

## PROSES PRODUKSI PROGRAM TELEVISI “MUSIC UPDATE” DI CHANNEL T-MUSIC PADA TELEVISI BERLANGGANAN TRANSVISION

### TELEVISION PROGRAM PRODUCTION OF “MUSIC UPDATE” ON THE T-MUSIC CHANNEL AT TRANSVISION

Verdiana Amarilis Kusuma Putri<sup>1</sup> Dr. Dewi K. Soedarsono, M.Si<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Telkom University  
<sup>1</sup>vamariliss@gmail.com <sup>2</sup>soedarsonodewik@gmail.com

#### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Proses Produksi Program Televisi “Music Update” Di Channel T-Music Pada Televisi Berlangganan Transvision” bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan proses produksi program televisi yang dilakukan pada televisi berlangganan. Apakah proses produksi dilakukan dengan maksimal atau tidak mengingat program – program yang ditayangkan tidak membutuhkan rating untuk bisa bertahan. Karena penghasilan yang diperoleh datangnya dari para pelanggan televisi berlangganan. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Music Update TransVision melewati suatu proses produksi yang meliputi tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, meliputi tiga bagian yaitu penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Tahap produksi, yakni melakukan liputan/taping outdoor. Sedangkan tahap pasca-produksi dimulai dengan proses editing offline, editing online, narasi, mixing, dan mastering.

**Kata kunci:** proses produksi, televisi, program televisi, *magazine show*, pra-produksi, produksi, pasca-produksi.

#### ABSTRACT

*This study entitled “Television Program Production Of “Music Update” On The T-Music Channel At Transvision” aims to find out and describe the production process of television programs produced by pay-TV. Whether the production process is carried out maximally or does not because the programs that are aired do not require a rating to survive. Because the income they got comes from the customers who subscribed to the Pay-TV. This study uses the post-positivism paradigm with qualitative approaches and descriptive methods. The results of the study show that the Music Update TransVision program goes through a production process which includes the stages of pre-production, production and post-production. In the pre-production stage, it includes three parts, namely idea discovery, planning, and preparation. The production stage, which is doing outdoor taping. While the post-production stage begins with offline editing, online editing, narration, mixing, and mastering.*

**Keywords:** *production process, television, television program, magazine show, pre-production, production, post-production.*

## 1. PENDAHULUAN

Persaingan antar stasiun televisi menjadi semakin ketat akibat kemunculan televisi berlangganan atau televisi berbayar pada tahun 1988. Kala itu, Indovision di *claim* sebagai televisi berlangganan pertama di Indonesia. Saat ini sudah banyak masyarakat kalangan menengah atas yang sudah beralih ke televisi

berlangganan sebagai alternatif layanan tontonan terbaik di luar layanan televisi swasta. Menurut *Media Partners Asia*, Indonesia adalah salah satu negara di Asia Pasifik yang memiliki rata – rata pertumbuhan pengguna televisi berlangganan terbesar, yaitu 26,7% di tahun 2011 - 2016

Peningkatan jumlah pelanggan televisi berlangganan di Indonesia tentunya didasari oleh beberapa faktor. Diantaranya adalah fenomena program televisi swasta yang cenderung monoton dan sedikit pilihan sedangkan televisi berlangganan menawarkan program siaran televisi yang eksklusif, beragam, dan terklasifikasi seperti televisi spesialis *sport*, musik, film, kartun, *news*, *fashion*, dan *lifestyle*. Televisi berlangganan juga menawarkan tayangan dengan perspektif internasional dan banyak konten yang terkait dengan ilmu pengetahuan. Sebut saja Animal Planet, National Geographic, Discovery Channel, dan lain-lain. Keuntungan ini tentunya tidak didapatkan pada televisi swasta (*free to air TV*).

Salah satu penyedia jasa televisi berlangganan di Indonesia yang sudah menggunakan sistem DBS adalah TransVision. Transvision awalnya menyiarkan siarannya lewat satelit Telkom-1 (C-band) dan MEASAT-3b (Ku band). Mulai tahun 2016, Transvision sepenuhnya bersiaran menggunakan satelit baru MEASAT-3b. Transvision Lahir pada tanggal 8 Oktober 2013 dari sinergi dua kekuatan terbaik dalam infrastruktur telekomunikasi dan media di Indonesia, yaitu CT Corpora dan Telkom yang sukses melakukan sinergi bisnis kepemilikan TelkomVision.

Menurut Morissan (2008), dalam menyelenggarakan siarannya media penyiaran berlangganan harus melakukan sensor internal terhadap semua isi siaran yang akan disiarkan serta menyediakan paling sedikit 20 persen dari kapasitas kanal saluran untuk menyalurkan program dari media penyiaran publik dan media penyiaran swasta. Dewasa ini, operator DBS menawarkan lebih banyak *channel* dari pada operator televisi kabel. Sebagaimana televisi kabel, sistem DBS juga dapat menyediakan saluran untuk internet, *e – commerce* dan televisi interaktif kepada para pelanggannya. Operator DBS memanfaatkan berbagai sumber program yang tersedia untuk ditawarkan kepada para pelanggan yang membutuhkan. Sumber – sumber program itu antara lain adalah: 1) Program sendiri; 2) Televisi lokal; 3) Televisi khusus (*special cable network*); 4) Televisi bayar (*pay services*); dan 5) Saluran bayar per program (*pay – preview*).

Pemilihan program “Music Update” pada penelitian ini juga karena berdasarkan sedikitnya program musik di televisi yang masih bertahan hingga saat ini khususnya di televisi swasta di Indonesia. Sehingga para audiens yang memiliki interest atau ketertarikan dalam bidang musik tidak mempunyai banyak pilihan tontonan yang mereka inginkan di televisi demi memenuhi kebutuhan akan informasi dalam bidang musik. Kemudian “Music Update” merupakan salah satu program berformat *Magazine Show* yaitu program yang dikemas seperti majalah yang berisikan rubrik tentang industri musik yang dimiliki televisi berlangganan TransVision sehingga program ini hanya bisa disaksikan oleh pelanggan TransVision saja.

Oleh karena itu melihat persaingan program televisi yang semakin ketat ditambah dengan kehadiran televisi berlangganan yang tidak sedikit peminatnya, maka pelaku media di stasiun televisi harus saling dapat mempertahankan eksistensi dari programnya. Antara lain dengan memberikan tayangan yang memiliki kualitas yang baik. Dalam hal ini, untuk menghadirkan tayangan yang berkualitas dapat diolah dari proses produksi program televisinya dari mulai pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi bidang Broadcasting, penting kiranya bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana industri televisi bekerja dan juga mengenal lingkungan kerjanya. Khususnya pada televisi berlangganan yang memiliki karakteristik dan cara kerja yang berbeda dari industri televisi swasta pada umumnya dalam memproduksi program acaranya sendiri. Sehingga menambah wawasan peneliti akan sistem kerja industri media bukan hanya televisi pada umumnya tetapi juga televisi berlangganan secara khusus. Kemudian kelebihan dan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian serupa adalah terdapat pada objek penelitian yang dipilih yaitu program musik yang dikemas dalam format magazine show yang terdapat pada televisi berlangganan dimana peneliti melihat masih sedikitnya penelitian yang menggunakan program televisi berlangganan sebagai objek penelitian. Sehingga dengan adanya penelitian ini dapat diketahui bagaimana sebuah televisi berlangganan memproduksi program siarannya. Apakah proses produksi dilakukan dengan maksimal atau tidak mengingat program – program yang ditayangkan tidak membutuhkan rating untuk bisa bertahan. Karena penghasilan yang diperoleh datangnya dari para pelanggan televisi berlangganan. Maka

dari itu, peneliti memutuskan untuk melakukan kegiatan penelitian mengenai “Proses Produksi Program Televisi “Music Update” di Channel T-Music pada Televisi Berlangganan TransVision”.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 KOMUNIKASI MASSA

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188), yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto et al., 2009: 3).

Media massa memiliki kapasitas dapat melipatgandakan pesan – pesan komunikasi dalam jumlah yang amat besar serta menyebarkanluaskannya dalam waktu yang relatif cepat kepada sejumlah audiens (Wiryanto, 2000: 16). Kemudian media komunikasi yang termasuk media massa adalah surat kabar dan majalah, keduanya disebut sebagai media cetak. Kemudian radio siaran dan televisi yang keduanya dikenal dengan media elektronik. Serta ada media film dan media siber.

### 2.2. TELEVISI SEBAGAI MEDIA MASSA

Televisi memiliki fungsi yang sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi sebagaimana hasil penelitian – penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi (Ardianto et al., 2009: 137).

### 2.3. TELEVISI BERLANGGANAN

Undang – undang penyiaran di Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. Keempat jenis stasiun penyiaran itu adalah: 1) stasiun penyiaran swasta; 2) stasiun penyiaran berlangganan; 3) stasiun penyiaran publik; dan 4) stasiun penyiaran komunitas. Keempat jenis stasiun penyiaran tersebut dengan fungsinya masing – masing menjadi bagian penting dalam sistem penyiaran di Indonesia (Morissan, 2013: 88).

### 2.4. PROGRAM TELEVISI

Kata “Program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang – Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas (Morissan, 2013: 210).

Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu: 1) program informasi (berita) dan; 2) program hiburan (*entertainment*). Program informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu berita keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip, dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas tiga kelompok besar, yaitu musik, drama dan permainan (*game show*), dan pertunjukan (Morissan, 2013: 218).

### 2.5. PROGRAM MAGAZINE

Sedangkan Naratama (2013) menyatakan, *Magazine Show* adalah format acara TV yang mempunyai format menyerupai majalah (Media Cetak), yang di dalamnya terdiri dari berbagai macam rubrik dan tema yang disajikan dalam reportase *actual* atau *timeless* sesuai dengan minat dan tendensi dari target penontonnya. Selayaknya majalah yang dijual di berbagai tempat, target pembacanya bermacam-macam. Mulai dari majalah yang sarat dengan muatan berita aktual untuk politik dan sosial-budaya ditujukan untuk pembaca

berpendidikan seperti majalah *Tempo*, hingga majalah musik yang berisikan informasi dan ulasan tentang dunia musik yang ditujukan untuk para pemusik, pengamat musik, dan penikmat musik seperti majalah *Rollingstone*. Dengan memahami format majalah, akan sangat mudah memahami maksud dan tujuan dari program acara *magazine show*. Sederhananya, *magazine show* berarti tayangan majalah atau gelaran majalah.

Teknik penyajian *magazine* ada yang menampilkan satu atau dua pembawa acara, bahkan ada pula yang tanpa penyiar. *Magazine* termasuk dalam jajaran berita berkala, karena sebagian besar materinya bersifat tidak terikat waktu alias *timeless*, hanya penyajiannya lebih diperdalam (eksploratif). Seperti majalah pada media cetak ada yang terbit mingguan, bulanan, tergantung, dari kemauan pimred-nya, jika di stasiun televisi tergantung Produsernya. Begitu juga majalah udara (*magazine show*) jam siarnya pun bervariasi ada yang mingguan, bulanan, dan bahkan harian (Mabruri KN, 2018: 186).

## 2.6. PRODUKSI PROGRAM TELEVISI

Seperti program televisi yang lainnya pada dasarnya proses produksi program *magazine* meliputi tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan berbagai sumber buku mengenai proses produksi program televisi yang dijadikan sebagai tumpuan dalam memproduksi program *magazine*. Berikut tahapannya:

### 1. Tahap Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan kegiatan penemuan ide dan tahap perencanaan. Tahapan ini dimulai dengan mencari ide yang dikembangkan menjadi konsep. Melakukan riset, survei dan membuat rundown program, membuat jadwal kerja (*time schedule*), *rundown*, kalkulasi biaya, rencana lokasi, peralatan dan kru yang terlibat (Latief & Utud, 2017: 247-248).

Menurut Wibowo (2007) tahap pra-produksi meliputi tiga bagian sebagai berikut:

#### a. Penemuan Ide

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

#### b. Perencanaan

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

#### c. Persiapan

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

### 2. Tahap Produksi (Pelaksanaan)

Tahap produksi adalah seluruh kegiatan pengambilan gambar (*shooting*) baik di studio maupun diluar studio. Proses ini disebut juga dengan *taping*. Perlu dilakukan pemeriksaan ulang setelah kegiatan pengambilan gambar selesai dilakukan. Jika terjadi kesalahan maka pengambilan gambar dapat diulang kembali (Morissan, 2013: 310).

### 3. Tahap Pasca-Produksi

Tahap pasca-produksi adalah semua kegiatan setelah pengambilan gambar sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar kembali. (Morissan, 2013: 310). Dalam tahapan pasca-produksi program yang sudah di rekam harus melalui beberapa proses, diantaranya *editing*, *narasi*, *mixing*, dan *mastering* (Latief & Utud, 2015).

#### a. *Editing*

Pengertian *editing* adalah penyuntingan, pemotongan, penyambungan, merangkai pemotongan gambar secara runtut dan utuh dari bagian-bagian dari hasil rekaman gambar dan suara. Ada dua Teknik *editing* yang digunakan, yaitu *editing* linear dan *editing* non-linear.

*Editing* linear adalah sistem *editing* teknologi analog (dari kaset ke kaset) menggunakan *video tape recorder* (VTR), *video mixer*, *audio mixer*, dan *character generator*. Adapun *editing* non-linear adalah *editing* digital menggunakan komputer sebagai media kerjanya. Materi didapat dari kaset *tape* yang diubah menjadi data. Data tersebutlah yang akan diedit.

Sistem kerja *editing* non-linear materi program yang didapatkan, sebelum diedit, di *capture* (direkam) dahulu ke dalam komputer dengan teknologi *software editing*. Ada beberapa jenis *software editing* yang digunakan, diantaranya *matrox*, *premier*, *velocity* atau *avid machine*, dan *final cut pro*. Saat ini yang umum dipakai adalah *premier*, *avid machine*, dan *final cut pro*, karena menggunakan teknologi yang baik dengan sistem kerjanya lebih sederhana dan mudah dioperasikan.

##### 1) *Editing Offline*

Pada *editing* linear dan non-linear seluruh materi melalui *editing offline*, yaitu *editing* awal untuk memilih gambar yang baik dari rekaman asli hasil liputan (*master shooting*). *Editing offline* dapat juga dilakukan dengan menambah gambar dari *stock shot* atau *footage* lain sesuai kebutuhan materi program. Hasil *offline* selanjutnya akan masuk pada tahapan *editing online* untuk menyempurnakan agar layak disiarkan.

##### 2) *Editing Online*

Proses akhir *editing* program untuk materi yang siap disiarkan, atau proses akhir program yang tidak/belum untuk disiarkan. *Editing online* merupakan kelanjutan dari *editing offline*. Materi program yang sudah melalui *editing offline* akan disempurnakan *audio video* (AV) dengan menambahkan *effect visual*, *graphic*, *telop*, *template*, atau *running text*.

#### b. Narasi

Pada beberapa format program dibutuhkan narasi atau *voice over* (VO). Narasi dapat dibuat sebelum proses *editing offline*, dimana gambar yang diedit mengikuti narasi, juga dapat dibuat setelah susunan gambar tertata rapi kemudian buat narasinya. Hal ini tergantung dari konsep kerja yang mengerjakan program tersebut, dengan mempertimbangkan karakteristik program dengan melihat efektivitas dan efisiensi proses *editing*.

#### c. *Mixing*

*Mixing* adalah tahapan menyesuaikan menyelaraskan, menyeimbangkan suara, dan pemberian efek suara berupa musik pada program (adegan) dengan memperhatikan kepentingan gambar yang ditampilkan untuk memberikan sentuhan emosi, keindahan, keharmonisan program tersebut. Jika proses *mixing* sudah selesai dilakukan *preview*. Mengecek keseluruhan materi program. Kalau tidak ada masalah, program tersebut siap *on air*, namun jika ilustrasi musik dengan dialog belum seimbang dapat dilakukan penyempurnaan lagi.

### 3. METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme. Phillips dan Burbules (2000) dalam Creswell (2016:10) paradigma post-positivisme ini merupakan pengetahuan terbentuk oleh data, bukti, dan pertimbangan-pertimbangan logis. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrument pengukuran tertentu yang diisi oleh para partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dimaksudkan bahwa dalam melakukan penelitian ini peneliti berpedoman dengan cara kerja penelitian subjektif *nonstatistik* atau *nonmatematis*. Artinya bahwa, ukuran nilai yang digunakan dalam penelitian ini

bukanlah angka – angka atau skor, melainkan kategorisasi nilai atau kualitasnya. Hal ini sejalan dengan karakteristik metode deskriptif yang dipilih dalam penelitian ini dengan maksud untuk menggambarkan keadaan (objek yang diteliti) secara apa adanya dan kontekstual sebagaimana yang terjadi ketika penelitian ini dilangsungkan (Ibrahim, 2015).

#### **4. PEMBAHASAN**

##### **4.1. TAHAP PRA-PRODUKSI**

Pada tahap pra-produksi, sesuai dengan yang diutarakan Wibowo (2007) bahwa tahap pra-produksi meliputi tiga bagian yaitu penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Pada tahap penemuan ide, hal yang dilakukan pertama kali adalah pencarian ide dan gagasan program. Tahap penemuan ide dimulai ketika tim produksi menemukan ide atau gagasan dengan cara mencari ide yang kemudian dikembangkan menjadi konsep. Setelah menentukan konsep seperti apa program yang akan dibuat, kemudian tim produksi melakukan riset. Riset dilakukan untuk mencari informasi-informasi terbaru seputar industri musik dalam negeri dan mancanegara melalui Internet dan media sosial. Setelah melakukan riset dan mengetahui informasi apa yang ingin dijadikan materi program untuk ditayangkan, tim produksi mencoba melakukan kerjasama dengan pihak penyelenggara event music hingga musisi yang sedang memiliki project terbaru. Setelah kerjasama disepakati oleh dua belah pihak, Creative segera mulai untuk membuat rough script yang berisikan question list. Question list ini yang nantinya akan ditanyakan kepada narasumber yakni musisi yang sedang mengadakan project terbaru atau untuk membahas sebuah event musik besar.

Memasuki tahap perencanaan, Wibowo (2007) mengatakan, tahap perencanaan meliputi penetapan jangka waktu kerja (time schedule), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan crew. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti. Dalam membuat time schedule disesuaikan dengan jadwal tayang program Music Update. Setelah menetapkan jangka waktu kerja (time schedule), tim produksi kemudian menentukan talent/host yang akan memandu program Music Update. Sebenarnya, program Music Update ini jarang sekali menggunakan host untuk memandu acara karena program ini biasanya hanya dipandu dengan menggunakan narasi atau VO. Namun, khusus untuk program Music Update Special dibutuhkan host agar dapat membuat program semakin menarik. Setelah itu dilakukanlah pembentukan kru yang bertugas beserta dengan pembagian tugasnya. Mengingat di Divisi Inhouse TransVision memiliki ruang lingkup yang kecil, maka hanya ada sedikit jumlah kru yang bertugas di tiap Channel-nya. Pembentukan kru dibuat khusus untuk ketika liputan outdoor. Setelah kru liputan terbentuk, Produser segera menyiapkan anggaran biaya produksi. Biasanya Produser harus membuat budgeting dari H-3 liputan.

Memasuki tahap persiapan, Wibowo (2007) mengatakan, tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan dan surat-menyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (time schedule) yang sudah ditetapkan. Pada tahap persiapan tim produksi menyiapkan segala perlengkapan yang dibutuhkan pada saat melakukan tahap produksi yaitu liputan outdoor. Salah satunya melakukan penyewaan alat yang akan digunakan pada saat liputan karena Divisi Inhouse tidak memiliki alat yang memadai. Selain melakukan penyewaan alat untuk liputan, PA bertugas untuk membereskan kontrak, perijinan, dan hal surat-menyurat. Seperti membuat form request alat dan PH, Cameramen outsource, hingga transportasi beserta driver-nya.

##### **4.2. TAHAP PRODUKSI**

Kegiatan yang dilakukan pada tahap produksi adalah melakukan liputan atau taping outdoor. Liputan bisa dalam bentuk melakukan wawancara dengan musisi yang sedang memiliki project terbaru dan bisa juga dalam bentuk meliput sebuah event musik. Pada saat liputan di lapangan apapun bisa terjadi. Jika sedang meliput event musik besar, maka tim produksi harus berpencar. Ada yang bertugas mengambil gambar untuk stockshot dan ada juga yang melakukan wawancara dengan pengisi acaranya. Bahkan tim produksi saling mem-backup tugas satu sama lain. Mengingat ruang lingkup kerja tim produksi yang kecil. Pada saat liputan, Produser, PA, dan Creative dituntut harus bisa melakukan semua kegiatan mulai dari mewawancarai

narasumber hingga pengambilan gambar. Setelah melakukan pengambilan gambar, tim produksi memeriksa hasil stockshot agar sudah sesuai dengan timeline script yang telah dibuat.

#### 4.3. TAHAP PASCA-PRODUKSI

Di tahap pasca-produksi ini Creative segera menyempurnakan rough script-nya menjadi naskah yang nantinya akan dibuatkan narasi. Setelah naskah selesai dibuat, naskah diberikan kepada pengisi narasi atau VO untuk direkam. Proses perekaman VO dilakukan oleh pihak diluar kantor. Akan tetapi terkadang proses rekaman VO juga dilakukan oleh Creative di ruangan recording di kantor. Seperti yang diungkapkan (Latief & Utud, 2015), bahwa narasi dapat dibuat sebelum proses editing offline, dimana gambar yang diedit mengikuti narasi. Hal ini tergantung dari konsep kerja yang mengerjakan program tersebut, dengan mempertimbangkan karakteristik program dengan melihat efektivitas efisiensi proses editing. Dalam hal ini, tim produksi program Music Update melakukan perekaman narasi sebelum proses editing dilakukan.

Di saat yang bersamaan, PA bertugas memilah dan mengumpulkan stockshot hasil liputan/taping yang dibutuhkan untuk materi editing. Stockshot yang telah dipilah dan dikumpulkan menjadi satu disebut mastershot. Setelah mastershot terkumpul, PA langsung bergegas menuju PH (Production House) memberikan mastershot hasil liputan beserta rekaman VO yang sudah dibuat untuk dilakukan proses editing. Proses editing dilakukan seperti biasanya melalui tahap editing offline dan editing online. Kemudian software editing yang digunakan oleh Editor di PH untuk proses editing seperti Final Cut Pro atau Adobe Premiere. Mengingat Music Update merupakan program yang sederhana, sehingga untuk tahap mixing dan mastering sudah sekaligus dilakukan pada tahap editing di PH menggunakan software editing video. Tim produksi mempercayakan sepenuhnya kepada Editor di PH tentunya juga dengan arahan dan sesuai script yang telah dibuat.

Setelah proses editing selesai, dilakukan preview oleh Produser dan Channel Manager. Pada tahap preview ini Produser memeriksa apakah materi sudah sesuai atau tidak. Apabila masih terdapat kesalahan dan kekurangan di dalamnya, maka segera dilakukan revisi penyuntingan hingga materi benar-benar siap di tayangkan. Namun, jika hasilnya sudah sesuai, PA akan menyerahkan materi program kepada QC (Quality Control) untuk ditayangkan.

#### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan proses produksi yang dilakukan pada program Music Update di Channel T-Music TransVision telah melewati tiga tahap yaitu tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

Pada tahap pra-produksi program Music Update meliputi tiga bagian yaitu, penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Pada tahap produksi program Music Update dilakukan dengan proses liputan/taping outdoor. Meliput *event* musik hingga melakukan wawancara bersama narasumber. Pada tahap ini kru yang bertugas saling mem-*backup* satu sama lain. Kemudian pada tahap pasca-produksi program Music Update dilakukan proses penyempurnaan *rough script* menjadi naskah yang sesungguhnya. Kemudian naskah tersebut diserahkan kepada pengisi suara untuk dilakukan proses perekaman *Voice Over*. Setelah itu masuk ke tahap *editing*, *mixing*, dan sekaligus *mastering* yang dikerjakan oleh Editor di sebuah *Production House*. Setelah proses editing selesai, dilakukan *preview* untuk memeriksa hasil editing. Jika sudah layak, kemudian materi program diberikan kepada QC (*Quality Control*) untuk ditayangkan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto, E., Komala, L. K., & Karlinah, S. (2009). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* (Edisi Revi). Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Latief, R., & Utud, Y. (2015). *Siaran Televisi Non-Drama: Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Menjadi Produser Televisi: Profesional Mendesain Program Televisi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Mabruri KN, A. (2018). *Produksi Program TV Non-Drama: Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah*. Jakarta: Grasindo.
- Morissan. (2013). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Naratama. (2013). *Menjadi Sutradara Televisi: dengan Single dan Multicamera*. Jakarta: Grasindo.
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: PINUS BOOK PUBLISHER.
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- <https://industri.kontan.co.id/news/transvision-berniat-bikin-konten-sendiri> diakses pada tanggal 20 Desember 2018
- [https://www.kominfo.go.id/content/detail/10902/hadapi-kemajuan-teknologi-industri-penyiaran-harus-inovatif/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/10902/hadapi-kemajuan-teknologi-industri-penyiaran-harus-inovatif/0/berita_satker) diakses pada tanggal 6 Januari 2019
- <https://www.statista.com/statistics/257298/pay-tv-subscribers-in-indonesia/> diakses pada tanggal 20 Desember 2018
- <https://www.transvision.co.id/profil-perusahaan.html> diakses pada tanggal 20 Desember 2018