Nama** : Muhammad Shodiq  
**Jabatan** : Penanggung Jawab Program/General Manager  
**Tanggal** : 25 Juni 2020 (Luring)

### **1. Bagaimana perencanaan program limasan tugasnya pak shodiq**

Konsep limasan saya tidak bekerja sendirian di limasan ini banyak tim yang lainnya seperti mb putri dan mas sareko, mereka adalah tim saya yang memang mereka tidak ada ditempat, mereka adalah tim yang mana kita berkomunikasi secara online, bagaimana konsep yang akan kita pakai seperti itu, lalu untuk eksekusi diakhirnya baru saya semuanya dengan beberapa tim juga yang berada di lapangan, jadi saya disini lebih seperti produksi dan post-productionnya. Lalu kenapa saya melibatkan orang-orang yang bisa dikatakan tidak diSimpang5tv nya karena saya kira mereka yang lebih mampu, karena saya kan sangat serius dalam membuat program jadi tentunya saya menginginkan yang terbaik, dan seluruh tim dari limasan juga sebuah tim produksi, dan tim produksi semuanya ada tapi memang saya yang lebih dieksekusinya jadi bukan saya semua.

### **2. Bagaimana pengelolaan keseluruhan program limasan?**

Saya yang paling utama dalam mengelola seluruh program, karena aku ditunjuk sama Jawapos untuk mempici seluruh televisi lokal dari Jawa Pos terutama di Jawa Tengah jadi seperti Simpang5tv Jawa Tengah Magelang dan Pati, jadi posisi saya penanggung jawab area Jateng. Prinsip awal dari Jawa Pos adalah kami memang memiliki sumber daya yang sedikit, karena menurut kami itu lebih efektif, jadi dari awal kami sudah mempersiapkan masa-masa dimana jika suatu hari nanti akan ada masa yang sulit kita udah siap, jadi seperti pandemi ini, kami ndak ada masalah dengan tidak bisa bayar karyawan atau apalah seperti itu karena jumlah karyawan yang sedikit itu. Seperti sekarang di era digital, kita gak akan collapse, maka dari itu kita dari Simpang5tv mempunyai kualifikasi sendiri untuk bekerja disini seperti harus mampu editing, kamera dan mengkonsep. Jadi saya sebagai pic di Simpang5tv saya

berhak menunjuk siapa sih yang bisa membantu saya dalam proses produksi ini. Jadi kita dari Jawa Pos Way (JPW) memiliki kualifikasi sendiri, mungkin yang menurut mereka tidak profesional menurut kami mereka profesional karena disetiap perusahaan mempunyai kriteria masing-masing, begitulah karakter kami dari Jawa Pos dimana kita dituntut untuk bisa menguasai banyak hal, maka dari itu di sini kami tidak ada yang namanya Program Director atau Script writer, begitulah jawa pos tetap akan eksis ya walaupun mungkin sedikit sulit.

### **3. Kenapa bapak memilih sedikit karyawannya bukankah jika banyak akan lebih efektif?**

Nah gini, sebelum saya di Simpang5tv saya udah ada di tv tv dibawah jawapos lainnya dibandung dan Jatim Jtv, disana saya bekerja dengan 95 orang mungkin ya, tetapi saya melihatnya kurang efektif seperti studio banyak orang dengan tugasnya masing-masing yang gak terlalu jelas, sehingga saya kira itu tidak efektif. Karena menurut saya tv sekarang berbeda dengan tv dulu atau mungkin berbeda dengan produksi sinema yang mungkin lebih membutuhkan banyak orang karena memang sinema lebih membutuhkan taste yang berbeda daripada televisi. Jadi menurut saya untuk produksi televisi di era sekarang walaupun dengan karyawan yang minimum kita akan tetap bisa bertahan ya walau sedikit sulit. Konsep dari kami dengan karyawan yang sedikit sudah ada sejak lama dari 9 tahun lalu, jadi bukan regulasi yang baru ada gara-gara pandemi ini. Jadi bagi kami karyawan yang sedikit bukan masalah, yang penting bagaimana kami tetap bisa eksis di era sakarang yang mulai berubah dimana penonton tv yang mulai berpindah ke youtube atau streamingan lewat aplikasi seperti itu, itu yang menjadi fokus kami. Lalu bagaimana pihak profesional atau keilmuan seperti POAC melihat sistem kami, mungkin memang kami berbeda dan juga ndak ada yang salah karna kami berbeda dari POAC karena memang kami bukan lembaga pendidikan kami adalah sebuah bisnis dibidang entertainment, jadi kami berusaha berbisnis dengan cara kami yang menurut kami lebih efektif.

Jadi memang dari pihak kami lebih mengutamakan bagaimana membuat konten dengan produksi seminimal mungkin, jadi bagaimana kita akan berupaya membuat sebuah konten yang mampu mendongkrak kedepannya. Jadi kita selalu membuat konten yang berbeda-beda saat kita naikkan ke digital kita akan berusaha mencari tahu konten mana sih yang berhasil mendogkrak penonton, oh yg ini, berarti untuk selanjutnya kita buat konten yang ini lebih utamanya.

#### **4. Lalu bagaimana progres Limasan selama ini?**

Untuk limasan sampai saat ini oke, tapi memang selama pandemi ini produksi kita hentikan dulu dan kita sedang merancang konsep yang baru untuk limasan, tentu dengan sosok yang ada dilimasan lebih bagus lagi, program limasan akan kita daur ulang dari mulai konsep hingga pembawa acaranya yang nantinya akan memberikan nuansa baru tapi tentunya tujuan dari program limasan tetap yaitu sebagai ruang rembugnya orang jawa tengah, dimana kita ingin merepackage program ini hingga menjadi program yang bisa dijadikan masyarakat mendapatkan sebuah informasi didalamnya terutama masyarakat jawa tengah.

#### **5. Berapa sih biaya produksi di limasan ini?**

Nah untuk produksi limasan ini boleh dikatakan ada yang berbayar dan ada yang tidak, jadi boleh dikatakan kita dapat pemasukan dari situ selain dari investasi yang telah diberikan oleh Jawa Pos. Jadi limasan ini kita memang segmentasikan berbayar jadi kita berusaha mencari narasumber yang bisa diinformasikan kepada penonton dan kita pun juga dapat untung. Tapi kadangkala ada yang kita gratiskan, kalau dikatakan rugi tentu saja rugi tapi kita berusaha itu menjadi investasi buat kita melalui branding. 2.500.000.00 min kamera begitu dipakai mengalami penyusutan per hari skitar 250.00 2 kamera 500.000 transportasi 200000. Biaya produksi di bottom prize 2.500.000, limasan segmentasi berbayar, bagaimana program jangan sampai sama secara tema karena akan mempengaruhi rating penonton.

#### **6. Berapa sih alat-alat yang ada di Limasan sendiri?**

Nah mengenai alat-alat yang ada, kita memiliki 2 investasi yang mana yang pertama adalah investasi alat pemancar, komputer, meja, kantor secara kasarnya seperti itu. Lalu ada namanya good will investasi seperti contohnya saya jadi lebih ke sumber dayanya, jadi seperti itu. Kalau untuk alat-alatnya kebetulan kan Jawa Tengah ada 3 tv dari Jawa Pos jadi di setiap tv memiliki 2 kamera kita sebar, nanti kalau salah satu tv ada yang butuh lebih kita usahakan untuk di rolling, akan pada dasarnya memang kita satu perusahaan, jika ditanya apakah cukup, itu sangat cukup karena kan memang produksi kita tidak banyak, lalu kita mempunyai lebih lighting ada 18, kadang memang seperti itu sering terjadi kesalahan dalam investasi dan biasanya jika terjadi seperti itu perusahaan akan memindahkan ke tv yg lainnya yang ada dibawahnya Jawa Pos.

**7. Produksi Limasan sering outdoor, apakah dengan sumberdaya yang minim itu efektif pak?**

Menurut saya tidak ada masalah, kamu lihat sendiri bahwa saya bisa menangani semuanya hanya dengan beberapa orang karena apa, karena kita sudah terbiasa sehingga sudah tidak terlalu bermasalah bagi kita. Maka dari itu, saya itu mencari orang yang memang dia bisa menguasai semuanya hingga untuk model produksi seperti kita orang baru tidak akan kaget atau gimana seperti itu.

**8. Mengapa Limasan tidak membuat sebuah studio?**

Nah, kebetulan untuk yang Simpang5tv Jawa Tengah ini kita perluasan wilayah dan pindah digedung baru dimana gedungnya belum permanen, sehingga kalau kita mau buat studio yang baru biayanya akan banyak sekali sedangkan gedung kita masih satu gedung dengan perusahaan lain, jadi akan rugi kita bangun investasi studio baru, jadi kalau masih bisa outdoor kenapa tidak. Lalu bagaimana minusnya, mungkin memang dari bagian mobilisasi karena kita akan selalu mengeluarkan biaya trus alat juga akan cepat rusak tapi akan ada plusnya dimana akhirnya kita selalu memiliki venue yang berbeda-beda dan menarik.

**9. Bagaimana dengan evaluasi di akhir produksi?**

Lalu mengenai evaluasi, kami juga selalu melakukan evaluasi tapi kami melakukannya tidak hanya dengan orang Simpang5tv tapi juga dipusatnya

yaitu jawa pos sana, dan kita semua melakukannya selalu online, sehingga memang kita jarang di satu tempat yang sama jadi kelihatannya tidak ada kru produksi, padahal kami ada kru produksi tapi ya itu tadi Simpang5tv yang di pati atau jawa tengah atau magelang atau Jawa Pos kita adalah sama yang mana kita akan selalu melakukan evaluasi bersama. Jadi selama itu kita satu grup kita fleksibel makanya enakya tv jaringan seperti itu.

**10. Bagaimana hubungan Simpang5tv Jawa Tengah dan Pati?**

Kita itu sama, dan Simpang5tv pati mempunyai perluasan hingga keseluruhan Jawa Tengah dengan cakupan yang lebih luas. Dan Simpang5tv pati itu standart kualitasnya juga akan menjadi Jawa Tengah, memang untuk sekarang belum karena kami masih fokus untuk ke hal yang lain.

**11. Bagaimana pemanfaatan media baru dari Simpang5tv Jawa Tengah?**

Kami juga memanfaatkan media youtube juga, tapi memang kami hanya fokus untuk menyebarkan konten kita dengan cakupan yang lebih luas melalui youtube. Jadi saya rasa platform youtube sangat membantu kita dalam mengembangkan konten kita.

**12. Setelah penayangan berakhir, bagaimana evaluasi setelah penayangan?**

Jadi kita mempunyai tim Quality Control untuk seluruh program kita, jadi setelah editing semua udah beres tentu akan ada QC dulu apakah semua aman. Jadi orang QC kita akan menyeleksi seluruh alur dari program yang akan tayang, dimana QC berjalan bareng dengan kru post-production.

## WAWANCARA

**Nama** : Putri Rakhmadhani

**Jabatan** : Program Konsultan

**Tanggal** : 4 Juli 2020 (Daring)

### 1. Mb Putri di Limasan sebagai apa?

General manager di Magelang TV Jawa Pos Media Group, sedangkan untuk di program limasan ini Simpang5tv ada special guest sebenarnya tidak hanya di Simpang5tv saja bahkan ada di beberapa stasiun televisi yang menanyakan kepada saya mengenai program yang akan di launchingkan oleh mereka, jadi khusus di Limasan ini boleh dikatakan saya adalah program konsultan untuk penamaannya tapi tidak ada secara official saya menamai saya seperti apa atau tim manajemen Simpang5tv sebagai apa di bidang ini. Jadi dalam pembuatan program ini tim manajemen Simpang5tv dan beberapa dari JPM Group yang mengkonsultasikan ke saya, karena mungkin saya memiliki capabilitas dibidang tersebut. Saya juga beberapa kali pegang talkshow sebagai produser hingga sebagai presenter di acara tersebut.

### 2. Bagaimana konsep dari limasan itu sendiri?

Berbicara mengenai konsep Limasan ini sangat general sekali, jadi konsep Limasan kalau di kriteriakan dalam sebuah program Limasan merupakan program talkshow, Limasan bukan sebuah talkshow yang pembahasannya in-depth, Limasan adalah program yang berdurasi satu jam dengan lima segmentasi yang membahas dari ekonomi, politik, kultur dan juga beberapa hal lainnya. Untuk konsep sendiri kita mengarah apa aja sih potensi yang ada di Semarang hingga orang-orang yang memiliki kapabilitas di Semarang atau yang memiliki kredibilitas dalam sebuah topik-topik tertentu yang kita angkat sesuai dengan tren saat itu atau mengikuti apa aja yang sedang hangat dibicarakan.

### **3. Apa tujuan dan manfaat program Limasan?**

Masing-masing program memiliki visi dan misi seperti kali ya, mungkin kalau di news kita visi misinya ingin memberikan informasi yang terkini aktual dan terpercaya apa aja yang ada disekitar terutama di Jawa Tengah, kalau program Limasan sendiri karena ini program talkshow jadi kami ingin membahas dan menggali lebih dalam segala topik yang sedang hangat dibicarakan. Manfaatnya tentu beragam, bisa dilihat dari produksi tim Simpang5tv sendiri dari secara finansial maupun manfaat general bagi penontonnya ataupun manfaat bagi narasumber, kalau bicara tentang itu tentu banyak sekali tapi secara garis besar kita dalam program Limasan bahwa kami ingin menyampaikan atau menyuguhkan pemberitaan secara lebih dalam melalui berbicara yang dibungkus melalui konsep talkshow, dimana Limasan dilead oleh pak Awo sebagai presenter yang boleh dikatakan cukup menjadi tokoh legenda di Semarang, dimana beliau boleh dikatakan rajanya jurnalistik maupun dibidang media. Secara garis besar kita ingin memberikan wawasan dan mengedukasi masyarakat secara lebih dalam melalui topik yang sedang hangat dibicarakan.

### **4. Bagaimana pemilihan topik atau narasumber di limasan?**

Yap seperti yang sudah saya jawab dipertanyaan sebelumnya mengenai manfaat bagi Simpang5tv sendiri melalui finansial, tujuannya tentu untuk komersil. Kita tidak pungkiri dari seluruh program yang kita produksi harus mampu menghasilkan melalui hal tersebutlah tim produksi maupun karyawan televisi lokal mendapat penghasilan. Jadi kalau ditanya bagaimana perbedaan dengan televisi nasional mungkin saya tidak tahu karena saya telah berada di Jawa pos group sendiri sudah 9 tahun. Jadi kalau pemilihan topik atau narasumber, memang ada indikasi kita mensupervisi atau menservice, dimana mungkin ada beberapa narasumber yang ingin menggaungkan produknya, seperti dari perusahaan A dia ingin melakukan talkshow untuk produknya itu, jadi tentu saja kita harus mengolah si produk ini menjadi sesuatu yang akan memiliki daya jual dan memiliki impact juga karena kita sebagai televisi sebagai media untuk menyiarkan tentu saja kita ingin menginformasikan

kepada masyarakat, jadi tujuan utama kita memang memuaskan klien yang sudah membayar, lalu bagaimana dengan topiknya kita biasanya akan mengaitkan produk mereka di era kekinian, jadi contoh produk A cocok disituasi pandemi jadi kita akan mengaitkan produk disituasi ini, yang mana menggali lebih dalam dan membongkar ide produk A yang sukses walau di masa pandemi ini, tentu saja narasumber yang kita pilih memang dia capable dibidang produk A. Dan menurut saya tidak ada masalah dengan hal itu, dan mungkin menurut saya mungkin semua televisi melakukan itu, karena kan mereka juga harus menayangkan iklan, haorus ada beberapa dari mereka yang diusung mungkin dari politisi atau segala macem.

**5. Bagaimana tahapan-tahapan proses perencanaan awal Program Limasan (Pra Produksi) di Simpang5tv Jawa Tengah?**

Kalau disini mungkin kita sering melakukan meeting kecil, kalau enggak kita biasanya sudah ready dengan tema atau narasumber yang sudah dibicarakan oleh manajemen utama gitu, kemudian kita menjadwalkan dan menyampaikan itu kepada tim produksi, jadi manajemen dan juga saya merencanakan, menjadwalkan, tim produksi, tim marketing kita semua berkolaborasi, bagaimana mereka menyampaikan ke klien bagaimana mereka mengkomunikasikan kepada tim produksi hingga proses penayangan.

**6. Bagaimana evaluasi yang dilakukan tim sebelum program memasuki ke tahap pelaksanaan produksi?**

Iya, jadi banyak yang kita lakukan secara online. Memang posisi saya ada di luar negeri jadi memang saya tidak terjun langsung dalam proses produksi, karena memang saya bukan bagian official manajemen disana, tetapi memang saya salah satu orang yang dipercaya pak shodiq untuk membantu berjalannya produksi atau kegiatan di beberapa program disana. Kalau evaluasi kita sering melakukan meeting, tapi meeting kita tidak hanya diprogram limasana aja tapi kita juga ada meeting secara keseluruhan dimana kita akan mepresentasikan apa yang telah kita lakukan, biasanya kita lakukan setiap sebulan sekali, kalau urgent kita juga biasanya langsung dilakukan sebuah evaluasi atau rapat dadakan jika ada sebuah urgent yang perlu dibahas seperti kesalahan editing

ataupun pengejaan entah di news maupun talkshow itu sendiri, karena jika ada kesalahan sedikit itu akan menjadikan seperti kedunguan atau ketidakmampuan, kita selalu melakukan evaluasi bersama entah secara tim maupun saya pribadi.

**7. Bagaimana cara mb Putri sebagai tim pra produksi dalam mengkonsep program Limasan guna meningkatkan kualitas program di era disrupsi ini?**

Bagaimana saya mengemas program, karen saya banyak membaca dan mendengarkan pendapat orang lain dimana saya juga harus membuka pikiran guna mengetahui apa aja yang terjadi diera disrupsi ini. Memang tidak mudah ya membuat program yang berkualitas, apa lagi jaman sekarang televisi sedikit ditinggalkan karena adanya era youtube, tapi bukan berarti kita loyo dan tidak bersemangat dalam membuat acara ditelevisi. Melalui saya membuka diri dengan apa yang ada di dunia saat ini saya banyak belajar, bukan hanya belajar di tim sendiri tapi juga belajar dibanyak orang yang profesional. Jadi itu sih hal-hal yang saya lakukan untuk mengkonsep guna meningkatkan isi program di era ini supaya penonton juga tidak akan ketinggalan informasi.

## **WAWANCARA**

**Nama : Rochmansyah Setiawan Sukanto**

**Jabatan : Direktur Simpang5tv Pati**

**Tanggal : 4 Juli 2020 (Daring)**

### **1. Bagaimana perkembangan dan sejarah Simpang5tv ?**

Simpang5tv awalnya adalah Simpang5tv Pati kita on air pertama kali bulan November 2011, jadi awal kita mendapatkan ijin dari kominfo untuk frekuensi wilayah Pati dan Rembang, lalu di tahun 2017 kita mendapatkan ijin perluasan frekuensi untuk bersiaran di frekuensi Semarang dan di 2018 kita mulai melakukan siaran secara rutin di Semarang dengan memindah pemancar dari Pati ke Semarang, bukan memindah tapi mendirikan pemancar di Semarang di Pati pemancar juga masih berdiri karena memang ijin dari Simpang5tv Pati dan ijin dari Simpang5tv Semarang adalah dua ijin yang berbeda yaitu Ijin Siaran Radio (ISR) yang diterbitkan oleh kominfo, jadi yang Simpang5tv Pati adalah ISR tersendiri dan yang di Simpang5tv Semarang / Jawa Tengah adalah ijin perluasan.

### **2. Bagaimana peran Simpang5tv Pati dan Jawa Tengah?**

Simpang5tv Pati merupakan televisi lokal pertama yang bersiaran di Pati, meskipun juga ada beberapa media yang telah mengantongi ijin, tapi kalau Simpang5tv Pati adalah televisi lokal yang mengantongi ijin siaran secara resmi. Awal bersiaran hanyalah 16 jam tapi sekarang kita tingkatkan di 18 jam. Jadi untuk peran Simpang5tv Pati dan sekitarnya kita memang lebih banyak mengangkat konten lokal itu yang lebih banyak kita angkat, karena memang televisi lokal kita mengangkat lokalitas dari daerah setempat, makanya beberapa program kita lebih kental dengan budaya lokal seperti secara rutin menayangkan ketoprak, wayang kulit, kita juga mempunyai program reguler campursari. Karena bagaimanapun itu adalah program-program yang secara budaya sangat dekat dengan masyarakat Pati dan Sekitarnya. Untuk bagian informasi kita juga mempunyai program berita 5 guna menginformasikan apa-apa yang terjadi dikota Pati dan sekitarnya dalam bentuk tayang berita, kalau berita 5 itu berita berbahasa Indonesia dan Parmo (Pawartos Limo) sebagai

program berita berbahasa Jawa. Kalau di Semarang sebenarnya hampir sama kita tetap mengutamakan bahwa kita adalah televisi lokal karena kita berprinsip bahwa televisi lokal tidak akan bisa bergaya televisi swasta, karena itu udah menjadi konsep bagi televisi nasional lainnya. Kalau yang di Jawa Tengah karena kita baru bersiaran kurang lebih selama 2 tahun, jadi memang baru beberapa program yang kita punya yaitu Limasan dan Bangga Jateng dan beberapa program yang bentuknya kerjasama atau sponsorship karena bagaimanapun televisi lokal ketika harus hidup harus memiliki kondisi finansial yang cukup, dari sisi marketing pun kita bekerjasama dengan Pemkab, Pemprov dan swasta dalam memenuhi kebutuhan pengoperasian dari tv yang kita kelola.

### **3. Apa Visi Misinya dari Simpang5tv?**

Kalau visi kita jelas dimana kita mengangkat budaya lokal. Kalau misi adalah penjabaran dari visi dimana misi kita beberapa program dan event kita memang lebih mendekatkan pada masyarakat lokal.

### **4. Bagaimana SOP (Standar Operasional Procedur) yang di tetapkan dalam proses produksi di Simpang5tv Pati dan Jawa Tengah?**

SOP secara manajerial kalau saya dari direktur punya general manager, kita juga punya masing-masing manager perdivisi, manager program, manager produksi, manager finance, manager teknik yang masing-masing juga mempunyai sub divisi, misalnya divisi program dan produksi dimana disitu pasti ada kameraman dan editor dan macem-macem, kalau divisi news ada pimred, redaktur, wartawan, ada presenter. Kalau SOP karyawan kita 3 bulan awal adalah training setelah itu kita kontrak setelah satu tahun dan setelah selesai kita evaluasi, kita akan melihat bagaiman kinerjanya selama satu tahun baru kita memutuskan selanjutnya akan diangkat atau diberhentikan. Secara manajemen Simpang5tv Pati dan Jawa Tengah menjadi satu, kita bukan manajemen yang terpisah karena dari legalitas media kita menjadi satu yaitu PT. Simpang Lima Media Televisi, hanya saja kita mempunyai 2 ijin siaran yaitu Pati dan perluasan di Semarang kalau struktur manajemen tetap jadi satu.

### **5. Apakah sistem pelaksanaan program di Simpang5tv Pati dan Jawa Tengah beda?**

Seperti yang diketahui bahwa Jawa Tengah berada di Semarang dan boleh dikatakan masih gedung baru sedangkan di Pati sudah mempunyai lebih lengkap?

Untuk pengelolaan produksi di Pati dan Semarang memang masih ada beberapa program yang kita produksi di studio Pati dan beberapa di Semarang. Jadi seperti news gitu kita masih produksi di Pati tapi memang untuk pemancarnya kita siarkan dari pemancar Pati maupun Semarang. Untuk yang di Semarang sudah bikin produksi sendiri seperti Limasan dan Bangga Jateng, jadi untuk pengelolaan manajemen produksi ada di Pati dan Semarang jadi Cuma tinggal bagaimana koordinasinya. Karena selain Pati dan Semarang kita juga punya tim di Kudus, karena Kudus merupakan salah satu penyumbang omzet yang besar untuk kontribusi di Simpang5tv.

#### **6. Bagaimana struktur organisasinya?**

Untuk struktur organisasi, karena kita adalah PT jadi kita memiliki komisaris yaitu bapak sigit supriyono, untuk direktur saya sendiri Rohman Setyawan, General Manajer bpk Shodiq nur Rahman, dan dibawahnya ada manajer finance ada manajer produksi dan lain-lain itu untuk strukturnya. Kalau struktur legal yang tercatat distruktur di akte legalitas kita adalah komisaris dan direktur, kita juga menganut sistem promosi karyawan dan degradasi, lalu ada juga reward untuk karyawan berprestasi.

#### **7. Bagaimana sistem evaluasi di Simpang5tv Pati dan Jawa Tengah?**

Karena kita satu manajemen, jadi dengan adanya digital ini tidak menjadi masalah dalam proses pengaturan dalam hal produksi maupun keuangan, karena kita juga memiliki sistem keuangan online yang bisa diakses dimana saja. Sedangkan untuk evaluasi internal Simpang5tv untuk kinerja kita sebulan sekali mengadakan rapat seluruh karyawan untuk rapat divisi atau masing-masing divisi, kondisional tergantung dari kebutuhan divisi. Kalau untuk eksternal karena kita berada dibawah Jawapos Group kita sebulan sekali juga diadakan meeting dengan seluruh cabang dari Jawapos terutama yang televisi di Jakarta. Untuk grup holding yang besar semua jaringan Jawapos biasanya kita rapatnya triwulan.

## DOKUMENTASI



**Gambar 1.8** Ruang Master Control Room di Simpang5tv



**Gambar 1.9** Mixer merupakan alat produksi yang berguna untuk mengontrol keseluruhan program di Simpang5tv Jawa Tengah



**Gambar 2.0** Beberapa alat-alat produksi yang digunakan dalam proses shooting program  
**Limasan**



**Gambar 2.1** proses *briefing* yang dilakukan oleh penanggung jawab kepada pembawa acara utama Pak Awo



**Gambar 2.2** berikut beberapa orang produksi dibalik layar program Limasan



**Gambar 2.3** Wawancara dengan penanggung jawab program limasan sekaligus general manager di Simpang5tv (25/6)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Arlin Dwi Setyaningsih  
Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 21 Mei 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Sobayan, Pedan, Klaten.  
No. Hp : 085647773258  
Email : [arlindwi2113@gmail.com](mailto:arlindwi2113@gmail.com)

### **Pendidikan Formal**

1. SDN 1 Sobayan 2004-2010
2. MTs N Pedan 2010-2013
3. SMK N 1 Juwiring 2013-2016
4. IAIN Surakarta 2016-2020