BAB 2

LANDASAN TEORI

1.1. Teori Umum

1.1.1 Teori Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin '*communicatio'* yang berarti 'pemberitahuan'atau 'pertukaran pikiran'. Jadi, secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebar pesan) dan komunikan (penerima pesan).

Proses komunikasi dapat diartikan sebagai 'transfer informasi'atau pesan dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan.

Dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian antara kedua belah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi,

komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi.

Di bawah ini adalah beberapa definisi komunikasi menurut para pakar :

1. Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud

untuk mengubah tingkah laku mereka (Everett Rogers) (Prof. Deddy Mulyana, 2007: 69).

2. Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut dengan komunikasi (Bernard Berelson dan Gary A. Steiner) (Prof. Deddy Mulyana, 2007: 68).
3. Komunikasi adalah seni menyampaikan informasi, ide dan sikap seseorang kepada orang lain (Edwin Emery) (Tommy Suprapto, 2011).
4. Komunikasi merupakan tindakan yang dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima (Theodore M. Newcomb) (Prof. Deddy Mulyana, 2007: 68).

Dari beberapa definisi yang sudah ada, maka hal ini dapat disimpulkan menjadi tiga pengertian utama dari komunikasi itu sendiri, yaitu etimologis, terminologis, dan paradigmatis.

1. Etimologis

   Secara etimologis komunikasi dipelajari menurut asal-usul kata, yaitu komunikasi berasal dari bahasa Latin '*communicatio'* dan perkataan ini bersumber pada kata '*comminis*' yang berarti sama makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

2. Terminologis

   Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.

3. Paradigmatis

   Secara paradigmatis, komunikasi berarti pola yang meliputi sejumlah komponen berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam Komunikasi terdapat beberapa fungsi komunikasi menurut (William I. Gorden) (Prof. Deddy Mulyana, 2007) :

1. Komunikasi Sosial

   Komunikasi sebagai komunikasi sosial yang mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Komunikasi Ekspresif

   Komunikasi ekspresif dapat dilakukan baik untuk diri sendiri maupun dengan kelompok. Komunikasi ekspresif tidak secara otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk

menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita secara verbal maupun non-verbal.

3. Komunikasi Ritual

   Komunikasi ini umumnya dilakukan secara kolektif, melalui acara-acara seperti acara upacara, pernikahan, dll. Dalam acara-acara tersebut orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku simbolik.

4. Komunikasi Instrumental

   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu, menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakan tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi ini berfungsi memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui.

Dalam pengaplikasiannya, terdapat beberapa tahap untuk dapat mengaplikasikannya, dan tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut :

1. Tahap Pertama

   Ide atau gagasan diciptakan oleh sumber atau komunikator.

2. Tahap Kedua

   Ide yang telah tercipta kemudian dirubah menjadi suatu lambang-lambang komunikasi yang meliputi komunikasi verbal atau non-verbal yang nantinya akan dikirimkan menjadi suatu pesan.

3. Tahap Ketiga

   Pesan yang telah di encoding akan disalurkan kepada media-media yang sesuai dengan karakteristik pesan dan akan ditujukan kepada komunikan.

4. Tahap Keempat

   Penerima menafsirkan pesan yang telah diberikan komunikator sesuai dengan persepsi komunikan.

5. Tahap Kelima

   Komunikan melakukan decoding pesan yang nantinya akan terjadi proses feed back atau kembalinya pesan balasan kepada komunikator.

Dari beberapa hal-hal diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapa 5 komponen komunikasi agar dapat terjadinya komunikasi (Mulyana, 2010: 147) yaitu :

1. Komunikator
2. Pesan
3. Media
4. Komunikan
5. Pengaruh

Berdasarkan konteks dan tingkatan analisisnya, teori komunikasi dapat dibagi menjadi lima (Mulyana, 2007: 82) :

1. Komunikasi Intra Personal

   Proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Fokusnya adalah pada bagaimana jalannya proses pengolahan informasi yang dialami seseorang melalui sistem syaraf dan inderanya. Umumnya membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap simbol-simbol yang ditangkap melalui pancainderanya.

2. Komunikasi Inter Personal

   Komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Fokus teori ini adalah pada bentuk-bentuk dan sifat hubungan, percakapan, interaksi, dan karakteristik komunikator.

3. Komunikasi Kelompok

   Fokus pada interaksi antara orang-orang dalam kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antar pribadi, namun pembahasannya berkaitan dengan dinamika kelompok, efisiensi dan efektifitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan.

4. Komunikasi Organisasi

Mengarah pada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan bentuk-bentuk komunikasi formal dan informal. Pembahasan teori ini menyangkut struktur dan fungsi organisasi, hubungan antara manusia, komunikasi dan proses pengorganisasiannya serta budaya organisasi.

5. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan pada sejumlah khalayak yang besar. Proses komunikasi ini melibatkan keempat teori sebelumnya. Teori ini secara umum memfokuskan perhatiannya pada hal-hal yang menyangkut struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek-aspek budaya dari komunikasi massa, serta dampak komunikasi massa terhadap individu.

2.1.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan sikap kepada banyak orang biasanya menggunakan mesin atau emdia yang diklasifikasikan ke dalam media massa, seperti radio siaran, televisi siaran, surat kabar/majalah, dan film (Soeprapto, 2011: 19)

Ciri-ciri dari komunikasi massa adalah :

1. Berlangsung satu arah

   Dalam komunikasi massa, *feed back* baru akan diperoleh setelah komunikasi berlangsung.

2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

   informasi yang disampaikan melalui media massa merupakan produk bersama. Seorang komunikator dalam media massa bertindak atas nama lembaga dan nyaris tidak memiliki kebebasan individual. Oleh sebab itu, komunikatornya melembaga. Lebih dari itu, karena pesan-pesan yang disebarkan melalui media massa merupakan hasil kerja sama (*collective*), maka komunikatornya disebut juga *collective communicator*.

3. Pesan-pesan bersifat umum

   Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa pada umumnya bersifat umum (untuk orang banyak).

4. Melahirkan keserempakan

   Kekuatan sebuah radio siaran yang melalui acara tertentu mampu memaksa pendengarnya untuk serempak mendengarkan acara tersebut. Demikian pula dengan siaran televisi dan media cetak di negara-negara maju yang pada saat yang sama paling tidak dibaca oleh kurang lebih satu juta pembaca.

5. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen

   Kemajemukan *audience* komunikasi massa ini yang menyebabkan pelaksana komunikasi massa harus benar-benar mempersiapkan semua ide atau informasi yang akan disampaikan sebaik mungkin sebelum disebarluaskan.

Model komunikasi massa (Mulyana, 2007: 5-37) antara lain adalah :

1. Model Transmisi

   Model transmisi memiliki pandangan bahwa komunikasi adalah proses pengiriman atau transmisi sejumlah informasi atau pesan kepada penerima, dalam hal ini pesan sangat ditentukan oleh pengirim atau seumber pesan.

2. Model Ritual

   Model komunikasi ritual dapat disebut juga dengan model komunikasi ekspresif karena menekankan pada kepuasan bagi pengirim dan penerima pesan. Komunikasi ritual hanya terjadi jika terdapat kesamaan pemahaman dan emosi di antara para anggotanya. Pesan pada model komunikasi ritual umumnya bersifat tersembunyi atau memiliki arti ganda, tergantung pada simbol-simbol yang ditunjukkan.

3. Model Publisitas

   Model komunikasi ini memiliki hubungan dengan persepsi media bagi audiennya yang menggunakan media untuk hiburan dan menghabiskan waktu senggang. Hal ini dilakukan untuk melarikan diri dari relitas kehidupan sehari-hari. Hubungan antara pengirim dan penerima dalam

model ini tidak melulu bersifat pasif atau tidak melibatkan audien, namun bersifat netral dan tidak harus ada pengiriman makna atau penciptaan makna.

4. Model Penerimaan

Model komunikasi penerimaan memandang bahwa proses komunikasi massa sangat ditentukan oleh pihak penerima yang jumlahnya bisa sangat banyak. Dengan demikian, pesan yang diterima audien tidak selalu sama dengan apa yang dimaksudkan oleh pengirim. Esensi dari model penerimaan ini adalah menempatkan atribusi dan konstruksi makna yang berasal dari media kepada penerima. Isi dari media adalah selalu terbuka dan memiliki banyak makna (polysemic). Makna diberi interpretasi menurut konteks dan budaya dari penerimanya.

2.1.3. Media Massa

Menurut Cangara media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) yang luas dan heterogen dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (Cangara, 2003:134).

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam

kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Menurut Marshall McLuhan, keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan prilaku komunikasi.

Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. Media massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu bekerja dan hasil yang dicapai atau yang akan dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa merupakan jenis sumber informasi yang disenangi oleh petani pada tahap kesadaran dan minat dalam proses adopsi inovasi.

2.1.3.1. Sejarah Media

1. Era Kesukuan

Menurut McLuhan pada era kesukuan (Tribal Era) indra pendengaran, penciuman, dan indra perasa merupakan indra yang lebih banyak digunakan manusia, terlebih yang pertama. Selama periode ini, kebudayaan sangat berorientasi pada pendengaran dan orang berkomunikasi lebih mengandalkan pad telinga. Era kesukuan memiliki ciri lisan, yaitu bercerita, dimana orang menjalankan atau mengungkapkan tradisi, ritual, dan nilai-nilai mereka melalui kata-kata yang diucapkan.

2. Era Tulisan

Pada era tulisan (Literate Era) orang menekankan pada indra penglihatan yang ditandai dengan diperkenalkannya huruf abjad (alfabet) dan karenanya, mata menjadi indra yang dominan dalam berkomunikasi. Orang yang hidup pada era ini dalam melakukan tindakan atau aksi tidaklah bersamaan dengan reaksi atau respons yang diberikan, selalu terdapat jeda antara informasi yang diterima dengan reaksi atau respons. Seseorang yang tengah menulis surat dapat dengan mudah mengubah atau mengedit tulisannya sebelum tulisan tersebut dibaca oleh orang lain, dan hal ini tidak mungkin dilakukan dalam percakapan. Dengan kata lain penulis dan pembaca berada diruang yang berbeda.

3. Era Cetak

Penemuan mesin cetak memberikan tanda munculnya era cetak (Print Era) dalm peradaban manusia. Teknologi cetak memungkinkan orang untuk menyimpan informasi secara lebih permanen, tidak mengandalkan pada ingatan saja sebagaimana dilakukan pada era tulisan. Era percetakan memungkinkan pula kelompok masyarakat non-elit untuk bisa mendapatkan akses terhadap informasi yang beredar. Menurut McLuhan, pada era ini media informasi cetak sangat mendominasi informasi di dalam masyarakat, buku adalah salah satu media cetak yang digunakan oleh setiap masyarakat pada era ini. Buku menjadi suatu media pengajaran setiap masyarakat terhadap informasi yang beredar luas.

4. Era Elektronika

Menurut McLuhan, pada era ini manusia justru telah membawa manusia kembali pada era kesukuan yang lebih menekankan pada komunikasi secara lisan (Oral). Media elektronik memliki ciri sebagaimana percakapan yang diberikan bersifat segera dan singkat. Persepsi orang melalui media elektronik ini melampaui batas-batas dimana mereka berda pada setiap saaat sehingga mencipatakan ‘desa global’ (Global Village). Pada saat yang bersamaan, media elektronik mampu menyimpan informasi dan karena sifatnya yang lebih cepat tersedia, maka media elektronik dapat mencipatakan ‘ledakan

informasi' (Information Explosion). Selain itu terjadi persaiangan diantara media memperebutkan perhatian audien agar melihat dan mendengar media tertentu. Era elektronika ini adalah era sekarang dimana manusia memakai media elektronik sebagai media untuk mendapatkan informasi atau pemenuhan kebutuhan lainnya. Contohnya seperti internet, social media, broadcasting television.

2.1.3.2 Media Panas dan Dingin

McLuhan membagi media menjadi dua kategori, kategori pertama adalah media panas (hot media), kategori kedua adalah media dingin atau (cool media).

Media panas adalah media yang tidak menuntut perhatian besar bagi pendengar, pembaca, dan penonton media yang bersangkutan. Media panas merupakan media berdefinisi tinggi yang menyediakan data sensorik lengkap yang dapat diterima indra manusia. Dalam menggunakan media ini, manusia dituntut untuk menggunakan daya imajinasi yang tinggi seperti film, radio, buku contohnya.

Media dingin merupakan media yang berdefinisi rendah yang membutuhkan partisipasi audien yang cukup besar. Dengan kata lain, media dingin merupakan komunikasi berdefinisi rendah yang menuntut partisipasi aktif dari

penonton, pendengar, dan pembaca. Media elektronik seperti televisi adalah salah satu media yang tergolong media dingin.

Jenis-jenis media massa elektronik

2.1.4. Radio

Radio adalah sebuah media massa elektronik yang menggunakan teknologi sinyal modulasi dan radiasi elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat melalui udara dan juga merambat melalui ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara. Gelombang radio adalah satu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik dimodulasi pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio (RF) dalam suatu spektrum elektromagnetik. Gelombang radio ini berada pada jangkauan frekuensi 10 hertz (Hz) sampai beberapa gigahertz (GHz), dan radiasi elektromagnetiknya bergerak dengan cara osilasi elektrik maupun magnetik.

Pada tahun 1894 Gluglielmo Marconi telah membuat suatu inovasi dimana radio menjadi media massa elektronik yang sangat dibutuhkan pada masa itu. Marconi telah menyempurnakan teknologi radio menjadi teknologi yang dapat dipergunakan sebagai media massa informasi yang hanya mengandalkan audio dalam pemberian pesannya.

Penggunaan awal radio pertama kali adalah maritim, yaitu untuk mengirimkan pesan telegraf menggunakan kode morse antara kapal laut dan darat. Salah satu pengguna awal termasuk Angkatan Laut Jepang memata-matai armada

Rusia pada saat perang Tsuhima pada tahun 1901. Salah satu penggunaan yang paling dikenang oleh masyarakat adalah pada saat tenggelamnya RMS Titanic pada tahun 1912, termasuk komunikasi antara operator di kapal yang tenggelam dan kapal terdekat, dan komunikasi ke stasiun darat yang terselamatkan. Radio juga digunakan untuk menyalurkan perintah dan komunikasi antara Angkatan Darat dan Angkatan Laut di kedua pihak pada perang dunia II.

Kemajuan teknologi arus komunikasi yang sedemikian rupa membuat radio dalam perkembangannya menjadi media massa elektronik yang digunakan untuk mengirimkan informasi seperti informasi politik, budaya, serta sosial yang dalam perkembangannya dapat dinikmati atau didengar melalui gelombang atau frekuensi Short Wave (SW), *Amplitudo Modulation* (AM), dan *Frequency Modulation* (FM).

Di Indonesia sendiri, radio mengudara pada tahun 17 Agustus 1945 dan menyiarkan Teks Proklamasi Kemerdekaan Indonesia yang dimanfaatkan oleh para Pemuda Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi radio juga berkembang pesat. Radio dalam penyebaran informasinya hanya mengandalkan audio sebagai medianya, pendengar diajak untuk berimajinasi dengan apa yang telah didengarkannya. Sifat radio sendiri imajinatif, imajinasi pendengar menjadi persepsi utama dimana pendengar dapat menciptakan theater of mind agar pesan yang disampaikan penyiar dapat diterima, mesikipun dengan imajinasi yang berbeda-beda. Radio mempunyai karakteristik yang lebih personal dibandingkan dengan media massa yang lainnya, karena pada dasarnya radio mempunyai sistem dimana penyiar akan memberikan atau membacakan informasi

kepada khalayak dan diterima oleh khalayak melalui stasiun-stasiun radio dan diterima pesannya oleh pendengar secara personal dalam hal persepsi pesan yang telah diterima.

Di masa kini, siaran radio sebagian besar bertujuan untuk menghibur. Orang mendengarkan radio dengan tujuan ingin mendengarkan lagu atau musik, walau sebagiannya ada pula yang ingin mencari atau mengetahui informasi aktual dari stasiun radio lainnya. Perkembangan teknologi membawa dampak dimana radio memiliki tipe-tipe radio yang amat beragam, baik dari segi kepemilikan dan pendanaannya, bahkan kini semenjak akhir 1990-an, banyak radio siaran yang dikelola dalam suatu grup mediam di mana terdapat beragam format radio dalam satu grup, yaitu MNC (Radio Trijaya, Global Radio, Radio TPI, Women Radio), MRA (Hard Rock FM, I-Radio, Traxx FM).

2.1.5. Internet

Internet (*Inter-Network*) merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomnunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (*email, chat*), diskusi (*Usenet News, email, milis*), sumber daya informasi yang terdistribusi (*World Wide Web, Gopher*), remote login dan lalu lintas file (Telnet, FTP), dan aneka layanan lainnya.

Jaringan yang membentuk internet bekerja berdasarkan suatu set protokol standar yang digunakan untuk menghubungkan jaringan komputer dan mengalamati lalu lintas dalam jaringan. Protokol ini mengatur format data yang diijinkan, penanganan kesalahan (*error handling*), lalu lintas pesan, dan standar komunikasi lainnya. Protokol standar pada internet dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). Protokol ini memiliki kemampuan untuk bekerja diatas segala jenis komputer, tanpa terpengaruh oleh perbedaan perangkat keras maupun sistem operasi yang digunakan.

Sebuah sistem komputer yang terhubung secara langsung ke jaringan memiliki nama domain dan alamat IP (*Internet Protocol*) dalam bentuk numerik dengan format tertentu sebagai pengenal. Internet juga memiliki gateway ke jaringan dan layanan yang berbasis protokol lainnya.

Pada awalnya, internet hanya menawarkan layanan berbasis teks, meliputi *remote access*, *email/messaging*, maupun diskusi melalui newsgroup (Usenet). Layanan berbasis grafis seperti *World Wide Web* (WWW) saat itu masih belum ada. Yang ada hanyalah layanan yang disebut *Gopher* yang dalam beberapa hal mirip seperti web yang kita kenal saat ini, kecuali sistem kerjanya yang masih berbasis teks. Kemajuan berarti dicapai pada tahun 1990 ketika *World Wide Web* mulai dikembangkan oleh CERN (Laboratorium Fisika Partikel di Swiss) berdasarkan proposal yang dibuat oleh Tim Berners-Lee. Namun demikian, WWW browser yang pertama baru lahir dua tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1992 dengan nama Viola. Viola diluncurkan oleh Pei Wei dan didistribusikan

bersama CERN WWW. Tentu saja web browser yang pertama ini masih sangat sederhana, tidak secanggih browser modern yang kita gunakan saat ini.

Terobosan berarti lainnya terjadi pada 1993 ketika InterNIC didirikan untuk menjalankan layanan pendaftaran domain. Bersamaan dengan itu, Gedung Putih (*White House*) mulai online di Internet dan pemerintah Amerika Serikat meloloskan *National Information Infrastructure Act*. Penggunaan internet secara komersial dimulai pada 1994 dipelopori oleh perusahaan Pizza Hut, dan Internet Banking pertama kali diaplikasikan oleh First Virtual. Setahun kemudian, Compuserve, America Online, dan Prodigy mulai memberikan layanan akses ke Internet bagi masyarakat umum.

Sementara itu, kita di Indonesia baru bisa menikmati layanan Internet komersial pada sekitar tahun 1994. Sebelumnya, beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Indonesia telah terlebih dahulu tersambung dengan jaringan internet melalui *gateway* yang menghubungkan universitas dengan *network* di luar negeri.

Untuk tersambung ke jaringan internet, pengguna harus menggunakan layanan khsus yang disebut ISP (*Internet Service Provider*). Media yang umum digunakan adalah melalui saluran telepon (dikenal sebagai PPP, *Point to Point Protocol*). Pengguna memanfaatkan komputer yang dilengkapi dengan modem (*modultor and demodulator*) untuk melakukan dialup ke server milik ISP. Begitu tersambung ke server ISP, komputer si pengguna sudah siap digunakan untuk mengakses jaringan internet. Pelanggan akan dibebani biaya pulsa telepon plus layanan ISP yang jumlahnya bervariasi tergantung lamanya koneksi.

Saluran telepon via modem bukan satu-satunya cara untuk tersambung ke layanan internet. Sambungan juga dapat dilakukan melalui saluran *dedicated line* seperti ISDN (*Integrated System Digital Network*) dan ADSL (*Asymetric Digital Subscriber Line*), maupun via satelit melalui VSAT (*Very Small Aperture Terminal*). Sayangnya, alternatif-alterantif ini terhitung cukup mahal untuk ukuran pelanggan perorangan.

Dewasa ini, saluran-saluran alternatif untuk akses internet yang lebih terjangkau masih terus dikembangkan. Diantara alternatif yang tersedia adalah melalui gelombang radio (*radio modem*), maupun lewat saluran TV kabel yang saat ini sedang marak. Alternatif lain yang saat ini sedang dikaji adalah dengan menumpangkan aliran data pada saluran kabel listrik PLN. Di Indonesia, teknologi ini sedang diuji cobakan oleh PLN di Jakarta, sementara di negara-negara maju konon sudah mulai dimasyarakatkan.

Belakangan, internet juga dikembangkan untuk aplikasi *wireless* (tanpa kabel) dengan memanfaatkan telepon seluler. Untuk ini digunakan protokol WAP (*Wireless Aplication Protocol*). WAP merupakan hasil kerjasama antar industri untuk membuat sebuah standar yang terbuka (*open standard*) yang berbasis pada standar Internet, dan beberapa protokol yang sudah dioptimasi untuk lingkungan *wireless*. WAP bekerja dalam modus teks dengan kecepatan sekitar 9,6 kbps.

Selain WAP, juga dikembangkan GPRS (*General Packet Radio Service*) sebagai salah satu standar komunikasi *wireless*. Dibandingkan dengan protokol WAP, GPRS memiliki kelebihan dalam kecepatannya yang dapat mencapai 115

kbps dan adanya dukungan aplikasi yang lebih luas, termasuk aplikasi grafis dan multimedia.

2.1.6. Televisi

Televisi adalah salah satu media elektronik yang menurut Marshall McLuhan adalah media yang digolongkan menjadi media dingin, karena pada media ini perlu adanya partisipasi yang besar oleh penonton. Broadcasting merupakan suatu kegiatan, di dalam cara menyampaikan pesan, ide, hasrat, kepada khalayak dengan menggunakan fasilitas frequency, dan televisi dalam penyampaian pesannya menggunakan dua cara sekaligus yaitu dengan audio dan visual. Broadcasting merupakan dunia penyiaran, dan ini dapat dikatakan suatu kegiatan yang senantiasa selalu menarik perhatian khalayak masyarakat luas, baik secara audiotorik dan visual. Unsur esensial dari kebudayaan televisi berupa penggunaan bahasa verbal dan visual, sekaligus dalam rangka menyampaikan sesuatu seperti pesan, informasi, pengajaran, ilmu, dan hiburan. Televisi broadcasting memiliki suatu keunggulan yang sangat potensial, di mana masyarakat harus tetap terpaku, menatap layar kaca bahkan tidak bergerak sampai lebih kurang enam jam lamanya terutama pada anak-anak. Hal semacam ini yang membuat stasiun tv mempunyai kesempatan yang besar untuk menayangkan program-program yang sudah pasti disaksikan oleh banyak orang. Tidak mengherankan televisi memiliki daya tarik yang luar biasa apabila sajian program

dapat menyesuaikan dengan karakter televisi dan manusia yang sudah terpengaruh oleh televisi.

Pada tahun 1884 seorang mahasiswa kebangsaan Jerman di Berlin yang bernama Paul Nipkow menemukan system elemen gambar-gambar kecil yang dibentuk oleh elemen-elemen secara beraturan dan masih dilakukan secara mekanis. Gerakan-gerakan mekanis ini dapat menghasilkan dorongan-dorongan elektrik bila kepadanya dilakukan penyinaran yang mengandung "Photoelectric Cell". Penemuan "Photoelectric Cell" ini disempurnakan kembali dalam bentuk lingkaran "Nipkow" dan dengan inilah perjalanan sistem komunikasi penyiaran broadcasting televisi dapat tercipta dengan baik.

James Maxwell yang mendapat julukan "*Scientific Father Of Wireless"* berhasil menemukan rumus yang diduga mewujudkan Gelombang Elektromagnetis (GE), yaitu gelombang yang digunakan pada televisi tahun 1865. Perkembangan televisi dengan menggunakan media gelombang elektromagnetis mengalami bermacam-macam proses dalam waktu yang tidak sebentar. Pada tahun 1929 seorang ilmuwan yang bernama John L. Baini mengadakan suatu percobaan televisi pertama di dunia dan dilanjutkan di Laboratorium Perusahaan Telephone Bell. Pada tahun 1941-1954 saluran UHF (Ultra High Frequency) menjadi system televisi berwarna.

Kemajuan arus komunikasi sedemikian berkembang sangat pesat. Melihat hal ini, serta tuntutan akan sebuah kebutuhan informasi informasi berita teknologi secraa cepat, akurat di era globalisasi, mau tidak mau telah masuk ke

Negara Indonesia. Dengan masuknya system komunikasi visual atau broadcasting televisi ke Indonesia, tentunya akan mempengaruhi tatanan Negara baik secara perekonomian, politik, budaya, dan perilaku sossial secara global.

Di Indonesia usia media televisi masih relative muda. Awal kehadiran media broadcasting televisi di Indonesia muncul dengan terpilihnya Indonesia menjadi tuan rumah penyelenggara Asian Games IV dan siaran pertama di TVRI dikoordinir oleh Organizing comitte Asian Games IV di bawah naungan khusus Biro Radio dan Televisi. Pada tahun 1961, Menteri Penerangan, R. Maladi berharap agar media televisi dapat digunakan sebagai langkah awal dari pembangunan media televisi nasional. Usulan ini didukung oleh Presiden Soekarno. TVRI merupakan slaah satu "Proyek Politik Mercusuar" Presiden Soekarno. Sebuah proyek yang menempatkan suatu gengsi bagi masyarakat Indonesia di mata dunia luar.

Tepat pada Hari Kemerdekaan Republik Indonesia tanggal 17 Agustus 1962, Presiden Soekarno meresmikan suatu uji coba siaran di Indonesia yang saat itu masih menggunakan system televisi hitam putih. TVRI sendiri diresmikan pada tanggal 24 Agustus 1962.

Untuk menambah jaringan sistem komunikasi, pada tanggal 8 Juli 1976 diluncurkan Satelit Palapa (SKSD) dan baru dapat berfungsi pada 16 Agustus 1976. Berfungsinya Satelit Palapa membuat Indonesia masuk dalam Era Informasi Global dan harus menerima kebijakan udara terbuka.

Seiring dengan perkembangan zaman, di era modern saat ini televisi sudah semakin canggih. Mulai dari bentuknya yang tidak lagi kotak besar, namun sekarang ada televisi yang tipis bernama LCD dan LED, dan dari segi konten acara yang disajikan juga semakin maju dan modern sesuai dengan perkembangan jaman dan teknologi yang terjadi. Dilihat dari segi programnya, televisi saat ini menyajikan program-program yang beragam, menarik, dan berguna bagi masyarakat.

Dewasa ini, kelompok masyarakat menengah keatas sudah menggunakan tv parabola atau tv kabel yang sifatnya berbayar. Pada sistem ini penonton disuguhkan dengan berbagai program dari berbagai pelosok negara, tujuannya agar kita dapat menikmati tayangan program-program dari luar negeri yang juga berkualitas. Televisi sudah menjadi kebutuhan primer dewasa ini, karena nilai-nilai berita dan sajian informasi menarik terdapat pada media ini. Media ini menawarkan berbagai program-program yang menarik yang sarat akan informasi dan hiburan (http://id.wikipedia.ord/wiki/Televisi).

2.1.5. Program Televisi

Program televisi adalah sebuah tayangan audio dan visual yang pada dasarnya hal tersebut adalah hasil kreasi dari manusia dalam menyampaikan pesan dengan cara yang lain. Pada dunia broadcasting television, semua pesan diolah menjadi audio dan juga secara visual, dalam penayangan setiap program terdapat figur yang akan memberikan informasi atau pesan yang nantinya akan diterima oleh penonton atau penerima melalui studio televisi lalu melalui satelit dan

dipancarkan ke berbagai pelosok daerah melalui media televisi tersebut. Hal ini semata-mata untuk memenuhi kebutuhan informasi penonton.

Dalam pemahaman umum mengenai program televisi, selain latar belakang proses pemikiran penciptaan program yang sangat diperhatikan adalah Standard Operation Procedure (SOP), tata cara pelaksanaan kerja yang baku atau tahapan-tahapan yang secara konseptual dirancang dalam perencanaan sebelum membuat program untuk televisi.

Bagaiman proses mempersiapkan suatu program televisi, secara rinci diuraikan dalam setiap program. Uraian yang berupa gagasan dan analisis itu merupakan bahan acuan bagi para broadcaster atau pencipta program. Televisi merupakan "gajah raksasa" yang selalu melahap setiap program. Dibutuhkan penciptaan banyak program, dan tentu saja tidak cukup bagi pencipta program untuk sekedar mengikuti atau mencontoh program-program yang sudah ada.

2.1.6. Jenis-Jenis Program Televisi

Program-program pada televisi dibagi menjadi dua jenis, yaitu program artistik dan program jurnalistik yang ditiap jenis tersebut mempunyai kategori program-program jenis lain juga.

2.1.6.1 Program Artistik

Program artistik berkepentingan dengan keindahan rasa dan imajinatif, improvisasi relative tidak terbatas di dalam mengekspresikan peran. Selain itu, program artistic dapat diungkapkan dan diproses dari

abstraksi yang bersifat iminatif dan imajinatif (Eva Arifin, *Broadcasting to be a Broadcaster* : p. 220).

Pada program yang bersifat artistik terdapat jenis-jenis program yang tergolong dalam program produksi non drama.

2.1.6.2 Produksi Non Drama

Produksi non drama dapat diartikan sebagai format program yang proses penciptaannya berdasarkan pada kejadian-kejadian, aktifitas dalam keseharian. Kebalikan dari drama, non drama mengesampingkan unsur fiksi dan dramatisasi yang berlebihan dan lebih mengedepankan pada unsur kreatifitas dan hiburannya.

Program yang masuk dalam kategori Non Drama, antara lain:

1. Talk Show

   Sebuah program bincang-bincang, debat atau sharing yang mengupas satu atau beberapa topik permasalahan. Biasa dipandu oleh satu atau 2 orang host. Program ini biasa berdurasi antara 30 menit hingga 1 jam.

2. Game Show

   Merupakan program hiburan yang bersumber dari sebuah permainan. Game show ini bisa diperuntukkan bagi anak-anak, remaja atau dewasa, tergantung dari jenis permainan itu sendiri. Biasanya berdurasi antara 30 menit hingga 1 jam dan dipandu oleh 1 orang host atau lebih.

3. Kuis

   Program yang menguji kecerdasasan pemirsa lewat ajang tanya jawab, tebakan atau mengupas satu persoalan. Biasa dipandu oleh seorang host, berdurasi 30 menit hingga 1 jam.

4. Magazine Show

   Mengambil istilah ”magazine” atau majalah, dikenal juga dengan nama : Majalah Udara. Program yang umumnya berdurasi 30 menit ini merupakan program informasi laiknya sebuah majalah. Terdiri dari beberapa item unggulan yang merupakan corak dari program tersebut. Biasa dipandu oleh 1 atau 2 orang host.

   Ada banyak program magazine yang terkenal di dunia pertelevisian tanah air. Jenis dan corak program ini biasanya mengacu pada segmen dan pasar penonton dari program itu sendiri.

5. Program Musik

   Sesuai dengan namanya, program ini penuh dengan musik. Ditilik dari segmen pemirsa, bisa dikategorikan ke dalam musik anak-anak, remaja, dan dewasa. Dilihat dari jenis musiknya sendiri bisa dikelompokkan ke dalam program musik jazz, blues, pop, keroncong, dll. Program musik umumnya ditayangkan pada durasi 1 jam atau lebih, dan menggunakan host pada acara tersebut.

6. Program Religi

   Sebuah program keagamaan yang mencoba menghadirkan unsur dakwah dan perenungan ke dalam sebuah layar televisi. Bisa merupakan renungan singkat berdurasi 3 atau 5 menit atau juga program panjang 30 hingga 1 jam.

7. Reality Show

   Sebuah acara yang dikemas berdasarkan kejadian atau pengalaman hidup dengan tujuan memancing emosi dan perasaan pemirsanya. Dalam pembuatan program ini pun tidak lekang dari unsur-unsur drama yang tujuannya tidak lain adalah memancing emosi penonton akan tayangan tersebut. Kebanyakan reality show berdurasi 30 menit.

2.1.6.3 Produksi Drama

Produksi drama diartikan sebagai format program yang proses penciptaannya berdasarkan pada cerita fiksi atau kisah-kisah dramatik yang ditulis ulang ke dalam sebuah skrip atau skenario. Banyak kisah fiksi yang mengilhami lahirnya program drama hingga secara genre, format ini pun bisa dibagi lagi kedalam beberapa jenis, diantaranya drama komedi, drama percintaan, drama aksi, drama horror, drama legenda, dan lain-lain.

2.1.6.4 Program Jurnalistik

Program jurnalisik/berita biasanya berisi liputan berbagai peristiwa berita dan informasi lainnya, apakah yang diproduksi secara lokal

oleh stasiun radio atau televisi, atau oleh suatu jaringan penyiaran. Program jurnalistik mencakup hard news (berita actual seputar ekonomi, sosial, politik, dll) dan soft news (berita yang lebih mengarah kepada human interest, bukan berita yang sedang menjadi topic pembicaraan masyarakat). Program berita juga bisa berisi materi tambahan seperti liputan olahraga, prakiraan cuaca, laporan lalulintas, komentar serta bahan lain yang oleh penyiar berita dianggap relevan dengan pendengar ataupun pemirsanya. Program berita haruslah segar, faktual, komukikatif, akurat, terpercaya, dan tidak memihak (Eva Arifin, *Broadcasting to be a Broadcaster* : p. 207).

2.1.7 Program Musik

Program musik merupakan program yang menampilkan lagu, nyanyian, serta tarian. Program musik biasanya diisi oleh penampilan dari band-band dengan berbagai aliran musik. Program musik juga terbagi ke dalam dua macam, yaitu off air dan on air.

2.1.7.1 Program Musik Berformat Off Air

Program *off air* biasanya adalah program yang dibuat tapi bukan untuk ditayangkan di televisi. Walaupun awalnya tayangan *off air* merupakan tayangan yang bukan untuk disiarkan di televisi, namun belakangan ini program-program dan acara-acara *off air* banyak yang ditayangkan di televisi. Program *off air* yang ditayangkan di televisi biasanya menjadi acara / program khusus, bukan merupakan program rutin televisi.

Saat ini, banyak dijumpai program khusus yang muncul di televisi. Biasanya televisi yang menyiarkan suatu acara *off air*, memiliki hak eksklusif untuk merekam keseluruhan acara (bukan liputan).

2.1.7.2 Program Musik Berformat On Air

Program on air merupakan program yang khusus dibuat untuk ditayangkan di televisi sebagai salah satu program yang hadir rutin (harian, mingguan, bulanan). Tayangan *on air* dapat berlangsun secara *live* (langsung), namun bisa juga dalam bentuk *taping* (rekaman). Salah satu contoh program musik berformat on air yang dilakukan secara taping adalah program musik Showcase. Program musik ini adalah sebuah program musik yang berformat on air namun menggunakan sistem taping dalam produksinya. Alasan melakukan sistem taping dikarenakan untuk dapat memaksimalkan kualitas konten acara dan segala hal tentang teknis. Program musik Showcase ini di produksi oleh satasiun televisi baru yaitu Kompas TV. Kompas TV mempunyai tujuan dimana program musik yang di produksi harus berformat live show, tidak menggunakan sistem playback atau minum one. Hal ini dikarenakan agar penonton dan juga pengisi acara itu sendiri mendapatkan kepuasan dari live show yang telah dilakukannya, sekaligus juga mengedukasi panonton dalam tayangan-tayangan yang bermutu dan sarat dengan kualitas.

Proses produksi program musik Showcase ini juga terbilang sangat unik dan menantang, mulai dari pemilihan talent atau pegisi acara,

menentukan set list lagu, produksi yang menantang, hingga ke bagian editing. Maka dari itu berdasarkan uraian diatas ini, penulis akan menganalisa proses produksi program musik showcase dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi yang menggunakan analisa SWOT.

2.2 Teori Khusus

2.2.1 Analisis SWOT

Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threats) sebagai medium analisis untuk menganalisa penelitian ini. Analisis SWOT merupakan analisis dari kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari suatu perusahaan atau organisasi serta terdapat peluang dan ancaman di lingkungan eksternalnya. Perusahaan atau organisasi harus membuat kelemahannya. Juga menggunakan peluang-peluang yang terlihat dari analisis tersebut, untuk menutupi segala ancaman yang ada di lingkungan eksternalnya. Dengan analisis SWOT, maka perusahaan atau organisasi dapat melihat posisi dia terhadap perusahaan atau organisasi lain (pesaing) di industri yang sama (Yosal Iriantara, 2005)
Dengan uraian yang sudah ditulis oleh penulis, maka dibawah ini adalah definisi dari analisis SWOT itu sendiri (Suharyadi, 2007)

1. Strenght (kekuatan)

   Pada lini ini, peneliatian akan menitik beratkan pada kekuatan dari organisasi atau perusahaan yang akan diteliti. Bentuk yang diteliti bisa berupa organisasi atau perusahaannya, ataupun produk yang dimiliki perusahaan tersebut.

Pada kesempatan kali ini peneliti akan meneliti proses produksi dari program musik Showcase yang pada dasarnya kekuatan dari konten program musik ini terletak dari pengisi acara yang bervariatif dan dari pemilihan talentnya pun mempunyai kriteria khusus. Yang pertama pengisi acara tersebut sudah harus mempunyai popularitas yang setidaknya dikenal di kau minoritas (untuk pengisi acara indie), dan live shownya dapat dipertanggung jawabkan dan tentunya mempunyai nilai *entertaint* yang cukup baik, serta penilaian tambahannya adalah sudah masuk sebagai salah satu chart di radio-radio yang ada di seluruh Indonesia.

Format musik yang diproduksi pun berformat *live show*, maka dari itu pengisi acara yang dipilih haruslah berkompeten dan mempunyai nilai *entertaint* yang cukup baik. Hal ini dilakukan Kompas TV untuk memberikan suatu tayangan program yang berbeda dan menjadi alternative program dimana banyaknya tayangan program musik yang monoton dan berkesan copy cat. Host dari program musik Showcase ini pun juga dari kalangan musisi atau pemusik, sehingga pengetahuan dari musikalitas disini dapat dipertanggung jawabkan dan mempunyai sisi yang kuat dari background musik yang dimilikinya.

Kekuatan lainnya adalah tim produksi yang sangat berkompeten dalam bidangnya. Penataan cahaya yang baik, pengambilan angle kamera yang unik dan sarat dengan modernisasi, penataan suara yang sangat baik dan memuaskan dan kualitas gambar yang sudah berdefinisi tinggi (*high definition*).

2. Weakness (Kelemahan)

Weakness atau kelemahan dalam analisis SWOT ini mengacu kepada kelemahan-kelemahan yang dimiliki dari perusahaan atau organisasi yang ada. Hal ini bertujuan untuk melihat kelemahan dari perusahaan atau organisasi itu sendiri untuk adanya bahan evaluasi yang tujuannya untuk memperbaiki sesuatu yang masih kurang dan di masa yang akan datang kesalahan atau kelemahan yang ada tidak terjadi lagi.

Pada program musik Showcase, terdapat kelemahan pada proses produksinya itu sendiri. Dalam proses produksinya, kelemahan yang sering terjadi adalah bagian teknis pada pagelaran musik itu sendiri. Teknis disini lebih kepada sistem *live show music*. Peneliti melihat bahwa teknis dari *live show music* disini masih sering terjadi kesalahan, contohnya seperti adanya feed back sound yang terjadi saat program sedang berjalan, teknis dari artist atau talent yang sangat lama untuk dapat di kordinasi, adanya kordinasi yang kadang kurang baik dari teknis talent kepada bagian teknis dari Kompas TV.

Kelemahan lainnya adalah program musik ini masih melakukan sistem taping dalam produksinya. Program musik yang berkualitas ini sayangnya masih menggunakan sistem taping bukan live, tetapi hal ini mempunyai alasan-alasan yang peneliti anggap cukup kuat. Alasan pertama, Kompas TV ingin menghadirkan program musik yang sarat akan kualitas tinggi dan terhindar dari cacat produksi pada saat penayangannya. Alasan kedua, talent yang menjadi pengisi acara program musik ini pun dipilih berdasarkan kualitas yang mereka punya, dan hal ini membuat semakin kecilnya keseragaman jadwal dari pengisi acara tersebut, karena talent yang dipilih pun adalah talent yang tidak seperti

talent yang berada di program musik lainnya, Kompas TV memliki kriteria khusus yang berpegang pada kualitas. Kelemahan berikutnya adalah Kompas TV sekarang ini sedang bermasalah dalam izin penyiarannya di beberapa daerah khususnya di Jakarta sebagai central region dari Indonesia.

3. Opportunity (Kesempatan)

Pada analisis ini, penelitian akan menitik beratkan pada kesempatan yang ada dalam perusahaan atau organisasi pada kinerja atau produk yang telah dihasilkan untuk lebih memajukan produk atau perusahaan itu sendiri dimata khalayak luas atau pada pesaing.

Kompas TV selaku stasiun televisi yang memproduksi program musik Showcase bisa mendapatkan kesempatan yang baik untuk lebih mendapatkan respon yang baik dimata khalayak akan program musiknya yang berbeda dan berkualitas, karena Kompas TV berani melakukan terobosan dimana dalam memproduksi program musiknya beda dengan program musik lainnya.

Kesempatan yang dimaksud adalah adanya respon penonton yang cukup besar dan antusias dalam menonton acara ini, dan menjadikan acara ini sebagai pionir dalam program musik yang melakukan format live musik dalam penayangannya, serta menjadikan tontonan alternatif yang menghibur namun berkualitas dimata masyarakat luas.

4. Threats (Ancaman)

Analisa ini menitik beratkan pada ancaman-ancaman yang terjadi pada perusahaan atau organisasi yang ada. Ancaman disini maksudnya adalah seperti

pesaing yang coba mengikuti produk yang sama namun menggunakan nama beda atau bahkan bahan yang beda namun melakukan cara yang sama. Hal ini bisa menjadi ancaman yang cukup berat dalam bersaing, karena apabila program atau produk yang dikemas lebih menarik, maka pionir dari produk atau program tersebut lama kelamaan akan tergeser dari posisi atas. Hal ini sangat dimungkinkan karena kreatifitas tidak ada batasannya selama program atau produk tersebut tidak menjiplak seluruh konten atau produk yang sebelumnya sudah ada. Apabila kompetitor melakukan sama persis dengan sebelumnya, maka hal tersebut bisa dibilang seperti plagiat.

Program musik showcase adalah pioneer dimana program musik yang ditayangkan formatnya *live music show*, bukan *playback* ataupun *minus one,* karena Kompas TV memproduksi program musik ini sebagai program musik yang rutin disetiap minggunya, bukan program yang jangka waktunya setiap satu bulan sekali.

Ancaman nyata yang sudah terjadi adalah adanya kompetitor stasiun televisi lain yang melakukan langkah serupa tetapi mengemas acaranya sedikit lebih berbeda tetapi tetap mengadopsi hal-hal yang sama dalam garis besarnya. Hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi Kompas TV mengingat dewasa ini stasiun televisi tersebut sedang bermasalah dalam perijinan penayangan programnya di beberapa daerah khususnya JABODETABEK.

2.2.2 Strategi

Menurut Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip Umar (2005:31), strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya. Dengan demikian, beberapa ciri strategi (Kouncoro, 2005: 12):

1. Goal directed actions, yaitu aktivitas yang menunjukan apa yang diinginkan organisasi dan bagaimana mengimplementasikannya.
2. Mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.

Hakikat strategi menurut Onong Ochajana Effendy (1981:84) adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, tetapi bagaimana taktik tersebut dilakukan.

Dari sekian banyak tujuan, televisi memiliki tujuan dimana pada intinya televisi saling bersaing dalam memperoleh rating dan share serta kuantitas dari penonton itu sendiri.

2.2.3 Tahapan Produksi

Proses produksi suatu program acara terbagi menjadi tiga bagian, berikut adalah tahapan produksi menurut (wibowo, 2007: 309) :

1. Pra Produksi

Tahap ini sangat penting sebab jika tahap ini dilaqksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan akan lebih mudah.

Tahap pra produksi meliputi :

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, penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan crew. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti (Morissan, 2008: 130).

c. Persiapan

tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan dan surat-surat. Latihan para artis dan pembuat setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan.

2. Produksi

Sesudah pra produksi dilaksanakan, barulah produksi dapat dieksekusi. Sutradara bekerja sama dengan para taletn dan crew mencoba mewujudkan apa yang telah direncanakan pada proses pra produksi (Wibowo, 2007: 40).

3. Pasca Produksi

Pasca produksi memiliki tiga langkah utama yaitu *offline editing, online editing, dan mixing*.

a. Offline editing

pada tahap ini, *scriptwriter* membuat *logging* yaitu mencatat kembali semua hasil shooting yang telah dilakukan pada tahap produksi. Dalam *logging time code* terdapat digit frame, detik, menit, dan hasil pengambilan gambar. Setelah semua dilakukan lalu editor akan melakukan editing kasar atau bisa disebut dengan offline editing. Editor pada tahap ini akan menyambung gambar satu demi satu sesuai dengan *script* atau *rundown* yang sudah ditentukan. Penambahan elemen-elemen musik atau *back sound* juga dilakukan pada tahp ini.

b. Online editing

Berdasarkan naskah editing, editor mengedit hasil *shooting* dan menyambungkan setiap shoot atau adegan dan dibuat tepat sesuai dengan *time code* atau *rundown*. Pada tahap ini editor dapat melakukan penyeimbangan sound agar terdengar lebih balance dan tidak ada yang over.

c. Mixing

Tahap ini adalah tahap terakhir dalam proses editing. Setelah editor melakukan editing yang sudah berdasarkan *time code* atau *rundown*, maka *mixing* adalah tahap yang dilakukan editor untuk lebih memaksimalkan penataan suara, gambar, warna dan penambahan-penambahan sound effect.