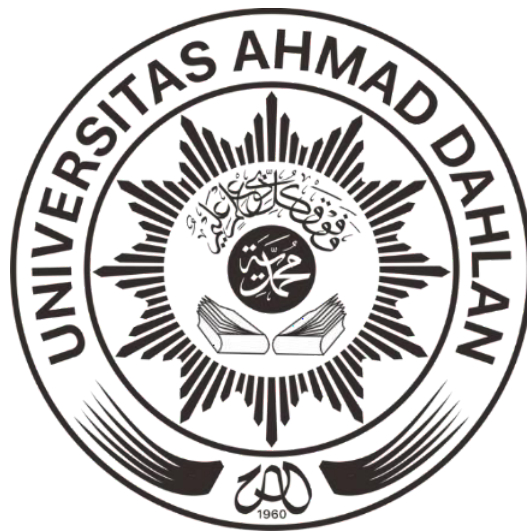


**STRATEGI KREATIF RATIH TV KABUPATEN KEBUMEN DALAM  
PRODUKSI PROGRAM SIARAN**

**Skripsi**

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



**OLEH:**

**ZAZA DIAN DORO SAPUTRA**

**1800030456**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN  
2022/2023**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menuntun jiwa ini dalam setiap langkah. Shalawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kami dari zaman jahiliyah ke zaman terang benderang saat ini.

Saya mendedikasikan karya yang lugas namun mendalam bagi saya ini untuk:

1. Ayah penulis yang tercinta Romi Sujarwadi (Almarhum) yang menjadikan semangat dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa dalam proses pengerjaan skripsi.
3. Kakak dan adik penulis yang selalu memberi nasihat dan dukungan setiap saat dalam pengerjaan skripsi.

## KATA PENGANTAR

مَسْ بِلَالِن مَحْرَمِي حُرْلَا

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Yang Maha Penyayang serta anugerah-Nya yang tidak pernah putus. Sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Dalam kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan serta semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada:

1. Allah SWT atas seluruh nikmat, rezeki, pertolongan dan ridha-Nya, sehingga karya penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. H. Muchlas, M.T Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman di kampus ini.
3. Wajiran, S.S., M.A. Ph.D. Dekan Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, yang telah memberikan kemudahan dan berbagai kesempatan sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian hingga menjadi sebuah skripsi.
4. Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom.,M.A. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dorongan semangat, motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Rendra Widyatama, S.I.P., M.Si., Ph.D. Dosen Pembimbing yang telah memberikan segenap semangatnya untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang turut memberikan ilmu dan pengalamannya, sehingga penulis dapat mengimplementasikannya dalam skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Karyawan Staf Tata Usaha Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi yang tak hentinya memberikan kemudahan dan bantuan kepada penulis demi

kelancaran studi hingga menyelesaikan skripsi.

8. Kedua orang tua Bapak Ngadiyo dan Ibu Zahrotun yang telah berjuang mencurahkan segenap lelahnya demi memberikan pendidikan terbaik kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan hingga jenjang perguruan tinggi.
9. Kepada seluruh keluarga besar maupun kerabat dekat penulis yang tak hentinya memberikan doa serta restu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Kepada teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi hingga teman-teman sesama mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang turut memberikan semangat dan bantuannya selama ini.
11. Terakhir, penulis berterima kasih kepada diri sendiri yang telah berusaha kuat berjuang hingga titik ini dan semoga selalu semangat kedepannya.

Seperti karya penelitian lainnya yang tidak luput dari ketidaksempurnaan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk terus memperbaiki dari skripsi ini. Melalui karya penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menerapkannya dalam bidang akademik maupun non-akademik.

## DAFTAR ISI

STRATEGI KREATIF RATIH TV KABUPATEN KEBUMEN DALAM PRODUKSI PROGRAM SIARAN.....	0
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	I
KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR TABEL.....	VI
DAFTAR GAMBAR.....	VII
DAFTAR BAGAN.....	VIII
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
E. Limitasi Penelitian.....	7
F. Kajian Pustaka.....	8
1. Penelitian Sebelumnya.....	8
2. Kerangka Teori.....	11
a. Strategi Kreatif.....	11
b. Program Siaran TV.....	17
c. Produksi Program TV.....	18
d. Televisi Lokal.....	19
e. Siaran Kreatif.....	21
G. Kerangka Pikiran.....	23
H. Metode Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Lokasi/Objek Penelitian.....	24
3. Waktu Penelitian.....	24
4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
a. Wawancara.....	24
b. Observasi.....	26
c. Dokumentasi.....	26

5. Teknik Analisis Data.....	26
6. Teknik Validasi Data.....	27
BAB II.....	29
DESKRIPSI UMUM.....	29
A. Profil Ratih TV Kebumen.....	29
1. Sejarah Singkat RATIH TV Kebumen.....	29
2. Visi RATIH TV Kebumen.....	30
3. Misi RATIH TV Kebumen.....	30
4. Logo RATIH TV Kebumen.....	31
5. Slogan RATIH TV.....	31
B. Program Siaran Ratih TV.....	32
a. Program Siaran Harian.....	33
b. Program Siaran Mingguan.....	35
c. Program Siaran Khusus.....	39
C. Struktur Organisasi Ratih TV.....	41
BAB III.....	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil.....	42
1. Strategi Kreatif.....	43
2. Strategi Pembuatan Ide.....	48
3. Strategi Positioning.....	52
4. Strategi Implementasi.....	53
5. Program Siaran TV.....	61
B. Pembahasan.....	62
1. Strategi Kreatif.....	63
2. Strategi Pembuatan Ide.....	65
3. Strategi Positioning.....	69
4. Strategi Implementasi.....	71
5. Program Siaran TV.....	78
BAB IV.....	83
KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	85
Daftar Pustaka.....	86
DOKUMENTASI.....	92

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 1.2 Program siaran Harian Ratih TV.....	32
Tabel 1.3 Program siaran Mingguan Ratih TV.....	32
Tabel 1.4 Program siaran Khusus Ratih TV.....	33
Tabel 2.1 Struktur Organisasi Ratih TV.....	34

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Ratih TV.....	31
Gambar 1.2 Pola Siaran Ratih TV.....	33
Gambar 1.3 master control studio Ratih TV.....	54
Gambar 1.4 Tata artistik studio Ratih TV.....	55
Gambar1.5 Audio mixer studio Ratih TV .....	56
Gambar1.6 Pengaturan kamera produksi.....	57
Gambar 1.7 Lighting studio Ratih TV.....	58
Gambar1.8 Proses produksi acara kendang galak.....	59
Gambar 1.9 Proses produksi acara Selamat Sore Kebumen.....	60



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
------------------------------------	----

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

TV lokal adalah stasiun pemancar yang hanya mencakup sebagian kecil kota atau lingkungan provinsi (Handrini, 2011). Ratih TV merupakan Stasiun lokal Kabupaten Kebumen. Ratih TV hadir guna untuk memenuhi kebutuhan informasi dan edukasi Masyarakat lokal Kabupaten Kebumen, tentunya ini merupakan hal yang bagus dalam perkembangan sebuah daerah, karena akses informasi yang bisa didapat dan juga adanya budaya lokal yang turut dihadirkan guna mempertahankan budaya lokal. Ratih Televisi baru disetujui sebagai agen penyiaran selama maksimal satu tahun selama proses berlangsung, Ratih Televisi telah memperoleh status hukum sebagai tontonan televisi milik masyarakat Kebumen dan berwenang penuh untuk kegiatan mentransmisikan di wilayah Kabupaten Kebumen. Bupati Kebumen membuat keputusan Bupati No. 14 Tahun 2006 tentang pembentukan Badan Penyiaran Publik Lokal TV Kabupaten Kebumen, yang masuk dalam bagan yang menguraikan pendirian Ratih Televisi. Hal ini didukung oleh media komunikasi massa yang sangat signifikan yang melayani kebutuhan penduduk dalam hal pendidikan, informasi, hiburan, dan pengawasan sosial.

Persaingan dari televisi nasional yang sudah cukup kuat karena sumber daya keuangan, kemampuan teknologi, dan kemampuan sumber daya manusianya kini menjadi masalah utama televisi lokal. Di sisi lain, media televisi lokal juga menanamkan kekhawatiran karena tingkat daya saing ini

juga semakin meningkat. Ratih TV Kebumen menghadapi kesulitan yang signifikan sebagai organisasi dalam dunia bisnis. Seperti industri lainnya, Ratih TV membutuhkan sumber kehidupan yang menjaga kontinuitas dan media untuk tetap bertahan. Otonomi daerah adalah kekuatan pendorong di balik kehadiran televisi lokal di Indonesia. Beberapa wilayah memiliki kemampuan audio-visual di bawah standar. Oleh karena itu, kehadiran televisi lokal menjadi solusi penting (Handrini, 2011). Kemudian itu, karena sesuatu informasi maupun hiburan pada dasarnya ada di stasiun televisi, ia harus bersaing tidak hanya dengan semua stasiun televisi lain yang ada di area penyiaran yang sama tetapi juga dengan TV berlangganan, internet, dan teknologi modern seperti transmisi streaming melalui internet, yang semuanya bertujuan untuk memperpanjang perhatian dan durasi audiens.

Secara umum, televisi nasional menawarkan program yang jauh lebih menarik. Tentu saja, penonton juga tidak hendak tertinggal gaya terbaru yang jadi pembicaraan banyak orang melalui pancaran televisi nasional. Banyak Program televisi nasional siap menyediakan berbagai siaran terbaru. Penonton usia anak-anak maupun dewasa pastinya akan memilih tayangan TV yang menarik (Permana, 2019). Penonton membutuhkan tayangan yang menghibur dan lebih segar karena itu TV nasional menjadi langganan banyak orang. Tetapi lain halnya dengan TV Lokal, TV Lokal hanya menayangkan mengenai informasi seputar daerah saja dan kurangnya inovasi dalam membuat program siaran yang menarik minat penonton (Judhita, 2015). Pemilik stasiun televisi lokal mendorong produksi program idealis. Efek dari masalah di atas seperti tingkat rendah atau angka penjualan televisi yang menurun. Akibatnya, hanya sedikit investor yang termotivasi untuk menjalankan iklan di televisi, yang

secara langsung menghasilkan pendapatan yang lebih rendah daripada Televisi Nasional.

Umumnya TV Lokal memiliki program yang kurang kreatif seperti TV nasional. Ratin TV Kebumen dalam setiap program siaran menghasilkan rating yang datar dari tahun ke tahun, karena program siaran Ratin TV yang kurang menarik. Program siaran Ratin TV Kebumen berisi tentang informasi seputar daerah lokal, tentang kebudayaan, lalu hiburan yang sedikit, karena banyaknya kekurangan mulai dari aspek sumber daya manusia, faktor peralatan studio yang kurang lengkap, kemudian terbatasnya lahan syuting, hingga faktor Keuangan. kurangnya keuangan yang cukup menjadi kendala terbesar bagi media lokal. Karena industri televisi membutuhkan banyak keuangan (jika dikelola secara profesional). Biaya operasional yang signifikan, terutama untuk biaya produksi dan akuisisi program, di samping biaya investasi awal yang signifikan dan juga untuk pembangunan infrastruktur, peralatan produksi studio, dan siaran (pemancar dan jaringan transmisi).

Ratin TV Kebumen dalam mengemas acara siaran selalu dikemas dengan muatan lokal yang nantinya diharapkan akan memikat penonton lokal dengan upaya ber bahasa yang dipahami kebanyakan penonton Kebumen. Menimbang jika masyarakat lokal senantiasa terpikat pada program televisi nasional, kompetisi Ratin televisi dari televisi nasional bukanlah perihal yang tidak penting. Sebab atensi penonton amat terpaut dengan atensi pengiklan, Televisi lokal wajib mencari metode guna menarik atensi penonton itu.

Pada akhirnya, program itulah yang membantu menghasilkan identitas dan dapat menarik audiens yang sebanding (Burton,2007). Sebagai contoh,

pertimbangkan bagaimana stasiun televisi regional mempertahankan audiens yang cukup besar dalam menghadapi acara hiburan khusus regional. Televisi lokal erat kaitannya dengan perkembangan bahkan mundurnya budaya lokal daerah karena merupakan media yang berkonsentrasi pada lokalitas berbasis budaya. L. Baker menunjukkan betapa pentingnya fungsi media dalam proses sosialisasi dan transfer budaya.

TV lokal berupaya membuat program siaran yang kreatif, Setiap langkah pembentukan tayangan tersebut membutuhkan ide kreativitas untuk membuat siaran program yang cocok untuk khalayak umum. Shimp (2003) mengklaim bahwa proses imajinasi yang berkelanjutan yang menghasilkan buah pikiran dan proses perancangan adalah dasar bagi pertumbuhan program siaran televisi melalui program kreatif inovatif. Tim kreatif, produser, hingga teknisi harus bisa saling bekerja sama dalam proses pembuatan program siaran yang kreatif. Penggabungan ide, mengembangkan ide, dan penjelajahan merupakan hal yang harus bisa disajikan dalam sebuah tayangan program siaran yang kreatif dan inovatif.

Setiap stasiun TV memiliki strategi tersendiri dalam pembuatan program siaran yang inovatif dan kreatif sehingga mampu menarik penonton (Fitriyah, 2014). Ratih TV sebagai stasiun TV Lokal menghadirkan program siaran hiburan dan informasi sesuai dengan kearifan lokal. Ratih TV memiliki program unggulan seperti “Berita Kebumen”, “Pasar Reboan”, “Kendang Galak”, “Mimbar Agama”, “Musik Campursarian” dan lainnya. Menurut data dari diskominfo Kebumen program tersebut bisa dinikmati sedikitnya kurang lebih 1 juta penduduk Kabupaten Kebumen, tentu program siaran TV lokal tidak se banyak stasiun TV Nasional. TV lokal, semacam Ratih Televisi Kebumen,

sanggup menghasilkan rasa ciri khas wilayah lewat kegiatan hiburan yang dikemas dengan ringkas yang dibuat oleh setiap regu inovatif stasiun TV lokal ini.

Meski memiliki ciri khas daerah, TV lokal kurang bisa bersaing dengan stasiun TV nasional. Karena investasi yang rendah dan persaingan TV nasional yang ketat, stasiun TV lokal mengalami kesulitan tumbuh sebagai akibat dari keterbatasan jenis program siaran dan anggaran untuk bersaing dengan stasiun TV nasional (Fadhilah, 2016). Hadirnya platform media digital seperti *streaming online* juga memberikan dampak yang signifikan terhadap persaingan di era industri kreatif terutama bagi televisi lokal yang kemudian perlunya strategi kreatif untuk menyesuaikan dengan kondisi saat ini ditengah masyarakat.

Keterbatasan TV atau kualitas suatu program tidak dapat dihindari dari aspek pencahayaan, audio, pengambilan gambar dan pengaturan panggung, serta keterbatasan biaya dan SDM dalam kegiatan operasional produksi siaran, yang mempengaruhi kualitas siaran dan daya tarik pemirsa untuk menonton siaran (Aji, 2017). Pentingnya strategi kreatif dalam proses produksi pengambilan pencahayaan, audio, dan tata ruang maupun dekorasi diperlukan untuk setiap acara program dalam meningkatkan kualitas program siaran televisi (Naratama, 2006). Divisi layanan produksi, yang mencakup layanan divisi produksi seperti kameraman, audio, editor video, direktur program, dan pencahayaan, memainkan peran penting dalam membantu divisi produksi mewujudkan ide-ide kreatif sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat. Hanya sedikit orang yang menyadari meja kerja yang beroperasi di belakang layar televisi .

Secara alami, semakin banyak ide kreatif yang dihasilkan, semakin banyak peralatan yang digunakan dan anggota yang ada. Bekerja dengan tim, baik yang ada di depan kamera (aktor, aktris, presenter) atau yang di belakang, adalah tugas utama dalam produksi televisi (kru produksi, teknisi, sutradara, dan sebagainya).

Sebuah program televisi harus diproduksi dengan pemikiran dan perencanaan yang matang. dimulai dengan bahan yang kreatif, biaya dan ketersediaan sumber daya, serta organisasi pelaksana implementasi produksi harus diatur dengan rapi untuk program produksi yang melibatkan banyak sumber daya, orang, peralatan, dan biaya. Ardiyanti (2016).

Seluruh tim yang terlibat pada saat produksi menggunakan kreativitas kolektif mereka untuk memproduksi program siaran Ratih TV. Program pertunjukan yang berkualitas tentu saja tidak dapat diproduksi dengan kemampuan terbaik seseorang tanpa tim produksi (Putranto, 2008). Tentu saja, tim produksi membutuhkan rencana kreatif saat memproduksi program acara. Pendekatan kreatif tim produksi tidak diragukan lagi memiliki dampak yang signifikan pada bagaimana produksi dilakukan.

Dari uraian di atas, pentingnya strategi kreatif dalam pemanfaatan teknologi juga pengelolaan tata studio seperti pencahayaan, audio, hingga pengambilan gambar oleh tim kreatif atau tim produksi Ratih TV dalam menciptakan, mengembangkan sebuah ide kreatif dan inovatif dalam proses pembuatan program siaran yang kreatif dan berkualitas. Kemampuan untuk mencapai tujuan identitas regional bisa diresmikan lewat stasiun televisi lokal yang menjadi rumah dari stasiun TV itu sendiri. Maka dari itu penelitian ini

nantinya akan membahas lebih dalam mengenai strategi kreatif Ratih TV Kebumen dalam produksi program siaran.

## **B. Rumusan Masalah**

Bersumberkan uraian di atas permasalahan dapat dirumuskan yaitu bagaimana strategi kreatif Ratih TV Kabupaten Kebumen dalam produksi program siaran ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin di capai oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi kreatif Ratih TV Kabupaten Kebumen dalam produksi program siaran.

## **D. Manfaat Penelitian**

Menurut tujuan yang disebutkan di atas, penelitian ini diharapkan memiliki Manfaat sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Diharapkan penelitian ini akan menambah kekayaan pengetahuan teoritis di industri televisi, khususnya yang berkaitan dengan pendekatan kreatif stasiun TV lokal dalam membuat program siaran.
- b. Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat dengan memajukan pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan televisi lokal dan strategi keratifnya.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi stasiun TV lokal lainnya, untuk menghasilkan program siaran yang inovatif dan berkualitas.



- b. Diharapkan penelitian ini akan membantu pemerintah daerah mendukung televisi lokal sebagai media massa yang mumpuni yang membantu mendefinisikan identitas daerah.

## **E. Limitasi Penelitian**

Karena luasnya materi ini waktu, uang, dan energi yang terbatas, peneliti memberlakukan batasan pada penelitian ini yaitu pra-produksi dan produksi dalam strategi kreatif Ratih TV Kabupaten Kebumen dalam produksi program siaran.

## **F. Kajian Pustaka**

### **1. Penelitian Sebelumnya**

Penelitian mengenai strategi kreatif pada televisi lokal masih jarang dilakukan. Penulis mendapatkan beberapa penelitian berkaitan mengenai strategi kreatif dibawah ini sebagai berikut :

Pertama ditulis oleh Dhea Helyana Putri dari jurnal perpustakaan FPSB UII Yogyakarta dalam skripsinya berjudul “Analisis kreatif program hiburan televisi lokal dalam konstruksi identitas daerah (studi komparatif pada Riau Televisi dan Riau Chanel Televisi Pekanbaru)” UII Yogyakarta program studi ilmu komunikasi tahun 2018. Kemudian penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami metode kreatif membangun identitas yang digunakan oleh program hiburan televisi regional Riau Televisi (RTV) dan Riau channel Televisi (RCTV) dan juga untuk memastikan unsur-unsur yang mempengaruhi produksi program hiburan di Riau channel Televisi dan Riau Televisi (RCTV). Kemudian itu adanya perkembangan program hiburan di Riau Chanel Televisi (RCTV) dipengaruhi oleh sejumlah elemen pendukung, termasuk kerja sama yang kuat

dan dukungan masyarakat. Khususnya, untuk hambatan teknologi seperti pemadaman listrik maupun juga iklim yang kurang bagus.

Kedua ada penelitian yang dibuat oleh Nurianida Ayu Lestari dari jurnal perpustakaan UIN SUSKA Riau dalam skripsinya dengan judul “strategi kreatif program acara talenta gemilang di GGTV Tembilahan” UIN SUSKA RIAU jurusan ilmu komunikasi tahun 2021. Dengan desain studi deskriptif, penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif. Adapun hasil yg ditemukan program Talenta Gemilang di GGTV Tembilahan mencakup tiga sub-acara sebagai bagian dari strukturnya, salah satunya melibatkan mendengarkan kisah-kisah yang mengajarkan anak-anak tentang pentingnya welas asih. komposisi artistik Tembilahan memiliki penampilan yang bagus dalam hal Program Talenta Gemilang di GGTV, terutama karena kehadiran pola melayu yang kental dan sesuai dengan tema acara. Aset dan kemasan juga akan diputuskan bersama dengan tema acara, untuk memastikan bahwa program acara sudah matang dan bahwa latihan diadakan sehari sebelum syuting.

Ketiga Penelitian yang ditulis oleh Syamsul Rijal dari jurnal perpustakaan FDK UIN ALAUDDIN Makassar dalam skripsinya dengan judul “strategi kreatif produser dalam mempertahankan program siaran “PAOTERE” Di Inews TV Makassar” UIN ALAUDDIN Makassar jurusan ilmu komunikasi 2019. Menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian tersebut Produser Paotere menggunakan sembilan aspek strategi kreatif dalam pembentukan terhadap programnya, termasuk audiens target, bahasa skrip, struktur acara, punchline, gimmick, gantungan klip suara, estetika gaya, latihan umum, dan program interaktif. Untuk mengatasi kekurangan dan meningkatkan kualitas program dalam hal konten dan kemasan, evaluasi dan inovasi harus

dilakukan secara rutin pada program Paotere. Karena Paotere tidak mungkin mengudara sampai hari ini tanpa penonton, karena memainkan peran penting dalam pengembangan program.

Tabel 1. 1 Penelitian Sebelumnya

<b>NO</b>	<b>NAMA/JUDUL PENELITIAN</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>	<b>PERBEDAAN</b>	<b>PERSAMAAN</b>
1.	Dhea Helyana Putri 2018/ Analisis Kreatif Program Hiburan Televisi Lokal Dalam Konstruksi Identitas Daerah (Studi Komparatif Pada Riau Televisi Dan Riau Chanel Televisi Pekanbaru)	Faktor pendukung yang mempengaruhi proses kreatif di Riau Televisi (RTV), yaitu keterlibatan faktor internal maupun eksternal.	Perbedaan ada pada jenis Objek penelitian.	Persamaan pada penggunaan metode penelitian kualitatif dan pemilihan objek penelitian tentang Kreativitas pembuatan program.
2.	Nurianida Ayu Lestari 2021/ Strategi Kreatif Program Acara Talenta Gemilang DI GGTV Tembilahan	Program Talenta Gemilang di GGTV Tembilahan mencakup tiga sub-acara sebagai bagian dari strukturnya.	Perbedaan ada pada jenis Objek penelitian	Persamaan antara pemilihan objek penelitian dengan penggunaan metodologi penelitian kualitatif tentang strategi Kreatif .
3.	Syamsul Rijal 2019/ Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Siaran “PAOTERE” Di Inews TV Makassar	Produser Paotere menggunakan aspek strategi kreatif dalam programnya.	Perbedaannya ada pada jenis Objek penelitian.	Kesamaan antara teknik komunikasi kualitatif dan pilihan topik program televisi.

## **2. Kerangka Teori**

### **a. Strategi Kreatif**

Strategi kreatif merupakan upaya yang terencana dengan baik untuk mencapai tujuan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Dalam konteks sektor media televisi, strategi mengacu pada pendekatan yang diambil oleh industri media dalam mengembangkan program inovatif dengan memanfaatkan sumber daya keuangan mereka secara efisien. Sedangkan metode yang digunakan oleh produser program dimulai dari tahap perencanaan hingga produksi program agar dapat menarik perhatian penonton dapat dipahami sebagai strategi kreatif program televisi (Wahyuti, 2015:153).

Strategi kreatif adalah orientasi pemasaran yang ditawarkan kepada individu kreatif sebagai arahan dalam membuat program televisi. Menurut Rhenald Kasali, strategi kreatif untuk orang-orang kreatif sering dianggap sebagai hasil dari terjemahan beragam fakta tentang produk, pasar, dan target audiens ke dalam posisi tertentu dalam komunikasi, yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk menentukan tujuan program acara (Rhenald, 2002).

Kreativitas merupakan produk sampingan dari cara kita mendekati pemecahan masalah. Pemikiran analitis dan pemikiran kreatif adalah dua gaya berpikir yang mampu dilakukan manusia. Masing-masing dari dua mode pemikiran ini memiliki sejumlah langkah. Pada dasarnya, pemikir kreatif sering bertindak dengan cara yang tidak biasa bagi mereka, seperti impulsif dan tidak terencana. Mereka juga sering tampil aneh karena proses mereka sering menghasilkan hal-hal yang biasanya tidak muncul, yang biasanya merupakan hasil dari metode berpikir mereka yang tidak biasa (Fachruddin, 2015).

Untuk mencapai suatu tujuan, strategi terutama memerlukan perencanaan dan administrasi (manajemen). Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus dapat menunjukkan teknik operasional, tidak hanya beroperasi sebagai cetak biru yang menguraikan jalur umum. Strategi komunikasi yang luas harus dikembangkan agar pendekatan komunikasi operasional segera diubah sebagai tanggapan terhadap keadaan yang berpengaruh (Onong,2004).

Istilah "strategi" dalam konteks bisnis media televisi mengacu pada pendekatan yang digunakan oleh perusahaan media dalam mengembangkan program inovatif sambil secara efisien menggunakan sumber daya yang tersedia untuk memaksimalkan pendapatan (Chan-Olmsted, 2006).

Sebaliknya, pendekatan kreatif acara televisi dapat dilihat sebagai hal-hal yang dilakukan produser program, dari tahap perencanaan hingga tinjauan program, untuk menarik perhatian pemirsa dan pengiklan (Zettl, 2006).

Menurut Chan-Olmsted (2006) strategi kreatif untuk membuat acara siaran yang inovatif dan kreatif, pemrogram harus mengikuti tiga langkah penting (Wahyuti, 2015). seperti dibawah ini :

### **1. Strategi Pembuatan Ide**

Strategi pembuatan ide adalah metode bagi programmer untuk menemukan dan mengembangkan ide-ide program. Pembuat program dapat menggunakan berbagai metode untuk menemukan dan mengembangkan ide-ide program kreatif.. Penulis program harus memiliki kemampuan untuk menganalisis preferensi konsumen untuk menghasilkan ide yang inovatif kreatif (Olmsted, 2006). Mendapatkan ide yang terinspirasi, menerjemahkan ide, dan menyelesaikan ide adalah tiga langkah dalam pendekatan menghasilkan ide.

Strategi atau metode yang digunakan oleh programmer untuk meningkatkan kapasitas mereka untuk menghasilkan ide ketika membuat program harus terinspirasi oleh ide-ide. Pembuat program menggunakan pendekatan atau praktik "menerjemahkan ide" untuk menerapkan konsep asli mereka sebagai kesan yang dapat dipahami secara mental dan digunakan dalam pembuatan pertunjukan yang sebenarnya. Berikut informasi lebih lanjut mengenai cara menghasilkan konsep strategi (Wahyuti, 2015:153).

**a) Mendapatkan inspirasi ide kreatif.**

Pembuat program biasanya memperluas pengetahuan mereka tentang berbagai program televisi untuk memicu ide-ide inovatif dan kreatif. Pengembang program dapat mencapai ini dengan melihat program yang dianggap khas, inovatif, menarik, dan populer di kalangan pemirsa (Olmsted, 2006). Biasanya, menonton televisi di berbagai negara asing dapat memberikan inspirasi bagi desainer program. Membaca berbagai sumber adalah pilihan lain. Melakukan diskusi dengan orang lain adalah cara lain untuk mendapatkan inspirasi untuk ide-ide inovatif. Komentar dan pertanyaan terbuka dipersilakan di area diskusi, yang nantinya menghadirkan pengembangan program untuk penemuan ide-ide baru yang kreatif (Wahyuti, 2015:153).

**b) Menterjemahkan ide**

Pada titik ini, pembuat program harus dapat mengintegrasikan konsep mereka ke dalam pembuatan program. Gagasan yang dimaksudkan mungkin tidak selalu dapat diwujudkan pada saat ini dalam pembangunan program acara. Keterbatasan teknis atau instrumen dan faktor manusia adalah dua penyebab potensial dari hal ini (Olmsted, 2006). Keterbatasan teknis dapat diidentifikasi,

seperti contoh ketika penulis program mencoba menunjukkan adegan ketika aktor terbang melalui awan, Kesulitan teknis ini mungkin timbul, sehingga sulit untuk menafsirkan gagasan jika gambar ditangkap secara langsung dalam suatu struktur. Dalam situasi ini, pengembang program harus dapat menerjemahkan konsepnya ke dalam aplikasi praktis. Jika acara tersebut didukung oleh teknologi mutakhir, mungkin konsepnya telah tercapai. Harus dipastikan bahwa konsep yang dikembangkan dapat diterjemahkan oleh personel tim produksi dalam upaya memfasilitasi pekerjaan pembuat program. Oleh karena itu, ketika pencipta program menerjemahkan pemikirannya, ia umumnya juga dapat menawarkan opsi peralatan, mengurangi rintangan potensial, dan menawarkan jawaban yang jelas dengan keadaan (Wahyuti, 2015:154).

### **c) Finalisasi ide**

Tahap terakhir sering diselesaikan oleh pembuat program dengan ide-ide inovatif untuk sebuah program yang dituangkan melalui konsep program. Pada tahap ini, pembuat program sering mengembangkan konsep yang luas sebelum mengasahnya secara spesifik tentang segmen program (Olmsted, 2006). 30 menit sering dibagi menjadi empat bagian, sedangkan 60 menit dibagi menjadi enam segmen. Substansi dari setiap bagian yang terus menarik perhatian pemirsa sekarang harus dipertimbangkan oleh desainer pertunjukan. Dengan menghasilkan mockup atau contoh acara yang memiliki semua informasi yang akan disiarkan, finalisasi dapat ditampilkan (Wahyuti, 2015:155).

## **2. Strategi *Positioning***

Strategi *positioning* yang nantinya perancang program harus memahami pendekatan Strategi *positioning* pada tahap kedua dari proses ide kreatif. Upaya



oleh produser program untuk memposisikan pertunjukan mereka secara imajinatif kepada audiens dapat dilihat sebagai strategi positioning (Olmsted, 2006). Dengan menekankan pada target penonton yang diinginkan, posisi ini dapat dibuat. Target penonton ini dapat dipecah menjadi segmen demografis dan psikografis. Karakteristik demografis dapat diperoleh dari target usia penonton, jenis kelamin, tingkat pendidikan, posisi kerja, dan faktor lainnya. Kemudian ciri-ciri pribadi individu yang diprediksi dapat berasal dari faktor psikografis, seperti gaya hidup, kebiasaan, minat, dan hiburan yang populer di kalangan target pasar.

Memilih jam tayang atau *airtime* adalah pendekatan penentuan posisi pada tahap selanjutnya. Penulis acara pada saat ini harus menyadari di mana programnya akan disiarkan. Pilihan airtimes sering dibuat oleh desainer program sesuai dengan target audiens karakter target. Pencetus program akan sering menjadwalkan pertunjukan keluarga untuk *prime time*. Namun, sebelum memutuskan kapan momen yang tepat, produser program harus jeli menonton program tayangan di saluran televisi kompetitor. Perihal ini buat mempermudah pengumpulan ketetapan kreator program buat menayangkan program sebelum penayangan pada stasiun TV program kompetitor, sehabis penayangan program di stasiun TV pesaing ataupun malah berbarengan (*head to head*) dengan program yang ditayangkan stasiun TV pesaing (Wahyuti, 2015:156).

### **3. Strategi Implementasi**

Rencana eksekusi datang terakhir dalam proses pengembangan program kreatif. Strategi implementasi adalah pendekatan sederhana atau upaya yang dilakukan oleh produser program untuk mengubah ide-ide program yang telah

dituangkan ke dalam proposal menjadi pertunjukan yang akan dinikmati penonton (Olmsted, 2006). Pada titik ini, penemu program akan bekerja dengan beberapa tim produksi untuk melaksanakan pelaksanaan program tersebut. Pada titik ini, setiap anggota tim akan melaksanakan tugas yang ditugaskan dengan kemampuan kreatif terbaik mereka. Tim siaran akan menulis skenario kreatif dan *rundown*. Setiap tugas kru yang relevan harus memasukkan karakteristik inovatif. Keberlangsungan dan keselarasan suatu program harus dijaga. Kecerdikan setiap anggota kru harus digunakan untuk mendorong ide-ide kreatif. Tentunya jika didukung dengan alat dan teknologi yang tepat, maka akan berfungsi dengan baik (Wahyuti, 2015: 157).

Upaya pencipta program untuk dapat merespon dengan tepat ketika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan juga dapat menjadi contoh strategi implementasi. Biasanya terjadi ketika ada segmen khusus yang menggunakan tema di ruang terbuka dan program terkena hambatan seperti gangguan alam atau cuaca buruk seperti hujan sebelum acara berlangsung diluar ruangan (*out door*) (Olmsted, 2006). Terkadang kru produksi harus berpikir cepat tentang gagasan kreatif ini karena sifatnya mendesak. Jadi layak bahwa pemirsa akan kecewa dan bahwa tidak terbayangkan bahwa itu akan mengubah saluran jika tim produksi tidak dapat mengganti konsep inovatif di segmen tertentu dengan sesuatu yang sama uniknya (Wahyuti, 2015:157).

Ketiga tahapan ini berdampak pada pendekatan kreatif program televisi lokal dalam penelitian ini. Pendekatan kreatif itu sendiri dirancang untuk menyelesaikan suatu tugas. Tujuannya adalah untuk menetapkan tenggat waktu untuk membuat proses kreatif program televisi lokal yang menurut masyarakat umum menarik dan unik. Gagasan untuk menjadi kreatif dalam kehidupan

sehari-hari dapat membantu dalam pemecahan masalah. Prinsip-prinsip berpikir kreatif seringkali berasal dari ide yang dikembangkan menjadi inspirasi segar. Secara teori, hanya mereka yang memanfaatkan otak mereka secara kreatif. Ketika memecahkan kesulitan, para pemikir kreatif biasanya datang dengan pemikiran atau gagasan baru yang tentu saja, dapat berasal dari tahap pemikiran kreatif untuk memaksimalkan fungsi otak.

Dalam situasi ini, individu kreatif biasanya percaya bahwa bahkan hal-hal yang rusak masih dapat dimanfaatkan dan dikembangkan menjadi sesuatu yang menarik yang dapat meningkatkan nilai jual kembali suatu objek. Dengan memanfaatkan kapasitas otak untuk berpikir, rencana tersebut secara alami menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk digunakan dalam mencapai suatu tujuan. Salah satunya adalah mencari tahu konsep, topik, dan ide yang digunakan untuk membuat program acara kreatif (Wahyuti, 2015).

#### **b. Program Siaran TV**

Program televisi didefinisikan secara teknis sebagai perencanaan dan penjadwalan televisi dari hari ke hari (program *horizontal*) dan dari jam ke jam (program *vertikal*) setiap hari (RM Soenarto, 2007). Mempertimbangkan bahwa penonton umumnya menonton televisi dan penata program harus memperhatikan apa yang dinikmati publik, menjadwalkan acara lebih sulit daripada yang terlihat. Organisasi kerja seorang programmer dituntut untuk menghasilkan suatu software agar jadwalnya dapat disaksikan dengan nikmat.

Program juga disebut sebagai siaran, yaitu pesan atau kumpulan pesan dalam berbagai format. Stasiun radio dan televisi sama-sama menggunakan program untuk menarik minat pendengar pada media masing-masing. Program

sebanding dengan produk atau layanan yang sederhana, menyenangkan, dan berguna untuk dikonsumsi audiens (Morissan; 2008).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan suara (sound) melalui kabel atau melalui ruang menggunakan perangkat yang mengubah cahaya (gambar) dan suara (sound) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya tampak dan suara dapat didengar, kamus besar bahasa Indonesia mendefinisikan suatu pertunjukan sebagai sesuatu yang dibayangkan atau disajikan. Akibatnya, program televisi adalah penyajian informasi melalui media elektronik yang mencakup suara dan visual.

### **c. Produksi Program TV**

Secara alami, ada langkah-langkah dalam proses pembuatan program acara yang harus disertakan. Langkah ini digunakan untuk mengevaluasi seberapa andal program acara yang telah dikembangkan (Soenarto, 2007).

Produksi televisi adalah upaya tim daripada upaya individu. Ketika pemirsa atau audiens menemukan program televisi yang jelas, menyenangkan, dan layak ditonton, seluruh tim produksi harus dipuji atas upaya mereka, bukan hanya satu individu (Fachruddin, 2012).

Menurut Fachruddin (2012) produksi program TV memiliki beberapa tahap yaitu pra Produksi juga dikenal sebagai tahap sebelum produksi atau serangkaian acara dimulai, Tahap ini adalah tempat perencanaan dan persiapan berlangsung untuk menemukan ide, mengemas konsep program acara secara rinci dan terperinci sehubungan dengan masalah terkait persiapan, dan biaya. Tahap berikut adalah tahap produksi, juga disebut sebagai tahap pelaporan

karena di sinilah konsep dan ide yang dikemas sebelumnya dalam pra-produksi dimasukkan ke dalam tindakan. Tahap ini adalah tahap pengambilan gambar ketika prosesnya biasanya langsung (*live*) atau tidak mengudara (*off air*), dan juga merupakan tahap di mana kru menyiapkan peralatan teknis pemotretan atau *shooting*. Tahap terakhir adalah Pasca Produksi, yang merupakan tahap di mana hasil produksi disempurnakan.

Input produksi dapat mengambil beberapa bentuk. Hal-hal seperti peristiwa, pengalaman, karya, benda, hewan, dan manusia dapat diolah menjadi produk berkualitas tinggi. Karena pengalaman, pendidikan, dan pola pikir kritis, materi produksi ini dapat dilihat dengan kepekaan kreatif. Selain itu, kapasitas-nya untuk menghasilkan bahan produksi berkualitas tinggi akan sangat dipengaruhi oleh visi (Fachruddin, 2012).

#### **d. Televisi Lokal**

Televisi adalah jenis media massa. Pesan yang disebarkan kepada banyak individu melalui media massa dikenal dengan sebutan komunikasi massa. Surat kabar dan majalah, yang semuanya dianggap sebagai media cetak, serta siaran radio, televisi, dan film adalah contoh komunikasi media yang mencakup media massa (Ardianto, 2005).

UU Nomor. 32 Tahun 2002 mencatat dimulainya pengembangan TV lokal di Indonesia. Perkembangan relevansi lokal serta disahkannya UU Nomor. 32 Tahun 2002 menerangi 2 perihal: awal, terdapat pemisahan siaran nasional, tidak tercantum yang bertugas serupa dengan TV lokal, serta kedua, pemancaran TV lokal cuma diizinkan dengan capaian pancaran bagi homebase( Wiradono, 2006). Pemberlakuan UU Nomor. 32 Tahun 2002 membagikan akibat yang

penting kepada perkembangan TV Indonesia. Bagi memo, sampai tahun 2005, stasiun TV nasional serta swasta memimpin lanskap TV Indonesia. Tetapi, TV lokal terkini saat ini dengan cara berangsur-angsur mulai bertumbuh, menggapai 86 stasiun serta didistribusikan ke lebih dari 50 kota serta provinsi di Indonesia (Eskaputra, skripsi, 2012). Munculnya televisi lokal menawarkan bidang penyiaran perspektif baru. Ini karena tidak ada cukup informasi tentang budaya lokal dan apa pun yang memiliki karakteristik lokal yang diangkat menjadi bentuk audio-visual. Oleh karena itu, memiliki televisi lokal yang berbagi pengetahuan lokal merupakan solusi yang dipandang sangat membantu bagi pertumbuhan suatu daerah. Pertunjukan ini berorientasi sosial, dan menurut penilaian Priwidodo, budaya, pariwisata, ekonomi, dan komponen regional lainnya yang membentuk tuntutan bagi semua lapisan masyarakat dapat memaksimalkan pembangunan lokal (Priyowidodo, 2010).

Bergantung pada iklim politik pada saat ini, regulasi industri TV telah berubah dari waktu ke waktu. Ada beberapa kesamaan terkait lisensi. Pemerintah selalu mencari keuntungan politik dalam sistem penyiaran yang berkembang. Semua pemerintah Indonesia biasanya menerapkan peraturan penyiaran kepada semua pemangku kepentingan dengan semangat yang kurang baik. Pemberian izin orde baru kepada pihak swasta juga merupakan bukti kompromi pragmatis. Meskipun televisi nasional memiliki hak eksklusif untuk menyiarkan secara nasional, televisi swasta diizinkan oleh pemerintah untuk melakukannya. Adopsi peraturan penyiaran TV telah melihat banyak kompromi pragmatis selama Era Reformasi juga. Metode akomodatif ini dapat dilihat dalam berbagai perlakuan terhadap prosedur perizinan, kepemilikan saham, dan liputan siaran (Rendra : 2018).

Kata "televisi" berasal dari kata Yunani "tele," yang berarti "jauh," dan "visi," yang berarti "melihat" (Rinowati, 2012). Dengan demikian, televisi dapat dilihat secara harfiah sebagai alat yang digunakan penonton untuk melihat hal-hal yang tidak hanya dekat tetapi juga hal-hal yang jauh dari penonton.

Televisi lokal adalah sejenis media massa yang menekankan tempat dan erat kaitannya dengan rasa tempat. Menurut Lusting dan Koester (2003), seseorang dapat memperoleh identitas melalui budaya selain pengalaman dan lingkungan. Hal ini dapat terjadi melalui liputan media tentang tindakan yang memiliki komponen budaya, kemudian itu adanya hiburan kesenian musik yang menonjolkan kelompok budaya tertentu. Oleh karena itu, informasi yang diberikan oleh media daerah, seperti televisi lokal, berfungsi sebagai metode untuk mendidik dan menyampaikan karakter atau citra daerah.

Secara umumnya, untuk tujuan TV lokal memberitakan apa juga yang relevan dengan wawasan lokal. Perihal ini ialah salah satu manfaat untuk warga yang dinantikan guna menyamakan arus berita dari pusat nasional ke wilayah setempat (Rahmah : 2013).

#### **e. Siaran Kreatif**

Banyak stasiun televisi di seluruh negeri mengirimkan lusinan, jika bukan ratusan, program televisi harian yang juga disediakan oleh layanan penyiaran televisi internasional melalui siaran televisi kabel atau satelit komunikasi. Ini berarti bahwa ada sejumlah besar ide imajinatif dan kreatif yang mungkin muncul di televisi apakah mereka direkayasa atau sepenuhnya spontan. Konsep ini kemudian dikembangkan menjadi narasi yang menarik; proses ini dikenal sebagai *creative treatment*. Ini berarti bahwa setiap orang yang ingin

bekerja di industri penyiaran harus lebih imajinatif dan kreatif dalam pengamatan mereka terhadap dunia. Oleh karena itu, membuat peristiwa tampak nyata tanpa memanipulasi cerita agar tampak luar biasa dalam perspektif pemirsa televisi merupakan tantangan kreatif untuk produk televisi non-fiksi. Kemudian dalam acara fiksi, konsep yang merupakan produk imajinasi orang lain dan rekayasa naratif dibuat semenarik mungkin untuk memuaskan penonton televisi ( Fachruddin : 2015).

Audiens dapat menerima siaran secara bersamaan dengan peralatan penerima siaran, penyiaran adalah tindakan transmisi siaran menggunakan sarana transmisi dan/atau alat transmisi di darat, di laut, atau di luar angkasa (satelit) ( Undang-undang Penyiaran dan Pers, 2005).

Bidang yang secara konsisten menarik minat publik adalah penyiaran. Penyiaran merupakan bidang bisnis yang menguntungkan yang dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan jika penonton menikmati program yang sedang disiarkan, selain disukai sebagai tontonan atau sebagai sesuatu yang harus didengarkan. Sebagai bentuk komunikasi, penyiaran memiliki fungsi sosial yang signifikan selain bersifat ekonomi (Suprpto, 2006).

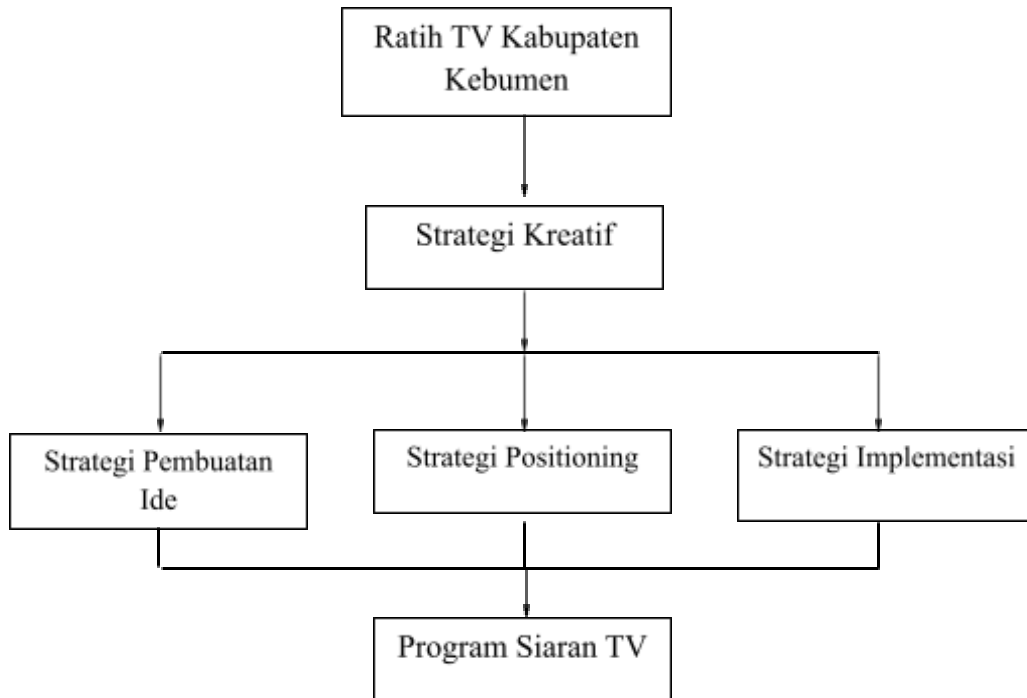
Siaran kreatif merupakan program siaran yang di tayangkan oleh sebuah stasiun Televisi dengan tujuan menghibur dan mengedukasi secara kreatif dan inovatif kepada masyarakat dalam berbagai aspek yang nantinya bisa menjadi bahan acuan setiap stasiun Televisi dalam memproduksi siaran kreatif yang inovatif dan imajinatif dalam menarik minat penonton. Adapun salah satu tujuannya untuk membangun potensi generasi penerus bangsa yang cerdas dan kreatif dan ikut mencerdaskan kehidupan bangsa (Wahyuti, 2015).



## G. Kerangka Pikiran

Penulis membutuhkan kerangka konseptual seperti berikut :

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran Sumber: Olahan Peneliti



## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini selanjutnya, penulis tentunya harus dibekali dengan teori dan wawasan luas yang memungkinkan penulis untuk menganalisis masalah dan situasi sosial yang ada dan menjelaskannya secara nyata dan bermakna. Akibatnya, penelitian penulis bersifat kualitatif deskriptif. Penulis menggunakan metode ini karena ingin mempelajari bagaimana strategi kreatif Ratih TV dalam memproduksi program siaran. Kemudian itu penulis nantinya membutuhkan data penunjang seperti teknik wawancara Kepada Narasumber yang berkaitan. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian

kualitatif dilakukan pada keadaan yang alamiah (naturalistik) dan digunakan untuk memperoleh data yang berisi data aktual dan pasti, serta nilai di balik data yang terlihat nantinya. Riset strategi kreatif Ratih TV dalam produksi program siaran menggunakan jenis Metode kualitatif.

## **2. Lokasi/Objek Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan berlokasi di stasiun Ratih TV Kebumen terletak di jalan Kutoarjo No.6, Panjer, Kec. Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. merupakan stasiun televisi daerah milik Pemerintah Kota/Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. dengan berkomunikasi secara offline atau wawancara ditempat secara langsung dengan narasumber atau informan. Selanjutnya adapun point objek dalam riset yang dilakukan kali ini adalah strategi kreatif Ratih TV dalam memproduksi program siaran.

## **3. Waktu Penelitian**

Selanjutnya dalam waktu riset penelitian ini penulis melakukan penelitian dimulai dari bulan September hingga Desember 2022.

## **4. Teknik Pengumpulan Data**

Penulis penelitian ini menggunakan strategi pengumpulan data berikut untuk mendapatkan data :

### **a. Wawancara**

Wawancara, menurut Moleong (2014), adalah pembicaraan di mana antara pihak yang satu dengan pihak lainnya berkomunikasi untuk mencapai tujuan tertentu, kemudian pewawancara atau penanya nantinya bertugas memberikan sebuah pertanyaan kemudian narasumber yang bertugas sebagai informan atau sumber dan menyampaikan tanggapan (Linarwati *et al.*, 2016).

Menurut Rachmat Kriyantono (2010) teknik wawancara dibagi jadi dua :

#### 1) Wawancara mendalam

Metode pengumpulan data atau informasi dengan langsung bertemu tatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang komprehensif dan mendalam adalah melalui wawancara mendalam. Wawancara ini dilakukan secara sering dan menyeluruh.

#### 2) Wawancara Struktur

Wawancara terstruktur merupakan sebuah teknik untuk mengumpulkan data atau informasi yang menggunakan aturan wawancara, bentuk tertentu dengan instruksi yang membantu peneliti dalam melakukan wawancara.

Pihak-pihak yang digunakan sebagai informan atau sumber penelitian memiliki kedalaman informasi yang dibutuhkan dan memenuhi kriteria yaitu :

1. Mengetahui proses produksi.
2. Telah bekerja satu tahun dibidang yang berkaitan dengan produksi siaran.
3. Bertanggungjawab dalam proses produksi siaran.

Berikut adalah data informan pada penelitian ini :

1. Kabag program dan siaran (Hudi Wisono)
2. Kabag Teknik (Paryanto)
3. Operator Kamera/Pengarah acara (Adi)

## b. Observasi

Kemudian observasi, menurut definisi Sudijono, adalah tata cara pengumpulan bahan informasi (data) tentunya melewati pengamatan sistematis dan pencatatan fenomena yang diteliti (Istiqoma *et al.*, 2015). Metode penelitian observasi kemudian nantinya digunakan untuk mengumpulkan data berupa keadaan lingkungan sosial dan tentunya kondisi objek penelitian secara lengkap, sebagaimana program yang dilakukan oleh Stasiun Ratih TV Kebumen dan lainnya.

## c. Dokumentasi

Selain itu, catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan hal atau variabel lainnya termasuk dalam teknik penelitian dokumentasi. Penelitian Menurut Moleong, dokumen tersebut kemudian dibagi menjadi dua kelompok: dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dalam dokumentasi pribadi, kegiatan atau pengalaman dicatat, sedangkan catatan internal dan eksternal membentuk dokumentasi resmi. Pengumuman, memorandum, dan arahan adalah contoh makalah internal. Item informasi termasuk majalah, buletin, dan media massa adalah contoh dokumen eksternal (Pramesti Wulandari, 2013).

## **5. Teknik Analisis Data**

Sugiyono mengartikan analisis data adalah tata cara dalam proses menemukan dan menyusun data dari wawancara, catatan, dan dokumentasi secara sistematis. Data kemudian diatur ke dalam kategori, unit, sintesis, dan menyusun pola sebelum memutuskan mana yang penting untuk menarik

kesimpulan. Menurut model Grounded Miles dan Huberman, ketika data terkumpul, nantinya adalah mengolah data menggunakan metode kualitatif, sehingga data yang telah diolah dapat mencakup reduksi data, penyajian data, dan Simpulan (Sugiyono, 2016).

a. Reduksi data

Reduksi data memerlukan peringkasan, yang nantinya berfokus pada poin-poin penting dan relevan, yang selanjutnya mencari tema dan pola. penulis mengumpulkan materi untuk penelitian ini dengan melakukan wawancara dengan karyawan Ratih TV Kebumen.

b. Penyajian Data

Dalam tata cara penelitian kualitatif, data selanjutnya dihadirkan dalam bentuk deskripsi singkat dan adanya korelasi antar kategori, atau yang serupa. Hasilnya, data yang diberikan dalam penelitian ini dijelaskan secara mendalam dengan menggunakan metodologi kualitatif.

c. Verifikasi dan Simpulan

Kesimpulan merupakan sebuah penemuan baru yang kemudian belum pernah dikerjakan sebelumnya, dan tampaknya sebagai hasil yang abu-abu yang kemudian menjadi jelas setelah penyelidikan. Selanjutnya penelitian ini, penulis akan membuat dan memilih kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan sebelumnya.

## **6. Teknik Validasi Data**

Dalam penelitian tersebut, penulis menggunakan triangulasi data sebagai metode untuk memastikan validitas data. Penulis menggunakan pendekatan triangulasi untuk triangulasi datanya. Dalam penelitian ini digunakan metode kroscek untuk melakukan triangulasi data dengan membandingkannya dengan

informasi yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumen (Sugiyono, 2016). Untuk membuat penulisan temuan penelitian lebih sederhana, data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dipilih berdasarkan topik. Selain itu, penulis telah memilih data yang dikutip bersama data lainnya. Untuk meningkatkan temuan studi, data observasional dan dokumentasi ditambahkan ke data wawancara.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI UMUM**

#### **A. Profil Ratih TV Kebumen**

##### **1. Sejarah Singkat RATIH TV Kebumen**

Pada tanggal 12 Mei 2003, pemerintah daerah Kebumen dan SCTV menandatangani perjanjian kerjasama di bidang transmisi jaringan, yang menandai dimulainya Ratih TV. Sejak Ratih TV memulai operasinya pada saat itu. Pada tanggal 27 Oktober 2003, dilakukan uji transmisi pada UHF 52, yang pada saat itu masih digunakan oleh stasiun radio lokal (RSPD) INFM.

Ide untuk meluncurkan stasiun televisi lokal di Kabupaten Kebumen pertama kali datang dari Rustriningsih, bupati Kebumen saat itu, yang ingin menumbuhkan tata kelola pemerintahan yang baik di sana. Ratih TV didirikan agar warga Kebumen dapat berkomunikasi dengan pejabat terpilih atau berinteraksi langsung dengan mereka. Selain itu, diharapkan keberadaan media televisi akan mengubahnya menjadi platform keterbukaan dan keterlibatan publik.

Ratih TV beroperasi pada 47 UHF (sebelumnya 51 UHF). Ratih TV selalu melakukan penyesuaian selama siaran berlangsung untuk meningkatkan kualitas siaran. Ratih TV mulai mengudara pada 1 Juni 2012, pada frekuensi 47 UHF dengan kapasitas transmisi 3.000 KW dengan mengubah saluran dari 52 UHF menjadi 51 UHF. Siaran TV Ratih dapat diakses tidak hanya di Kabupaten Kebumen tetapi juga di wilayah Purworejo bagian selatan dan barat Kabupaten tersebut. Ratih TV merupakan bangunan yang sedang dikembangkan oleh Dinas

Komunikasi dan Telematika Informasi (Inforkomtel) Kabupaten Kebumen. biaya operasional yang dibiayai oleh anggaran pendapatan dan belanja daerah untuk wilayah Kabupaten Kebumen. Siaran analog 47 UHF Ratih TV dihentikan pada 31 Januari 2022, dan saat ini, hanya 30 saluran digital UHF yang tersedia untuk menonton siaran TV Ratih (MUX TVRI).

Ratih TV adalah outlet TV lokal yang ampuh bekerja untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur. Itu didasarkan pada prinsip-prinsip kehidupan yang sehat dalam segala hal. Jaga ketenangan Anda untuk membuat acara ini lebih sportif. Mayoritas pemirsa Ratih TV berusia di atas 24 tahun. Meski memiliki pemirsa yang berpendidikan, pemirsa Kebumen Ratih TV tertarik dengan beragamnya konten tersebut. Masyarakat kebumen dalam hal ini memiliki kritik keras terhadap produk dan layanan. Tetapi mudah untuk menerima hal-hal yang beradab dan maju secara teknologi. Oleh karena itu, program siaran lebih banyak berupa informasi. Pejabat, politisi, LSM, pekerja, mahasiswa, dan kelompok lain yang membidik orang-orang di atas usia 15 tahun merupakan mayoritas target pemirsa RATIH TV. Namun, ada juga program unik yang tersedia untuk anak-anak dari segala usia.

## **2. Visi RATIH TV Kebumen**

Menjadikan RATIH TV Kebumen sebagai sumber informasi unggulan di wilayah Kabupaten Kebumen yang menganut nilai-nilai budaya luhur Kabupaten Kebumen melalui kerja keras, kreativitas, dan standar yang tinggi. “Menjadi media transparansi informasi dan partisipasi publik.”

## **3. Misi RATIH TV Kebumen**



Menyediakan program televisi yang menghibur dan mendidik kepada masyarakat sambil bekerja menuju pemerintahan lokal yang baik.

#### **4. Logo RATIH TV Kebumen**



Gambar 1.1 Logo Ratih TV

Sumber: Data internal Ratih TV

Dalam kunjungan kerjanya ke Kebumen, Presiden Megawati menggunakan nama "Dara Putih Television," atau RATIH TV merupakan nama pemberian dari beliau.

- Merpati, simbol perdamaian, digunakan untuk mewakili huruf "R" pada logo RATIH TV, serta jangkar dan informasi penting.
- Huruf "ATIH" memiliki warna biru yang diterapkan padanya. RATIH TV dinantikan mampu menjangkau area yang lebih luas berkat warna biru yang melambangkan langit cerah.
- Pada saat itu, merpati putih dimaksudkan untuk mewakili "wanita lajang" serta kepemimpinan wanita.

#### **5. Slogan RATIH TV**

Slogan RATIH TV adalah "TV ne wong kebumen," yang menunjukkan bahwa RATIH TV akan selalu menawarkan program-program yang memberikan

pertimbangan khusus terhadap nilai-nilai asli Kebumen yang ramah dan taat beragama dan santun. sekaligus humor TV ne wong Kebumen juga berarti bahwa RATIH TV memiliki ciri khas Kebumen.

## B. Program Siaran Ratih TV

Ratih TV Kebumen membuat program yang disiarkan ke publik agar mereka yang menontonnya dapat menikmatinya. Ratih TV tidak hanya mengemas program untuk siaran tetapi juga mengamati dan mempertimbangkan persyaratan dan preferensi penonton. Program program televisi tersebut berlangsung dari pukul 10.00 WIB hingga 24.00 WIB.

### 1. Program Siaran Ratih TV

Tiga kategori tayangan yang terdapat di Ratih TV Kebumen adalah acara program harian, acara program mingguan, dan acara acara khusus.

<b>Program Siaran Harian</b>	<b>Jam Tayang</b>
1. Re-Run Berita Kebumen	10.00-10.30 WIB
2. Pendidikan PAUD sampai SD kelas 6	11.30- 13.30 WIB
3. Musik Keroncong	14.00 – 14.30 WIB
4. SSK (Selamat Sore Kebumen)	14.30 – 15.30 WIB
5. Buletin TNI	15.00 – 15.30 WIB
6. Berita Kebumen	17.00 – 17.30 WIB
7. Bumi Hijau	19.00-19.30 WIB
8. VOA Dunia Kita	19.30-20.00 WIB

Tabel 1.2 Program siaran Harian Ratih TV

<b>Program Siaran Mingguan</b>	<b>Jam Tayang</b>
9. VOA Magezine	16.00-16.30 WIB
10. Diary Traveller	16.30-17.00 WIB
11. Warung VOA	18.30-19.00 WIB
12. Kendang Galak	20.00-21.30 WIB
13. Wayang Santri	20.00-21.30 WIB

14. Pasar Reboan	16.00-16.30 WIB
15. How To Make The Things	20.00-20.30 dan 12.00-12.30 WIB
16. Mata Indonesia	20.30-21.00 WIB dan 13.30-14.00 WIB
17. Pengajian	21.30-22.00 WIB
18. Mimbar Islam	16.00-16.30 WIB
19. Sorotan	14.30-15.00 WIB
20. I'ts Music	16.00-16.30 WIB
21. Film Budaya	20.00-20.30 WIB
22. Film KPK	20.30-21.00 WIB
23. Wayang Kulit	21.00-22.30 WIB
24. Film Pendidikan Karakter	10.30-11.30 WIB
25. Mutiara Indonesia	12.30-13.00 WIB
26. Dongeng Kak Ratih	14.00-14.30 WIB
27. FILM	15.00-15.30 WIB
28. Mimbar Kristen	16.00-16.30 WIB
29. Gara-Gara	21.00-21.30 WIB

Tabel 1.3 Program siaran Mingguan Ratih TV

<b>Program Siaran Khusus</b>	<b>Jam Tayang</b>
Dialog Khusus	13.00-14.00 WIB
Intips	17.00-17.30 WIB
Kultum	17.30-17.40 WIB
Badanan	16.00-17.00 WIB

Tabel 1.4 Program siaran Khusus Ratih TV

## 2. Deskripsi Acara Ratih TV

### a. Program Siaran Harian

#### 1. Re-Run Berita Kebumen

Ratih TV Kebumen edisi pagi menayangkan program bernama Kebumen News Re-run, yang merupakan siaran ulang dari acara berita kebumen edisi sore.

Hari siaran : 7 hari

Jam tayang : 10.00- 10.30 WIB

Durasi : 30 menit

#### 2. Pendidikan PAUD sampai SD kelas 6

Ratih TV mengembangkan program acara edukasi dengan ide belajar dari rumah yang dilakukan oleh guru dari PAUD hingga SD Kelas 6 di sekitar Kebumen sesuai dengan jadwal yang diberikan oleh dinas pendidikan Kabupaten Kebumen.

Hari siaran : 6 hari  
Jam tayang : 10.30 – 13.30 WIB  
Durasi : 30 menit perkelas

### 3. Musik Keroncong

Musik Keroncong dari YouTube digunakan untuk materi siaran.

Hari siaran : 6 hari  
Jam tayang : 14.30 – 14.30 WIB  
Durasi : 30 menit

### 4. SSK (Selamat Sore Kebumen)

SSK (selamat siang, Kebumen) adalah talkshow di televisi ratih dengan tujuan untuk berbincang dengan para tamu untuk membahas peristiwa terkini.

Hari siaran : 5 hari  
Jam tayang : 14.30-15.30 WIB  
Durasi : 1 jam

### 5. Buletin TNI

Buletin TNI siaran ini merupakan rangkaian acara bersama yang diproduksi oleh TNI dan Ratih TV Kebumen menampilkan kegiatan TNI, kehidupan sehari-hari, amal perbuatan, dan kisah inspiratif.

Hari Siaran : 6 hari  
Jam tayng : 15.00- 15.30 WIB  
Durasi : 30 menit

### 6. Berita Kebumen

Siaran Berita Kebumen disiarkan secara langsung dari studio Ratih TV Kebumen yang mencakup segala macam peristiwa terkini yang terjadi di Kabupaten Kebumen dan sekitarnya.

Hari siaran : 7 hari

Jam tayang : 17.00-17.30 WIB

Durasi : 30 menit

#### 7. Sahabat Pemberani/ Sahabat Pelangi

Sebuah program bernama Sahabat Pemberani/ Sahabat Pelangi bekerja dengan pendidikan televisi untuk membantu anak-anak belajar di taman kanak-kanak dan sekolah dasar dengan menampilkan kartun.

Hari siaran : 7 hari

Jam tayang : 18.00-18.30 WIB

Durasi : 30 menit

#### 8. Bumi Hijau

Produksi bersama Ratih TV Kebumen dan Bumi Hijau TV disebut Bumi Hijau. Program ini membahas kegiatan global, peristiwa sosial, dan bencana alam sambil mendesak masyarakat untuk berbuat lebih banyak untuk menjaga planet ini dari ancaman terhadap keselamatan manusia.

Hari siaran : 7 hari

Jam tayang : 19.00-19.30 WIB

Durasi : 30 menit

#### 9. VOA Dunia Kita

VOA adalah program yang mencakup berbagai cerita dari berbagai bangsa serta kegiatan inspiratif orang Indonesia di Amerika Serikat.

Hari siaran : 7 hari

Jam tayang : 19.30-20.00 WIB

Durasi : 30 menit

### b. Program Siaran Mingguan

#### 1. VOA Magezine

Program bergaya majalah perempuan bernama VOA Magezine dikhususkan untuk menginspirasi perempuan Indonesia dengan menceritakan kisah-kisah perempuan selama berabad-abad di berbagai bidang seperti pendidikan, karier, dan gaya hidup.

Hari siaran : 3 hari

Jam tayang : 16.00-16.30 WIB

Durasi : 30 menit

## 2. Diary Traveller

Diary Traveller adalah rangkaian acara yang dibuat untuk mempromosikan pariwisata di Kebumen.

Hari siaran : 3 hari

Jam tayang : 16.00-16.30 WIB

Durasi : 30 menit

## 3. Warung VOA

Warung VOA adalah acara obrolan santai yang membahas berbagai masalah sosial budaya dalam kombinasi bahasa yang mencakup bahasa Indonesia dan Jawa.

Hari siaran : 3 hari

Jam tayang : 18.30-19.00 WIB

Durasi : 30 menit

## 4. Kendang Galak

Sebagai program musik, Kendang Galak menerima permintaan melalui pesan teks dari pendengar dan memainkannya secara langsung. Musik yang biasanya dimainkan adalah campur sari.

Hari siaran : 2 hari

Jam tayang : 20.00-21.30 WIB

Durasi : 1 setengah jam

## 5. Wayang Santri

Kisah nabi menjadi pokok bahasan program acara wayang Santri.

Hari siaran : 1 hari

Jam tayang : 20.00-21.30 WIB

Durasi : 1 setengah jam

## 6. Pasar Reboan

"Pasar Reboan" program acara yang mencakup berbagai program informasi pasar mulai dari situasi dan kondisi pasar hingga harga

Kabupaten Kebumen. Program ini menggunakan ngapak sebagai bahasa utamanya. Selain itu, program Acara ini disiarkan langsung.

Hari siaran : 1 hari  
Jam tayang : 16.00-16.30 WIB  
Durasi : 30 menit

#### 7. How To Make The Things

"How To Make The Things" adalah program acara yang mencakup pemrosesan atau pembuatan sesuatu yang tidak dikenal luas oleh masyarakat umum, dimulai dengan produksi panzer, pesawat terbang, senjata, mobil, dan kendaraan lainnya.

Hari siaran : 2 hari  
Jam tayang : 20.00-20.30 wib dan 12.00-12.30 wib  
Durasi : 30 menit

#### 8. Mata Indonesia

Ini adalah program kolaborasi Ratih TV Kebumen-Antara TV Semarang yang menampilkan budaya dan kegiatan sehari-hari suku-suku di pelosok negeri.

Hari siaran : 2 hari  
Jam tayang : 20.00-20.30 wib dan 12.00-12.30 wib  
Durasi : 30 menit

#### 9. Pengajian

Pengajian adalah program acara yang mengajarkan tentang Islam dan disiarkan langsung dari tempat terjadinya kejadian, yang biasanya berada di sebuah desa dekat Kabupaten Kebumen.

Hari siaran : 1 hari  
Jam tayang : 21.30-22.00 WIB  
Durasi : 30 menit

#### 10. Mimbar Islam

"Mimbar Islam" adalah program acara yang memberi tahu orang-orang tentang pendidikan dan memberi mereka nasihat dan informasi

yang sama dengan ajaran agama Islam. Acara ini digelar langsung oleh Kementerian Agama Rakyat Kabupaten Kebumen.

Hari siaran : 1 hari  
Jam tayang : 16.00-16.30 WIB  
Durasi : 30 menit

#### 11. Jam Janeng

Sebuah acara program bernama "Jam Janeng" memainkan musik Islami.

Hari siaran : 1 hari  
Jam tayang : 20.00-21.30 WIB  
Durasi : 1 setengah jam

#### 12. Sorotan

Masalah yang saat ini sedang melanda masyarakat dibahas dalam program talkshow Sorotan, yang juga mencari solusi atas isu tersebut.

Hari siaran : 1 hari  
Jam tayang : 14.30-15.00 WIB  
Durasi : 30 menit

#### 11. *It's Music*

Acara hiburan bagi mereka yang menikmati musik internasional terbaru. Lagu-lagu yang disiarkan adalah unduhan Youtube.

Hari siaran : 1 hari

Jam tayang : 16.00-16.30 WIB  
Durasi : 30 menit

#### 12. Film Budaya

Ini adalah program yang membahas film dengan tema budaya yang bekerja sama dengan stasiun televisi lain.

Hari siaran : 1 hari  
Jam tayang : 20.00-20.30 WIB  
Durasi : 30 menit

#### 13. Dongeng Kak Ratih



Anak-anak dapat mendengarkan dongen yang disampaikan oleh Kak Ratih yang ditemani bonekanya yang menggemaskan, dalam program produksi in-house, yang merupakan program yang khusus ditampilkan untuk siswa TK atau PAUD sekolah.

Hari siaran : 1 hari  
Jam tayang : 14.00-14.30 WIB  
Durasi : 30 menit

### c. Program Siaran Khusus

#### 1. Dialog Khusus

Siaran dengan jadwal diskusi yang disiarkan ketika perguruan tinggi atau organisasi pemerintah di wilayah Kabupaten Kebumen memintanya.

Hari siaran : Tidak tentu  
Jam tayang : 13.00-14.00 WIB  
Durasi : 1 jam

#### 2. Intips

Acara khusus yang disiarkan selama bulan suci Ramadhan yang membahas informasi dan saran untuk bulan suci.

Hari siaran : 7 hari  
Jam tayang : 17.00-17.30 WIB  
Durasi : 30 menit

#### 3. Kultum

Kultum, juga dikenal sebagai kuliah tujuh menit, adalah program yang hanya disiarkan selama bulan suci Ramadhan dan memberikan informasi tentang ajaran agama Islam. Ini disiarkan pada malam berbuka puasa.

Hari siaran : 7 hari  
Jam tayang : 17.30-17.40 WIB

Durasi : 10 menit

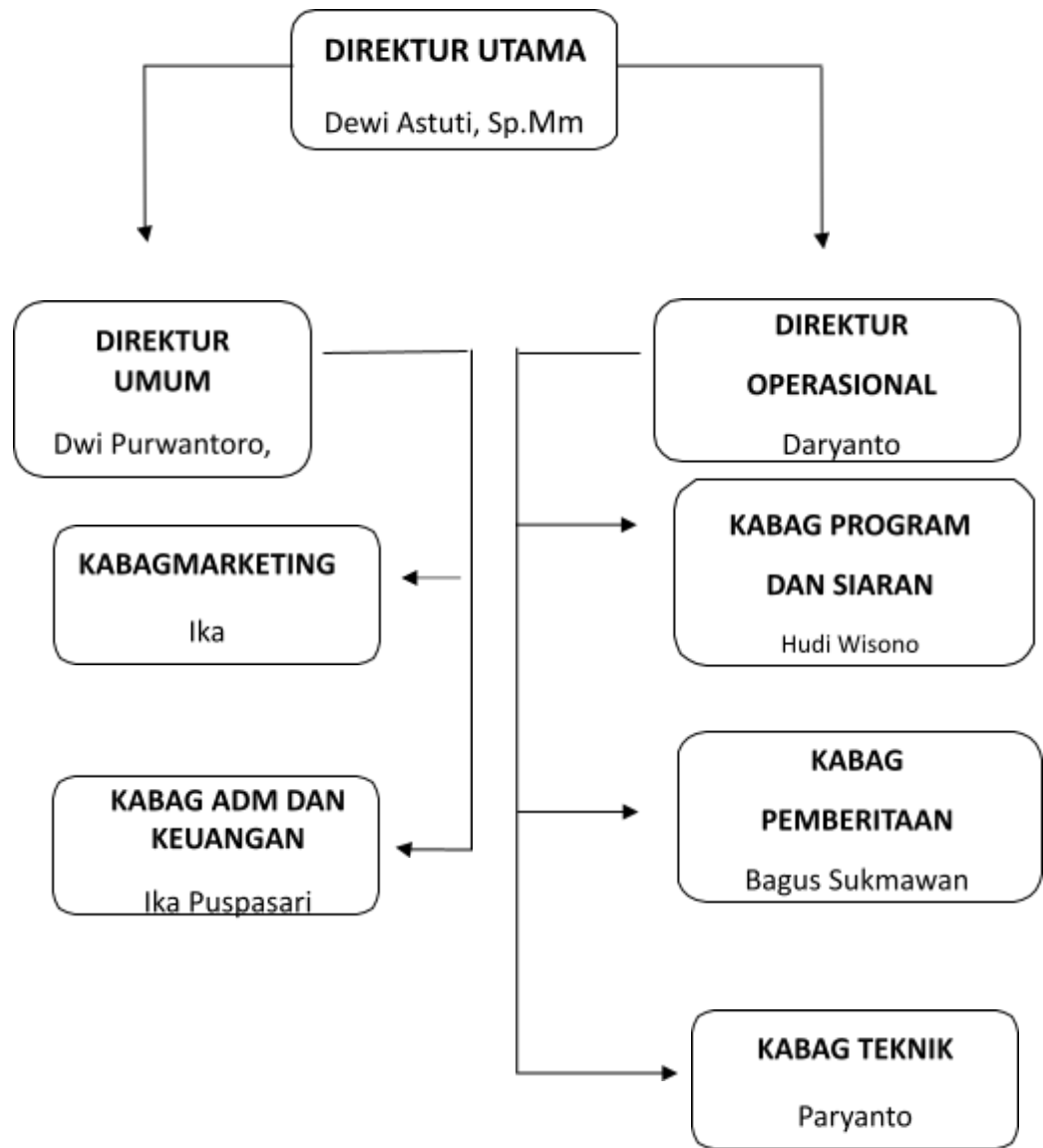
### 3. Pola Siaran Ratih TV

Gambar 1.2

Sumber : Data internal Ratih TV

4	TIME	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	TI	
5										
6	9,30	COLOUR BAR								9
7	10.00	INDONESIA RAYA & OPENING TUNE RATIH TV								10
8	10.03	RE-RUN BERITA KEBUMEN								10
9	10.30	MUSIK INDONESIA (INDO HITS)								10
10	11.00	RE-RUN SELAMAT SORE KEBUMEN						SAHABAT PELANGI		11
11	11.30							FILM PENDIDIKAN KARAKTER		11
12	12.00	BUMI HIJAU						REDISCOVERING INDONESIA		12
13	12.30	MUSIK KERONCONG						HOW TO MAKE		12
14	13.00	BUDAYA SAYA 1	BUDAYA SAYA 2	BUDAYA SAYA 3	REDISCOVERING INDONESIA	PESTA BUNYI	SUSUR BUDAYA	BUMI HIJAU		13
16	13.30	PARADE INDONESIA	SUSUR BUDAYA	CERITA KINA	WAYANG KITA	PARADE INDONESIA	CERITA KINA	MATA INDONESIA		13
17	14,00	WARUNG YOA	YO A DUNIA KITA	KEMENTRIAN KELAUTAN		KEMENTRIAN PERTANIAN		DONGENG KAK RATIH		##
18	14,30	SSK (SELAMAT SORE KEBUMEN)					SOROTAN			##
19	15,00							FILM (KADOKU)		##
20	15,30	PUPR								##
21	16,00	YO A MAGEZINE	PASAR REBOAM	YO A MAGAZINE	MIMBAR ISLAM	IT'S MUSIC	MIMBAR KRISTEN		##	
22	16,30	FEATURE-ANTARA TV		FEATURE-ANTARA TV					##	
23	17,00	BERITA KEBUMEN								##
24	17,30	ADZAN MAGRIB								##
25	17,37	LAGU ISLAMI								##
26	18,00	BELAJAR DARI RUMAH PAUD-SD						SI KUMBI		##
27	18,30							BUDAYA SAYA 1		##
28	19,00	BUMI HIJAU	NEWSROOM				BUDAYA SAYA 2		##	
29	19,30	MATA INDONESIA					BUDAYA SAYA 3		##	
30	20,00	KENDANG GALAK		WYANG SANTRI	KENDANG GALAK	BUMI HIJAU	JAM JANENG	BUMI HIJAU		##
31	20,30				MATA INDONESIA			MATA INDONESIA		##
32	21,00				PENGAJIAN			GARA-GARA		##
33	21,30									##
34	22,00	CLOSING						WAYANG KULTI	CLOSING	##
35	22.30									##

### C. Struktur Organisasi Ratih TV



Struktur Organisasi Ratih TV

Sumber : Data internal ratih TV

### **BAB III**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Hasil**

Penulis akan membahas temuan data yang dikumpulkan melalui teknik wawancara dengan berbagai pihak mengenai strategi kreatif RATIH TV dalam memproduksi program siaran pada bab ini. Wawancara dilakukan secara terbuka dan menyeluruh. Mulai tanggal 14 November 2022, data wawancara akan dikumpulkan hingga selesai. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan sejumlah narasumber, antara lain Bapak Paryanto, kepala teknis Ratih TV, Bapak Hudi Wisono kepala program dan penyiaran, dan Adam selaku pengarah program .

Selama proses wawancara, pertanyaan yang berkaitan dengan strategi kreatif Stasiun Ratih TV Kebumen, strategi pembuatan ide, strategi penentuan posisi, dan strategi implementasi diajukan. Tujuan dari pengumpulan data wawancara adalah untuk memberikan informasi yang akurat dan mendalam.

Dalam penelitian ini, data disajikan dalam urutan berurutan mengikuti kerangka pikir yang telah ditentukan. Selain itu, data akan dianalisis secara deskriptif dengan metode pengolahan data, setelah itu penulis dapat menyajikannya dengan mendeskripsikan atau mendeskripsikan data terkait strategi kreatif RATIH TV dalam memproduksi program siaran.

## 1. Strategi Kreatif

Strategi kreatif di Ratih TV dibangun untuk mengaplikasikan pencapaian tujuan program dalam menjalankan misi dan visi dengan menggunakan strategi kreatif program siaran televisi. berdasarkan temuan penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti. Ratih TV, sebuah stasiun TV lokal, menggunakan pendekatan kreatif untuk memproduksi acara-acaranya. Tim Ratih TV nantinya akan mengembangkan strategi yang akan menjadi modal awal untuk menghasilkan program yang inovatif dan kreatif.

Ratih TV merencanakan strategi kreatif yang akan menjadi proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijakan, dan kebutuhan strategis program untuk memenuhi kebutuhan tersebut, dan penetapan metode yang diperlukan untuk memastikan bahwa strategi dan kebijaksanaan telah dilaksanakan. Strategi yang baik harus ditentukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, Ratih TV berupaya mengembangkan ide-ide orisinal yang dapat digunakan di masa depan.

*“SDM yang ada di latih karena untuk memproduksi sebuah program acara kan kita pasti butuh support dana ya. Kita tahu bahwa. Di masa pandemi Gaji kita dipangkas anggaran ntuk covid. untuk strateginya ya kita kita memanfaatkan SDM yang ada peralatan yang ada terus program program yang sudah ada kita jalankan secara maksimal. Untuk membuat program program baru sepertinya kita untuk saat ini belum ada. Untuk strategi kreatif kita memaksimalkan properti yang ada kemudian kita membuat ide, lalu target penonton nanti disesuaikan jam tayang, biasanya ada rapat ga mesti tiap hari kadang untuk ngobrolin program yang mau dibuat nantinya menjadi pertimbangan untuk di implementasikan dalam produksi program” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Kemudian, pak paryanto juga mengatakan bahwa dalam produksi program siaran dibutuhkan kerjasama tim untuk saling membantu dalam produksi program

acara, karena kurangnya crew menjadikan setiap karyawan bisa menuangkan ide ide kreatifnya.

*“Ratih tv setelah yang tim kreatifnya pensiun sekarang tidak ada tim kreatif. Jadi untuk program program kreatif itu tergantung dari. Masing masing karyawan yang bekerja dibagian peliputan maupun bagian program. Ya jadi punya ide apa? Karena setiap satu bulan itu ada evaluasi, maka memunculkan sebuah ide dari tim liputan dari reporter ada juga dari tim editor program dan sebagainya itu untuk membuat acara ini dan sebagainya itu” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Tim Kreatif Ratih TV tidak ada bukan berarti ide kreatif juga terhenti. Seluruh Karyawan Ratih TV juga dengan suka rela memberikan ide kreatif dalam produksi program. Mulai dari ide atau gagasan yang dibangun menjadikan Ratih TV tidak kehabisan ide kreatif. Ratih TV juga melakukan kerja sama dengan pihak lain seperti stasiun TV lain maupun dari kementerian dalam negeri.

*“ya kita juga bekerjasama dengan pihak luar ya, kaya dari Bumi Hijau TV Denpasar, VOA Magazine, kemudian TV Edukasi dan lainnya, ada juga yang dari kementerian bisa bekerjasama dalam siaran iklan layanan masyarakat, ya karena kita stasiun TV umum pemerintah” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Melalui kerjasama itu Ratih TV memiliki lebih banyak referensi terkait program siaran, merupakan hal positif karena adanya kerja sama antar TV lokal lainnya. Kemudian dalam proses kreatif ratih TV berupaya untuk memaksimalkan properti dan peralatan yang ada sebagai usaha menciptakan siaran yang kreatif.

*“ya pada dasarnya untuk membuat proses strategi proses kreatif yang kita lakukan dalam membuat program siaran ya kita melihat peluang apa ya kalau sekarang kan memang. Lagi jamannya apa ya? Daerah yang kekinian gitu? Kita harus bisa mengikuti gitu. Tapi kembali lagi bahwa kita. Kita TV milik pemerintah daerah jadi ya. Sebisa mungkin kita berusaha. Memvisualisasikan. Visi misi apa yang telah menjadi tujuan bupati dan wakil*

*bupati kita merujuk ke situ dan di luar itu kita juga menjalin kerja sama dengan pihak-pihak eksternal gitu ya untuk perkembangan. Kabupaten Kebumen. Terus kemarin juga ada yang digunakan dalam proses program produksi internasional kebumen expo. Strategi kreatif ya kita memanfaatkan sumber daya yang ada (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Senada dengan tanggapan pak Paryanto terkait proses kreatif, Hudi juga mengatakan bahwa proses kreatif tidak terlepas dari peran masing-masing karyawan dalam membangun ide kreatif dan mengimplementasikannya dalam produksi program siaran. Pentingnya peran crew atau tim siaran merupakan hal yang harus diperhatikan karena dari sumber daya manusia terciptalah sebuah ide dan gagasan yang kreatif.

*“Sangat dibutuhkan ide-ide dari teman-teman ide kreatif karena mereka itu anak yang muda kadang-kadang. Punya ide masih fresh punya gagasan-gagasan baru itu memang sumbangsih mereka sangat kita butuhkan masukan-masukan itu. Tapi ya kembali lagi melihat kita bahwa. Kita TV milik pemerintah daerah. Paling memang kita kadang untuk ini kayak iklan-iklan layanan masyarakat sosialisasi tentang kayak kemarin covid paling sebatas itu” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Berdasarkan jumlah crew ataupun karyawan yang terbatas tidak menjadi halangan dalam memproduksi program siaran walau terkadang terkendala kurangnya crew, tapi semaksimal mungkin setiap karyawan saling membantu untuk menutupi kekurangan itu.

*“ya karena orangnya sedikit ya setiap tim itu bisa jadi kameramen. Bisa jadi editing. Bisa jadi pengarah acara iya, jadi bisa berganti-gantian. Saling membackup jika ada kendala” (Paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Membuat program dari sisi kreatif juga tidak terlepas dari peran masyarakat juga penting untuk diperhatikan, karena dari masyarakat lah hal strategi kreatif bisa menjadi tolak ukur seberapa sukses acara yang diproduksi untuk ditonton oleh masyarakat. Seperti Ratih TV bisa mengajak kerjasama



dengan sekolah sekolah yang ada dikebumen untuk memberikan hiburan dalam program acara di Ratih TV.

*“kita biasanya melihat situasi dari masyarakat. Jadi mereka ini lagi apa senangnya anak anak muda musiknya apa? Kalau yang dianut apa yang pop, apa yang lagu lagu manca apa? Nah itu bisa seperti itu, bisa juga kita kerja sama dengan sekolah sekolah. Iya jadi sekolah itu sekolah a punya punya grup band enggak dan sebagainya. Nah itu nanti besok tampil ya diratih. sebulan lagi sanggup nggak suruh latihan dulu sanggup gitu. Nah kalau sanggup nah pada waktu menunggu satu bulan latihan itulah timbul ide mau acara nya pengambilan gambar di studionya ratih apa di sekolah, apa di tempat objek wisata itu ditentukannya seperti itu (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Kemudian, Hudi mengatakan dalam memproduksi program siaran melalui sisi kreatif dibentuk pada awal seperti melalui obrolan ringan antar setiap karyawan Ratih TV yang nantinya memunculkan ide unik dan inovatif yang bisa disesuaikan dengan produksi acara anntinya.

*“Kalo diratih ya kita biasanya ngobrol sama karyawan lain biar dapet ide yang menarik. Biasanya bisa dari pengaturan lighting, setting audio ,kemudian ada tata panggung sama posisi kamera yg kita setting agar menarik masyrakat untuk ditonton. Kaya di indoor sama di outdoor juga gitu” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Upaya Ratih TV dalam memotivasi karyawan Ratih TV merupakan hal yang diperhatikan. Upaya yang dilakukan oleh crew Ratih TV seperti memberikan pelatihan maupun seminar dalam rangka meningkatkan ide dan motivasi para karyawan di ratih TV.

*“kalo di Ratih sendiri nanti ada pelatihan untuk karyawan, seprti seminar maupun diklat agar meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Ratih TV” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Ratih TV dapat mengupayakan banyak hal, seperti mengikuti seminar, workshop, pelatihan, dan acara lainnya, agar dapat menginspirasi karyawan untuk belajar lebih banyak dan mampu memberikan perubahan serta

meningkatkan keterampilan dalam ilmu penyiaran, teknik produksi, dan lain sebagainya.

Pertimbangan dalam membuat Program siaran yang kreatif Ratih TV melakukan riset terkait kebutuhan masyarakat yang nantinya menjadi pertimbangan berapa anggaran yang dibutuhkan dalam memproduksi program. Karena TV lokal yang tidak mendapatkan keuntungan yang banyak maka melalui anggaran Apbd menjadi salah satu faktor penting.

*“Biasanya dulu kalo mau buat program acara jelas untuk pertimbangannya ya kita mempertimbangkan biaya produksi. Untuk produksi kita enggak punya biaya kita sulit untuk menjalankan karena namanya orang produksi di lapangan Kan pasti kita butuh minum butuh koordinasi dengan Pihak luar kadang juga butuh properti gitu harus kita beli kalau tidak didukung dengan anggaran yang sesuai ya enggak bisa jalan. Terus kita sesuaikan dengan target penonton yang mau kita tuju, bisa anak sekolah sampai lansia, nanti disesuaikan acaranya mau seperti apa” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Senada seperti yang dikatakan hudi, pak Paryanto mengatakan bahwa pertimbangan membuat program juga didasari oleh kebutuhan masyarakat, melalui program yang diproduksi nantinya bisa disesuaikan dengan jam tayang.

*“acara tersebut segmennya untuk apa gitu? Oh iya, untuk anak anak muda generasi milenial dan jadi sesuaikan acara untuk mbah mbah gitu kan bisa aja seperti akan ada acara. Kesenian lokal namanya kesenian jam janeng. Nah itu kan pemain itu paling muda 60 tahun. Sepuh ya pak iya sepuh banget. Nah itu kalau membuat acara untuk orang tua harus seperti apa. Nah kita menyesuaikan mereka datang ke sini dan sebagainya gitu terus ada untuk acara anak anak kita juga punya itu namanya dongeng kak ratih, nah itu dari tim siar itu apa tim kreatif itu datang ke sekolah jadi konsultasi paling ngga. 2 Minggu atau 3 Minggu sebelum acara dimulai, kita menghubungi sekolah tersebut. Jadi kita akan mengirimkan surat ke berbagai sekolah. Terus nanti kita kunjungi satu persatu, siapnya kapan dan sebagainya itu” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Dalam proses mendapatkan ide kreatif setiap karyawan bisa menuangkan ide kreatif yang bisa di produksi sesuai dengan anggaran yang ada, karena keterbatasan crew atau karyawan dan anggaran kurang menjadikan semua tim harus bisa mengolah ide kreatif dan bisa di implementasikan dalam produksi program siaran

*“Prosesnya kita berjalan seperti biasa karena tidak ada tim kreatif, ya masing masing ada repot tuh lihat apa yang aneh dan menarik kita buat acara apa itu seperti itu nanti kalau membuat acara seperti itu pada waktu meeting acara ini jadi Kalau buat acara ini kira kira biayanya berapa sih? Gitu kan hitung jumlah kru yang terlibat, berapa alat yang dibawa apa saja, terus BBM nya seperti apa dan sebagainya” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Dengan demikian konsep strategi kreatif Ratih TV menjadi sesuatu yang menarik karena ada kemudahan dalam menuangkan ide kreatif dari masing-masing karyawan, walau tidak ada tim khusus kreatif tapi semua karyawan Ratih TV dengan suka rela menuangkan ide kreatifnya. Ratih TV dalam memproduksi program televisi harus menggunakan sejumlah strategi yang sesuai untuk memperoleh program yang sukses. Strategi kreatif yang tepat bagi pembuat program diperlukan untuk menghasilkan program kreatif.

## **2. Strategi Pembuatan Ide**

Penulis program mencari dan mengembangkan ide program menggunakan strategi pembuatan ide. Pencarian dan perumusan ide program orisinal dapat dilakukan dengan beberapa cara oleh Karyawan Ratih TV. Karyawan Rastih TV perlu memiliki kekuatan analitis terhadap selera masyarakat untuk menghasilkan ide-ide kreatif. Bagi Ratih hal ini penting karena berkaitan langsung dengan Masyarakat dan pemerintah, Preferensi masyarakat dipertimbangkan karena dapat berubah dengan cepat. Ratih TV

dalam memproduksi program harus memiliki pandangan ke depan untuk menghadapi perubahan karena preferensi audiens mungkin tidak dapat diprediksi.

*“pembuatan idenya dari masing masing reporter dan crew siaran. Idenya itu bisa mengusulkan dan sebagainya. Kita tetap menjalankan program yang sudah ada, memang ada masukan dari masyarakat, tapi memang ga sepenuhnya bisa kita masukan, karena ada batasan biaya dan kita juga kan TV pemerintah” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Membuat ide dalam produksi Program berkaitan dengan kerjasama tim, dimana setiap tim bisa menyampaikan idenya masing-masing untuk nanti bisa dievaluasi dengan kepentingan yang dibutuhkan saat ini. Seperti ketika Ratih TV memproduksi siaran kendang galak nantinya para crew bisa menuangkan idenya agar produksi bisa menjadi kreatif dan efektif.

*“iya gitu mas, jadi di Ratih dalam prosesnya kita memerlukan pemikiran bersama bagaimana nanti dalam produksi bisa jadi sesuatu yang menarik dan kreatif untuk ditonton masyarakat. Kaya pas bikin program kendang galak itukan nanti set lampu dan kamera kita sesuaikan, terus untuk tempat duduk juga kita tata yang rapih agar penonton jadi tertarik gitu” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Mengenai mereka yang ditugaskan untuk menghasilkan ide untuk pembuatan program acara, pemrograman acara, operator kamera, editor, dan teknisi. Kegiatan ini dilakukan karena tahap awal riset konten untuk dibangun menjadi sebuah tema yang nantinya bisa diproduksi. Ratih TV juga menghasilkan ide dari semua crew karena terbatasan Sumber daya manusia, semaksimal mungkin Ratih TV dalam produksi acra agar tetap kreatif dan diminati oleh masyarakat.

*“iya biasanya klo ngobrol bareng kan dapet ide menarik, ntar bisa ngajak temen luar juga buat bikin project gitu, cuman ya ga mesti bisa, karena terbatas dari segi anggaran” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Setelah fase brainstorming, program siaran dipilih untuk produksi. Teknik brainstorming dapat digunakan untuk menghasilkan ide. Kelompok Diskusi Mendalam digunakan untuk memfasilitasi proses pembuatan ide. Ketika datang dengan ide yang mencoba untuk mengatasi tantangan dan kritik, brainstorming juga dapat digunakan untuk mendekonstruksi masalah.

Strategi kreatif Ratih TV Kebumen dalam membuat program siaran harus didasarkan pada sejumlah faktor yang memudahkan penerapan strategi kreatif dengan menghasilkan ide, menerjemahkan ide, dan mematangkan ide.

#### a. Inspirasi Ide Kreatif

Ratih TV Kebumen biasanya memperluas pengetahuan tentang berbagai program televisi ketika memproduksi program siaran untuk mendapatkan inspirasi ide-ide orisinal. Karyawan Ratih TV memainkan peran penting dalam menghasilkan ide-ide orisinal. dapat mencapai ini dengan menonton program yang dianggap khas, orisinal, menarik, dan populer di kalangan pemirsa.

*“Prosesnya kita berjalan seperti biasa karena tidak ada tim kreatif, ya masing masing ada repot tuh lihat apa yang aneh dan menarik kita buat acara apa itu seperti itu nanti kalau membuat acara seperti itu pada waktu meeting acara ini jadi kalau buat acara ini kira kira biayanya berapa sih? Gitu kan hitung jumlah kru yang terlibat, berapa alat yang dibawa apa saja, dan sebagainya” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Biasanya, menonton televisi di berbagai negara lain dapat memberikan ide kepada tim produksi untuk acara tersebut. Membaca berbagai sumber dan mampu mengambil dari peristiwa terkini yang menarik atau tidak biasa adalah hal lain yang mampu dilakukan Ratih TV. Ternyata sumber seperti surat kabar, majalah, dan buku dapat membantu kru atau karyawan yang bekerja memproduksi program siaran untuk memperluas perspektif mereka.

#### b. Menterjemahkan ide

Pada titik ini, tim Ratih TV harus mampu mengintegrasikan konsepnya ke dalam pembuatan sebuah program. Ide yang diinginkan mungkin tidak selalu dapat diimplementasikan pada titik ini dalam produksi program.

*“Jadi setelah ada ide kita diskusikan. Setelah diskusi rame harusnya begini begini itulah maka timbullah oh ini harus begini, begini, begini dan sebagainya. Kadang ga mesti bisa dimasukan program, karena ya kekurangan crew juga terbatas dan anggaran yang tentunya juga terbatas” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Crew Ratih TV Kebumen dapat menerjemahkan ide-ide mereka ke dalam program, serta menawarkan saran tentang peralatan yang dibutuhkan dan meramalkan potensi masalah sambil menawarkan solusi praktis. Mendapatkan pemirsa sebanyak mungkin saat siaran di televisi bukanlah tugas yang mudah. Untuk membuat program yang menarik perhatian audiens dan mencegah mereka beralih chanel dengan cepat, kreativitas dan inovasi diperlukan. Setiap pekerjaan, termasuk membuat acara televisi, membutuhkan kreativitas dari semua orang.

#### c. Finalisasi Ide

Masuk pada tahap finalisasi ide, crew siaran ratih TV memabngun ide yang nantinya dituangnkan ke dalam konsep tema acara. Apakah nantinya bisa digunakan dalam memproduksi program atau tidak, crew ratih nantinya mengadakan meeting dalam pembahasan ini.

*“Jadi setelah punya ide dan sebagainya, upaya disetujui itu oke besok buat acara a gitu lokasinya objek wisata. Nah itu finalisasinya nanti melibatkan tim administrasi depan yang punya duit gitu. Iya setelah oke oke finalisasinya ya ke bagian administrasi. Karena kita kebanyakan acara itu tidak ada iklannya jadi murni dari biaya apbd. Perlu anggaran yang besar”*(paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).

Kru siaran Ratih TV biasanya menyelesaikan tahap ini dengan mengurangi ide kreatif suatu program seperti yang dinyatakan melalui ide program proposal. Pada titik ini, tim kreatif program biasanya mengembangkan konsep keseluruhan sebelum memecahnya menjadi segmen program tertentu.

*“kemudian nanti kita sesuaikan target siaran yang kita tuju, untuk anak anak muda generasi milenial, jadi di sesuaikan acara untuk mbah mbah gitu kan bisa aja seperti akan ada acara kesenian lokal namanya kesenian jam janeng. Nah itu kan pemain itu paling muda 60 tahun. Nah itu kalau membuat acara untuk orang tua harus seperti apa. Nah kita menyesuaikan mereka datang ke sini nanti kita siapkan peralatan yang dibutuhkan dan sebagainya gitu terus ada untuk acara anak anak kita juga punya itu namanya dongeng kak ratih”* ”(paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).

Pada tahap ini nantinya Ratih TV dutuntut untuk memperhatikan konten yang dituangkan dalam tema yang akan diproduksi. Apakah sudah sesuai dengan penonton dan jam tayang yang sudah sesuai untuk penonton agar banyak yang menonton acara tersebut. Dengan mengembangkan program sampel untuk mengilustrasikan keseluruhan konten yang akan dijalani, finalisasi akhir dapat ditunjukkan.

### **3. Strategi Positioning**

Tim penyiaran Ratih TV harus memahami strategi penentuan posisi untuk melanjutkan ke tahap kedua untuk menghasilkan ide-ide orisinal. Upaya pembuat program untuk secara imajinatif memposisikan program mereka kepada audiens dapat diartikan sebagai strategi positioning. Target audiens yang perlu dicapai dapat ditekankan saat membuat posisi ini.

*“jadi oh ini harusnya begini biasa di lapangan, di daerah ini ada cara begini begini, nah itu seperti itu. Nanti kita sesuaikan dengan kondisi dilapangan, misal orang tua yang cocok acaranya seperti apa, nanti anak muda acaranya yang cocok seperti ini, kita diskusikan lagi gitu” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Sifat demografis dan psikografis audiens dapat berfungsi sebagai target masyarakat Ratih TV. Usia penonton, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, status sosial ekonomi, dan karakteristik demografis lainnya semuanya dapat disesuaikan. Gaya hidup, kebiasaan, hobi, dan minat penonton dapat dinilai kembali menjadi karakteristik pribadi imajiner yang diharapkan sebagai bagian dari analisis dimasyarakat.

*“iya nanti disesuaikan dengan target penonton yang mau dituju, anak sekolah sampai orang lansia, nantinya bisa kita sesuaikan dengan minat masyarakat, kita usahakan semaksimal mungkin program yang sudah ada” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Ketika dalam menentukan target penonton sudah sesuai, cerw saran Ratih TV akan menjelaskan ide yang nantinya digunakan dalam produksi program siaran. Karena berkaitan dengan masyarakat luas maka dari itu sesuai dengan keputusan bersama produksi siaran bisa dilakukan.

*“Nanti kita sesuaikan jam tayang, misal untuk anak-anak bisa dimulai waktu pagi sampai siang, nanti untuk orang dewasa bisa dimulai sore sampai malam” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*



Memilih jam tayang merupakan langkah yang penting. Kru Ratih TV dalam produksi program sangat memperhatikan di mana program yang nantinya disiarkan akan ditempatkan. Pilihan jam tayang yang dibuat oleh kru siaran Ratih TV sesuai dengan target pasar karakter yang dituju. Ratih TV biasanya menjadwalkan program ramah keluarga selama *prime time*.

#### 4. Strategi Implementasi

Strategi implementasi, dalam arti yang paling dasar, mengacu pada langkah-langkah yang diambil oleh kru Ratih TV selama produksi acara untuk mengubah ide-ide yang tercantum dalam proposal acara menjadi sesuatu yang dapat ditonton. Untuk melaksanakan program tersebut, kru TV Ratih kini akan melibatkan beberapa kru siaran.

*“diterapkan di depan seperti apa orangnya hanya itu itu saja ,jadi tim siar di master control itu tetap terlibat itu ada 5 orang terus reporter ada 6 orang jadi yang membuat strategi implementasi positioning dan itu yaitu hanya 11 orang itu. di master control dan tim liputan. berarti ada kameramen ada reporter, editor maupun kru yang lainnya yang punya ide dan sebagainya”*(paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).



Gambar 1.3 Master control studio Ratih TV

Sumber : Dokumentasi Penelitian

Kru yang terlibat dalam proses implementasi melibatkan semua kru siaran dan liputan, Karena tidak ada tim khusus menjadikan setiap crew bisa terlibat dalam mengembangkan proses implementasi produksi program siaran. pertemuan diadakan untuk mengkonsolidasikan ide-ide semua orang tentang produksi program yang perlu dibuat, menghindari potensi kebingungan atau miskomunikasi di kemudian hari tentang desain program.

*“iya biasanya kita diskusikan apa saja yang diperlukan untuk siaran di indoor atau outdoor, nanti kita siapkan peralatan dan properti yang diperlukan sesuai dengan tema acara” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Semua kru yang terlibat dalam tahap strategi implementasi ini harus memasukkan elemen kreativitas ke dalam setiap fungsi. Keberlangsungan dan harmonisasi suatu program harus tetap terjaga. Kreativitas setiap anggota kru harus digunakan untuk mendukung ide-ide kreatif. Tentunya jika didukung dengan alat dan teknologi yang memadai, maka akan berhasil berfungsi.

*“properti yg jelas dalam membuat acara itu yang digunakan kamera, microphone, terus nanti ada lighting jika di dalam studio sudah lengkap, kalo ada acara di outdoor kita punya mobil khusus untuk bawa peralatan siaran dan didalamnya komplet juga sudah tersedia genset, kamera, audio, dan lighting dan sebagainya sudah siap dibawa, mobil siaran isinya alat alat untuk siaran” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*



Gambar 1.4 Tata artistik studio Ratih TV

Sumber : Dokumentasi Penelitian

Pentingnya peralatan studio merupakan hal yang harus diperhatikan. Karena peralatan siaran dan properti harus bisa menunjang produksi program agar menghasilkan acara siaran yang berkualitas dari segi gambar dan siaran.

*“peralatan yang kita punya juga speksifikasinya sudah tinggi ya, diharapkan nanti bisa menghasilkan gambar atau rekaman yang bagus” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Peralatan seperti kamera , lighting, audio dan dekoarasi yang dimiliki Ratih TV sudah sesuai dengan kebutuhan produksi acara. Karena walau kekurangan crew tapi untuk peralatan semua lengkap sebagai penunjang produksi acara maupun liputan lapangan.

*“Sistem audio sistem audio itu menggunakan kita itu kalo di acara acara bupati ya itu menggunakan Mic tambahan external bisa eksternal dari kamera itu yang bom atau mix external dari clip on. Jadi kita ambil dari sumber mixernya kalau di lapangan outdoor kalau kita di studio. Ya hampir sama sih kita siaran live itu pakai saineser 2. Kalau yang di lapangan itu kita makanya bom bom yang rode kalau nggak yang boya ya yang satu kan itu. Settingannya bisa dirubah langsung condong ke depan atau audience” (Adi selaku pengarah kameramen, 21 November 2022).*



Gambar1.5 Audio mixer studio Ratih TV

Sumber: Dokumentasi Penelitian

Sistem audio merupakan bagian penting dalam produksi sebuah program. Ratih TV menyediakan sistem audio yang cukup lengkap mulai dari microphone hingga penangkap sinyal suara. Sebagai penunjang produksi yang penting audio , kamera, hingga dekoarasi disiapkan untuk acara indoor maupun outdoor karena akan selalu terpakai.

*“ Kalau sistem kamera kayaknya hampir semuanya sama ya. ya kalo Yang di lapangan ya lapangan itu. Kita kalau talk show talk show pakai 3 sampai 4 kamera itu ada satu kamera master 2 atau 3 itu kamera medium untuk narasumber atau emang ada adegan full shot medium shot sama detail” (Adi selaku dan kameramen, 21 November 2022).*



Gambar1.6 Pengaturan kamera produksi

Sumber: Dokumentasi Penelitian

Kamera merupakan bagian yang sangat diperhatikan dalam produksi program siaran. Ratih TV sendiri memiliki kamera yang sudah disiapkan dalam produksi program siaran di *indoor* maupun *outdoor*. Kamera juga memiliki peran penting dalam pengambilan sebuah gambar, karena itu kamera menjadi properti yang sangat diperhatikan penggunaannya.

*“menyiapkan pencahayaan dan peralatan kalau lighting itu cukup lama terutama di outdoor outdoor paling susah karena apa kita harus menyiapkan atau tahu momen momen itu kalau cahaya bagus itu di bawah jam 10:00 atau 11:00 maksimal itu 11:00 siang kalo sore kita maksimal jam 4, cahaya paling enak itu di Antara jam segitu nggak terlalu terik dan ga terlalu gelap gitu jadi kita tambahkan ada lampu tiang yg tinggi. Kalau nggak pakai soft box. Outdoor kalau memang kurang kita tambah reflektor. Kalau indoor kita hampir sama malah lebih enak kalau di indoor indoor paling tembak dari atas bawah. Itu pencahayaan. Disamain sama setting tadi di awal untuk dekorasi” (Adi selaku kameramen, 21 November 2022).*



Gambar1.7 Lighting studio Ratih TV

Sumber: Dokumentasi Penelitian

Pencahayaan merupakan hal penting yang selalu dibutuhkan disetiap pengambilan gambar maupun produksi program. Ratih TV sendiri selalu

berupaya semaksimal mungkin agar gambar yang dihasilkan dengan menggunakan peralatan yang sudah disiapkan agar mendapat hasil siaran yang berkualitas. Dekorasi merupakan bagian yang diperhatikan dalam setiap produksi siaran, walau tidak banyak perubahan dalam dekorasi di studio, Ratih TV berupaya semaksimal mungkin dalam menyiapkan apa yang dibutuhkan dalam produksi program siaran yang nantinya bisa menarik penonton.

*“ Klo dekorasi siaran. Ya kita Ada 4 titik untuk posisi lighting di studio. nah itu memang desainnya dari awal tahun dan jarang berganti ya gantinya tuh paling setiap pengadaan Anggaran keuangan . kita ada perubahan atau pengajuan lah kita pengajuan untuk anggaran 20023 20024. Pengadaan untuk background atau set panggung ya ini kan baru ganti tuh di tahun 2019 atau 2020 itu baru ganti jadi nanti gantinya enggak tahu kapan lagi” (Adi selaku kameramen, 21 November 2022).*

Keberhasilan suatu acara sangat dipengaruhi oleh set studio atau dekorasi yang digunakan, sehingga set ini harus direncanakan dan dikelola dengan hati-hati untuk hasil terbaik. Kedua elemen yang sangat sederhana, seperti latar belakang, dan elemen kompleks yang melibatkan konstruksi substansial dapat digunakan untuk membuat set studio. Apa pun pilihannya, desain set yang tepat dan efektif sangat penting untuk kesuksesan acara.

Dalam strategi implementasi Ratih TV juga memerhatikan elemen penting dalam memproduksi program siaran yang mencakup bagian penting dalam sebuah program, pembuatan tema, kemudian mempersiapkan tata panggung, hari dan jam tayang, dan susunan acara atau *rundown*.

*“ kalo di Ratih ya beberapa faktor kita perhatikan ya seperti narasumber, ya walau sudah ada daftarnya kita tetap menyiapkannya, kemudia pembuatan tema acar yang nanti kita diskusikan bersama, penggunaan dekorasi juga kita siapkan ya walau perubahannya ga signifikan ya karena anggaran yg sudah ditetapkan terbatas, jam tayang juga kita sama ya dari dulu hanya*

*perbuahannya kecil aja, ada juga punching line agar penonton ga bosan ya, program interactive juga nantinya bisa berinteraksi dengan penonton melalui whatsapp maupun sms, Untuk susunan acara sudah kita siapkan seperti biasa” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*



Gambar 1.8 Proses produksi acara kendang galak

Sumber: Dokumentasi Penelitian



Gambar 1.9 Proses produksi acara Selamat Sore Kebumen

Sumber: Dokumentasi Penelitian

Strategi implementasi juga dapat dilihat dalam upaya perancang program untuk menanggapi peristiwa yang tidak menguntungkan dengan cara yang

efisien. Ini biasanya terjadi ketika segmen khusus yang menggunakan tema di ruang terbuka akan segera dimulai dan terkena masalah, seperti gangguan alam yang terjadi atau cuaca buruk, seperti hujan sebelum acara (out door). Tim produksi harus menangani masalah seperti ini jika program akan dilanjutkan.

*“kita mau produksi apa, misal kita mau kayak di sini kan ada dulu acara pasar reboan, jajanan. Nah itu kita harus prepare. Kayak acara pasar reboan atau plesiran . berarti kan harus ada effort yang lebih kamera bawah sampai kamar atas drone misalkan. kalo program lapangan kaya jajanan pasar reboan kita paling 3 kamera di bawah dan tripod. Yang jelas prepare dari sebelum kita mau berangkat itu mau ke mana dulu lokasinya biar kita persiapan dari kantor itu udah siap kalau nanti di lapangan ada terkendala teknis paling ya minor lah bisa ditangani di lapangan paling itu” (Adi selaku kameramen, 21 November 2022).*

Kendala tak terlepas dari setiap produksi program kru Ratih TV berupaya untuk menyiapkan yang dibutuhkan dan persiapan dalam menghadapi kendala jika terjadi dilapangan. Implementasi program juga merupakan bagian penting dalam produksi program karena didalamnya banyak hal yang harus diperhatikan agar jalannya acara lancar dan sukses dalam memebrikan tayangan yang kreatif untuk para masyarakat khususnya di Kebumen.

## **5. Program Siaran TV**

Program siaran di Ratih TV merupakan program yang diproduksi untuk kepentingan publik maupun pemerintah. Ratih TV sebagai TV lokal pemerintah bertugas sebagai media penyaluran aspirasi warga atupun pemerintah ke masyarakat Kebumen. Pentingnya media penyiaran Ratih TV dalam ranga mensukseskan kecerdasan umum dan peningkatan mutu masyarakat Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. Hal ini juga disampaikan oleh pak paryanto.



*“Ratih TV kan tv milik pemerintah jadi segala kegiatan yang berkaitan dengan pemerintahan pasti akan disiarkan di ratih karena menjadi tugas Ratih TV dibawah Diskominfo Kebumen sebagai TV pemerintah” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Semangat otonomi daerah di Indonesia terutama Kebumen inilah yang memotivasi kehadiran televisi lokal. Telah menjadi jelas bahwa penggunaan sarana pendidikan audio-visual di beberapa daerah kurang optimal. Karena itu, memiliki akses ke stasiun televisi di daerah sangat penting. Televisi lokal yang dikemas dengan nuansa daerah secara konsisten berusaha menghadirkan yang terbaik bagi masyarakat Kebumen dengan kearifan lokal.

Ratih TV Kebumen perlu dapat menerima lebih banyak dinamika masyarakat lokal untuk menerjemahkannya ke dalam konten media, dan masih perlu dikelola dengan manajemen penyiaran yang profesional, dengan membuat terobosan dalam menggali sumber dana, tidak lagi hanya mengandalkan iklan komersial.

*“kalo di Ratih sendiri kita juga ada program tentang muatan lokal ya kaya kesenian tradisional, seperti acara pasar reboan, jam janeng dan wayang kulit, ada juga acara dialog dengan dinas daerah” (paryanto, kepala teknik, wawancara pribadi, 17 November 2022).*

Ratih TV Kebumen sebagai stasiun TV pemerintah bertujuan untuk mengedukasi masyarakat dan sebagai media pemerintah dalam menyalurkan ide dan gagasan ataupun kepentingan publik yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kemudian Hudi juga menambahkan bahwa Ratih TV merupakan TV pemerintah jadi memfokuskan pada edukasi dan informasi.

*“Ya itu karena Ratih TV adalah televisi punya pemerintah dan bukan televisi milik swasta yang mengutamakan kualitas siarannya demi menghasilkan uang, kalo di Ratih TV Kebumen hanya menyiarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat dari pemerintah” (Hudi, kabag program, wawancara pribadi, 21 November 2022).*

Program siaran Ratih TV selalu berupaya untuk mempertahankan mutu siaran agar tetap bisa mengudara dan mendapat respon yang baik dari masyarakat. Oleh karena itu strategi kreatif Ratih TV dalam memproduksi program siaran sangat diperhatikan.

## **B. Pembahasan**

Penulis akan mengkaji informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi narasumber pada bab ini. Data yang dikumpulkan di lapangan dapat dijadikan bahan penelitian untuk mendapatkan gambaran pendekatan kreatif Ratih TV dalam memproduksi program siaran. Ketiga narasumber Pak Paryanto selaku kepala bidang teknik, Hudi selaku kabag program siaran, Adi selaku juru kamera. semuanya diwawancarai. Data berikut akan dibahas dan dianalisis untuk mempelajari lebih lanjut tentang teori-teori yang tercakup dalam bab berikut:

### **1. Strategi Kreatif**

Strategi Kreatif terdiri dari istilah "strategis" dan "kreatif," yang merupakan dua kata terpisah. Strategi merupakan upaya yang terencana dengan baik untuk mencapai tujuan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Dalam konteks sektor media televisi, strategi mengacu pada pendekatan yang diambil oleh organisasi media dalam mengembangkan program inovatif sambil memanfaatkan sumber daya keuangan mereka secara efisien. Sedangkan metode yang digunakan oleh produser program dari tahap perencanaan hingga tugas

produksi program agar dapat menarik perhatian penonton dapat dipahami sebagai strategi kreatif program televisi (Wahyuti, 2015).

Kreativitas adalah produk sampingan dari cara kita mendekati pemecahan masalah. Pemikiran analitis dan pemikiran kreatif adalah dua gaya berpikir yang mampu dilakukan manusia. Masing-masing dari dua mode pemikiran ini memiliki sejumlah langkah. Pada dasarnya, pemikir kreatif sering bertindak dengan cara yang tidak biasa bagi mereka, seperti impulsif dan tidak terencana. Mereka juga sering tampil aneh karena proses mereka sering menghasilkan hal-hal yang biasanya tidak muncul, yang biasanya merupakan hasil dari metode berpikir mereka yang tidak biasa (Fachruddin, 2015).

Ratih TV Kebumen dalam memproduksi program siaran memiliki strategi kreatif. Mulai dari perencanaan sebelum produksi hingga produksi, kru siaran Ratih TV selalu berupaya memaksimalkan produksi program yang ada. Strategi kreatif Ratih TV tidak terlepas dari peran para kru siaran yang selalu mencoba ide-ide unik dan baru walau kekurangan kru tapi setiap sumber daya manusia di Ratih TV membangun ide-ide kreatif mereka masing-masing.

Strategi kreatif di Ratih TV dibangun untuk mengaplikasikan pencapaian tujuan program dalam menjalankan misi dan visi dengan menggunakan strategi kreatif program siaran televisi. Ratih TV sebuah stasiun TV lokal, menggunakan pendekatan kreatif untuk memproduksi acara-acaranya. Tim Ratih TV mengembangkan strategi yang menjadi modal awal untuk menghasilkan program yang inovatif dan kreatif. Ratih TV merencanakan strategi kreatif yang akan menjadi proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijakan, dan kebutuhan strategis program untuk

memenuhi kebutuhan tersebut, dan penetapan metode yang diperlukan untuk memastikan bahwa strategi dan kebijakan telah dilaksanakan. Strategi yang baik harus ditentukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, Ratih TV berupaya mengembangkan ide-ide orisinal yang dapat digunakan di masa depan.

Secara umum, tahap kreatif mengacu pada proses di mana tim RatihTV memproduksi program dan melakukan langkah-langkah sistematis yang dimulai dengan pencarian ide, pembuatan proposal, perencanaan anggaran, scripting, dan jadwal perencanaan produksi program siaran. Sedangkan produksi nantinya lokasi di mana seluruh kru TV Ratih berpartisipasi dalam syuting pertunjukan langsung atau rekaman baik yang berlangsung di dalam maupun di luar ruangan.

Pemilihan tema adalah strategi kreatif yang digunakan oleh tim Ratih TV untuk memproduksi program yang diawali dengan pra-produksi. Selain dipilih berdasarkan hari raya keagamaan atau keadaan sosial masyarakat, tema yang dipilih adalah tema yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Strategi berikutnya pengaturan shotlist, shotlist dibuat agar kru Ratih TV mengetahui apa yang sedang diambil pada saat siaran. Ratih TV Kebumen sering menggunakan komposisi gambar medium shot, close up, dan group shot. Proses kreatif Ratih TV Kebumen dalam menghasilkan siaran gambar yang tidak monoton.

Dengan demikian konsep strategi kreatif Ratih TV menjadi sesuatu yang menarik karena ada kemudahan dalam menuangkan ide kreatif dari masing-masing karyawan, walau tidak ada tim khusus kreatif tapi semua

karyawan Ratih TV dengan suka rela menuangkan ide kreatifnya. Ratih TV dalam memproduksi program televisi harus menggunakan sejumlah strategi yang sesuai untuk memperoleh program yang sukses. Strategi kreatif yang tepat bagi pembuat program diperlukan untuk menghasilkan program kreatif. Untuk membuat acara siaran yang inovatif dan kreatif, pemrogram harus mengikuti tiga langkah penting strategi pembuatan ide, strategi positioning, dan implementasi (Wahyuti, 2015:153).

## **2. Strategi Pembuatan Ide**

Pembuat program dapat mengungkap dan mengembangkan ide program dengan menggunakan teknik menghasilkan ide. Penulis program memiliki berbagai pilihan untuk menghasilkan ide program asli. Penulis program harus memiliki kemampuan untuk menganalisis preferensi konsumen untuk menghasilkan ide yang kreatif (Olmsted, 2006). Mendapatkan ide yang terinspirasi, menerjemahkan ide, dan menyelesaikan ide adalah tiga langkah dalam pendekatan menghasilkan ide. Strategi atau metode yang digunakan oleh programmer maupun tim produksi untuk meningkatkan kapasitas mereka untuk menghasilkan ide ketika membuat program harus terinspirasi oleh ide-ide. Pembuat program menggunakan pendekatan atau praktik "menerjemahkan ide" untuk menerapkan konsep asli mereka sebagai kesan yang dapat dipahami secara mental dan digunakan dalam pembuatan pertunjukan yang sebenarnya. (Wahyuti, 2015:153).

Tahap ini juga disebut sebagai perencanaan awal pada saat ini. Seluruh tim produksi bekerja untuk menentukan konsep program, membuat proposal program, membuat anggaran, dan membuat manuskrip (Olmsted, 2006).

Seluruh tim produksi terlibat dalam brainstorming dalam membangun ide-ide untuk produksi program Ratih TV Kebumen. Tim produksi Ratih TV Kebumen, manajer program, direktur program acara, kepala teknik, tim liputan, operator kamera, streaming, dan audio engineer semuanya terlibat dalam proses brainstorming untuk pembuatan program acara. Karena tahap ini merupakan awal dari persiapan konten, maka kegiatan ini dilakukan (Rahmad, 2014). Fase brainstorming sangat penting untuk produksi sebelum berjalan ketika Ratih TV ingin menghasilkan program acara. Jika proses brainstorming berjalan lancar, kelompok secara keseluruhan dapat mengembangkan sistem clustering, klaim Wahyuti (2015). Di mana satu ide kata kunci dikembangkan menjadi beberapa ide, maka yang paling efektif dipilih.

Karyawan Ratih TV bekerja sama secara erat dan terbuka satu sama lain, saling tegur sapa dan leluasa membicarakan hal-hal yang tidak berhubungan dengan pekerjaannya untuk mengembangkan ide-ide kreatif. Karyawan terkadang juga berbagi pemikiran atau konsep mengenai perkembangan Ratih TV. Tidak mungkin memisahkan pelaksanaan rapat Ratih TV dari kegiatan komunikasi yang berlangsung antar level manajemen hingga kru lainnya. Untuk pengembangan Ratih TV, ide dan masukan disampaikan bersama dengan berbagai masukan lainnya.

Ada tiga teknik yang dapat digunakan untuk menghasilkan ide: mencari inspirasi ide, menerjemahkan ide, dan mewujudkan ide atau finalisasi ide (wahyuti: 2015). Metode atau proses yang digunakan oleh kru siaran Ratih TV untuk meningkatkan kapasitas mereka untuk menghasilkan ide untuk program baru disebut mendapatkan ide yang terinspirasi. Teknik atau metode yang digunakan oleh programmer untuk menerapkan konsep asli mereka sebagai

kesan yang dapat dibayangkan dalam pikiran dan digunakan dalam penciptaan kesan disebut "menerjemahkan ide." Berikut adalah penjelasan tambahan tentang bagaimana ide-ide strategi dibuat.

#### **a. Inspirasi ide kreatif**

Tim Ratih TV sering memperluas pengetahuan tentang berbagai program televisi untuk merangsang pemikiran orisinal. Dengan menonton program yang dianggap khas, orisinal, mempesona, dan diminati oleh penonton, kru siaran Ratih TV dan tim lainnya dapat mencapai hal tersebut. Biasanya, menonton televisi di berbagai negara lain dapat memberikan inspirasi bagi pembuat program. Kru Ratih TV juga membaca dari berbagai sumber. Sumber-sumber seperti surat kabar, majalah, dan buku telah terbukti memiliki kekuatan untuk membebaskan pikiran dan memungkinkan pengembangan ide-ide kreatif. Ide kreativitas adalah proses mental yang dilakukan individu untuk menghasilkan ide, produk, atau kombinasi baru dari keduanya yang pada akhirnya akan dikaitkan dengannya (Gallagher, James J, 1985).

Sumber-sumber tersebut dapat memberi detail terbaru tentang tren di masyarakat Kebumen. Berbicara dengan anggota staf Ratih TV yang memiliki motivasi yang sama juga dapat membantu crew siaran ratih TV menemukan ide-ide kreatif. Pertanyaan dan diskusi terbuka yang mempromosikan pengembangan program ide dapat berlangsung di ruang diskusi.

#### **b. Menterjemahkan ide**

Pada titik ini, tim siaran Ratih TV harus mampu menerjemahkan konsepnya ke dalam pembuatan sebuah program. Ide yang diinginkan mungkin tidak selalu dapat diimplementasikan pada titik ini dalam produksi program.

Keterbatasan teknis / alat dan faktor manusia adalah dua penyebab potensial dari hal ini.

Kru Ratih TV Kebumen dapat menerjemahkan ide-ide mereka ke dalam program, serta menawarkan saran tentang peralatan yang dibutuhkan dan memperkirakan potensi masalah sambil menawarkan solusi praktis. Mendapatkan respon yang baik dari masyarakat saat siaran di televisi bukanlah tugas yang mudah. Untuk membuat program yang menarik perhatian audiens dan mencegah mereka beralih chanel dengan cepat, kreativitas dan inovasi diperlukan. Setiap pekerjaan, termasuk membuat acara televisi, membutuhkan kreativitas dari semua orang. Ketika siaran diindoor maupun out door tim Ratih TV selalu bersiap dengan kemungkinan buruk yang akan terjadi sehingga melakukan antisipasi jika hal-hak yang tidak diinginkan hadir.

### **c. Finalisasi Ide**

Tahap ini, yang melibatkan penurunan ide kreatif dari sebuah program yang dituangkan melalui proposal ide program, adalah yang terakhir diselesaikan oleh tim siaran Ratih TV Kebumen dalam produksi program tersebut. Tim siaran Ratih TV mengembangkan konsep untuk sebuah konsep ini kemudian diturunkan ke beberapa detail segmen program oleh crew editor. Hingga 30 menit biasanya dibagi menjadi empat segmen, sedangkan 60 menit dibagi menjadi enam segmen. Pada titik ini, penting bagi kru Ratih TV untuk fokus pada konten segmen karena secara konsisten menarik perhatian pemirsa. Dengan mengembangkan mockup atau program sampel untuk menampilkan keseluruhan konten yang akan ditayangkan, finalisasi dapat ditunjukkan.



### 3. Strategi Positioning

Ratih TV harus memahami strategi positioning pada tahap kedua pengembangan ide kreatif. Strategi positioning adalah upaya pembuat program untuk memposisikan programnya secara artistik kepada audiens (Olmsted, 2006). Dengan berfokus pada audiens yang dituju atau tujuan yang ingin dicapai, posisi ini dapat diciptakan. Target audiens ini dapat direduksi menjadi sifat demografis dan psikografis audiens. Ratih TV mengidentifikasi usia audiens target, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, status sosial ekonomi, dan faktor lainnya yang nantinya dapat mempersempit karakteristik demografis sehingga memudahkan target penonton yang dituju. Agar berhasil mencapai posisi yang jelas yang memiliki makna di benak target penonton, stasiun televisi mengembangkan strategi penentuan posisi yang menawarkan citra diri dan produk kepada audiens (Mahmud, 2010).

Langkah selanjutnya adalah menjelaskan secara detail perbedaan atau keunikan ide program yang dibuat dibandingkan dengan program lain setelah target masyarakat ditentukan. Program yang tidak hanya memiliki unsur komersial dalam hal rating, tetapi juga program yang mampu memberikan berbeda dan memiliki kecenderungan dibandingkan dengan program lain, dapat digunakan untuk menilai keberhasilan Ratih TV dalam memproduksi program yang memenuhi unsur kreatif. Kesenian jam janeng merupakan program yang sifatnya baru dan belum pernah ada sebelumnya, sering mendapat banyak perhatian dari masyarakat Kebumen, yang bisa menambah jumlah penonton Ratih TV. Program unik lainnya termasuk pasar reboan, wayang santri (golek), jamjaneng, gara gara, kendang galak.

Merencanakan anggaran yang akan digunakan dari pra produksi hingga produksi dan pasca produksi adalah langkah selanjutnya (Olmsted, 2006). Anggaran juga mencakup pengeluaran kecil seperti anggaran kaset video, properti khusus, makanan, biaya lisensi, pajak, asuransi, dan sebagainya. Ini juga mencakup biaya untuk menggandakan skrip atau skenario pembuatan siaran, penghargaan artis, atau ruang pengeditan (Wahyuti, 2015). Kru TV Ratih biasanya dibantu dalam penganggaran ini oleh manajer unit yang akan menjelaskan secara lebih rinci kebutuhan program secara keseluruhan. Tim produksi Ratih TV membutuhkan perencanaan anggaran ini untuk memastikan mereka memiliki dana yang diperlukan untuk setiap siaran. Jika terjadi over-budget, kepala seksi Ratih TV bekerja untuk meminimalkan anggaran dengan mengurangi pengeluaran lapangan, beralih properti, atau memindahkan lokasi syuting sambil mempertahankan pesan inti program dan tujuan yang dimaksudkan.

Ratih TV menentukan hal-hal berikut sebagai pertimbangan saat menetapkan posisi:

- a) positioning sesuai dengan cirri yang khas. Seperti, dengan pemeran atau kelompok karakter tertentu, karakter, format, dan ide tertentu.
- b) Penempatan manfaat. Misalnya, program yang memberikan informasi, pendidikan, atau hiburan.
- c) Penentuan posisi sesuai dengan audiens yang dituju. Misalnya, ada program untuk orang-orang dari segala usia, orang dewasa, dan kelompok menurut kelas, usia, jenis kelamin, dan kelas sosial.

d) Perbedaan kategorisasi. Misalnya, acara unggulan, bincang-bincang, dan musik.

#### **4. Strategi Implementasi**

Strategi implementasi adalah langkah terakhir dalam menciptakan program kreatif. Strategi implementasi langsung dapat dipahami sebagai langkah-langkah yang diambil oleh pembuat program untuk mengubah ide untuk pertunjukan menjadi produksi yang menurut penonton akan menghibur (Olmsted, 2006). Beberapa kru produksi akan dilibatkan saat ini dalam menjalankan program, menurut pembuat program (Wahyuti, 2015). Pada titik ini, tim siaran Ratih TV bisa memvisualisasikan skrip konsep atau rundown sehingga pemirsa dapat menikmatinya karena sudah melibatkan komponen teknologi lainnya. Idenya membutuhkan peralatan (equipment) agar bisa dilihat, tentunya harus ada orang (operator) untuk menjalankan equipment tersebut, juga dikenal sebagai tim siaran. Tim Ratih TV Kebumen berkumpul untuk membahas program yang akan diproduksi agar terhindar dari kesalahpahaman terhadap perencanaan program itu sendiri. Biasanya seluruh staf produksi Ratih TV, termasuk kepala bagian program, kepala teknik, tim liputan, direktur program, editor, teknisi pencahayaan, teknisi audio, teknisi kamera, dan lainnya, berkumpul untuk membicarakan bagaimana program tersebut akan dilaksanakan. Melakukan pendekatan produksi sehubungan dengan acara yang akan diproduksi dan meminta setiap kru Ratih TV menyumbangkan berbagai masukan yang diperlukan sehingga rencana tersebut dapat direalisasikan melalui putusan bersama. Pada titik ini, setiap anggota tim Ratih TV akan menggunakan kreativitasnya untuk melaksanakan tugas yang diberikan. Tim siaran akan menulis naskah kreatif dan ikhtisar

program atau *rundown* dengan memperhatikan tema, format acara, tata artistik, pencahayaan dan audio. Kemudian kameramen nantinya mempersiapkan kamera yang dibutuhkan untuk produksi, menata posisi kamera dan pengambilan angle kamera agar gambar siaran dihasilkan dengan maksimal, kemudian mempersiapkan set studio ataupun dekorasi dalam menunjang program yang sudah ditetapkan, lalu mempersiapkan setting audio dengan menggunakan microphone yang nanti digunakan dalam siaran, menyesuaikan jumlah yang akan digunakan dan persiapan kabel untuk mengantisipasi terjadi gangguan seperti noise maupun suara hilang, mempersiapkan mixer audio agar filter suara yang dihasilkan bagus saat ditayangkan, bagian editor mempersiapkan opening dan closing acara dengan di edit sesuai program yang dijalankan, crew Ratih TV saling membantu sama lain karena kurangnya crew jadi setiap kru saling membantu.

Selain itu, Wheelen and Hunger dalam Prastiwi dan Meirinawati (2015) menggambarkan proses implementasi strategi sebagai proses dimana manajemen merealisasikan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Agar perusahaan berhasil menerapkan strategi, program harus dikembangkan, anggaran harus ditetapkan untuk mendanai implementasi program, dan prosedur harus ditetapkan untuk memastikan program beroperasi seperti yang diharapkan. Implementasi strategi, menurut Murniawati dan Usman (2015) merupakan perwujudan dari program-program yang telah ditetapkan dalam perumusan strategi.

Pelaksanaan produksi tidak dimulai sampai perencanaan dan persiapan selesai. Bersama dengan kru saat ini, kru siaran Ratih TV. Tim penyiaran di

Ratih TV bekerja menerjemahkan apa yang digariskan secara tertulis dan di atas kertas menjadi gambar dan susunan gambar yang dapat menyampaikan sebuah narasi. Kru RatihTV yang fungsinya juru kamera dalam produksi program siaran, menentukan jenis bidikan yang akan diambil dalam segmen. Juru kamera biasanya membuat daftar bidikan untuk setiap siaran. Bagian wajah seseorang yang tidak terlalu kontras ketika dibawa ke luar tampak di kamera akibat panas matahari selama pelaksanaan produksi siaran Ratih TV di lapangan dalam pengaturan cahaya. Keseimbangan cahaya yang dipertimbangkan dengan cermat diperlukan untuk mengurangi ketajaman kontras bayangan yang dilemparkan.

Berlaku untuk komponen suara, Saat produksi program siaran crew Ratih TV dengan hati-hati mempertimbangkan di mana harus meletakkan mikrofon sehingga tidak terdengar suara yang mengganggu. Mic tidak terlihat oleh kamera, dan suara angin tidak terasa mengganggu jika berada di luar. Biasanya, Ratih TV mengontrol gambar hasil pemotretan hari itu pada akhir setiap bidikan untuk menentukan apakah hasilnya benar-benar bagus. Jika tidak, adegan pengambilan gambar perlu diaktifkan kembali. Gambar asli (materi asli / rekaman baris) dibuat catatan (logging) setelah semua adegan dalam naskah diambil, di mana proses post prosesing, khususnya pengeditan, dapat dimulai.

Dalam mengimplementasikan produksinya Ratih TV sangat memperhatikan elmen penting dalam strategi kreatif seperti berikut :

a) Tema

Tema adalah garis pemikiran berkelanjutan yang berjalan di seluruh karya dan selalu terhubung dengan subjek utama, menurut Effendy (1989). Menemukan tema sangat penting, terutama untuk program televisi. Keberhasilan sebuah program acara akan tergantung pada tema yang dipilih karena berfungsi sebagai alat ukur seberapa besar kebutuhan akan program televisi yang ada di masyarakat. Tema yang diadaptasi pemerintah serta tema dengan edukasi dan informasi dikembangkan oleh Ratih TV Kebumen.

#### b) Rundwon

Rundown adalah urutan konten peristiwa berdasarkan gambar, suara, dan perencanaan durasi waktu, menurut Naratama (2004). Semuanya diatur sesuai dengan berapa banyak adegan dan teks yang diperlukan untuk setiap tayangan. Tim Ratih TV bertugas untuk membuat rundown sebelum acara dimulai, agar nantinya memudahkan jadwal setiap tayangan yang disiarkan. Jadwal dibagi menjadi beberapa segmen berdasarkan fungsi rundown itu sendiri.

#### c) Format Acara

Dasar kreativitas dan desain produksi, format acara televisi adalah perencanaan dasar dari konsep acara televisi yang akan dibagi menjadi berbagai Kriteria utama disesuaikan untuk tujuan acara dan target audiens. Program yang ada di Ratih TV sendiri memiliki beberapa format seperti berita dan hiburan (talkshow, dokumenter, magazine) (Naratama, 2004).

#### d) *Punching Line*

Punchline merupakan baris dialog bernaskah yang disampaikan oleh presenter atau pembawa acara dan secara khusus ditulis untuk menarik perhatian penonton ketika mulai jenuh. Kejutan naskah dapat berbentuk humor, celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ekspresi lucu. Ratih TV dalam program hiburan seperti kendang galak dan pasar reboan memiliki *host* dengan menggunakan *punching line* saat membawakan siaran agar nantinya penonton terhibur dan tidak bosan.

#### e) Tata Artistik

Salah satu komponen kunci dari program televisi adalah tata letak artistik (Naratama, 2004). Setiap program acara memiliki susunan seni yang berbeda karena masing-masing dirancang khusus untuk memenuhi persyaratan acara yang diproduksi. Untuk membuat setting studio yang tidak menyimpang dari tema acara yang akan dihadirkan, diperlukan kreativitas ketika mencari berbagai referensi dan memperbaruinya. Selain itu, juru kamera dapat menggunakan pengaturan artistik sebagai panduan ketika memilih tempat untuk mengambil gambar. Ratih TV dalam produksi program mempersiapkan penataan artistik seperti dekorasi yang berkaitan dengan program acara di dalam studio maupun diluar studio. Properti yang digunakan Ratih TV dapat berbentuk peralatan panggung dan peralatan terkait produksi.

#### f) Pencahayaan dan Audio

Produksi audio-visual harus mempertimbangkan pengaturan audio dan pencahayaannya. Anggota tim di Ratih TV yang bertugas membuat pencahayaan, menyiapkan atau merencanakan penggunaan lampu efek khusus, menentukan jenis atau tipe lampu yang digunakan, dan melakukan

pengukuran *lighting* selama pembuatan suatu program. Selain berfungsi sebagai penambah cahaya, pengaturan lampu dapat digunakan untuk mengubah lingkungan untuk menciptakan suasana berkualitas baik. Pada saat produksi program, audioman bertanggung jawab atas sistem suara teknis, kontrol tingkat audio, keseimbangan, dan kualitas semua aspek suara. Dilakukan untuk menghasilkan suara berkualitas tinggi. Ratih TV sendiri dalam pencahayaan mempersiapkan dua *lighting soft box* dan enam lampu atas untuk di dalam studio, jika di luar studio bisa menyesuaikan kondisi lingkungan.

g) Program *interacvtive*

Ratih TV sendiri memiliki program *interacvtive* yaitu "Kendang Galak" merupakan program musik yang menyiarkan musik dengan bahasa daerah atau bahasa ngapak dan sebagai respons terhadap pesan teks dari penonton seperti lewat aplikasi *whatsaap* maupun sms. Biasanya, musik campursari yang direquest oleh penonton. Dialog atau interaksi dua arah dengan pemirsa rumahan. Ketika program acara disiarkan langsung, acara tersebut dapat diisi dengan kuis interaktif atau Tanya Jawab, yang dapat disajikan oleh pembawa acara atau melalui penggunaan tulisan grafis. Sedangkan program interaktif dapat dilakukan melalui email, fax, mail, dan SMS jika program acara sedang direkam. Interaksi dengan pemirsa berguna untuk pengembangan ide-ide orisinal untuk acara yang akan datang selain digunakan untuk mengukur minat penonton terhadap suatu pertunjukan. Berinteraksi dengan audiens akan membuat mereka merasa lebih terlibat dan tertarik dengan program tersebut. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya dalam kaitannya dengan pemahaman dan tahapan implementasi, tujuan yang ditetapkan adalah tolok



ukur atau diukur selama tindakan implementasi. Adapun dimensi yang harus diperhatikan dalam Ratih TV antara lain :

a. Program

Kegiatan atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan dinyatakan dalam suatu program.

b. Anggaran

Sesuai dengan peraturan daerah nomor Kabupaten Kebumen nomor 11 tahun 2009, biaya operasional Ratih TV dinilai dengan APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) Kabupaten Kebumen melalui departemen Hubungan Masyarakat. Karena ada birokrasi, proses persetujuan anggaran membutuhkan waktu yang sangat lama. Proses penetapan anggaran dimulai dari tingkat manajerial Ratih TV, dilanjutkan melalui bagian administrasi pembangunan untuk diajukan ke Bappeda, kantor pendapatan dan pengelolaan keuangan dan aset daerah (DPPKAD), RAPBD, dan terakhir masuk DPRD Kabupaten Kebumen untuk mendapatkan persetujuan.

c. Prosedur

Ratih TV juga menjalankan tugasnya secara profesional dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan saat menjalankan tugasnya. Setiap sumber daya manusia di ratih TV akan menyelesaikan setiap uraian tugas di setiap posisi dalam hierarki otoritas yang sudah ditentukan. Setiap kru memiliki kewajiban penuh yang harus mereka penuhi. Menurut temuan wawancara informan yang dilakukan oleh penulis, kru Ratih TV bekerja sesuai dengan deskripsi pekerjaan masing-masing, hanya saja tidak ada cukup

kru siaran untuk mendukung mereka semua. Tetapi kekurangan Ini tidak mencegah ratih TV untuk produksi program siaran secara kreatif.

Pengambilan gambar di Ratih TV seperti pada acara *live* seperti program selamat sore kebumen (ssk), mimbar agama, prasojo show dan kendang galak. Kru Ratih TV selalu memberikan pengarahan kepada para pembicara atau narasumber sebelum penampilan mereka di awal produksi. Biasanya, kru Ratih TV akan memberikan informasi dan arahan penampilan pembawa acara terlebih dahulu. Pembawa acara diberi pengarahan oleh tim siaran selain pembicara tentang topik yang dibahas dalam setiap tayangan dan punchline yang akan digunakan nanti. Tim Ratih TV mengadakan pertemuan dengan tim siaran setelah pertemuan dengan kru Ratih lainnya. Ratih TV menggunakan 3 kamera ,2 softbox dan 9 lampu atas pencahayaan untuk menghasilkan siaran *live* maupun *off air* di dalam studio. Selain itu, juru kamera dan editor harus memvisualisasikan pencahayaan, musik, dan efek lari lainnya saat pengambilan gambar.

Seperti yang disampaikan dalam penjelasan di atas, tim Ratih TV selalu berkomunikasi jika ada perubahan yang dilakukan di lapangan, seperti saat artis terlambat atau tidak muncul, saat lagu yang akan dibawakan berubah, atau ketika ada kesulitan teknis. Untuk mencegah program saiaran kelaur dari durasi yang ditentukan, tim siaran Ratih TV juga terus-menerus berada di ruang kontrol utama, yang terletak di satu studio. Yang sering terjadi adalah jika pembawa acara terlalu antusias mengobrol dengan narasumber, dia mungkin kadang-kadang melupakan waktu yang ditentukan.

Dari uraian di atas dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana tim Ratih TV tetap siap menghadapi potensi masalah yang muncul selama proses produksi. Ketika sesuatu yang tidak terduga terjadi selama produksi, tim Ratih TV dengan cepat mencari opsi lain untuk membuat proses produksi menjadi lebih baik. Strategi implementasi ini juga Ratih TV bisa menuangkan ide ke dalam strategi kreatif yang didalamnya terkait pengembangan program siaran yang kreatif guna memenuhi kebutuhan minat pemirsa warga Kebumen. Strategi implementasi berguna bagi Ratih TV untuk mengidentifikasi aspek produksi siaran yang memang masih perlu untuk ditingkatkan. Misalnya seperti penggunaan teknologi untuk menghasilkan siaran yang berkualitas, pencahayaan, editing, maupun penggunaan efek visual yang diharapkan bisa memberikan dampak positif bagi produksi program siaran.

## **5. Program Siaran TV**

Program televisi didefinisikan secara teknis sebagai perencanaan dan penjadwalan televisi dari hari ke hari (program *horizontal*) dan dari jam ke jam (program *vertikal*) setiap hari (RM Soenarto, 2007). Mempertimbangkan bahwa penonton umumnya menonton televisi dan penata program harus memperhatikan apa yang dinikmati publik, menjadwalkan acara lebih sulit daripada yang terlihat. Tugas kerja seorang programmer dituntut untuk menghasilkan suatu software agar jadwal jam tayang dapat disaksikan oleh masyarakat.

Program juga disebut sebagai siaran, yaitu pesan atau kumpulan pesan dalam berbagai format. Stasiun radio dan televisi sama-sama menggunakan

program untuk menarik minat pendengar pada media masing-masing. Program sebanding dengan produk atau layanan yang sederhana, menyenangkan, dan berguna untuk dikonsumsi audiens (Morissan; 2008).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan suara (sound) melalui kabel atau melalui ruang menggunakan perangkat yang mengubah cahaya (gambar) dan suara (sound) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya tampak dan suara dapat didengar, kamus besar bahasa Indonesia mendefinisikan suatu pertunjukan sebagai sesuatu yang dibayangkan atau disajikan. Akibatnya, program televisi adalah penyajian informasi melalui media elektronik yang mencakup suara dan visual.

Banyak stasiun televisi di seluruh negeri mengirimkan lusinan, jika bukan ratusan, program televisi harian yang juga disediakan oleh layanan penyiaran televisi internasional melalui siaran televisi kabel atau satelit komunikasi. Ini berarti bahwa ada sejumlah besar ide imajinatif dan kreatif yang mungkin muncul di televisi apakah mereka direkayasa atau sepenuhnya spontan. Konsep ini kemudian dikembangkan menjadi narasi yang menarik; proses ini dikenal sebagai *creative treatment*. Ini berarti bahwa setiap orang yang ingin bekerja di industri penyiaran harus lebih imajinatif dan kreatif dalam pengamatan mereka terhadap dunia. Oleh karena itu, membuat peristiwa tampak nyata tanpa memanipulasi cerita agar tampak luar biasa dalam perspektif pemirsa televisi merupakan tantangan kreatif untuk produk televisi non-fiksi. Kemudian dalam acara fiksi, konsep yang merupakan produk imajinasi orang lain dan rekayasa naratif dibuat semenarik mungkin untuk memuaskan penonton televisi (fachruddin : 2015).

Audiens dapat menerima siaran secara bersamaan dengan peralatan penerima siaran, penyiaran adalah tindakan transmisi siaran menggunakan sarana transmisi dan/atau alat transmisi di darat, di laut, atau di luar angkasa (satelit) ( Undang-undang Penyiaran dan Pers, 2005).

Ratih TV memproduksi program siaran kreatif dengan tujuan menghibur dan mengedukasi secara kreatif dan inovatif kepada masyarakat dalam berbagai aspek yang nantinya bisa menjadi bahan acuan setiap stasiun televisi dalam memproduksi siaran kreatif yang inovatif dan imajinatif dalam menarik minat penonton. Adapun salah satu tujuannya untuk membangun potensi generasi penerus bangsa yang cerdas dan kreatif dan ikut mencerdaskan kehidupan bangsa.

Program siaran di Ratih TV merupakan program yang diproduksi untuk kepentingan publik maupun pemerintah. Ratih TV sebagai TV lokal pemerintah bertugas sebagai media penyaluran aspirasi warga atupun pemerintah ke masyarakat Kebumen. Pentingnya media penyiaran Ratih TV dalam rangka mensukseskan kecerdasan umum dan peningkatan mutu masyarakat Kabupaten Kebumen Jawa Tengah.

Semangat otonomi daerah di Indonesia terutama Kebumen inilah yang memotivasi kehadiran televisi lokal. Telah menjadi jelas bahwa penggunaan sarana pendidikan audio-visual di beberapa daerah kurang optimal. Karena itu, memiliki akses ke stasiun televisi di daerah sangat penting. Televisi lokal yang dikemas dengan nuansa daerah secara konsisten berusaha menghadirkan yang terbaik bagi masyarakat Kebumen dengan kearifan lokal.

Ratih TV Kebumen perlu dapat menerima lebih banyak dinamika masyarakat lokal untuk menerjemahkannya ke dalam konten media, dan masih perlu dikelola dengan manajemen penyiaran yang profesional, dengan membuat terobosan dalam menggali sumber dana, tidak lagi hanya mengandalkan iklan komersial.

Ratih TV Kebumen sebagai stasiun TV pemerintah bertujuan untuk mengedukasi masyarakat dan sebagai media pemerintah dalam menyalurkan ide dan gagasan ataupun kepentingan publik yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kemudian Hudi juga menambahkan bahwa Ratih TV merupakan TV pemerintah jadi memfokuskan pada edukasi dan informasi. Program siaran Ratih TV selalu berupaya untuk mempertahankan mutu siaran agar tetap bisa mengudara dan mendapat respon yang baik dari masyarakat. Oleh karena itu strategi kreatif Ratih TV dalam memproduksi program siaran sangat diperhatikan.

Kegiatan penayangan program sesuai dengan rencana yang telah ditentukan termasuk dalam produksi program. Dua hal berikut Pembagian waktu siaran dan tayangan sangat penting dalam proses ini. Karena kenyataan bahwa sebagian besar acara yang disajikan mengandung pengetahuan yang bersifat umum. Fokus demografis Ratih TV terutama pada orang dewasa. Meskipun demikian, Ratih TV terus menayangkan acara yang ditujukan untuk anak-anak dan remaja. Sejak 2015, wilayah cakupan Jaungkauan Ratih TV telah berkembang hingga delapan kabupaten yang berbatasan dengan Kabupaten Kebumen. Namun karena kesulitan teknis, termasuk kesulitan dalam menerima sinyal pemancar UHF sebagai akibat dari faktor geografis seperti penutupan kawasan permukiman oleh pegunungan dan perbukitan,

kabupaten Kebumen dan delapan kabupaten tersebut juga tidak dapat menerima siaran dari Ratih TV secara optimal. Di sisi lain, mungkin ada lebih banyak peluang bagi pemerintah daerah untuk bekerja sama karena keterjangkauan lingkungan daerah Kebumen.

Para kru Ratih TV memperoleh dan menghitung jumlah respon masyarakat yang masuk melalui pesan singkat (SMS) serta jumlah telepon aktif selama program berlangsung, mengakomodir preferensi pribadi masyarakat terkait program tersebut, dan belum pernah melakukan survei khusus untuk warga Kabupaten Kebumen. Artinya, hanya mereka yang berasal dari Ratih TV yang berada dalam posisi untuk memutuskan apa yang harus dilakukan tanpa adanya pendengar luar langsung yang dapat menilai apakah segmentasi tersebut efektif atau tidak, dan mereka saat ini hanya menerima kritik dan saran secara tertulis. Untuk mengukur efektivitas dan efisiensi produksi program di Ratih TV Kebumen saran kritik dari masyarakat sangat penting.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan berikut dapat diambil dari data penelitian dan analisis penulis untuk penelitian strategi kreatif Ratih TV dalam memproduksi program siaran. Strategi kreatif dalam memproduksi siaran di Ratih TV memiliki aspek penting didalamnya seperti berikut:

1. Strategi kreatif di Ratih TV dibangun melalui tiga tahapan penting yaitu pembuatan ide, positioning, dan implementasi. Pada prakteknya sudah baik hanya saja belum berjalan maksimal karena kurangnya sumber daya manusia atau kru siaran.
2. Strategi pembuatan ide yang dilakukan oleh Ratih TV dimana setiap crew Ratih TV harus memiliki kemampuan untuk menganalisis preferensi masyarakat untuk menghasilkan ide yang inovatif kreatif. Mendapatkan inspirasi ide, menerjemahkan ide, dan finalisas ide adalah tiga langkah dalam pendekatan menghasilkan ide kreatif yang dilakukan Ratih TV.
3. Strategi positioning sangat diperhatikan dalam memproduksi program di Ratih TV erat kaitanya dengan respon masyarakat terhadap siaran yang ditayangkan di Ratih TV, maka dari itu positioning sangat diperhatikan dalam memberikan siaran yang tepat dan efektif bagi



semua masyarakat Kebumen.

4. Strategi implementasi Ratih TV juga memperhatikan elmen penting dalam produksi program siaran antara lain: tema, rundown, format acara, *punching line*, tata artistik, pencahayaan dan audio, program interactive. Kemudian faktor cuaca dalam proses produksi siaran di luar studio mempengaruhi proses jalanya produksi siaran. Strategi implementasi juga berguna bagi Ratih TV untuk mengidentifikasi aspek produksi siaran yang memang masih perlu untuk ditingkatkan.
5. Program siaran di Ratih TV merupakan program yang diproduksi untuk kepentingan publik maupun pemerintah. Ratih TV sebagai TV lokal pemerintah bertugas sebagai media penyaluran aspirasi warga atupun pemerintah ke masyarakat Kebumen. Pentingnya media penyiaran Ratih TV dalam rangka mensukseskan kecerdasan umum dan peningkatan mutu masyarakat Kabupaten Kebumen Jawa Tengah.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan ada beberapa point yang harus dilakukan sebagai saran pengembangan dalam strategi kreatif Ratih TV dalam memproduksi program siaran, antara lain :

1. Strategi kreatif di Ratih TV sebaiknya dibangun melalui tiga tahapan penting yaitu pembuatan ide, positioning, dan implementasi. Dengan melibatkan setiap sumber daya manusia yang ada dan diharapkan ada penambahan karyawan baru agar meningkatkan kualitas program

siaran.

2. Strategi pembuatan ide yang dilakukan oleh Ratih TV sebaiknya melalui tiga langkah yaitu mendapatkan inspirasi ide, menerjemahkan ide, dan finalisas ide. Diharapkan tidak hanya melibatkan kru Ratih TV saja tetapi melibatkan pihak luar dalam memperoleh ide kreatif lainnya.
3. Strategi positioning sebaiknya diperhatikan dengan melihat respon masyarakat melalui aspek demografis dan psikografis audiens dan penempatan manfaat misalnya, program yang memberikan informasi, pendidikan, atau hiburan
4. Strategi implementasi Ratih TV sebaiknya memperhatikan elmen penting dalam produksi program siaran. Implementasi dalam produksi juga diharapkan bisa menciptakan acara baru yang belum pernah dibuat Ratih TV sebelumnya dan melakukan peningkatan kreatif untuk program yang sudah berjalan. Strategi implementasi ini diharapkan bisa merangkul tokoh lokal dalam membuat acara kegiatan terkaita kegiatan lokal dan memberikan ruang untuk cerita maupun isu-isu yang relevan ditengah masyarakat Kebumen.
5. Program siaran di Ratih TV sebaiknya tidak hanya memproduksi program untuk kepentingan publik maupun pemerintah. Namun juga bisa memproduksi program dengan banyak genre acara agar perkembangan program Ratih TV semakin maju dan bisa bersaing ditengah gempuran platform digital lainnya.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvirano dan Sumirat Soleh. (2007). *Dasar-dasar Public Relations*, Cetakan Ketiga. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardiyanti, H. (2016). Konsep dan regulasi tv lokal dalam kerangka penguatan budaya lokal. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri dan Hubungan Internasional*, 2(2).
- AjiCaesarro, D. (2017). *Televisi Lokal Dan Lokalitas Budaya Daerah (Studi Deskriptif Program Berbasis Identitas Lokal Pada Televisi Lokal Malang Tv)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Baker, M. 1992. *In Other Words: A Coursebook on Translation*. London And New York:Routledge
- Burton, G. (2007). *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chan-Olmsted, Sylvia M. (2006). *Competitive Strategy for Media Firms: Strategic and Brand Management in Changing Media Markets*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design, Chossing Among Five Approach*. SAGE Publication. Ltd.
- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin. *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group, 2011.
- Dhea Helyana P. (2018). *Analisis kreatif program hiburan televisi lokal dalam konstruksi identitas daerah (studi komparatif pada Riau Televisi dan Riau Chanel Televisi Pekanbaru)*. Skripsi. FPSB program studi ilmu komunikasi. UII Yogyakarta.
- Dyah Pratita A. (2012). *Strategi Kreatif Program Feature Pada Televisi Lokal (Studi Deskriptif Strategi Kreatif Program “Nruthus” di madiun TV dan Program “Sehari Di” di Arek TV Surabaya*. Skripsi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. UII Yogyakarta.
- Eskaputra, H. (2012). “Televisi Lokal dan Budaya Daerah (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Serta TATV dalam Pelestarian dan Pengembangan Seni Kroncong di Surakarta)”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret, Yogyakarta.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi Produksi Berita, Feature Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP .

- Fadhilah, S. D., Farahnisa, N., Uyun, R. T., & Hidayati, N. F. (2016). Bertahan di Tengah TV “Nasional”: Strategi Manajemen RBTv Melalui TV Jaringan dengan KOMPAS TV. *Komunikator*, 8(2).
- Fachruddin, A. (2015). Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Fera, F. (2022). *MEKANISME MANAJEMEN MUTU SIARAN RATIH TV KEBUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Fitriyah, I. (2014). Strategi kreatif Produser dalam mempertahankan eksistensi Program Dakwah Mamah & AA ber-Aksi di Stasiun Televisi Indonesia.
- Istiqoma, Fitria & Amir Rusdi. (2015). *Pengaruh Penerapan Metode Problem Solving pada Mata Pelajaran Matematika Materi Pecahan Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas III di Madrasah Ibtidaiyah Muhajirin Palembang*. Jurnal Ilmiah PGMI UIN Raden Fatah Palembang Vol. 1 No. 2 (2015). Diakses pada tanggal 23 Maret 2021 dari <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jip/article/view/664>.
- J. Moleong, Lexy. 2014. Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, Manajemen strategy. 2003.
- James J.Gallagher, Kemampuan Kreatifitas Anak Usia Dini, Surabaya,Grasindo 2010.
- Juditha, C. (2015). Televisi lokal dan konten kearifan lokal (studi kasus di Sindo TV Kendari). *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 16(1), 49-64.
- Kasali, Rhenald. (2002) Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Cetakan Ke-8. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Khusna, I. A., & Setiawan, B. (2018). Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembang di ADiTV Yogyakarta. *Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- LESTARI, N. A. (2021). *STRATEGI KREATIF PROGRAM ACARA TALENTA GEMILANG DI GGTv TEMBILAHAN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Lusting, Myron W. Dan Jolene Koester. (2003). Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Culture. USA: Allyn and Bacon.
- Mahmud Machfoesz. Komunikasi Pemasaran Modern.Penerbit Cakra Ilham. 2010.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. and Saldana, J. (2018). Qualitative Data Analysis. (Fourth Edi). SAGE Publication. Ltd.
- Moleong, L. (1991). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja

- Morissan, Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi, Jakarta:Kencana, 2009.
- Morissan. Jurnalistik Televisi Mutakhir. Tangerang: Ramadina Prakarsa, 2005.
- Morrison. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Munandar, U. (2012). Pengembangan Kreatifitas Anak Berbakat. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA.
- Murniati & Usman, 2009, Implementasi Manajemen Strategik Dalam Pemberdayaan Sekolah menengah Kujuruan Bandung , Ciptapustaka Media Perintis.
- Naratama; Emanuel. (2006). *Menjadi sutradara televisi : Dengan single dan multi camera / Naratama Rukmananda; Editor, Emanuel.* Jakarta :: Grasindo,.
- Nurianida Ayu L. (2021). *strategi kreatif program acara talenta gemilang di GGTV Tembilahan.* Skripsi. ilmu komunikasi. UIN SUSKA Riau.
- Onong Uchjana Effendy, Dinamika Komunikasi, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2006.
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi pemanfaatan media baru NET. TV. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21-36.
- Pramesti Wulandari, Distiya. (2013). *Fenomena Penggunaan Susuk pada Profesi Joged dalam Seni Tayub di Kecamatan Jepon Kabupaten Blora Jawa Tengah.* (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta). Diakses pada tanggal 23 Maret 2021 dari <https://eprints.uny.ac.id/24791/>
- Priowidodo, Gatut. 2010. Menakar kekuatan dan Keunggulan Industri Televisi Lokal di Era Otonomi. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, Vol 2, No.1, (Januari, 2008), hal 56-62. PT. Alfabeta.
- Putra, Reza Hantika. (2006). “Strategi Program Berita Bali TV dan Dewata TV dalam Pengembangan Budaya Lokal dan Pariwisata Bali (Studi Deskriptif terhadap Program Berita Orti Bali di BaliTV dan Gatra Dewata di Dewata TV)”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Putranto, D. (2009). *Peran asisten produser dlm proses produksi musik MTV Ampuh di Global TV (Periode Juni-Agustus 2008)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Putri, D. H. (2018). Analisis Kreatif Program Hiburan Televisi Lokal Dalam Konstruksi Identitas Daerah (Studi Komparatif Pada Riau Televisi Dan Riau Chanel Televisi Pekanbaru).

- Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana 2010), Cet Ke-5.
- Rahma, Fauziah Ummul. 2013. Strategi Komunikasi Stasiun Televisi Lokal Dalam Meningkatkan Eksistensi. Diakses 24 Oktober 2019.
- Rawlinson, Geoffrey. J. (1989) Berfikir Kreatif dan Sumber Saran, terj. Dandan Riskomar Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rendra Widyatama, 2018. "The Television Business In Indonesia: A Comparative Study Of The Old Regime, The New Order, And The Reform Era," Oradea Journal of Business and Economics, University of Oradea, Faculty of Economics, vol. 3(1), pages 66-75, March.
- Rijal, S. (2019). *Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Program Siaran Paotere di Inews TV Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Rinowati, N.A.(2012).“Eksistensi Televisi Lokal Sebagai Medium Pencitraan Lokalitas Daerah”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, <https://core.ac.uk> (akses pada 2 Juni 2017). Rosdakarya.
- Setyobudi, C. (2006). Teknologi Broadcasting TV. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Shimp, Terence A. (2003). Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu (Edisi ke 5). Jakarta: Erlangga.
- Soenarto, RM. (2007) Program TV: Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran. Jakarta: FFTV-IKJP RESS.
- Soenarto, RM. Programming Televisi. Jakarta: Cikini Raya, 2007.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- TARUNA, R. (2018). ANALISIS STRATEGI KREATIF DALAM PEMBERITAAN TELEVISI LOKAL (Studi Deskriptif Pada Program Siaran “Dobrak” Jambi TV & “Iko Berita Ntah Hapo-Hapo” Jek TV).
- Taufli Suryani Ernis, 2014. Strategi Padang Tv Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Tv Lokal . <http://scholar.unand.ac.id/11971/> Diakses 20 September 2019.
- Tommy Suprpto, 1953-; Arisatya Yogaswara; Nanang Supriyono. (2006). *Berkarier di bidang broadcasting / Tommy Suprpto ; penyunting, Nanang Supriyono, Arisatya Yogaswara*. Yogyakarta :: Media Pressindo,.

- Ulvia. (2015). "Proses Kreatif Penciptaan Tari Parijoto Sinangling Karya Eko Ferianto". Skripsi Sarjana, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Wahyuni, Sri. 2019. Sinjai TV 2012-2017 (Lembaga Penyiaran Public Lokal). (<http://eprints.unm.ac.id/13915/1/ARTIKEL%20SRI%20WAHYUNI.pdf>)  
Diakses 27 Oktober 2019.
- Wahyuti, Tri.(2015). Strategi Kreatif Dan Proses Pembuatan Program Televisi. Jurnal Ilmiah Paramadina Konvergensi Volume 01 No. 02, (juli, 2015) Universitas Paramadina Jakarta.
- Wardani, N.P.K.,2015: Motif Dan Kepuasan Penonton Program Ramadan Di Televisi Nasional.<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/29285/1/NADIA%20PRATAMA%20KUSUMA%20WARDANIFDIKOM.pdf>  
Diakses 9 Desember 2019.
- Wiradono, S. (2006). Matikan TV-MU! Teror Media Televisi di Indonesia. Yogyakarta: Resist Book.
- Zettl, Herbert (2006). Television Production Handbook.9th ed.USA: Thomson Wadsworth.

*Lampiran*

**INTERVIEW GUIDE**

**Pertanyaan kepada Kepala Teknik**

1. Bagaimana proses kreatif yang dilakukan dalam membuat program siaran?
2. Bagaimana strategi kreatif Ratih TV yang digunakan dalam proses produksi program?
3. Seberapa besar pengaruh tim/crew dalam proses produksi program kreatif?
4. Bagaimana cara buat program siaran dari sisi kreatif?
5. Apa saja pertimbangan dalam membuat program yg kreatif?
6. Siapa yang bertanggung jawab atas perencanaan materi program tersebut?
7. Dari mana saja materi diperoleh?
8. Adakah kriteria khusus dalam membuat program?
9. Apakah proses Kreatif terealisasi dengan sempurna?
10. Apakah ada Target Usia penonton dalam setiap program siaran?
11. Seberapa penting strategi kreatif bagi Ratih TV Kebumen dan seperti apa strategi Kreatif yang pernah dilakukan ?
12. Bagaimana langkah Ratih TV Kebumen dalam Membuat ide kreatif?
13. Bagaimana Ratih TV Kebumen dalam Menetapkan ide kreatif?
14. apakah ada kendala dalam membuat ide kreatif?
15. Bagaimana Ratih TV dalam menetapkan Strategi positioning untuk menentukan target penonton?
16. apakah ada kriteria khusus untuk menentukan target penonton?
17. Bagaimana langkah Ratih TV dalam mengimplementasikan ide program yang telah disusun?
18. Apa saja faktor penunjang kesuksesan dalam memproduksi program siaran?
19. Adakah kendala dalam memproduksi program siaran ?



20. Bagaimana menetapkan finalisasi ide?
21. Bagaimana Ratih TV dalam menanggapi perbedaan pendapat dalam produksi program antar crew atau karyawan.
22. Apa yang dilakukan crew Ratih Tv dalam menghasilkan ide dan menyelesaikan masalah?
23. Bagaimana upaya tim agar program siaran Ratih TV terus mengembangkan kreativitasnya ?
24. Properti apa saja yang digunakan?
25. Apa yang harus diperhatikan dalam editing program ?
26. Bagaimana persiapan acara yang dilakukan sebelum acara ini berlangsung?
27. Apakah ada kendala yang terjadi saat acara berlangsung?
28. Bagaimana cara meniasati kendala yang sedang terjadi pada saat acara sedang berlangsung?

#### **Pertanyaan kepada Kabag Program dan Siaran**

1. Bagaimana proses kreatif yang dilakukan dalam membuat program siaran?
2. Bagaimana strategi kreatif Ratih TV yang digunakan dalam proses produksi program?
3. Seberapa besar pengaruh tim/crew dalam proses produksi program kreatif?
4. Bagaimana cara buat program siaran dari sisi kreatif?
5. Apa saja pertimbangan dalam membuat program yg kreatif?
6. Siapa yang bertanggung jawab atas perencanaan materi program tersebut?
7. Dari mana saja materi diperoleh?
8. Apakah proses Kreatif terealisasi dengan sempurna
9. Seberapa penting strategi kreatif bagi Ratih TV Kebumen ?
10. Bagaimana menetapkan finalisasi ide?
11. Bagaimana Ratih TV dalam menanggapi perbedaan pendapat dalam produksi program antar crew atau karyawan.
12. Apa yang dilakukan crew Ratih Tv dalam menghasilkan ide ?

#### **Pertanyaan kepada Kameramen**

1. Bagaimana sistem audio yang di gunakan?
2. Bagaimana sistem kamera yang di gunakan?

3. Apa saja dekorasi yang dibutuhkan untuk siaran?
4. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyiapkan pencahayaan dan peralatan lainnya sebelum acara?
5. Apa kendala yang terjadi dalam produksi siaran?
6. Apa saja peralatan yang digunakan?
7. Apa Faktor pendukung dalam memproduksi program?

### **DOKUMENTASI**



Gambar 1 Peneliti mewawancarai narasumber 1 yaitu Paryanto selaku Kepala Teknik



Gambar 2 Peneliti mewawancarai narasumber 2 yaitu Hudi wisono selaku kepala program dan siaran.



Gambar 3 Peneliti mewawancarai narasumber 3 yaitu Adi selaku kameramen dan pengarah acara.