

**PRODUKSI PROGRAM
TELEVISI
(Studi kasus acara *variety show* Dahsyat di RCTI)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Konsentrasi Humas Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

**SITI NURFATIHAH
6662101141**

**KONSENTRASI HUBUNGAN MASYARAKAT
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
BANTEN
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : SITI NURFATIHAH
NIM : 6662101141
JUDUL SKRIPSI : Produksi Program Televisi (Studi kasus acara *Variety Show Dahsyat* di RCTI)

Serang, 22 Juni 2015

Pembimbing I



Prof. Dr. Ahmad Sihabudin., M.Si

NIP.1965074200501102

Pembimbing II



Dipl.Ing (FH) Rangga G.Gumelar., M.Si

NIP. 198102212008121002

Mengetahui

Dekan FISIP UNTIRTA



Dr. Agus Sjaafari, M.Si

NIP. 197108242005011002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SITI NURFATIHAH
NIM : 6662101141
JUDUL SKRIPSI : PRODUKSI PROGRAM TELEVISI (STUDI KASUS
ACARA *VARIETY SHOW* DAHSYAT DI RCTI)

Telah diuji di hadapan dewan penguji sidang skripsi di Serang, 28 Agustus 2015 dan dinyatakan **LULUS**.

Serang, 28 Agustus 2015

Ketua Penguji

Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197708112005012003

Anggota

Yoki Yusanto, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 197905032006042001

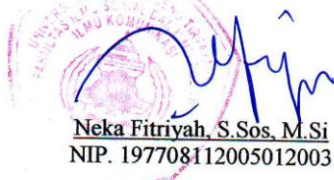
Anggota

Dipl.Ing (FH) Rangga G.Gumelar, M.Si
NIP 198102212008121002

Mengetahui,

Dekan FISIP Untirta

Dr. Agus Sjafari, M.Si
NIP. 197108242005011002

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197708112005012003

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurfatihah
NIM : 6662101141
Tempat, tanggal lahir : Pandeglang, 24 Oktober 1993
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul Produksi Program Televisi (Studi kasus acara *variety show* Dahsyat di RCTI) adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, Agustus 2015

Siti Nurfatihah

ABSTRAK

Siti Nurfatimah. NIM. 6662101141. Skripsi. Produksi Program Televisi (Studi kasus acara *Variety Show* Dahsyat di RCTI). Skripsi Konsentrasi Ilmu Humas: Program Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Pembimbing 1: Prof. Dr. Ahmad Sihabudin, M.Si dan Pembimbing II: Dipl.Ing (FH) Rangga Galura Gumelar., M.Si.

Penelitian ini berjudul “Produksi Program Televisi (Studi kasus acara *Variety Show* Dahsyat di RCTI).

Dahsyat merupakan program musik yang berkembang menjadi program acara *Variety Show* yang ditayangkan oleh RCTI mengenai informasi deretan lagu yang *hits* di Indonesia, permainan, kuis, selain itu ada juga informasi yang berisikan edukasi di dalamnya. Program Dahsyat merair *rating* di posisi 40 dengan *rating* 1,5 persen dan *share* 15,8 persen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan proses produksi dengan tahapan produksi yang dilakukan dan mengetahui peran *host* dan penonton bayaran dalam program Dahsyat untuk bisa mendapatkan keuntungan dengan teori ekonomi media. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik observasi ke RCTI dan pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Pada penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan proses produksi dimulai dari pra produksi dilakukan tim produksi yaitu rapat internal untuk menyusun jadwal artis, *gimmick*, *budget*, *chart*. Tahap produksi melakukan *Live On-Air* berdurasi 2 jam, adanya *live performance* artis, *chart*, *audience*, kamera, audio. Tahap pasca produksi tim melakukan evaluasi dengan mengevaluasi kesalahan yang terjadi saat produksi. Dalam proses produksi program Dahsyat ini peran *host* dan penonton bayaran sangat mutlak. Peran *host* dan peran penonton bayaran dalam Program ini pada posisi ekonomi media mereka melakukan *simbiosis mutualisme* dalam arti saling menguntungkan. untuk menjalin kepercayaan antara pihak yang satu dengan pihak lainnya maka dibutuhkan dukungan masing-masing pihak untuk bekerja sama demi terciptanya keuntungan. Peran *host* dan penonton didalam studio ini bisa menjadi target pasar untuk program ini. Pasar dalam ekonomi media berarti khalayak dan iklan. Peran *host* dan penonton bayaran didalam studio Dahsyat sangat membantu untuk memeriahkan acara karena semakin meriah acara maka semakin ramai acara Dahsyat ini, dan *rating* akan naik selain itu iklan juga tertarik untuk masuk kedalam program ini.

Kata kunci: Produksi, Program, Televisi, *Variety show* Dahsyat RCTI

ABSTRACT

Siti Nurfatihah. NIM. 6662101141. Thesis .Television program production (Studi kasus acara Variety Show Dahsyat di RCTI). Concentration of Science Thesis PR : Communication Studies Program Faculty of Social and Political Sciences : University of Sultan Agung Tirtayasa .Supervisor I : Prof. Dr. Ahmad Sihabudin, M.Si. and Supervisor II: Dipl.Ing (FH) Rangga Galura Gumelar., M.Si.

The Research titled “The Television program production. (study case of Variety Show Dahsyat RCTI).

Dahsyat is a music program that evolved into a variety show programs aired by RCTI on a row of information in Indonesia hits songs, games, quiz, but it is also the information contained therein education. The purpose of this study was to determine the production process with production stages performed and determine the role of the host and the audience paid in the program to Dahsyat can benefit by economic theory media. This study uses descriptive qualitative research with RCTI and observation techniques to collecting data through interviews, documentation and observas. In the research done, it can be concluded that the production process starting from pre production, namely the production team did an internal meeting to draw up a schedule of artists, gimmick, budget, charts. Production stage perform Live On-Air lasted 2 hours, the live performance artists, chart, audience, cameras, audio. Post-production stages of an evaluation team to evaluate errors that occur during production. In the production process, the role of the host Powerful program and the audience paid very absolute. Host role and the role of the audience paid in this program on the economic position of their media do a symbiotic mutualism in the sense of mutual benefit. to establish trust between the parties that the other party is required to support each of the parties to work together for the creation of profit. The role of the host and the audience in the studio this could be the target market for this program. Market economy means audiences and advertising media. The role of the host and the audience in the studio Powerful mercenary help to enliven the event as more and more crowded, the festive occasion of this event Dahsy. and ratings will go up in addition to the ad are also keen to get into this prograr.

Keywords: production, program, televison, variety show Dahsyat RCTI

Lahaulawalakuatailabilah..

Karena sesungguhnya bersama setiap kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama setiap kesulitan ada kemudahan (Al-Insyirah 5-6)

Apa yang kita impikan dan harapkan harus bisa kita usahakan jangan pernah berkata “tidak bisa” sebelum mencoba.
karena sesungguhnya ada Allah yang selalu bersama kita.
(Fatiha)

Karya kecil yang berisikan pelajaran tentang doa, usaha, kesabaran, kesungguhan, keikhlasan, keberuntungan, keberhasilan dan keajaiban.

Persembahkan kepada Mamah tersayang
sebagai pertanggung jawabanku
“sayang mamah”
Terimakasih

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian yang berjudul Produksi Program Televisi (studi kasus acara *variety show* Dahsyat di RCTI). Tidak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada sang teladan manusia Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat dan kepada seluruh umatnya, hingga akhir zaman, amin

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Peneliti menyadari bahwasanya Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik yang dapat membantu perbaikan skripsi ini sangat diharapkan oleh penulis.

Keberhasilan penyusunan penelitian ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik bantuan berupa doa, motivasi, maupun bimbingan. Untuk itu, Penulis juga tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan terhadap penulis, yaitu:

1. Allah SWT karena hanya Rahmat dan Karunia-Nya lah, maka skripsi ini dapat terselesaikan
2. Prof. Dr. Sholeh Hidayat, M.Pd selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

3. Dr. Agus Sjafari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Il Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
4. Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
5. Ibu Puspita Asri Praceka, S.Sos., M.Ikom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sekaligus selaku dosen Akademik. Terimakasih saran dan bimbingan akademik yang selalu memberikan pengarahan untuk saya serta memberikan motivasi
6. Prof. Dr. Ahmad Sihabudin, M.Si. Selaku dosen pembimbing I. Terimakasih atas bimbingannya, kesabaran dan juga saran, kritik serta masukan yang telah banyak membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
7. Dipl.Ing (FH) Ranga Galura Gumelar.,M.Si selaku dosen pembimbing II Terimakasih atas bimbingannya, kesabaran dan juga saran, kritik serta masukan yang telah banyak membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
8. Neka Fitriyah, Sos.,M.Si dan Yoki Yusanto.,S.Sos.,M.I.Kom sebagai dosen penguji skripsi
9. Darwis Sagita S. Sos., M. Ikom., selaku Dosen Pembimbing *Job Training* selaku dosen pembimbing Job Training yang banyak memberikan pengarahan dan masukan untuk saya
10. Seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama peneliti duduk dibangku perkuliahaan.

11. Mamah tersayang, Ratu Eneng Siti Rodiah yang selalu memberik semangat untuk anaknya yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang dan motivasi yang begitu berharga dan selalu memberi nasehat untuk “Solat dan Ngaji” kepada penulis, serta bantuan secara moril maupun materil yang tak terhitung.
12. Almarhum Abah tersayang, Mochtar yang banyak sekali memberikan kenangan saat kecil yang sekarang hanya bisa dikenang.
13. Kakak-kakak kandung tercinta yang telah memberikan doa dukungan dalam penelitian ini, beserta seluruh keluarga besar yang turut memberikan dukungan, bantuan dan doa agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Abrar selaku produser Dahsyat RCTI Terimakasih atas ketersediaannya menjadi informan dalam memberikan informasi dan jawaban serta telah mengarahkan dalam pengumpulan data penelitian sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Endang Setyaningsih selaku mantan produser Dahsyat RCTI yang telah menuntun dan mengarahkan dalam pengumpulan data penelitian.
16. Della Martha dan Nurdiana Firsty selaku tim kreatif Dahsyat yang membantu dan memberikan data penelitian ini
17. Seluruh Tim Produksi Program Dahsyat di RCTI yang telah membantu dalam penelitian ini
18. Host Dahsyat Ayu Dewi, Dede, Terimakasih atas ketersediaannya menjadi informan dalam memberikan informasi dan jawaban sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

19. Shelia dan Widia, selaku Penonton bayaran Dahsyat RCTI Terimakasih atas ketersediaannya menjadi informan dalam memberikan informasi dan jawaban sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
20. Tan Marley yang telah memperkenalkan penulis dengan Tim Dahsyat RCTI.
21. Sahabat sahabat saya yang banyak sekali tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu mengerti dan selalu memberikan dukungan dan motivasi baik kepada penulis serta selalu ada dalam suka dan duka selama ini sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi.
22. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2011, atas segala rasa kebersamaan selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
23. Seluruh teman-teman perikanan angkatan 2010 yang merupakan bagian dari kebersamaan saat awal perkuliahan.
24. Distro abule Pandeglang, Pizza Hut Ramayana Serang, Transtv, SPG *event weekend* Unilever Jakarta, Terimakasih telah memberikan kesempatan penulis untuk bisa masuk kedalam dunia kerja selama perkuliahan dan memberikan banyak pengalaman.
25. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan dan bantuan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan

penelitian ini. Semoga karya kecil ini dapat menjadi langkah yang positif dikemudian hari, dan bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Serang, 23 Agustus 2015

Siti Nurfatimah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR ORISINALITAS	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teoritis	9
2.1.1 Komunikasi	9
2.1.2 Komunikasi Massa	10
2.2 Manajemen Penyiaran Televisi	11
2.3 Televisi	18
2.3.1 Karakteristik Televisi	22
2.4 Program Televisi	26
2.5 Format acara <i>Variety Show</i>	28
2.6 Produksi Program televisi	29
2.6.1 Tahapan Produksi Program Televisi	30
2.7 Peran Host dan Penonton Bayaran dalam Proses Produksi Program Dahsyat	32

2.7.1 Peran	32
2.7.2 Host.....	33
2.7.3 Penonton Bayaran	34
2.8 Ekonomi Media	35
2.9 Kerangka Berpikir	40
2.10 Penelitian Sebelumnya	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	46
3.2 Paradigma Penelitian	48
3.3 Infroman Penelitian	49
3.4 Jenis Data.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Teknik Wawancara	54
3.5.2 Teknik Observasi	55
3.5.3 Teknik Dokumentasi.....	55
3.6 Teknik Analisis Data	55
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	57
3.8 Lokasi Penelitian	58
3.9 Jadwal Penelitian.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Profil Stasiun TV	60
4.1.2 Sejarah dan Perkembangan RCTI.....	61
4.1.3 Visi, Misi dan Tiga Pilar Utama	63
4.1.3.1 Visi.....	63
4.1.3.2 Misi	64
4.1.3.3 Tiga Pilar Utama	64
4.1.4 Logo RCTI	64
4.1.5 Sarana Penunjang.....	65
4.1.6 Manajemen RCTI.....	66
4.2 Program Dahsyat	67

4.2.1 Target Khalayak	72
4.2.1.1 Jenis Kelamin	72
4.2.1.2 Usia.....	72
4.2.2 Logo	72
4.2.3 <i>Above The Line</i>	72
4.2.4 <i>Below The Line</i>	73
4.2.5 Struktur Organisasi Produksi Program <i>Variety Show</i> Dahsyat di RCTI	73
4.2.6 Label Musik Pendukung Program Acara <i>Variety Show</i> dahsyat.....	73
4.2.7 <i>Job Description Divisi</i> dalam program Acara <i>Variety</i> Show Dahsyat	74
4.3 Deskripsi Informan	81
4.3.1 Informan Kunci (<i>Key Informan</i>).....	82
4.3.2 Informan Utama	84
4.3.3 Informan Pendukung.....	94
4.4 Pembahasan	94
4.4.1 Proses Produksi program Acara <i>Variety Show</i> Dahsyat.....	95
4.4.1.1 Praproduksi	96
4.4.1.2 Produksi.....	97
4.4.1.3 Pascaproduksi.....	97
4.4.2 Analisis Data	98
4.4.2.1 Analisis Proses praproduksi program Acara Dahsyat.....	99
4.4.2.2 Analisis Produksi.....	100
4.4.2.3 Analisis Tahapan pasca Produksi.....	105
4.4.2.4 Proses Produksi Pada tahapan Produksi.....	110
4.4.3 Peran Host dalam Program Dahsyat	115
4.4.4 Peran Penonton Bayaran dalam Program Dahsyat.....	128
4.4.5 Peran host dan penonton bayaran dalam Ekonomi Media....	118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran	127

5.2.1 Saran Teoritis	119
5.2.2 Saran Praktis.....	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3	Penelitian Sebelumnya	43
Tabel 3.3	Informan Penelitian	51
Tabel 3.8	Jadwal Penelitian.....	59
Tabel 4.1	Daftar Direktur Utama	66
Tabel 4.2	Struktur Dewan Direksi RCTI saat ini	67
Tabel 4.3	Struktur Dewan Komisaris RCTI saat ini	67
Tabel 4.4	Struktur Organisasi Produksi Program <i>Variety Show</i> dahsyat	73
Tabel 4.5	Musik Pendukung Progam <i>Variety Show</i> dahsyat	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 4.1	Logo RCTI	64
Gambar 4.2	Logo Dahsyat	75
Gambar 4.3	Lokasi Studio 1 RCTI	87
Gambar 4.4	Lokasi Studio 8 RCTI	88
Gambar 4.5	Lokasi Taman Kodok RCTI.....	89
Gambar 4.6	Twitter Dahsyat	91
Gambar 4.7	Pra Produksi	98
Gambar 4.8	Produksi.....	97
Gambar 4.9	Pasca Produksi	98
Gambar 4.10	Akun Twitter Raffi Ahmad Host Dahsyat 2015	104
Gambar 4.11	Akun Twitter Denny Cagur Host Dahsyat 2015	104
Gambar 4.12	Akun Twitter Ayu Dewi Host Dahsyat 2015	104
Gambar 4.13	Penonton Bayaran acara Dahsyat RCTI.....	109
Gambar 4.14	Penonton Bayaran di studio 1 Dahsyat RCTI	111

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa. Semua media massa umumnya mempunyai fungsi yang sama sebagai alat yang memberikan informasi artinya melalui seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik (edukatif) artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan moral seseorang. Dan juga sebagai alat menghibur (*entertainment*). *Entertainment* (hiburan) atau dapat dikatakan program acara *non-drama* atau *non-fiksi* merupakan program acara yang dibuat untuk menghibur pemirsanya. Program ini merupakan program acara yang mempunyai *presentase* terbesar dalam stasiun televisi, untuk itulah stasiun-stasiun televisi saling berlomba dalam menghadirkan program hiburan terbaik di layar kacanya. Hal ini yang memicu stasiun-stasiun televisi untuk mengemas acara dengan kreativitas untuk memenangkan persaingan dan merebut perhatian *audience*. Televisi sebagai salah satu media massa bisa menjadi jawaban dari kebutuhan khalayak yang membutuhkan informasi yang cepat, mudah untuk didapatkan. Televisi juga memiliki tampilan yang menarik secara audio visual, jadi pesan yang disampaikan bisa langsung terlihat bagi masyarakat.

Media massa sebagai alat bantu komunikasi sudah semakin diperlukan. Kebutuhan akan informasi yang tinggi dari masyarakat menuntut para penyedia media informasi lebih profesional dan terampil dalam mengolah, mengemas dan menyajikan programnya. Hal itu terjadi di berbagai sektor media, salah satunya

media elektronik seperti televisi. Sebagai salah satu media penyiaran, televisi adalah salah satu media elektronik yang cukup dikenal masyarakat luas. Industri pertelevisian sudah menjamur untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan. Untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut, di Indonesia mulai bermunculan media massa yang menjadi sarana penyampaian informasi yang disiarkan secara luas, yaitu melalui media massa penyiaran.

Televisi swasta berlomba-lomba menyajikan beragam hiburan kepada pemirsa. Collins dan Skover dalam Abrar (1995) mengemukakan bahwa komersialisasi menyebabkan semua itu. Pencarian keuntungan yang sebanyak-banyaknya menyebabkan televisi swasta lebih suka menyajikan hiburan kepada pemirsa. Bentuk komersialisasi yang paling berpengaruh adalah pencarian iklan sebanyak-banyaknya. Untuk bisa meraup iklan, televisi swasta harus kreatif menciptakan siaran yang paling banyak digemari khalayak. Oleh karena itu stasiun televisi perlu meningkatkan *rating* semua siaran, terutama yang akan ditayangkan pada *prime time*.

Program *Variety Show* yang tayang di televisi memberikan hiburan dan banyak diminati oleh pemirsa. Program yang tayang setiap hari pada pagi hari adalah Program *Variety Show* Dahsyat dan Inbox. Kedua acara ini kurang lebih sama format dan konten. Mereka punya band-band papan atas, band pendatang baru yang tampil secara langsung dan juga video-video klip terbaru yang dihadirkan dalam setiap acara. Bedanya hanya di lokasi syuting, kalo Dahsyat lokasinya di dalam studio, Inbox mengambil lokasi *outdoor* di tempat-tempat keramaian. Persamaan lainnya adalah kedua acara ini mengundang penonton untuk menyaksikan secara langsung di tempat berlangsungnya program tersebut.

Namun kelebihan dari Program *Variety Show* Dahsyat ini terlihat dari hostnya yang masing-masing mempunyai ciri khas dalam membawakan program ini, candaan yang sering dilontarkan yang membuat acara ini semakin disukai oleh para penonton dan hostnya yang sedang naik daun seperti Raffi Ahmad. Dibandingkan dengan Inbox yang juga hadir setiap hari, Inbox lebih mengandalkan pendekatan dan menarik perhatian pemirsa lewat segmen *video callnya*. Ini membuktikan bahwa setiap acara memiliki target dan juga pasar tersendiri.

Program musik yang berkembang menjadi *variety show* yang tayang setiap hari pada pagi hari di RCTI yaitu “Dahsyat” : Deretan Lagu Hits Teratas. Program hiburan dengan format *Variety Show* merupakan suatu program hiburan *non-drama* yang banyak muncul di layar kaca. Program *Variety Show* merupakan program yang dapat dikatakan “serupa tapi tak sama” (*mee to*), yaitu judul berbeda, aktor berbeda namun format acara, alur, karakter sesungguhnya sama. Keseragaman acara pada televisi Indonesia merupakan suatu hal yang biasa dilakukan bagi para pembuat program televisi. Semua *Variety Show* ini memiliki cara tersendiri dalam menyajikan acaranya. Dahsyat di RCTI dan Inbox di SCTV merupakan dua *Variety Show* yang mengudara paling lama dari *Variety Show* lain.

Dahsyat merupakan program musik berkembang menjadi program acara *Variety Show* yang ditayangkan setiap hari oleh RCTI pukul 07.00-09.00 (Senin-Jumat) dan 09.00-11.00 (Sabtu dan Minggu). Dahsyat dimulai tayang di televisi pada tanggal 24 Maret 2008, terhitung Dahsyat telah mengudara di televisi selama 7 tahun dan memenangkan *Panasonic Gobel Awards* untuk katagori musik & *Variety Show* terbaik selama 5 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2010, 2011,

2012, 2013, 2014, dan pada tahun 2015 Dahsyat kembali masuk *Panasonic Gobel Awards* dengan kategori *Special Event Dahsyatnya Awards 2014 RCTI*. *Host* yang sering menghibur dan mengisi program *Variety Show* Dahsyat di RCTI adalah Raffi Ahmad, Denny Cagur, Ayu Dewi, Syahnaz dan Dede.¹

Dahsyat memperoleh *rating* di atas program acara musik Inbox di SCTV yang di pandu oleh Andhika, Gading, Rafael, rangga, narji, Enzi, Audi marissa, Fero Walandouw, Ferry maryadi, Rina Nose yang tayang pada pagi hari. Di lansir *rating* acara tv Indonesia acara program *Variety Show* Dahsyat yang di pandu Raffi Ahmad, Denny cagur, Ayu dewi, Syahnaz dan Dede itu merair di posisi 40 dengan *rating* 1,5 persen dan *share* 15,8 persen. Perolehan *rating* tersebut membuat program Dahsyat 2015 berada di atas Inbox, program Inbox yang pertama tayang di televisi pada tanggal 3 Desember 2007 hingga sekarang 2015 masih tayang di televisi yang mampu meraih di posisi 50 dengan *rating* yaitu 1,2 persen namun dengan *share* yang hanya 12,4 persen.²

Dahsyat juga menghadirkan bintang tamu selebritis pilihan serta memperkenalkan band-band pendatang baru di belantika musik Indonesia. Acara ini juga menayangkan bakat-bakat dari pemirsanya untuk ditampilkan di acara program Dahsyat. yang membedakan dengan program lain adalah Dahsyat itu bukan sekedar program musik, tapi lebih ke program *Variety Show*, dimana dalam program Dahsyat menyajikan beberapa macam konten, ada *games*, kuis, selain itu ada juga informasi yang berisikan edukasi di dalamnya, Dahsyat juga

¹ Berdasarkan wawancara dengan Endang Setyaningsih, mantan Produser Dahyat RCTI, pada tanggal 21 Januari 2015 pukul 09:30

² <https://id-id.facebook.com/RatingProgramTelevisiIndonesia>. diakses pada 19 Maret 2015 : 23.00 WIB

mengenalkan budaya-budaya Indonesia yang tayang pada hari Sabtu dan Minggu dengan tema dahsyatnya Indonesia.³

Seperti yang di kemukakan oleh Endang Setyaningsih yang pernah menjadi Produser Dahsyat di RCTI (Januari 2011-Mei 2014), Program acara *Variety Show* yang merupakan acara unggulan yang hingga sekarang sudah 7 tahun tayang di televisi. Kehadiran Dahsyat di RCTI, dapat memberikan pencerahan baru bagi masyarakat Indonesia sebagai alternatif hiburan di pagi hari selain itu acara Dahsyat memberikan informasi kepada pemirsa. Program acara *Variety Show* Dahsyat yang disiarkan secara langsung dan dikemas secara apik, ditambah dengan humor yang disajikan para Host, untuk mengurangi ketegangan sehingga membuat pemirsanya menjadi terhibur.

Host yang merupakan pemandu acara dan bertanggungjawab atas kelancaran dan suksesnya acara. Peran host sangatlah penting karena ia bertanggung jawab sebagai perantara mempunyai pesan kepada pemirsa. Host hanya menyajikan apa yang diberikan produser dan tim kreatif dan diimprovisasikan oleh host dengan cara mereka masing-masing dalam membawakan acara. Host dituntut menghidupkan acara dengan cara yang kreatif dan menjadi ciri khas dari program acara tersebut karena host yang lebih tahu kondisi lokasi seperti apa. Contohnya host dalam acara Dahsyat RCTI yang dipandu Raffi, Denny, Ayu, Syahnaz dan Dede. Untuk menciptakan keakraban dengan penonton di studio, mereka kerap membuka kisah pribadi mereka atau saling mencela sebagai lelucon.

³ Berdasarkan wawancara dengan Endang Setyaningsih, mantan Produser Dahyat RCTI, pada tanggal 21 Januari 2015 pukul 09:30

Selain program acara Dahsyat dikenal dengan hostnya yang lucu dan menghibur, dikenal juga dengan Penonton bayaran atau sering disebut sahabat Dahsyat. Penonton merupakan bagian terpenting dalam program ini, karena acara ini menggunakan penonton dalam studio untuk memberikan semangat kepada artis dan untuk memeriahkan acara. Penonton bayaran didapat dari *coordinator* penonton yang menyediakan orang-orang yang bersedia menjadi penonton di program Dahsyat ini. Tentunya *coordinator* penonton tersebut memiliki persyaratan khusus untuk menjadi penonton di Dahsyat. Acara Dahsyat itu sendiri dikenal dengan penonton bayaran yang dinamakan dengan alay. Alay itu sendiri merupakan sebutan untuk penonton musik bayaran dari pentas ke pentas yang suka nari bareng koreonya dan berdandan berlebihan.

Sebuah program yang merupakan produk ciptaan atau output dari media televisi harus diolah sedemikian rupa sehingga memiliki kekhasan dari program lain. Program acara yang merupakan konten bagi sebuah stasiun televisi harus dapat menarik dan mempertahankan sejumlah pemirsa. Mempertahankan pemirsa sangat penting dalam memperoleh pangsa pasar karena akan menjadi penentu besarnya pendapatan yang diperoleh stasiun televisi dari pengiklan. (Al Leiberman,2002).

Setiap televisi seolah-olah latah jika sebuah jenis program berhasil mendapat *rating* yang tinggi. Hal tersebut wajar terjadi, karena *rating* jumlah orang yang menonton suatu program televisi terhadap populasi televisi yang dipresentasikan. Artinya semakin tinggi *rating* yang diperoleh sebuah program acara Dahsyat di RCTI, semakin banyak orang yang menonton program tersebut. Semakin banyak pengiklan yang ingin beriklan memungkinkan perusahaan untuk

menaikan harga iklan. Sehingga program ini dapat memanen lebih banyak lagi keuntungan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul Proses produksi *variety show* acara Dahsyat di RCTI. Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses produksi program televisi acara *Variety Show* Dahsyat di RCTI mulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. dan menjelaskan bagaimana peran host dan penonton bayaran dalam proses produksi program Dahsyat di RCTI untuk bisa mendapatkan keuntungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas fokus masalahnya adalah bagaimana proses produksi program *Variety Show* Dahsyat di RCTI mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi dan bagaimana peran host, penonton bayaran dalam proses produksi program Dahsyat di RCTI.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sejauh ini, maka terdapat pertanyaan utama sebagai masalah penelitian ini, yaitu

1. Bagaimana proses produksi program *Variety Show* Dahsyat di RCTI mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi?
2. Bagaimana peran host dan penonton bayaran dalam proses produksi program Dahsyat di RCTI?

1.4 Tujuan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sejauh ini, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk melihat bagaimana proses produksi program *Variety Show* Dahsyat di RCTI mulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi?
2. Menjelaskan peran Host dan penonton bayaran dalam proses produksi program Dahsyat di RCTI

1.5 Manfaat penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sejauh ini, maka manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Untuk bisa mengaplikasikan sebagian besar ilmu teori yang dipelajari selama dalam perkuliahan kedalam dunia kerja di bidang Komunikasi pada umumnya dan Komunikasi Massa pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

Memberikan masukan bagi pihak stasiun televisi RCTI yang menyangkan program Dahsyat agar dapat meningkatkan kualitas program acara dan bisa lebih meningkatkan mutu serta melakukan evaluasi terhadap program Dahsyat sesuai dengan kebutuhan pemirsanya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari manusia. Tanpa komunikasi yang baik manusia mengalami banyak masalah ketidaksepahaman antara satu dengan yang lainnya.

Walaupun orang telah mempelajari komunikasi sejak abad ke-20, Barnett Pearce (1989) menyebutkan munculnya peran komunikasi sebagai ‘penemuan revolusioner’ yang sebagian besar disebabkan ooleh penemuan teknologi komunikasi, seperti radio, televisi, telepon, satelit, dan jaringan komputer. Pada saat yang hampir bersamaan, muncul dan berkembang industrialisasi, tumbuhnya korporasi multinasional, dan politik global.

Stephen W. Little John mengatakan bahwa: *communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses, numerous meanings* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata ‘komunikasi’ bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti. Para ahli telah melakukan berbagai upaya untuk mendefinisikan komunikasi, namun membangun suatu definisi tunggal mengenai komunikasi terbukti tidak mungkin dilakukan dan mungkin juga tidak mungkin dilakukan dan mungkin juga tidak terlalu bermanfaat.⁴

⁴ Morissan dan Andy Corry Wardhani. *Teori Komunikasi*. 2009. Jakarta. Penerbit Ghalia Indonesia. Hlm 2-4.

2.1.2 Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan salah satu unsur utama dalam segala kegiatan kehidupan manusia, baik secara pribadi maupun kelompok. Komunikasi sangat erat kaitannya dengan segala aspek kehidupan, sehingga setiap perubahan penting yang terjadi pada komunikasi akan memiliki pengaruh, dampak dan implikasi pada keseluruhan kehidupan manusia dan masyarakat, tidak terkecuali pada perantara dan lembaganya.

Proses komunikasi dapat dilakukan secara bertatap muka atau dilakukan dengan menggunakan bantuan media. Dengan bantuan dari media-media tersebut, setiap individu dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan komunikasinya tanpa mengenal ruang dan waktu.

Konsep komunikasi massa pada sisi mengandung pengertian suatu proses di mana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses di mana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh *audience*. Pusat dari studi mengenai komunikasi massa adalah media. Media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh karenanya, sebagaimana dengan politik atau ekonomi, media merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas.

Sebagai sarana komunikasi massa, media massa dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dan lainnya).⁵

⁵ Effendy, O. Uchjana. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya. 2004. Hlm 20

Keberadaan media tersebut tidak lepas dari perkembangan dan kemajuan dari teknologi komunikasi itu sendiri. Pada umumnya perkembangan media elektronik khususnya televisi lebih pesat bila dibandingkan dengan media cetak, namun pada dasarnya kedua media tersebut memiliki karakteristik yang beerbeda, sehingga keduanya sangat dibutuhkan sebagai sarana komunikasi massa yang tepat.

2.2 Manajemen Penyiaran Stasiun Televisi

Dalam kegiatan penyelenggaraan penyiaran sebuah lembaga penyiaran diperlukan suatu manajemen, kita sebut saja manajemen penyiaran. J.B Wahyudi berpendapat bahwa definisi manajemen penyiaran adalah sebagai Kemampuan seseorang untuk mempengaruhi atau memanfaatkan kepandain atau keterampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan siaran dalam usaha untuk mencapai tujuan bersama.⁶

Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI tentunya tidak lepas dari manajemen agar pengelolaan perusahaannya dapat berjalan dengan baik. Maka dibutuhkan struktur organisasi yang jelas untuk memudahkan para karyawan yang terlibat dalam menjalankan posisinya. Struktur organisasi stasiun penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda-beda satu dengan lainnya, bahkan pada wilayah yang sama stasiun penyarannya tidak memiliki struktur organisasi yang persis sama. Perbedaan ini biasanya disebabkan oleh perbedaan skala usaha atau besar kecilnya stasiun penyiaran.

⁶ J.B Wahyudi. Dasar-dasar Manajemen Penyiaran, Jakarta. Gramedia pustaka utama, 1994.hlm.39

Morissan menegaskan, tanggung jawab dalam menjalankan stasiun penyiaran pada dasarnya dapat dibagi dalam dua kategori umum yaitu: 1) manajemen penyiaran dan; 2) pelaksanaan operasional penyiaran. Masing-masing kategori membutuhkan struktur dan tanggung jawab fungsional sendiri-sendiri. Fungsi manajemen pada stasiun penyiaran akan mengalir berurutan mulai dari atas sampai ke bawah; mulai dari pimpinan tertinggi, direktur utama atau manajer umum hingga ke manager, staf dan seterusnya ke bawah.⁷

Mereka yang bekerja di bawah payung manajemen bertanggung jawab terhadap bidang-bidang yang mewujudkan suatu stasiun penyiaran. Pelaksana operasional ialah mereka yang menjadi bagian dari lembaga penyiaran yang terlibat dalam kerja penyiaran yakni antara lain para teknisi, para perancang program dan staf produksi yang membuat materi acara untuk stasiun penyiaran itu. Sementara, staf pemberitaan seperti reporter harus ditempatkan terpisah karena kebutuhan atas editorial dan operasional yang independen.

Setiap bagian dari struktur organisasi itu harus memiliki paparan kerja atau *job description* yang jelas. Ini penting untuk memahami batas wewenang dan tanggungjawab di antara para manajer. Struktur organisasi tidak selalu sama untuk setiap stasiun televisi. Pimpinan stasiun televisi bisa saja membuat struktur organisasinya sendiri dan ini tidak menjadi masalah yang penting adalah bahwa struktur organisasi itu harus secara jelas memperlihatkan pembagian tanggung jawab dari setiap bagian dalam struktur organisasi penyiaran tersebut.

Morissan menegaskan bahwa pembagian tugas dalam sebuah media pers stasiun penyiaran pada umumnya memiliki empat fungsi dasar (*areas of*

⁷ Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Media Grafika. Hlm. 81

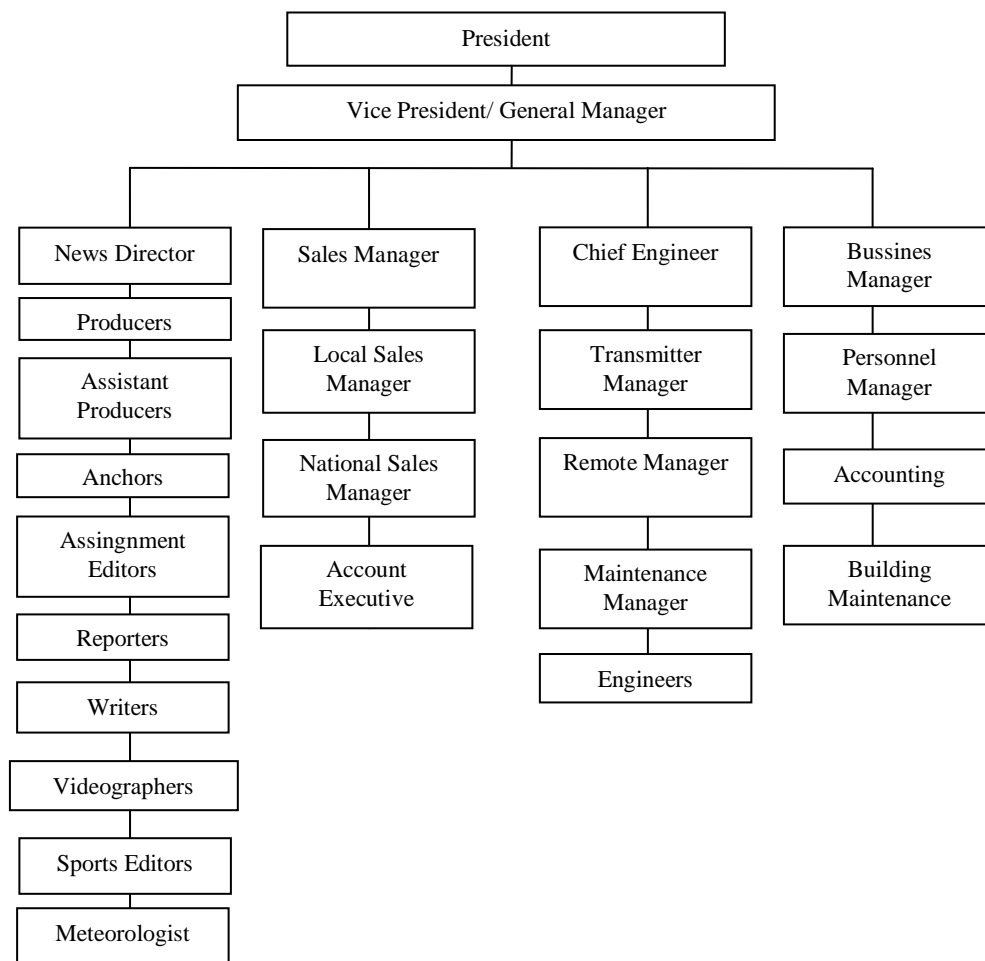
operations) dalam struktur organisasinya yaitu; bidang redaksi, bidang pemasaran, bidang teknik dan bidang administrasi. Melihat pembagian bidang tersebut, maka struktur organisasi setiap stasiun penyiaran – komersial atau non komersial biasanya terdiri atas empat bagian ini sesuai dengan fungsinya masing-masing. Istilah yang digunakan untuk menunjukkan fungsi bagian masing-masing itu umumnya juga sama untuk setiap media penyiaran.⁸

Manajemen suatu media penyiaran seperti televisi harus mempersiapkan suatu struktur organisasi yang mengantisipasi terjadinya promosi, mutasi atau pengunduran diri karyawan dan sebagainya. Masing-masing posisi harus diperhitungkan sebagai angkatan penerus manajemen senior. Hal ini diperlukan karena setiap orang yang ada dalam struktur organisasi mempunyai cita-cita dan sasaran dalam karirnya dan mereka ingin memperoleh promosi jabatan.

Manajemen stasiun penyiaran mengeluarkan berbagai kebijakan dan mewakili stasiun terhadap pihak luar. Manajemen juga bertugas melakukan koordinasi atas berbagai macam kegiatan yang dilaksanakan dan memastikan bahwa stasiun penyiaran bisa mendatangkan keuntungan. Lebih rinci Morissan menguraikan tugas dan wewenang tiap-tiap bagian dalam sebuah manajemen penyiaran dalam bagan sebagai berikut :

⁸ Ibid. Morissan.2009.Manajemen Media Penyiaran, Strategi mengelola Radio dan Televisi.Hlm. 57

Struktur Organisasi Stasiun Televisi



Sumber: Morissan (2009:82)

Pimpinan tertinggi suatu stasiun penyiaran biasanya disebut *general manager* (manajer umum), pada stasiun besar berskala nasional, pimpinan tertinggi ini disebut juga direktur utama. Pimpinan tertinggi media penyiaran sekaligus juga menjadi ketua dewan direksi (*board of directors*) yang anggotanya terdiri dari beberapa direktur. Dewan direksi merupakan pimpinan stasiun penyiaran, merekalah yang mengelola manajemen dan bisnis stasiun penyiaran secara keseluruhan.

Direktur utama bertanggung jawab untuk seluruh bagian stasiun penyiaran, namun ia mempunyai dua tanggung jawab utama yaitu: 1) menetapkan

sasaran (target) pemasaran dan; 2) mengendalikan pengeluaran. Direktur utama atau manager umum stasiun penyiaran harus mengetahui operasi seluruh bagian atau departemen dan mampu bekerja dengan setiap orang secara baik. Pimpinan stasiun penyiaran harus mampu memberikan masukan dalam hal pemilihan program, merancang bentuk-bentuk promosi, merencanakan strategi penjualan serta merencanakan kerjasama dengan pihak-pihak luar.

Penjelasan mengenai pembagian tugas pada setiap posisi dalam manajemen penyiaran pada bagan dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Program berita televisi pada dasarnya juga merupakan salah satu bentuk program sebagaimana film, kuis atau sinetron. Namun sebagian stasiun televisi membentuk bidang pemberitaan sebagai unit atau departemen yang terpisah dari bidang program. Bidang pemberitaan biasanya dipimpin seorang manager atau Direktur Pemberitaan yang bertanggung jawab langsung kepada Pimpinan Stasiun televisi. Bidang Pemberitaan Stasiun televisi besar biasanya memperkerjakan banyak orang mulai dari reporter, penulis, juru kamera, editor, *librarians*, produser dan sebagainya. Untuk mengelola semua ini maka diperlukan suatu bidang pemberitaan yang terpisah.⁹

Kecepatan merupakan sifat berita, oleh sebab itu berita harus segera disiarkan (berbeda dengan film atau sinetron yang bisa ditunda penayangannya) dan juga karena adanya misi tertentu atau tanggung jawab tertentu yang diemban manajemen. Head and Sterling mengatakan:

⁹ *Ibid.* Morissan.2009.Manajemen Media Penyiaran, Strategi mengelola Radio dan Televisi.Hlm. 84

”This seperation (news) from entertainment programming arises because of the timely nature of news”.

“Pemisahan bidang pemberitaan dari bidang hiburan disebabkan sifat berita yang sangat terikat oleh waktu”.¹⁰

Bidang program stasiun penyiaran memiliki tugas utama menyediakan berbagai acara yang akan disuguhkan kepada audien. Acara itu dapat diproduksi sendiri, diproduksi pihak lain atau membeli program dari pihak lain, maka bagian program harus memilih dan menjadwalkan program yang sudah dibeli itu. Keputusan bagian program biasanya muncul setelah melalui pembahasan dengan bagian penjualan dan pemasaran.

- 2) Sementara bidang pemasaran atau penjualan (*sales-marketing*) bertugas untuk menjual program kepada pemasang iklan. Staf bidang penjualan akan selalu berkoordinasi dengan bidang program. Kerjasama kedua bidang ini akan menghasilkan berbagai kesepakatan untuk mengatur waktu siaran yang biasanya sangat rinci yang dihitung berdasarkan detik. Misalnya pada detik ke berapa suatu iklan harus ditayangkan, dilanjutkan dengan info layanan publik kemudian iklan lainnya dan seterusnya.
- 3) Bidang teknik bertanggung jawab untuk menjaga kelancaran siaran khususnya peralatan teknik baik yang di studio maupun yang ada di pemancar agar siap pakai. Suatu siaran tidak akan dapat mengudara tanpa adanya peralatan siaran yang memadai. Seluruh peralatan ini harus dijaga dan dipelihara sebaik-baiknya. Teknologi siaran cenderung

¹⁰ *Ibid.* Hlm. 20

berubah dengan cepat sesuai dengan kemajuan teknologi. Peralatan teknik siaran dapat menjadi ketinggalan zaman hanya dalam waktu beberapa tahun. Bidang teknik bertugas merencanakan penggunaan peralatan, memelihara dan memperbaiki peralatan yang rusak dan mengusulkan pembelian peralatan baru, melaksanakan instalasi (pemasangan alat) dan melakukan perawatan atas alat itu. Stasiun televisi harus menyediakan anggaran khusus peralatan dan perlengkapan untuk menjaga agar tetap dalam kondisi prima.

Bidang teknik dipimpin oleh seorang kepala teknik yang bertugas melakukan koordinasi kelompok teknisi dan operator teknik yang terdapat pada stasiun televisi. Kepala teknik harus mempersiapkan usulan anggaran untuk pembelian peralatan baru dan mempersiapkan penjadwalan atas berbagai peralatan yang harus diganti, di samping mengoperasikan serta memelihara peralatan teknik. Kegiatan ini harus dilakukan secara rutin setiap tahunnya. Namun umumnya kepala bidang teknik mengawasi minimal dua kelompok yaitu satu kelompok operasional dan satu kelompok pemeliharaan (*maintenance*) peralatan.

- 4) Sementara bagian administrasi stasiun penyiaran bertugas menyediakan berbagai kebutuhan yang terkait dengan fungsi administrasi sebagaimana organisasi lain pada umumnya. Tanggung jawab bagian administrasi juga mencakup antara lain mengelola sumber daya manusia.

2.3 Televisi

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno.¹¹

Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Barulah pada tahun 1988, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI.

Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah. Menjelang tahun 2000 muncul hamper secara serentak lima televisi swasta baru (Metro, Trans, TV7, Lativi, dan Global) serta beberapa televisi daerah. Tidak ketinggalan pula munculnya televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dalam dan luar negeri.

Setelah undang-undang penyiaran disahkan pada tahun 2002, jumlah televisi baru di Indonesia diperkirakan akan terus bermunculan, khususnya di daerah, yang terbagi dalam empat kategori yaitu, televisi publik, swasta,

¹¹ Morissan, *Manajemen Media penyiaran. Strategi mengelola Radio dan televisi*, Kencana, 2008, Jakarta

berlangganan dan komunitas. Kini penonton televisi Indonesia benar-benar memiliki banyak pilihan untuk menikmati berbagai program televisi.

Televisi merupakan salah satu medium bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Namun sayangnya kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersediannya sumber daya manusia yang memadai. Pada umumnya, televisi dibangun tanpa pengetahuan pertelevisian yang memadai dan hanya berdasarkan semangat dan modal yang besar saja.

Berikut bagian-bagian dalam suatu stasiun televisi yang turut andil dalam proses tersiarnya suatu program menurut Morissan.¹²

1. Direktur Pemberitaan

Seseorang yang independen sangat dibutuhkan untuk menempati posisi ini. Direktur pemberitaan memutuskan apakah suatu program acara harus di *cut* demi siaran langsung yang sangat darurat, apakah suatu berita akan ditayangkan dan berbagai keputusan lain menyangkut disiarkannya berita. Seorang direktur pemberitaan harus bebas dari tekanan politik dan ekonomi untuk dapat tetap menayangkan suatu berita yang tanpa khawatir terhadap akibat dari penayangannya. Contohnya apabila ada suatu perusahaan yang menjadi pelanggan untuk memasang iklan di stasiun televisi tersebut, maka direktur pemberitaan tidak boleh takut untuk menyiarkan apabila ditemukan pemberitaan hal buruk mengenai perusahaan tersebut.

¹² Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. 2004. Ghalia Indonesia. Bogor. hlm 276-284

2. Produser Eksekutif

Produser eksekutif bertugas untuk memegang siaran berita dalam jangka panjang. Ia menentukan semua hal yang berhubungan dengan siaran berita seperti siapa reporter yang akan bertugas, siapa presenternya, bagaimana setting acara tersebut, bagaimana acara tersebut dapat tetap menjadi pilihan bagi masyarakat dan hal-hal lainnya. Ia juga mengawasi setiap staf yang bekerja untuk menentukan apakah program beritanya sudah sesuai dengan konsep yang ingin dibangun sejak awal.

3. Produser

Posisi produser berada dibawah produser eksekutif. Apabila produser eksekutif bertanggung jawab terhadap beberapa program berita, maka produser hanya bertanggung jawab terhadap suatu program berita.

4. Produser Acara

Produser acara bertanggung jawab dalam penayangan suatu program berita. Ia menyusun berita apa saja yang akan disiarkan, format beritanya, berita apa saja yang ditayangkan terlebih dahulu, berita apa yang akan menjadi pembuka dan penutup, dan lain-lain. Dalam tugasnya tersebut, produser acara akan berkoordinasi dengan reporter dan kordinator liputan.

5. Produser Lapangan

Sesuai dengan namanya, produser lapangan akan bertugas di lapangan untuk mengarahkan reporter dan cameramen. Ia mengarahkan harus adari angle mana suatu kejadian diambil untuk dijadikan berita. Produser lapangan juga menyiapkan materi wawancara.

6. Asisten Produser

Ketika reporter tengah mengerjakan suatu paket berita yang harus segera disiarkan namun tidak sempat menyelesaikannya karena berita yang lain sudah mendesak, maka disinilah asisten produser akan bekerja. Asisten produser mengumpulkan gambar yang dihasilkan dan memberikannya kepada produser melalui saluran *satellite* atau *microwave*.

7. Presenter

Presenter diibaratkan sebagai ujung tombak suatu program acara. Segala proses pengambilan gambar, penulisan berita dan berbagai proses yang kompleks di belakangnya, semua akan berakhir di pembawaan presenter. Ia akan menentukan bagaimana rating yang akan dihasilkan. Apakah masyarakat menyukai atau tidak. Kebanyakan presenter dipilih karena penampilan yang menarik dan kualitas vocal yang bagus. Hal tersebut bisa menjadi daya tarik bagi penikmat berita untuk memilih satu stasiun televisi dibandingkan yang lainnya.

8. Pengarah Program

Pengarah program adalah orang yang bertanggung jawab secara teknis akan kelancaran suatu acara televisi. Jika produser bekerja untuk mempersiapkan rundown, maka pengarah program akan bekerja di *control room studio* untuk melaksanakan rundown tersebut. Banyak persyaratan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pengarah program yang baik antara lain: memiliki pengetahuan dasar tentang kamera video, penggunaan *switcher*, *screwen direction*, *audio broadcast*, *lighting video*, *editing*, *equipment*, dan mampu menggabungkan aspek teknis dan seni.

9. Pemandu Gambar

Pemandu gambar merupakan orang yang bertugas menampilkan perpaduan gambar dari beberapa sumber gambar ke dalam satu tampilan visual televisi, sehingga program tersebut mempunyai nilai estetika. Pemandu gambar bertugas di ruang *studio control* dalam setiap produksi cara, baik acara berita ataupun non-berita. Pemandu gambar selalu mendampingi pengarah acara atau produser dalam menentukan keputusan tentang pengambilan gambar pada setiap produksi acara dan memberikan pertimbangan teknis jika dibutuhkan.

Apabila fungsi-fungsi diatas dapat terpenuhi dengan baik oleh setiap bagiannya, maka program acara yang dihasilkan pun akan menjadi program acara yang dinantikan oleh masyarakat setiap harinya.

2.3.1 Karakteristik televisi

Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (audio-visual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih merupakan media pandang. Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.

1. Mengutamakan gambar

Kekuatan televisi terletak lebih pada gambar yang didukung oleh narasi atau sebaliknya paparan dari narasi yang diperkuat oleh gambar. Tentu saja gambar yang dimaksud adalah hidup yang membuat televisi lebih menarik dibanding media cetak.

2. Mengutamakan kecepatan

Jika *deadline* media cetak 1 x 24 jam, *deadline* atau tenggat televisi bisa disebut setiap detik. Televisi mengutamakan kecepatan. Kecepatan bahkan menjadi salah satu unsur yang menjadikan berita televisi bernilai. Berita paling menarik atau menonjol dalam rentang waktu tertentu, pasti akan ditayangkan paling cepat oleh televisi

3 Bersifat sekilas

Jika media cetak mengutamakan dimensi ruang, televisi lebih mengutamakan dimensi waktu atau durasi. Durasi berita televisi terbatas. Berita yang ditayangkan televisi cenderung bersifat sekilas. Berita yang ditayangkan televisi cenderung tidak mendalam.

4 Bersifat satu arah

Televisi bersifat satu arah. Pemirsa tidak bisa pada saat itu juga member respon pada berita televisi yang ditayangkan, kecuali pada beberapa program interaktif. Pemirsa hanya punya satu kesempatan memahami berita televisi. Pemirsa tidak bisa, misalnya, meminta presenter membacakan ulang berita televisi karena pemirsa tersebut belum memahami atau ingin lebih memahami berita tersebut.

5 Daya jangkau luas

Televisi memiliki daya jangkau luas. Ini berarti televisi menjangkau segala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang sosial-ekonomi. Orang buta huruf tidak mungkin membaca berita media cetak, tetapi ia bisa menonton berita televisi. Siaran atau berita televisi harus dapat menjangkau rata-rata status sosial-ekonomi

khalayak.¹³

Media televisi sebagai media massa yang semakin digandrungi oleh masyarakat mempunyai kelebihan dan kekurangan. Tetapi televisi memiliki karakter yang sangat berbeda dengan media massa-media massa lainnya. Karakteristik televisi sebagai media massa maupun karakteristik teknis dari televisi itu sendiri sebagai media elektronik serta sebagai media visual gerak.

Pemahaman tentang karakteristik ini dianggap penting, karena dalam karakteristik ini akan dibahas hal-hal yang harus diperhatikan oleh para pengembang program televisi, baik itu sebagai penulis naskah maupun pelaksana produksi.

Bagi penulis naskah program televisi, ia akan dapat memilih materi yang cocok untuk di televisikan dan memaksimalkan potensi televisi sebagai media. Sedangkan bagi pelaksana produksi ia dapat mengantisipasi hal-hal yang menjadi keterbatasan televisi sebagai media, dengan mengenal secara baik karakteristik media televisi akan membantu dalam mewujudkan suatu program televisi yang bermutu.¹⁴

Karakteristik televisi sebagai media massa, berbeda dengan penonton film, penonton televisi mempunyai karakteristik yang agak unik, karena masing-masing mempunyai kebutuhan yang berbeda satu sama lain. Salain itu penonton televisi (*broadcast*) tersebar di mana-mana. Walaupun waktu menontonnya sama tetapi mereka tidak dapat berkomunikasi satu sama lain. Penonton televisi boleh dikatakan bebas, artinya ia menonton televisi bukan karena paksaan tetapi karena tertarik. Mungkin program yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhannya, mungkin juga karena tidak ada hiburan lain.

¹³ Adi badjuri, *Jurnalistik Televisi*, Graham ilmu, 2010, yogjakarta

¹⁴ Ibid. Adi badjuri, *Jurnalistik Televisi*, Graham ilmu, 2010

Namun demikian sebagai seorang (calon) pengembang program televisi harus menyadari sepenuhnya keaneka ragaman jenis dan sifat penonton ini, karena tidak mungkin dapat membuat program yang memenuhi kebutuhan semua khalayak. Untuk mengatasi keaneka ragaman tersebut, maka sebaiknya tentukanlah satu kelompok sasaran yang memiliki sifat, karakter, dan latar belakang yang sama.

Bila sudah menentukan sasaran yang jelas usahakanlah meraih perhatian pemirsa semaksimal mungkin melalui setiap gambar, setiap kata dan setiap bunyi yang dibangun harus ada maksudnya dan mampu menarik perhatian pemirsa.

Kelebihan televisi :

1. Kesan realistik : audio visual.
2. Masyarakat lebih tanggap : menonton dalam suasana santai, rekreatif.
3. Adanya pemilahan area siaran (*zoning*) dan jaringan kerja (*networking*) yang mengefektifkan perjangkauan masyarakat.
4. Terkait erat dengan media lain
5. Cepat, dari segi waktu, cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat luas.
6. Terjangkau luas, menjangkau masyarakat secara luas.

Kelemahan televisi :

1. Jangkauan pemirsa massa, sehingga pemilahan (sulit menentukan untuk pangsa pasar tertentu) sering sulit dilakukan.
2. Iklan relatif singkat, tidak mampu menyampaikan data lengkap dan rinci (bila diperlukan konsumen).

3. Relatif mahal.
4. Pembuatan iklan tv cukup lama

Karakteristik televisi lainnya yang cukup penting dapat diurai dari dua sudut yakni televisi sebagai media massa dan sebagai media visual gerak.¹⁵

2.4 Program Televisi

Pengertian program televisi yaitu kata “program” itu sendiri berasal dari bahasa Inggris *programe* 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 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 *audiencenya*.¹⁶

Dengan demikian disimpulkan bahwa pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audiencenya*. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat *audience* tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Program menjadi ujung tombak stasiun televisi karena pemirsa secara langsung melihat dari program-program yang disajikan setiap hari dan program mempunyai arti yang sangat penting dalam menginterpretasikan identitas sebuah stasiun televisi.

Seperti diketahui yang menjadi audiens tentu saja dari berbagai kalangan serta segmen yang berbeda-beda, karena itu program acaranya pun disesuaikan

¹⁵ Adi badjuri, *Jurnalistik televisi*, graham ilmu, 2010, Yogyakarta

¹⁶ Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*.2004.Ghalia Indonesia. Bogor.

berdasarkan tujuan atau target audiens dari program yang akan ditayangkan, maka pengelola program televisi harus mengetahui siapa *audience* yang menonton televisi pada waktu- waktu tertentu. Semakin banyak *audience* menonton suatu program acara televisi maka pemasang iklan akan berlomba-lomba untuk beriklan sebelum dan sesudah program itu ditayangkan.

Di samping itu khalayak umum memiliki sifat yang sangat heterogen, maka akan sulit bagi media penyiaran untuk melayani semuanya, sehingga pengelola program penyiaran harus memilih satu atau beberapa khalayak saja yang memiliki karakter atau respon yang sama dari seluruh populasi penduduk Indonesia.¹⁷ mengelompokkan berbagai jenis program menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya, yaitu :

1. Program informasi (berita) yang dibagi kedalam dua jenis, yaitu :
 - a. Berita keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan.
 - b. Berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gossip, dan opini seperti halnya talk show.
2. Program Hiburan (*entertainment*) yang dibagi kedalam tiga kelompok, yaitu:
 - a. Musik
 - b. Drama permainan (*game show*)
 - c. Pertunjukan (*variety show*)

¹⁷ Morissan. 2009. Manajemen media penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi. *Op., Cit.*

2.5 Format Acara *Variety Show*

Menurut Naratama (2002), yang dikutip oleh Mabruri dalam buku Penulisan Naskah TV, *Variety Show* adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya seperti *talk show*, *magazine show*, kuis, *game show*, *music concert*, dan lain sebagainya. Keberagaman format di dalam satu acara televisi membuat acara televisi menjadi tidak membosankan karena tidak selalu menyangkan satu format acara saja sehingga bisa menghibur khlayak yang menonton.¹⁸

Secara etimologis, kamus bahasa inggris menuliskan *variety* berarti variasi atau beragam. Sedangkan *show* berarti pertunjukan. Jadi *variety show* adalah variasi pertunjukan atau dikenal juga sebagai seni atau hiburan berbagai tindakan, pertunjukan terutama musik dan komedi sketsa, dan biasanya diperkenalkan oleh seorang pengantar (pembawa acara) atau *host*. Karena bentuknya yang bebas dan beragam, pertunjukan dapat terdiri dari pertunjukan sihir, binatang dan sirkus, akrobat, *jungling* dan berbicara dengan perut.

Antje Schwarzmeier dalam jurnalnya yang berjudul *Planning and Designing a Variety show* menjelaskan bahwa dalam sebuah *variety show* terdapat banyak ruang yang leluasa untuk memasukan konten program. Luasnya durasi yang dimiliki *variety show* memungkinkan segala bentuk format acara dapat dipadukan menjadi sebuah *variety show* yang menarik. Sehingga perlu perencanaan yang seksama dalam menciptakan struktur acaranya. *Variety show* dapat dihasilkan dari unsur pencampuran topik yang sedang hangat dibicarakan,

¹⁸ Mabruri, penulisan Naskah TV 2011.Hlm 19

menciptakan kedekatan penonton dan bintang tamu dan musik dengan tempo panjang dan gaya presenter yang disesuaikan dengan karakter program.¹⁹

Program acara Dahsyat ini merupakan program musik yang berkembang menjadi *variety show* yang mana acaranya menampilkan sebuah pertunjukan hiburan dengan konsep musik. Program-program *Variety Show* merupakan program yang dapat dikatakan serupa tapi tak sama yaitu judul berbeda, aktor berbeda, namun format acara, alur, karakter sesungguhnya sama.

2.6 Produksi Program Televisi

Merencanakan sebuah produksi program TV, seorang produser professional akan dihadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam, seperti materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (*financial*), organisasi pelaksana produksi dan tahapan pelaksanaan produksi.²⁰

Berfikir tentang produksi televisi bagi seorang produser professional berarti mengembangkan gagasan bagaimana materi produksi itu dapat menjadi suatu sajian yang bernilai atau berbobot hanya dapat diciptakan oleh seorang produser yang memiliki visi. Adakah produser yang tidak memiliki visi? Tentu saja setiap produser atau pengarang selalu memiliki visi. Masalahnya apakah visi itu tumbuh dari suatu acuan mendalam pemikiran kritis atas sarana yang dipakai untuk menampilkan materi produksi. Atau visi itu sekedar mengikuti arus yang sedang memiliki landasan yang kuat. Sekedar ikut-ikutan atau mengikuti arus boleh disebut tanpa visi.

¹⁹ [http://interadio.org/mos/intradioc/handout%20\(english\)variety%20show\(mega21nsendung](http://interadio.org/mos/intradioc/handout%20(english)variety%20show(mega21nsendung)
diakses: 26 juli 2015 pukul: 23.00

²⁰ Wibowo Fred, Dasar-dasar produksi program Televisi.Hlm 7

Bertolak dari dorongan kreativitas, seorang produser yang menghadapi materi produksi akan membuat seleksi. Dalam seleksi ini intelektualitas dan spiritualitas secara kritis menentukan materi mana yang diperlukan dan mana yang tidak. Kemudian akan lahir ide tau gagasan. Dilengkapi dengan materi atau bahan lain yang menunjang ide ini, akan tercipta naskah untuk produski. Naskah inilah bahan dasar yang perlu dipikirkan oleh seorang produser ketika ia akan mulai berproduksi.

Hasil produksi yang memiliki Visi akan tampak sikapnya. Sikap inilah kekhasan dan keunikan dari produksi itu. Produksi yang tidak memiliki kekhasan atau keunikan berarti produksi kodian, tidak menarik dan biasa-biasa saja. Tidak memukau dan mempesona, tidak mampu *stop the eyes and the ears*.

2.6.1 Tahapan Produksi Program Televisi

Dalam media penyiaran, kata kunci untuk memproduksi atau membuat program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian, setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi. Produksi program juga dapat dibagi melalui siapa yang memproduksi program tersebut :

1. Program dibuat sendiri (*In-House Production*), biasanya adalah program berita (*news programme*) dan program yang terkait dengan informasi misalnya: lporan khusus, infotainment, (*talk show*), biografi tokoh, *feature*, film dokumenter. Program yang menggunakan studio, misalnya *game show* juga termasuk program yang dibuat sendiri.

2. Program yang dibuat pihak lain utamanya jenis program hiburan misalnya, program drama (film, sinetron, telenovela), program musik (video klip), program *variety show*, *reality show* dan lain-lain.

Suatu program akan melalui rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau membeli.²¹

Menurut Morissan proses produksi suatu program televisi dimulai dari orang-orang yang memiliki ide atau gagasan. Mereka yang memiliki ide atau gagasan ini dapat perorangan ataupun rumah produksi atau (*Production House*). Mereka menuliskan gagasan ke dalam kertas yang memuat antara lain konsep yang ingin dikembangkan, karakter dari para tokoh, jumlah kru, usulan nama pemain yang akan digunakan, serta hal-hal lain yang diperlukan untuk mewujudkan ke dalam program ini.

Suatu program dihasilkan melalui proses produksi yang memerlukan peralatan, dan tenaga dari berbagai profesi kreatif. Proses produksi itu sendiri terdiri atas tiga bagian utama, yaitu :

1. Tahap pra-produksi atau perencanaan adalah semua kegiatan mulai dari pembahasan ide (gagasan) ke dalam outline. Penulisan skrip atau skenario, *storyboard*, program *meeting*, peninjauan lokasi pengambilan gambar, production meeting, pembuatan dekor dan perencanaan lain yang mendukung proses produksi dan pasca produksi.

²¹ Morissan 2009. Hlm.266

2. Tahap produksi adalah seluruh kegiatan pengambilan gambar (shooting), baik di studio maupun di luar studio. Proses ini disebut juga dengan taping. Perlu dilakukan pemeriksaan ulang setelah kegiatan pengambilan gambar selesai. Dilakukan. Jika terdapat kesalahan maka pengambilan gambar dapat diulangi kembali.
3. Tahap pasca produksi adalah semua kegiatan setelah tahapan pengambilan gambar sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar kembali. Kegiatan yang termasuk dalam pasca produksi antara lain penyuntingan (*editing*), memberi ilustrasi, musik, efek dan lain-lain.

Perencanaan waktu, baik selama masa pra produksi, produksi maupun pasca produksi harus dijadwalkan ke dalam jadwal waktu yang matang. Penyimpangan jadwal waktu kegiatan akan berpengaruh terhadap jalannya proses produksi tersebut dan akan mempengaruhi pembiayaan.²²

2.7 Peran host dan penonton bayaran dalam proses produksi program

Dahsyat

2.7.1 Peran

Istilah peran dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” mempunyai arti pemain sandiwara (film), perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat.

Peranan (role) merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apa seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan

²² Ibid. Morissan 2009.Hlm 271

adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Kedudukan tak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya.²³ tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Sebagaimana halnya dengan kedudukan, peranan juga mempunyai dua arti. Setiap orang mempunyai peran bahwa peran menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya. Pentingnya peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain. Orang yang bersangkutan akan dapat menyesuaikan perilaku sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya. Hubungan-hubungan sosial yang ada dalam masyarakat merupakan hubungan antara peranan-peranan individu dalam masyarakat.

2.7.2 Host

Host secara umum, diartikan sebagai orang yang memegang sebuah acara tertentu. Keberadaan host biasanya identik dengan acara yang dibawakannya. Dengan demikian, selain jenis acara, figur host yang bersangkutan juga memegang peranan penting. Kehadiran seorang host yang berkarakter akan menjadi daya tarik sebuah acara. Jika host-nya ternyata tidak berkarakter maka bisa jadi acara tersebut segera ditinggalkan pemirsa. Untuk itu sebuah setiap produser sebuah acara harus betul-betul selektif memilih para host. Artinya, pertimbangan pemilihannya tidak didasarkan karena kecantikan dan

²³ Soerjono Soekanto. Sosiologi suatu pengantar. 1982. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta. Hlm. 213

popularitasnya, tapi juga integritas dan karakternya. sering kita lihat acara di televisi berganti-ganti host hanya karena masalah karakter.²⁴

Kini para host acara semakin banyak bermunculan, bahkan beberapa diantaranya menjadi selebriti yang cukup dikenal oleh masyarakat.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan mengenai host bahwa proses berbicara dengan cara mengatur susunan atau jalannya acara agar acara tersebut bisa berjalan dengan baik dan tersusun sistematis.

2.7.3 Penonton Bayaran

Maraknya acara musik *live* terutama yang disiarkan pada pagi hari dan serempak oleh beberapa stasiun televisi. Acara tersebut selain menyedot kru atau pekerja dari tim televisi itu sendiri seperti produser, kameraman, FD, dll. Acara tersebut seiring berkembangnya waktu membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat kelas bawah sebagai penonton bayaran atau bisa juga disebut “*alay*”.

Penonton adalah orang yang menonton pertunjukan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011). Sedangkan bayaran berarti upah, gaji, atau orang yang dibayar. Berdasarkan definisi ini, maka penonton bayaran merupakan orang-orang yang dibayar untuk menonton pertunjukan. Dalam konteks penelitian ini, penonton bayaran yang ditampilkan dalam televisi menjadi orang-orang yang secara khusus digunakan jasanya, untuk meramaikan dan memeriahkan suasana program acara. penonton bayaran pada industri televisi Indonesia biasanya tergabung dalam sebuah agensi atau komunitas, yang dikoordinasikan oleh seseorang yang bertindak sebagai pengumpul penonton, *contact person*, dan pembagi upah dari stasiun televisi kepada seluruh penonton bayaran di bawah koordinasinya.

²⁴ Baksin Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. Hlm. 155

Motivasi masyarakat menjadi penonton bayaran pun berbeda-beda, menurut (Rahmat, 2012) motivasi menjadi penonton ada 3, yaitu :

1. Ingin masuk televisi
2. Mengumpulkan uang. Baik untuk pribadi maupun kelompok
3. Sebagai batu loncatan untuk menjadi artis atau model iklan dan ingin bertemu artis.

Semakin sulitnya mencari penonton yang dengan sukarela untuk meramaikan acara di televisi. Sebagai solusinya maka penonton bayaranlah yang menjadi pilihan acara-acara stasiun televisi. Tujuannya hanya satu yakni agar acara tersebut meriah dan lebih hidup yang akhirnya akan menaikkan rating acara itu sendiri. Dari program acara variety show Dahsyat ini menggunakan penonton bayaran dalam studio. Penonton bayaran merupakan bagian dari acara yang mempunyai peran yang penting untuk program ini. Penonton bayaran dalam studio bisa meramaikan acara dan membuat acara itu lebih meriah.

2.8 Ekonomi Media.

Ekonomi media adalah sebuah studi atau kajian yang mempelajari bagaimana media industri menggunakan sumber daya terbatas atau langkah untuk memproduksi isi atau konten dan mendistribusikannya kepada konsumen (sebagai bagian dari masyarakat) untuk memberikan kepuasan atas kebutuhan dan keinginan mereka.²⁵

Kebutuhan atas pemahaman yang lebih baik tentang pasar adalah kebutuhan untuk memperluas atau mendefinisikan kembali teori tentang perusahaan. Untuk beberapa dekade, ekonomi media telah mencoba untuk

²⁵ Albaran, *Media Economics, understanding markets, industry dan concepts*, 1996. Hlm 4

berusaha dalam tiga kategori yang dibangun dalam media massa: monopoli, oligopoli, dan persaingan monopolis (Albarran, 2002).

Setiap individu dalam suatu kelompok masyarakat pasti melakukan kegiatan untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhannya atau disebut dengan ekonomi. Dengan kata lain, masyarakat memanfaatkan kelangkaan (keunikan) untuk menambahkan nilai ekonomi suatu produk. Pada dasarnya kegiatan ekonomi terbentuk dari dua kegiatan dasar yaitu produksi dan konsumsi. Produksi adalah kegiatan menciptakan produk baik itu barang maupun jasa untuk memenuhi permintaan. Dalam industri media, jenis produksinya dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori besar, yaitu: cetak (buku, majalah, koran), elektronik (radio, televisi, rekaman), dan fotografi (film).

Konsumsi adalah pemanfaatan sumber daya barang maupun jasa untuk memuaskan berbagai keinginan dan kebutuhan. Dalam industri media, sumber daya yang dinikmati oleh konsumen adalah hiburan dan konten informasi. Penonton menggunakan media untuk memuaskan motivasi dan preferensi atau pilihan yang berbeda-beda.

Ekonomi media melengkapi makna untuk memahami aktivitas dan fungsi perusahaan media sebagai lembaga ekonomi. Hanya dengan pemahaman perusahaan media pribadi sebagai kelompok bisnis seseorang dapat mengapresiasi perilakunya dalam masyarakat. Pemahaman ekonomi media menguatkan pemahaman kita atas peran dan fungsi media massa dalam masyarakat. Pada tingkatan teoritis, ekonomi media melengkapi keberadaan teori komunikasi massa dengan menambahkan dimensi penting seperti struktur,

perilaku, dan penampilan industri dan perusahaan media, pengaruh ekonomi, kebijakan, dan regulasi, dan perilaku khalayak.

Sebagai lapangan keserjanaan, penelitian ekonomi media menawarkan kontribusi penting atas kajian media. Penelitian ekonomi media menghadapi tantangan sebagaimana menghadapi untuk analisis dan evaluasi dunia yang berubah dan kompleks di mana industri media beroperasi. Ekonomi media memandang media sebagai industri atau institusi ekonomi yang berupaya mencari keuntungan.²⁶

Sebagai suatu disiplin ilmu, ekonomi media (istilah “media” tidak hanya dimonopoli dan selalu identik dengan “media massa”, namun dalam konteks buku, istilah “media” kita identikan/termaksud untuk “media massa” terbilang baru. Di Negara-negara barat, studi ini baru muncul pada 1990-an. Di Indonesia, studi ekonomi media baru muncul pada tahun 2000-an. Studi ekonomi media umumnya baru menjadi bidang studi di dunia ilmu komunikasi. Studi ekonomi media ini semestinya juga menjadi studi di jurusan ekonomi.

Apa itu ekonomi media? Ekonomi media tentu terdiri atas dua kata “ekonomi” dan “media”. Oleh karena itu, sebelum kita membahas definisi ekonomi media, kita lihat dulu definisi ekonomi dan media. Ekonomi menurut Samuelson dan Nordhaus, adalah studi tentang bagaimana manusia menggunakan sumber-sumber yang terbatas untuk memproduksi komoditas dan mendistribusikannya kepada manusia atau kelompok manusia lainnya. Dari definisi tersebut, ada tiga konsep pokok dalam ekonomi: sumber (segala sesuatu yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa), produksi (penciptaan

²⁶ Usman KS, *Ekonomi Media* 2009, Hlm.1

barang dan jasa untuk konsumsi), serta konsumsi (penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan).²⁷

Media secara umum bisa didefinisikan sebagai sarana atau perantara atau penyebar dalam suatu proses komunikasi. melalui media, pesan terdistribusi ke khalayak. Dalam konteks ekonomi, media adalah institusi bisnis atau institusi ekonomi yang memproduksi dan menyebarkan informasi, pengetahuan, pendidikan, dan hiburan kepada konsumen yang menjadi target. Yang termasuk media, antara lain televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, buku, iklan, *public relations*, film, serta rekaman. Dalam konteks ekonomi media, televisi, radio, surat kabar, dan media lainnya tentu harus dipandang sebagai industri atau institusi bisnis.

Ilmuan komunikasi, Wilbur Scramm, menyebut media massa sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Akan tetapi, kecenderungan dewasa ini memperlihatkan media telah menjadi industri dan institusi ekonomi. Banyak pengusaha besar yang menanamkan modalnya dalam bisnis media massa. Para pengusaha yang terjun ke industri media tentu berharap modal yang mereka sudah tanamkan bisa kembali, bahkan menghasilkan keuntungan. Terjunnya pengusaha besar dalam industri media memunculkan fenomena konglomerasi media.²⁸

Untuk menghasilkan keuntungan, perusahaan media tentu saling berkompetisi. Kompetisi antar industri media adalah kompetisi memperebutkan khalayak dan pengiklan. Khalayak dan pengiklan dalam ekonomi media di sebut pasar. Dalam berupaya memenangkan persaingan merebutkan pasar, media

²⁷ Ibid, Usman KS, *Ekonomi Media* 2009 Hlm.2

²⁸ Ibid. Usman KS, *Ekonomi Media* 2009 Hlm. 5

kadang mengabaikan kepentingan publik. Media sering kali mengabaikan kualitas produk yang mereka hasilkan demi mengejar keuntungan. Untuk itu, media dalam perspektif ekonomi media membutuhkan regulasi.

Untuk berkompetisi dan menghasilkan keuntungan, media juga harus mengetahui selera pasar dan perubahannya. Bagaimanapun, sebagai institusi ekonomi, media massa harus mampu memenuhi kebutuhan pasar. Sebabnya, pasarlah yang “membiayai” kelangsungan hidup media. Untuk mengetahui selera atau kebutuhan pasar tersebut, media perlu melakukan riset. Melihat fenomena media sebagai institusi ekonomi, banyak ilmuwan komunikasi yang mengembangkan pemikiran atau teori tentang media massa sebagai institusi ekonomi. Fenomena media massa telah menjadi institusi ekonomi, bahkan melahirkan disiplin ilmu ekonomi media.

Ekonomi adalah kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sementara media adalah alat atau sarana yang digunakan masyarakat untuk memudahkan kehidupan. Berbagai media digunakan dalam mempermudah kehidupan manusia, sesuai dengan perkembangan peradabannya. Saat ini, hampir tidak ada proses kehidupan manusia yang terlepas dari penggunaan media, mulai dari yang paling sederhana seperti komunikasi melalui media untuk mempermudah menyantap makanan, hingga yang canggih, seperti pesawat udara untuk mempermudah transportasi.

Media muncul dan berkembang dalam kehidupan manusia sesuai dengan tingkatan perkembangan teknologi yang dicapai oleh peradabannya. Dengan demikian, dapat dilihat secara umum media tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, baik secara individu, keluarga, masyarakat, bangsa maupun

pergaulan antarbangsa. Kedua kata tersebut (ekonomi dan media) seakan-akan sudah menyatu dalam kehidupan masyarakat. Hampir setiap hari koran dan media lainnya memberitakan berbagai hal, baik mengenai ekonomi, ataupun aspek kehidupan lainnya, berbagi kejadian yang timbul di masyarakat, yang diberitakan oleh media (alat komunikasi massa), biasanya berawal dan/atau berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Para pemasang iklan akan tertarik untuk menggunakan suatu media untuk beriklan, bila rating atau peringkat acara dari media tersebut tinggi di mata konsumen.²⁹

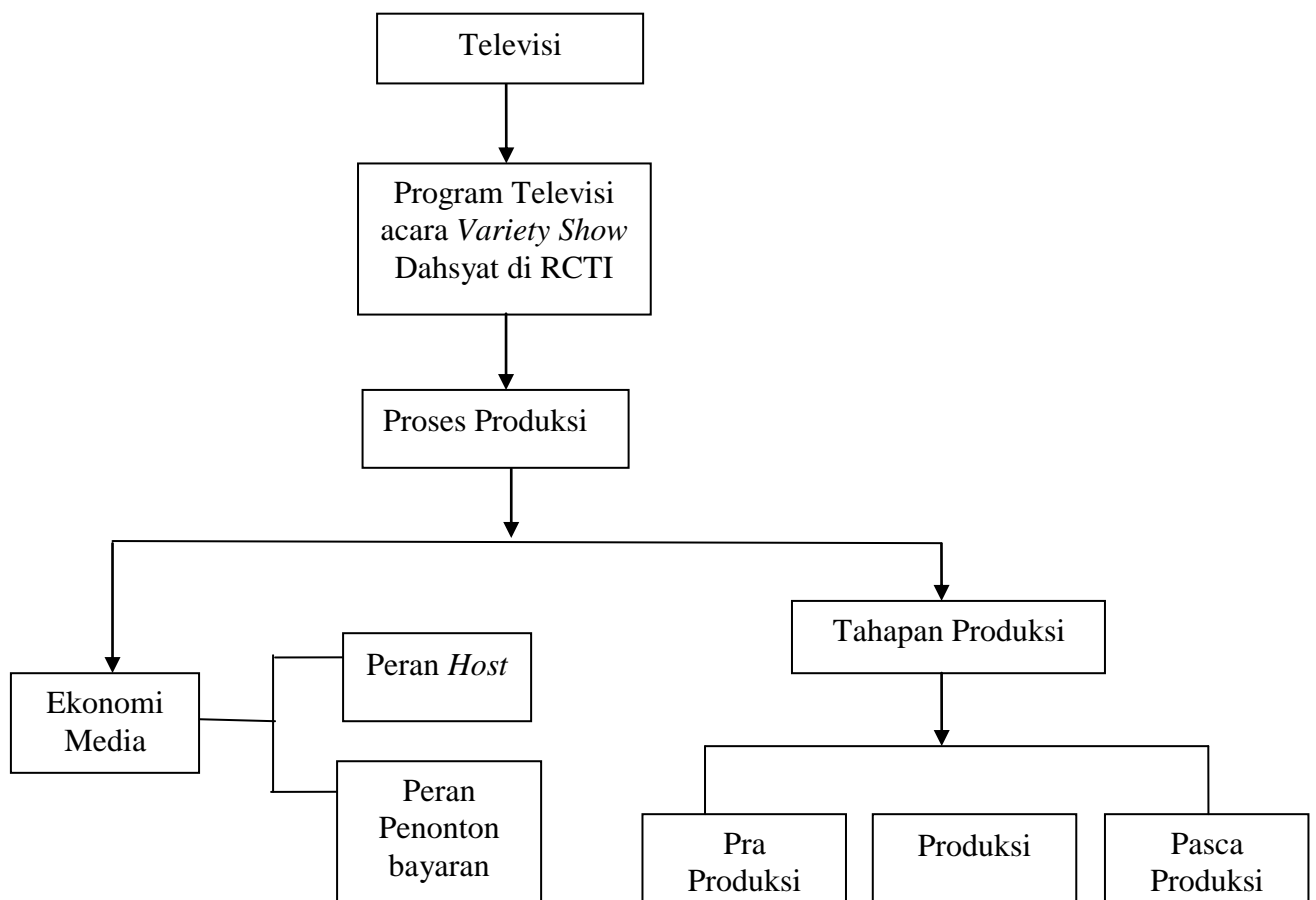
2.9 Kerangka Berpikir

Program *Variety Show* yang tayang di televisi memberikan hiburan dan banyak diminati oleh pemirsa. Program yang tayang setiap hari pada pagi hari adalah Program *Variety Show* Dahsyat. Program Dahsyat sudah 7 tahun tayang di televisi. Peneliti melihat bagaimana Proses produksi program *variety show* acara Dahsyat di RCTI dengan tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Peneliti menjelaskan peran host dan penonton bayaran dalam program Dahsyat untuk bisa mendapatkan keuntungan. Host dan penonton merupakan bagian yang penting untuk memeriahkan acara. Program Dahsyat ini dikenal dengan host yang menghibur dan penonton yang disebut dengan sahabat Dahsyat ini sudah banyak dikenal dengan sebutan penonton alay. Peran host dan penonton bayaran dalam program Dahsyat ini bisa mendapatkan keuntungan seperti yang dijelaskan pada ekonomi media bahwa media sebagai industri atau institusi yang berupaya mendapatkan keuntungan.

²⁹ Henry faizal Noor, *Ekonomi Media*, 2010, Hlm 15

Penulis akan memaparkan bagaimana proses produksi program Dahsyat mulai dari tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi dan bagaimana peran host dan penonton bayaran dalam program *variety show* Dahsyat ini bisa mendapatkan keuntungan.

Oleh karena itu kerangka berpikir dari penelitian ini dapat dideskripsikan dalam bagan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : oleh peneliti berdasarkan sistematika latar belakang

2.10 Penelitian Sebelumnya

Terdapat dua penelitian yang dianggap relevan dan ada keterkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti. Penelitian yang pertama berjudul Analisis Proses Produksi Program *Variety Show* Inbox oleh peneliti Gabriele Gempita Saputri. Metode penelitian dalam ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Program Inbox merupakan program entertainment yang ditayangkan secara *live*. Dan berdurasi selama 120 menit. Pada awalnya Inbox, memiliki isi program yang hanya musik saja, seperti "*tagline*" nya yaitu barometer musik, tetapi semakin berkembangnya industri musik dan pertelevisian, serta semakin banyak pula kompetitor, maka Inbox dikembangkan lagi menjadi *Variety Show*, dimana content program menjadi lebih bervariasi dan berwarna di mata penonton. Program Inbox mengambil lokasi *outdoor* di tempat keramaian. Inbox SCTV disiarkan secara *live* dan berganti-ganti tempat. Semakin banyak kompetitor program acara musik bahkan di stasiun televisi lain mempengaruhi keinginan program ini agar semakin berkembang dan meningkatkan kualitas program agar terdepan dibandingkan dengan kompetitor-kompetitor program televisi lainnya. Maka Inbox SCTV sekarang mengembangkan program tidak hanya berisi acara musik saja tetapi ada games dan interaksi dengan penonton maka sekarang Inbox lebih terarah pada *Variety Show*. Ada beberapa hal yang dapat dianalisa oleh peneliti antara lain proses sebelum melakukan produksi (pra produksi), saat produksi maupun setelah melakukan produksi (pasca produksi). Hasil penelitian dan wawancara juga berkaitan dengan teori SWOT.

Selanjutnya penelitian yang dianggap relevan yaitu penelitian yang berjudul Analisis Proses Produksi program "Kita bisa" di Kompas TV (Periode

Februari sampai April 2013). Metode yang dilakukan penelitian adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian Deskriptif. Menjelaskan bagaimana proses tahapan produksi yang dilakukan oleh program “kita bisa” mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi selama periode Februari 2013 hingga April 2013. Penelitian tersebut dapat memahami proses kegiatan dari ketiga tahapan produksi program “kita bisa mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

Lebih jelas perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dijabarkan dalam tabel perbandingan sebagai berikut

Tabel 2.3 Penelitian Sebelumnya

Nama Peneliti	Gabriele Gempita Saputri	Raden Roro Dewi Sekartaji
Judul Penelitian	Analisis Proses Produksi Program Variety Show INBOX SCTV	Analisis Proses Produksi program “Kita bisa” di Kompas TV (Periode Februari sampai April 2013)
Tahun Penelitian	2009	2013
Teori	Konsep SWOT	Konsep Tahapan Produksi dan Analisa SWOT
Metode Penelitian	Deskriptif, Kualitatif	Kualitatif dengan jenis penelitian Deskriptif
Hasil Penelitian	Metode penelitian dalam ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Program Inbox merupakan program entertainment yang ditayangkan secara live. Dan berdurasi selama 120 menit. Pada awalnya Inbox, memiliki isi program yang hanya musik saja, seperti “tagline” nya yaitu barometer	Dapat memahami proses kegiatan dari ketiga tahapan produksi program “kita bisa” mulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Serta mengetahui analisa SWOT dari program ini.

	<p>musik, tetapi semakin berkembangnya industri musik dan pertelevisian, serta semakin banyak pula kompetitor, maka Inbox dikembangkan lagi menjadi <i>Variety Show</i>, dimana content program menjadi lebih bervariasi dan berwarna di mata penonton. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan seluruh data dari observasi langsung, dan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang bersangkutan. Ada beberapa hal yang dapat dianalisa oleh peneliti antara lain proses sebelum melakukan produksi (pra produksi), saat produksi maupun setelah melakukan produksi(pasca produksi). Hasil penelitian dan wawancara juga berkaitan dengan teori khusus yang ada.</p>	
--	---	--

Persamaan	Program yang berkembang yang awalnya program musik menjadi program <i>Variety Show</i> dan menjelaskan proses produksi dengan tahapan produksi (pra produksi, produksi, pasca produksi)	Menganalisis proses produksi dengan tahapan pra produksi produksi dan pasca produksi
Perbedaan	Program Inbox mengambil lokasi outdoor di tempat-tempat keramaian dan proses produksinya menggunakan konsep SWOT	Penelitian pada proses produksi lebih menganalisis SWOT
Sumber	http://library.binus.ac.id/eColls/ethesisdoc/Bab1/2012-2-01309-MC%20Bab.pdf diakses pada 20 Juni 2015 14.05	http://thesis.binus.ac.id/doc/lain-lain/2012-2-01314-MC%20workingPaper001.pdf diakses pada 20 juni 2015 . 23.00

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll secara *holistic* dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode ilmiah.³⁰

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan model yang dikembangkan sangat beragam. *Kirk dan Miller (1986:9)* mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.

Penelitian kualitatif dimanfaatkan untuk keperluan konsultatif, memahami isu-isu rumit sesuatu proses, memahami isu-isu yang sensitive, untuk keperluan evaluasi, untuk meneliti latar belakang fenomena yang tidak dapat diteliti melalui kuantitatif.³¹ Seperti yang sudah disebutkan tadi, maka peneliti memilih kualitatif sebagai pendekatan penelitian, karena penelitian ini meneliti tentang evaluasi suatu kegiatan.

³⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001: 6

³¹ Moleong, 2001:7

Alasan lain dari pemilihan kualitatif sebagai pendekatan penelitian, yaitu karena pendekatan ini digunakan untuk menggali informasi yang lebih rinci dan lengkap melalui wawancara yang dilakukan untuk mengungkap hal-hal yang belum terlihat jika hanya melalui pengamatan. Berdasarkan hal tersebut, hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada Produksi Program Televisi pada acara *variety show* Dahsyat di RCTI kemudian akan dilanjutkan dengan wawancara mendalam untuk melihat bagaimana produksi yang dilakukan pada program Dahsyat ini serta pengungkapan hal-hal yang belum terlihat saat peneliti melakukan observasi.

Dengan menggunakan metode kualitatif peneliti dapat melakukan evaluasi pada Produksi Program Televisi acara *variety show* Dahsyat di RCTI.

Dengan digunakan pendekatan kualitatif, maka data yang didapat akan lebih lengkap serta lebih mendalam sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai, dan dapat ditemukan data yang bersifat proses kerja, perkembangan suatu kegiatan, deskripsi yang luas dan mendalam, perasaan, norma, keyakinan, sikap mental, etos kerja dan budaya yang dianut seorang maupun sekelompok orang dalam lingkungan kerjanya.³²

Tujuan menggunakan sifat penelitian kualitatif adalah untuk memaparkan fakta secara factual dan cermat berdasarkan apa yang peneliti temukan di lapangan. Sehingga data yang diperlukan pun akurat dan jelas. Menggunakan metode penelitian kualitatif ini juga untuk mencari jawaban dengan mengamati berbagai tatanan sosial dan individu yang berada pada lingkup tatanan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan bagaimana proses produksi yang

³² Sugiyono, . Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Penerbit Alfabeta Bandung. 2012.Hal:181

dilakukan pada program Dahsyat ini serta peran host dan peran penonton bayaran dalam program Dahsyat di RCTI Sehingga pendekatan kualitatif dianggap tepat dalam melakukan penelitian ini.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma postpositivisme. Paradigma postpositivisme ini merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologi aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal, yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti). Selanjutnya dijelaskan secara epistemologis hubungan antara pengamat atau peneliti dengan objek atau realitas yang diteliti tidaklah bisa dipisahkan, tidak seperti yang diusulkan aliran Positivisme. Aliran ini menyatakan suatu hal yang tidak mungkin mencapai atau melihat kebenaran apabila pengamat berdiri di belakang layar tanpa ikut terlibat dengan objek secara langsung. Oleh karena itu, hubungan antara pengamat dengan objek harus bersifat interaktif, dengan catatan bahwa pengamat harus bersifat senetral mungkin, sehingga tingkat subjektivitas dapat dikurangi secara minimal.³³ Peneliti tidak hanya menanyakan kebenarannya kepada informan, namun peneliti melakukan pengamatan langsung dan melihat langsung proses produksi yang dilakukan.

³³ Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana. Hlm 40

3.3 Informan Penelitian

Pemilihan informan yang merupakan responden penelitian berfungsi untuk menjangkau sebanyak-banyaknya informasi yang dapat bermanfaat untuk bahan analisis penelitian dan konsep serta proporsi sebagai temuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, sampel yang sering digunakan dalam penelitian yang berasumsi statistik dan mekanistik tidak lagi berlaku karena dalam penelitian kualitatif, istilah sampel tersebut diganti dengan istilah informan.

Informan penelitian meliputi tiga macam, yaitu informan kunci (*Key Informan*), informan utama dan informan pendukung. Informan kunci adalah mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Informan utama adalah mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Sedangkan informan pendukung adalah mereka yang dapat memberikan informasi walaupun secara tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti.³⁴

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), artinya penentuan informan penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu. Pada teknik *purposive* ini, siapa yang diambil sebagai anggota sampel diserahkan pada pertimbangan peneliti yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Oleh karena itu, peneliti mengutip beberapa kriteria yang disebutkan Soehartono untuk menentukan informan kunci, diantaranya:

³⁴ Soehartono, Irawan. 1995. *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm. 71

- 1) Informan yang menguasai atau memahami kondisi perusahaan RCTI melalui proses enkulturasi, sehingga kondisi itu bukan sekedar diketahui tetapi juga dirasakan langsung.
- 2) Informan tergolong masih berkecimpung pada kegiatan yang diteliti, dalam hal ini Program Dahsyat di RCTI.
- 3) Informan mempunyai waktu yang memadai untuk memberikan informasi. Pertimbangan ini berdasarkan kesediaan dan kesempatan yang dimiliki informan pada saat dilakukannya pengumpulan data.

Sebagai Informan Kunci atau *Key Informan*, peneliti telah menentukan informan dalam penelitian ini yaitu Produser Dahsyat dan mantan Produser Dahsyat. Pemilihan tersebut berdasarkan pertimbangan yang dianggap memenuhi kriteria. Sama halnya dengan informan kunci, terdapat beberapa *point* yang peneliti kutip dari Soehartono sebagai kriteria untuk menentukan informan utama. Kriteria untuk informan utama ini antara lain:

- 1) Mereka yang tergolong masih berkecimpung pada kegiatan Program Dahsyat, peneliti memberikan batasan untuk informan yang telah bekerja di tempat penelitian minimal satu tahun.
- 2) Informan mempunyai waktu yang memadai untuk memberikan informasi. Oleh karena itu, peneliti juga telah menentukan beberapa posisi yang ada dalam struktural RCTI untuk menjadi informan utama dalam penelitian ini. Informan utama dalam penelitian ini adalah: Tim Kreatif Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI.

Sementara untuk informan pendukung dapat disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Dalam arti, informan pendukung merupakan orang-orang yang secara

tidak langsung dapat memberikan data atau informasi yang mendukung penelitian ini, Adapun kriteria yang menjadi informan pendukung antara lain:

- 1) Mereka yang dapat memberikan informasi sekaligus mendukung pernyataan informan kunci serta informan utama.
- 2) Mereka yang tergolong masih berkecimpung, terlibat dan aktif dalam kegiatan Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI sejak awal sampai saat penelitian dilakukan.
- 3) Mempunyai waktu yang memadai untuk diminta informasi.

Dari kriteria yang telah dikemukakan, maka informan dalam penelitian ini seperti *Host* Dahsyat dan Penonton Bayaran yang ada di dalam studio Dahsyat diharapkan dapat memberikan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Produksi Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI.

Tabel 3.3

Daftar Informan

No.	Kategori Informan		
	Informan Kunci	Informan Utama	Informan Pendukung
1.	Produser Dahsyat RCTI Mantan Produser Dahsyat	Tim Kreatif Dahsyat	<i>Host</i> Dahsyat
2.			<i>Audience</i> (penonton bayaran)

3.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa pemaparan atau uraian tentang suatu persoalan logis dan akurat, data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dan observasi secara langsung terhadap objek di lapangan serta data-data dokumentasi.

Suatu penelitian dapat memberikan hasil yang sesuai apabila didukung oleh data yang representatif atau mewakili populasi yang dimiliki. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi dan telaah dokumen. Data yang dihimpun merupakan data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi. Data primer diperoleh langsung dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden, atau subjek riset, dari hasil pengisian kuisioner, wawancara, dan observasi.³⁵ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dari pihak-pihak yang terlibat secara langsung dengan pihak yang memegang program *Variety Show Dahsyat* di RCTI seperti Produser dahsyat, Tim kreatif Dahsyat, *Host Dahsyat, Audience* (penonton Bayaran) untuk diwawancarai.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, selebaran, kliping, catatan, buku, dan artikel di *website* internet, atau data lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini seperti *company profile*, pola siar, memo, notulensi rapat maupun dokumen-dokumen lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Untuk mendapatkan data-data, maka teknik cara pengambilan data dapat dilakukan dengan:

3.5.1 Teknik Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam. Secara lisan wawancara

³⁵ Rachmat Kriyantono. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada.Hlm.42

merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (dalam hal ini peneliti) untuk memperoleh informasi tentang objek dan subjek penelitian.

Wawancara dilakukan baik secara tertulis daftar pertanyaan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada informan untuk dijawabnya.. Jawaban-jawaban informan kemudian dicatat atau direkam dengan alat perekam. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam.

Melalui teknik wawancara, diharapkan penelitian mengenai Produksi program *Variety Show* Dahsyat ini dapat memperoleh data dari beberapa sumber yang terlibat dengan program Dahsyat seperti Produser Dahsyat, Tim Kreatif dahsyat, Host Dahsyat,dan juga Penonton bayaran Dahsyat. Untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Adapun wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan Produser Dahsyat sebagai informan yang mnegetahui jalannya suatu program Dahsyat dan bertanggung jawab dengan program tersebut. Peneliti mencari data mengenai profil RCTI, awal mula Dahsyat tayang dan proses produksi acara Dahsyat yang dilakukan setiap harinya dari mulai tayang hingga selesai acara serta *credit title* yang terlibat dalam proses produksi Dahsyat.kemudian selain data yang peneliti butuhkan, produser Dahsyat juga memeriksa hasil dari peneliti buat untuk mengecek data yang telah di olah oleh peneliti jika ada data yang salah atau ada data yang keliru bisa diperbaiki.

Selanjutnya data wawancara dari Tim Kreatif berupa data kegiatan didalam studio saat produksi berjalan dan juga hasil meeting yang mereka lakukan setiap hari. Peneliti tidak diperkenankan masuk saat *meeting* namun dapat mengetahui hasil *meeting* dari wawancara dengan tim kreatif Dahsyat.

Wawancara yang dilakukan dengan Host, penoton bayaran guna untuk mencari data mengenai program Dahsyat dan mencari tahu peran mereka sebagai host dan penonton dalam proses produksi Dahsyat.

3.5.2 Teknik Observasi

Penelitian ini juga melakukan metode observasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Soehartono mendefinisikan observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Salah satu hal yang penting, namun sering dilupakan dalam observasi adalah mengamati hal yang tidak terjadi.³⁶

Melalui teknik observasi ini, peneliti telah terjun langsung ke lokasi di mana objek penelitian ini berada. Peneliti telah mencoba berpartisipasi dengan cara berbaur dan mengikuti lingkungan sosial acara Program *Variety Show* Dahsyat. Teknik ini diharapkan dapat meminimalisir data yang bersifat subjektif. Karena penelitian kualitatif cenderung mengarah pada hal-hal yang subjektif, sehingga keabsahan data terkadang diragukan jika tanpa dilakukan observasi secara langsung.

Dari observasi ini peneliti dapat melihat langsung perilaku penonton didalam studio serta sikap host di belakang layar. Peneliti melihat juga tim-tim saat bekerja didalam studio saat produksi berlangsung. Yang dimulai dari pra produksi, produksi hingga pasca produksi peneliti dapat melihat secara langsung. Peneliti juga dapat melihat set panggung didalam studio dan apa saja yang dipakai dalam studio seperti kamera yang mereka gunakan, *handy talky*, *rundown* yang mereka buat, memperhatikan durasi program acara. Semua dilakukan dengan

³⁶ *Ibid.* Rachmat Kriyantono. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Hlm. 80

observasi supaya peneliti dapat melihat yang sebenarnya proses produksi yang dilakukan.

3.5.3 Teknik Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan, dan masih banyak jenisnya. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Soehartono menerangkan bahwa studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif, teknik ini dipergunakan sebagai penguat dalam memecahkan persoalan yang diteliti.³⁷

Dalam penelitian ini, hal-hal yang menjadi data dokumentasi dapat berupa mencari berupa catatan harian, memo, transkrip wawancara, buku atau profil perusahaan, notulensi rapat, agenda kegiatan, laporan-laporan, visi misi RCTI , *rundown* acara Dahsyat dan lain sebagainya. Data berupa dokumen tersebut diharapkan dapat menjadi bukti otentik yang menguatkan keabsahan penelitian ini. Sehingga penelitian ini menjadi lebih lengkap dengan dokumen sebagai bukti penguat penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Moleong (2001:103) mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan

³⁷ *Ibid.* Hlm. 82

uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema and dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Sehingga interpretasi data adalah memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian.

Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi.³⁸

Tahap analisis data memegang peran penting dalam riset kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas tidaknya riset. Artinya, kemampuan periset memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperolehnya memenuhi unsur reliabilitas dan validitas atau tidak.

Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep).

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai, bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel.

Menurut Sugiyono, tahap analisis data menurut model Milles and Huberman adalah

³⁸ Kriyantono, 2012. Hlm.196

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.

2. Penyajian data, dalam kegiatan ini peneliti menyusun kembali data berdasarkan klasifikasi dan masing-masing topik dipisahkan, kemudian topik yang sama disimpan dalam satu tempat, masing-masing tempat diberi kode, hal ini dikarenakan agar tidak terjadi ketimpangan data yang telah dijaring. Pada tahap ini data disajikan dalam kesatuan tema yang terkhusus pada permasalahan yang dituangkan dalam pertanyaan penelitian

3. Data yang dikelompokkan yang sesuai dengan topik-topik, kemudian diteliti kembali dengan cermat, mana data yang sudah lengkap dan mana data yang belum lengkap yang masih memerlukan data tambahan, dan kegiatan ini dilakukan selama penelitian berlangsung.

4. Setelah data dianggap cukup dan dianggap telah memperoleh kesesuaian, maka kegiatan selanjutnya adalah menyusun laporan hingga pada akhirnya pembuatan kesimpulan.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Peneliti dalam penelitian ini menguji keabsahan data dengan cara uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data yang dilakukan dengan triangulasi.

Peneliti menguji kredibilitas data dengan melakukan triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara

mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dengan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam. Pada penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan beberapa sumber. Alasan menggunakan triangulasi sumber, karena teknik tersebut tepat untuk menguji keabsahan data yang diperoleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi Hasil wawancara yang peneliti dapat mengenai Produksi program Televisi acara *variety show* Dahsyat di RCTI yang diperoleh dari banyak sumber kemudian di kroscek lagi menggunakan hasil observasi.

Apabila hasil dari ketiga teknik tersebut berbeda karena sudut pandang setiap sumber berbeda maka peneliti mendiskusikannya lagi kepada sumber data yang berbeda untuk mencairitahu mana yang dianggap benar atau memang semuanya benar.

3.8 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang menunjang penelitian yang berjudul **Produksi Program Televisi (Studi kasus acara *Variety Show* Dahsyat di RCTI)**, maka Peneliti melakukan pra penelitian dan telah melakukan penelitian di RCTI. Penelitian dilakukan di kantor RCTI Jl. Raya Perjuangan Kebon Jeruk Jakarta, tempat dimana objek penelitian berada. Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian di tempat yang memungkinkan untuk bertemu langsung dengan informan agar dapat menunjang pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bab 4, penulis akan menguraikan hasil penelitian yang telah diperoleh oleh penulis sesuai dengan identifikasi penelitian yang telah diungkapkan di bab awal. Hasil penelitian ini didapatkan oleh peneliti melalui proses observasi, wawancara melalui beberapa informan.

4.1.1 Profil Stasiun TV

Tanggal 24 Agustus 1989 sebuah catatan penting digoreskan dalam lembaran sejarah pertelevisian Indonesia, stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, RCTI mulai mengudara secara terrestrial di Jakarta. Menyanangkan berbagai program acara hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan menarik, RCTI tumbuh dengan cepat menjadi agen perubahan dalam dinamika sosial masyarakat di Indonesia.

Saat ini RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia, melalui 48 stasiun relaynya program-program RCTI disaksikan oleh lebih dari 190,4 juta pemirsa yang tersebar di 478 kota di seluruh Nusantara, atau kira-kira 80,1% dari jumlah penduduk Indonesia. Kondisi demografi ini disertai rancangan program-program menarik diikuti *rating* yang bagus, menarik minat pengiklan untuk menyanangkan promo mereka di RCTI.

Sejak awal, cita-cita RCTI adalah menciptakan serangkaian acara unggulan dalam satu saluran, yang memungkinkan para pengiklan memilih RCTI

sebagai media iklan-iklan mereka. Cita-cita menjadi nyata karena sejak berdiri hingga saat ini RCTI senantiasa menjadi *market leader*.

Di usianya yang ke-25, tahun 2015 RCTI tetap mempertahankan posisi *market leader* dengan pangsa pemirsa di posisi 1 dengan *rating* 16,9%.³⁹

Di RCTI, kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari mimpi, idealism, keungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan doa. 6 (enam) aspek tersebut tercermin dan mewarnai program-program RCTI yang mengusung motto “Kebanggaan Bersama Milik Bangsa” namun tampil dalam kemasan yang “Oke” kualitas program-program RCTI pada akhirnya mengantarkan RCTI untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industri penyiaran TV di Indonesia.

4.1.2 Sejarah dan Perkembangan RCTI

RCTI merupakan televisi swasta pertama di Indonesia. Tujuannya adalah sebagai alternatif atas tontonan menarik yang sebelum 1989 dikuasi oleh TVRI yang saat itu menjadi corong pemerintah untuk memprogandakan Orde Baru yang berkuasa saat itu.

RCTI awal siaran lewat ijin saluran berbasis di Jakarta & sekitarnya dengan *decoder* kemudian mengudara pada tanggal 1 Januari 1987 di Jakarta kemudian siaran percobaan mulai pada tanggal 1 Januari 1988 dan diresmikan tanggal 24 Agustus 1989 bertepatan dengan ulang tahun TVRI ke-27 berbasis di Jakarta.

Saat awal siaran, RCTI hanya menayangkan acara-acara luar negeri karena modalnya lebih murah jika dibandingkan dengan memproduksi sendiri yang biayanya jauh lebih mahal.

³⁹ <https://mobile.twitter.com/RatingAcaraTV>, diakses pada 28 April 2015: 20:10

Karena setiap hari pelanggan *decoder* RCTI semakin bertambah di wilayah Jabodetabek, maka pemerintah akhirnya mengizinkan RCTI untuk bersiaran secara bebas mulai 24 Agustus 1990. Saat itu pula di Surabaya persembahkan PT. Bimantara Citra, Tbk. Juga mendirikan stasiun televisi bertujuan menayangkan acara-acara RCTI di Surabaya, yaitu SCTV.

Saat itu pula RCTI dan SCTV dikenal sebagai “saudara kembar” karena RCTI dan SCTV selalu bersama menayangkan acara-acara yang ditayangkan RCTI meskipun waktu tayang antara RCTI dan SCTV selalu berbeda. Setelah sekian lama bersiaran lokal di kota Jabodetabek, akhirnya tanggal 24 Agustus 1990 RCTI bersiaran secara nasional, namun hal itu baru direalisasikan tahun 1990 saat meluncurkan RCTI Bandung yang bertugas merelay acara-acara RCTI di Jakarta sejak tanggal 1 september 1990.

RCTI termasuk stasiun televisi besar di Indonesia, tapi susunan acaranya berbeda. Setelah sukses dengan RCTI dari Bandung, akhirnya awal tahun 1990 RCTI bersiaran secara nasional, diantaranya Banda Aceh, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Padang , Bandar Lampung, Pontianak, Banjarmasin, Makssa, Batam, Manado, Balikpapan, Lombok, Flores, Ambon, Jayapura dan hingga akhirnya tahun 1993 RCTI sudah bisa disaksikan di seluruh Indonesia.

Tahun 1999, RCTI merupakan televisi swasta pertama yang melakukan reformasi besar-besaran dalam susunan manajemen. Hampir semua susunan direksi dan komisaris dirombak total untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang sempat merugi karena krisis moneter tahun 1997 lalu. Setelah 4 tahun menyendiri,

akhirnya RCTI memiliki 2 stasiun televisi yang menjadi teman RCTI, yaitu Metro TV dan Global TV.

PT. Bimantara Citra Tbk, mendirikan Global TV (PT. Global Informasi Bermutu, Tbk.) pada tahun 1999 dan memiliki 70% saham atas Global TV dan juga memodali berdirinya Metro TV (PT. Media Televisi Indonesia, Tbk.) dan memiliki 25% saham Metro TV. Namun, pada tahun 2002, PT. Bimantara Citra, Tbk. Berganti manajemen setelah dibeli PT. Bhakti Investama, Tbk. Pemilik baru dari PT. Bimantara menilai Metro TV kurang memberikan keuntungan berarti dan segmentasinya tumpang tindih dengan RCTI. hingga akhirnya bimantara menjual 25% saham Metro TV dan 1 Juli 2003 Bimantara membeli 75% saham PT. cipta TPI, Tbk, dan langsung menempatkan para direksi baru di TPI. Dan pada 1 oktober 2003, PT. Bimantara Citra, Tbk. Mendirikan induk usaha untuk RCTI, TPI dan Global TV yaitu Media Nusantara Citra (MNC).

Sejak 1 oktober 2003, RCTI dimiliki oleh Media Nusantara Citra, kelompok perusahaan media yang juga memiliki Global TV dan TPI. RCTI memiliki hak siar atas ajang sepak bola Euro 2008 bersama Global TV dan TPI. RCTI memiliki hak siar atas ajang sepak bola Euro 2008 bersama Global TV dan TPI. RCTI juga mengudara di Timor-Leste.

4.1.3 Visi, Misi dan Tiga Pilar Utama

4.1.3.1 VISI

“Media Utama Hiburan dan Informasi”

RCTI menyajikan acara-acara yang menarik dan bermutu sehingga menjadi televisi pilihan terbaik untuk hiburan dan informasi di

Indonesia. Keseimbangan antara bisnis dan tanggung jawab sosial berjalan seiring.

4.1.3.2 MISI

“Bersama Menyediakan Layanan Prima”

RCTI memberi tekanan pada semangat kebersamaan dalam rangka menumbuhkembangkan upaya-upaya bersama di mana semua komponen perusahaan, dari tingkat atas sampai bawah, dirangsang, dikoordinasi serta disistematisasi untuk berkarya sebaik mungkin dalam memberikan layanan terbaiknya.

4.1.3.3 TIGA PILAR UTAMA

1. keutaman dalam kebersamaan
2. Bersatu padu
3. Oke

Untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan, tiga nilai menjadi titik pusat untuk memotivasi dan mengilhami insan RCTI. Proses kerja dilakukan dengan semangat kebersamaan untuk sampai pada hasil yang diharapkan para stakeholder, yang berawal dari kualitas, integritas, dan dedikasi.

4.1.4 Logo RCTI

Logo RCTI berslogan kebanggaan Bersama Milik bangsa



Gambar 4.1 : Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia 2015

Sumber : @OfficialRCTI

4.1.5 Sarana Penunjang

Sebagai stasiun nomer satu di Indonesia, RCTI memiliki beberapa fasilitas penunjang yang memadai untuk mendukung kenyamanan kerja diantaranya:

1. Gedung

Terdiri dari beberapa bagaian gedung yang berfungsi sebagai ruang kerja karyawan yaitu : Gedung Utama, gedung Annex, gedung Studio 4, Gedung Studio 1, Gedung pergudangan, dan gedung Koperasi.

2. Studio

RCTI memiliki 9 (Sembilan) studio dengan berbagai ukuran, yang dipergunakan untuk lokasi *shooting* program-program *In house* dan shooting berbagi kegiatan promosi. Studio ini dilengkapi dengan peralatan syuting yang memadai.

3. Menara Pemancar

RCTI memilki 2 (dua) menara pemancar, diantaranya satu menara aktif setinggi 275 meter, dan satu menara sebagai back up setinggi 151 meter.

4. Mesjid

Komplek RCTI dilengkapi dengan Mesjid Raudhatul Jannah, yang cukup luas dan mampu menampung banyak jamaah, serta dapat juga digunakan untuk berbagai kegiatan keagaman.

5. Sarana Olahraga

Sarana Olahraga yang terdapat di Komplek RCTI diantaranya : lapangan basket, lapangan voli dan lapangan sepak bola.

6. Sarana Kesehatan

Klinik dokter umum dan dokter gigi terdapat di gedung koperasi, dilengkapi juga dengan apotik, dan ruang istirahat.

7. D'Podjok (*Food Court*) Kantin, Koperasi Karyawan & Cafe

D'Podjok (*Food Court*) merupakan fasilitas penunjang yang terdapat di kompleks RCTI.

8. Areal Parkir

RCTI memiliki areal parkir yang luas baik untuk parkir karyawan maupun parkir tamu.

4.1.6 Manajemen RCTI

Tabel 4.1 Daftar Direktur Utama

No	Nama	Awal Jabatan	Akhir Jabatan
1	Peter F. Gontha	1989	1990
2	J.P. Soebandono	1990	1991
3	M.S Rallie Siregar	1991	1999
4	Harry Kuuntoro	1999	2001
5	Wisnu hadi	2001	2003
6	Hary Tanoesoedibjo	2003	2008
7	Sutanto hartono	2008	2010
8	Hary Tanoesoedibjo	2010	Sekarang

Tabel 4.2 Struktur Dewan Direksi RCTI saat ini

No	Nama	Jabatan
1	Hary tanoesoedibjo	Direktur Utama
2	Kanti Mirdiati Imansyah	Wakil Direktur Utama bidang Sales & Marketing, Produksi &programming
3	Beti P. Santoso	Wakil Direktur Utama bidang keuangan & Administrasi, HR, Teknik, Legal dan IT.
4	Dini Putri	Direktur program dan Produksi
5	Tan Tan Sumartana	Direktur Penjualan dan Pemasaran
6	Syafril Nasution	Direktur Corporate Affairs

Tabel 4.3 Struktur Dewan Komisaris RCTI saat ini

No	Nama	Jabatan
1	Posma L. Tobing	komisaris Umus
2	Bambang Rudijanto Tanoesoedibjo	Komisaris
3	Oerianto Guyandi	Komisaris
4	Liliana Tanoesoedibjo	Komisaris

4.2 Program Dahsyat

Program : “Dahsyat”

Stasiun TV : RCTI

E-Mail : Dahsyat@rcti.tv

twitter : @DahsyatMusik

Facebook Fanpage : Dahsyat

Jam Tayang : senin-jumat, pukul 07.00-09.00 WIB dan Sabtu-Minggu,
pukul 09.00-11.00

Pembawa Acara : Raffi Ahmad, Deni cagur, Ayu Dewi, Syahnaz, Dede

Perusahaan Produksi : In-House Production RCTI

Dahsyat “salam hangat terdahsyat untuk seluruh keluarga Indonesia”. Dahsyat tayang setiap hari pada hari senin-jumat pukul 07:00- 09:00 dan pada hari Jumat tayang pukul 09:00-11:00. di dalam studio diberikanlah sentuhan dengan menghadirkan sejumlah penonton di dalam studio yang menjadikan Dahsyat sebagai program acara *Variety Show* pertama yang menghadirkan penonton di dalam set panggung dan melibatkan penonton mengambil bagian dalam program ini untuk memberikan suasana yang membuat lebih ramai dan makin seru serta menjadikan mereka sebagai bagian dari Dahsyat untuk mendapatkan suasana meriah, menarik dan juga merasa dekat dengan sang bintangnya yaitu artis yang mengisi acara di Dahsyat. Penonton adalah jiwa yang menghidupkan sebuah acara. Makin heboh penonton, makin meriah dan sukses acara tersebut.

Dahsyat dituntut untuk dapat mengembangkan konsep acara yang lebih menarik lagi tapi masih menggunakan konsep *indoor*, bertempat di studio 1 RCTI. Penonton di studio 1 atau yang lebih akrab disebut dengan Sahabat Dahsyat semakin banyak berjumlah 120-180 Penonton dan membuat suasana studio lebih atraktif. Karena itu artis yang tampil akan lebih leluasa untuk dapat menampilkan yang terbaik buat para penonton dan penggemarnya.

Program acara Dahsyat ini sudah 7 tahun tayang di televisi yang didalam acaranya mempunyai penonton sendiri (penonton bayaran). Dahsyat sebagai tulang punggung RCTI yang mempunyai *rating sharenya* sangat tinggi dalam

acara program pagi, banyak iklan dalam program Dahsyat maka dari itu program dahsyat bisa bertahan lama. Selain iklan *commercial break* ada juga iklan *Built-In* di program Dahsyat, yang sangat membantu untuk RCTI itu sendiri.⁴⁰

Proses-proses pelaksanaan program *variety show* Dahsyat tersebut bisa berhasil dijalankan bila seluruh tim produksi memikirkan beberapa hal tersebut :

1. Ide yang menarik

Sebuah acara televisi, bentuk yang paling sederhana pun pasti di dahului dengan timbulnya sebuah ide. Ide tersebut merupakan buah pikiran seorang perencana siaran, dalam hal ini seorang produser. Sesuai dengan teori komunikasi, ide merupakan rencana pesan yang akan disampaikan kepada komunikan (penonton) melalui televisi dengan tujuan untuk meningkatkan rating suatu program *variety show* Dahsyat telah berhasil membuat ide yang sangat cemerlang dan menarik sehingga idee atau gagasan ini dapat meningkatkan *rating* program *variety show* Dahsyat.

2. Pembawa Acara

Pembawa acara Dahsyat harus mempunyai daya tarik untuk menarik pemirsa televisi, oleh karena itu seorang produser harus memperhatikan benar-benar siapa yang cocok untuk membawakan acara program *variety show* Dahsyat dan dapat berinteraksi dengan baik kepada penonton yang ada di studio atau di rumah. Pengisi acara suatu program *variety show* Dahsyat harus mampu disukai oleh para penonton dan menarik iklan bisa masuk ke dalam program ini dan bisa meningkatkan *rating* dalam program Dahsyat di RCTI. Host *Dahsyat* itu sendiri sudah cukup baik dikenal oleh Masyarakat.

⁴⁰ Wawancara dengan Ucil sebagai Tim Kreatif pada tanggal 9 Juni 2015

3. Peralatan yang memadai

Di dalam studio terdapat kamera, *lighting*, audio, dll. Yang mendukung suatu program acara *variety show* acara Dahsyat di RCTI.

Sebuah produksi suatu program *variety show* acara Dahsyat di televisi penting untuk menentukan jenis-jenis peralatan yang akan dipakai untuk mendukung program *variety show* acara Dahsyat di RCTI.

4. Kelompok Kerja Produksi

Kelompok kerja produksi merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara bersama-sama, sampai produksi dinyatakan siap untuk disiarkan baik secara bersama-sama, sampai produksi dinyatakan siap untuk disiarkan baik secara *live* (langsung) ataupun *striping* (setiap hari). Kelompok kerja produksi dibagi empat satuan kerja, yaitu satuan kerja produksi/siaran, satuan kerja fasilitas produksi, satuan kerja operator teknik, dan satuan kerja teknis. Tentunya dalam sebuah produksi ada profesi-profesi yang saling menunjang satu sama lain.

Masing-masing profesi akan bekerja sesuai dengan bidangnya dengan dikoordinir oleh seorang produser atau seorang sutradara, itulah makanya satuan kerja yang bekerjasama dalam memproduksi suatu acara akan disebut Tim produksi

5. Audience (penonton)

Tentu saja sebuah produksi televisi ada penonton yang menjadi target *audiencenya*. Hal ini penting dipertimbangkan agar dalam membuat acara tepat sasaran dan dapat diterima oleh penonton yang kita kehendaki.

Biasanya klasifikasi penonton dibagi berdasarkan Usia, gender, profesi, status sosial.

Penonton juga menjadi sasaran utama dalam program *variety show* acara Dahsyat yang disiarkan dan merupakan salah satu faktor yang menjadi penentu dalam meningkatkan sebuah rating program *variety show* acara Dahsyat.

6. Penempatan Waktu

Program *variety show* acara Dahsyat di RCTI berdurasi selama dua jam, selama ditayangkan itu terjadi beberapa kali commercial break (waktu jeda untuk iklan), inilah yang menjadi pemasukan untuk program *variety show* acara Dahsyat dalam setiap tayangannya. Harga yang dipatok oleh setiap stasiun televisi pun berbeda-beda untuk setiap kali slot iklan tayangnya.

Program *variety show* acara Dahsyat di RCTI mempunyai penonton dalam studio yang lumayan banyak.

7. Inovasi atau Pembaharuan

Inovasi atau pembaharuan merupakan suatu cara yang dilakukan guna mendapatkan sesuatu yang lebih *fresh* (segar). Inovasi dapat dilakukan setelah adanya evaluasi. Evaluasi dilakuakn secara rutin. Tidak harus menunggu adanya permasalahan yang terjadi. Setelah evaluasi dilakukan tidak lupa juga untuk melakukan promosi pada program ini kepada para pelaku industri untuk menjual program acara Dahsyat ke pasaran sehingga dapat mendatangkan iklan.

4.2.1 Target khalayak

Dalam melakukan penentuan sasaran program Dahsyat membagi beberapa kriteria:

4.2.1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang dilakukan target khalayak pada dasarnya jenis kelamin pria dan wanita.

4.2.1.2 Usia

Target khlayak Program Dahsyat semua umur.

4.2.2 Logo dahsyat



Gambar 4.2 Logo Dahsyat
Sumber : Produser Dahsyat, 2015

Dengan slogan : **“Salam hangat Terdahsyat untuk Seluruh Keluarga Indonesia”**

4.2.3 Above The Line

Untuk mendukung acara program Dahsyat sesuai yang ingin diharapkan.

Dimana penyampaian pesan informasi tersebut dapat menjangkau khalayak secara Nasional yang berbentuk Audio, dan Audio Visual, maka media yang melakukan promosi program Dahsyat melalui media-media elektronik yaitu televisi RCTI dan Radio ARH Global, Koran sindo.

4.2.4 Below The Line

Dengan Media cetak, promosi program dahsyat juga melakukan promosi ke media cetak untuk penyebaran informasi kepada khalayak mouth to mouth (mulut ke mulut).

4.2.5 Struktur Organisasi Produksi Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI

No	Nama	Jabatan
1	Dini Putri	Pengarah Produksi
2	Untung Pranoto	Penanggung Jawab Operasional Produksi
3	Saptono	Executive Producer
4	Abrar	Producer
5	Armen Basauli	Producer
6	Mizar Syarif	Assitant Producer
7	Dessy	Production Assitant
8	Dellamartha R Nagari	Tim Kreatif
9	Nurdiana Firsty	Tim Kreatif
10	Azis	Tim Kreatif
11	Gilang	Tim Kreatif
12	Rio Ricardo	Koordinator Talent

Tabel 4.4 Struktur Organisasi Produksi Program *Variety Show* Dahsyat
Sumber : Olahan Penulis, 2015

4.2.6 Label Musik Pendukung Program Acara *Variety Show* dahsyat

Industri musik di Indonesia bekerjasama dengan program acara *Variety Show* Dahsyat dalam mempromosikan lagu rekaman pengisi acara yang tampil.

Berikut ini yang merupakan pendukung musik program acara *Variety Show Dahsyat*.

No	Label Musik	No	Label Musik
1	Nagaswara	11	Suara Megah Mandiri
2	Aquarius Musikindo	12	Emotion
3	Universal Musik	13	Keci Musik
4	Glow Musik	14	MI2 Musik Production
5	Seveen Musik	15	Soundsation
6	EMI Musik Indonesia	16	Wannabe Records
7	Musica Studio	17	Nu-BuzzNetwork
8	Paviliun Record	18	Platinum
9	Musik Factory	19	RMI Records
10	Alfa Record	20	Selika Musik

Tabel 4.5 Musik Pendukung Program Acara *Variety Show Dahsyat*

Sumber : Olahan Penulis, 2015

4.2.7 Job Description Divisi dalam program Acara *Variety Show Dahsyat*

Sebuah tim produksi televisi terbagi layaknya dalam sebuah organisasi yang memiliki perbedaan fungsi dan variasi pekerjaan. Berikut tim yang tergabung dalam produksi program *Dahsyat*.

1. Eksekutif Produser

Orang yang mengelola seluruh organisasi produksi (produser dan orang di bawahnya) serta hal administratif yang menyertainya, EP mengendalikan dan mengkoordinasikan aspek manajemen atau bisnis produksi termasuk budget program atau pendanaan bahkan juga terlibat dari isu yang lebih menyeluruh dalam proses produksi seperti : konten, kreatif, *rundown*, *skrip*.

2. Produser

Bertanggung jawab untuk mengelola proses produksi secara spesifik. *Concerned* dengan pengelolaan staff dan kru produksi, koordinasi antar *department, production scheduling*, rencana produksi. Memilih dan atau menginisiasi konsep program bersama kreatif atau *writer*. Bekerjasama dengan *director* pada eksekusi dan tetap bertanggung jawab terhadap hasil akhir program secara menyeluruh sampai proses *editing* (jika diperlukan).

3. *Assitant Producer*

Assistant Producer bertugas untuk membantu *producer* mengawasi proses produksi program *Variety Show Dahsyat*. *Assitant producer* di Dahsyat juga bertugas untuk melakukan survai lapangan untuk tempat *shooting* Dahsyat di luar studio.

4. Produser *Assistant* (PA)

Membantu produser dalam persiapan pra-produksi suatu program, membantu tim produksi pada saat pra produksi, produksi dan, pasca produksi.

5. *Creative* (Tim Kreatif)

Pihak yang mengorganisasikan semua aspek kreatif atau konten program dalam proses produksi, bertanggung jawab untuk membuat skrip, *rundown* program, *research* materi yang terkait dengan program, memastikan *director* dan talent memahami konsep program sehingga eksekusi berjalan sesuai dengan konsep yang diinginkan.

6. UPM/Unit Production Manager

Bertanggung jawab kepada produser dalam hal persiapan dan pengelolaan budget produksi produksi, serta hal-hal administratif yang berhubungan dengan proses produksi.

7. *Talent Coordinator*

Pihak yang melakukan koordinasi dengan pengisi acara, mulai dari menghubungi mengkoordinasi *scedhule*, menegosiasi dan deadling budget.

8. *Director*

Director atau program *Director* bertugas untuk mengatur hasil gambar dari kamera untuk ditayangkan di televisi. *Director* harus mengatur angle kamera, agar hasil gambar terlihat bagus ketika ditayangkan. *Director* (FD) untuk memberitahukan durasi. *Director* didampingi oleh seorang *switcher* yang bertugas untuk membantu *Director* di bagian teknis kamera. *Director* berhubungan langsung dengan bagian program untuk pengaturan durasi dari pihak RCTI. *Director* juga berhubungan langsung dengan *Floor Director* untuk pengaturan panggung dan *flow* acra. Secara keseluruhan *Director* bertugas jawab terhadap hasil pengambilan gambar kepada *Prorgamming*.

9. *Cameramen*

Mengambil seluruh *shoot* gambar yang diperlukan oleh proses produksi.

10. *Floor director*

Floor director (FD) bertugas mempersiapkan pengisi Acara yang akan melakukan *performance*, seperti memberikan waktu untuk melakukan *check sound* pada saat *commercial break* dan melakukan *briefing* sebelum *performance*. *Floor Director* dalam program acara *Variety Show Dahsyat* setiap hari akan selalu bertanya kepada crew pengisi acara mengenai cara mereka melakukan *performance*, apakah menggunakan *playback*, *minus one*, atau secara *Live*, selain itu, *Floor Director* juga mengikuti *briefing* dengan *Producer*, Tim Kreatif, dan *Production Assisstant* (PA) sebelum acara berlangsung.

11. *Stage crew*

Stage crew yang bersama *Floor Director* tergabung serta divisi yaitu *Stage Management Section*. *Stage Crew* bertugas mempersiapkan segala peralatan, perlengkapan maupun properti yang akan digunakan pada saat acara berlangsung. Dalam setiap program acara *Live*, *stage crew* bekerja sama juga dengan audioman untuk meningkatkan *flow* acara yang sedang berlangsung sehingga *stage crew* dapat memperhitungkan waktu yang dibutuhkan untuk mempersiapkan dan memberikan segala sesuatu yang berkaitan pada saat acara, seperti *microphone*, dekorasi, maupun alat-alat yang mendukung lainnya. *Stage Crew* juga bertugas mempersiapkan alat komunikasi yang dipakai di dalam studio dan juga mempersiapkan *microphone* artis dan *host*. *Stage*

Crew dibantu oleh beberapa divisi yaitu *cameramen*, audioman, *lighting*, dan bagian teknis. Di program acara *Variety Show* dahsyat terdapat delapan orang camera person yang bertugas setiap harinya. Di dalam studio enam orang, dan dua orang lainnya bertugas di luar studio. Mereka bertugas untuk mengoperasikan kamera dan mengambil gambar dari berbagai sudut yang berbeda.

12. Dalam program acara *Variety Show* Dahsyat ada dua orang audioman satu orang di dalam ruang *master control*, satu orang berada dalam studio. Masing-masing dari mereka memiliki pekerjaan yang berbeda.

Audioman di dalam master control mengatur audio *bumper in*, *bumper out*, dan musik yang digunakan pada saat pengisi acara tampil. Sedangkan audioman yang berada di dalam studio mengatur audio *mic* yang digunakan oleh artis dan *host*.

13. Bagian *lighting* mengatur tata cahaya di dalam studio, pengaturan pencahayaan disesuaikan dengan tema, dan permintaan dari *producer*. Terkadang juga *host* sering meminta agar lampu dimatikan atau dinyalakan sesuai dengan ide dan kreasi mereka. Selanjutnya adalah bagian teknik, bagian yang cukup penting dalam program acara *Variety Show* Dahsyat. Kru teknik bertugas untuk mengatur semua hal teknis, seperti VTR (Video Tape Recorder), LED, mesin *switcher*, dan lain-lain.
14. Di ruang master control terdapat tiga orang CRO (*Control Room Operator*) yang bertugas mengoperasikan mesin-mesin yang yang

ada di *control room*. Satu orang CRO mengoperasikan mesin-mesin yang ada di *Tape Recorder*) untuk memutar kaset yang berisi video dan *montage*. Satu orang bertugas sebagai CG (*character Generate*) untuk mengatur tampilan template dan *credit title*. Kru terakhir bertugas sebagai *switcher* untuk membantu Director dalam mengatur tampilan gambar yang diambil oleh *camera person*.

15. Editor bertugas untuk menyunting semua materi yang ada di dalam *rundown* maupun chart (*montage*). Editor didampingi PA dalam proses editing. Editor harus benar-benar teliti dalam proses editing karena banyak sekali bagian yang harus diperhatikan misalnya *bumper in*, *bumper out*, nama penyanyi, label dan potongan lagu dalam *montage*. Jika ada sedikit yang salah, maka harus segera diperbaiki segera mungkin.

4.3 Deskripsi Informan

Dalam penelitian ini ada tiga jenis informan, yang pertama informan kunci (key informan), informan utama, dan informan pendukung.

Pada penelitian ini berjumlah 8 (delapan) orang, 2 (dua) orang sebagai informan *key* informan penelitian, yaitu produser Dahsyat RCTI dan mantan produser Dahsyat RCTI. 2 orang sebagai informan utama, yaitu tim kreatif Dahsyat di RCTI. Selanjutnya 4 (empat) orang informan pendukung, yaitu 2 (dua) orang penonton bayaran Dahsyat di RCTI dan 2 (dua) orang Host Dahsyat di RCTI.

4.3.1 Informan kunci (*key informan*)

Informan kunci adalah mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih key informan yaitu Abrar sebagai produser acara Dahsyat di RCTI dan Endang Setyaningsih sebagai mantan produser Dahsyat karena memenuhi kriteria yang telah dijelaskan pada bab 3.

Data yang diambil oleh peneliti lebih banyak dari wawancara dengan key informan, karena informasi yang didapat dari key informan cukup mendalam dan menjawab semua identifikasi masalah penelitian. Dokumentasi kegiatan dan wawancara dengan informan tambahan digunakan sebagai penguatan data yang didapat dari informan kunci, untuk memperoleh gambaran yang utuh serta relevansi antara keseluruhan yang pada akhirnya dapat mengungkap, mengecek kebenaran yang terjadi anatara hasil wawancara dengan realita yang terjadi di lapangan.

a. Abrar (Informan kunci 1)

Lelaki kelahiran 27 Agustus 1985 berasal dari Bandung, lulusan Fisip Universitas Padjajaran Bandung. Saat ini ia menjabat sebagai produser Dahsyat sudah 1 tahun. Awal mula menjadi produser di acara Dahsyat pada bulan mei 2014 hingga sekarang beliau menjadi produser di acara Dahsyat.

Alasan pemilihan Abrar sebagai informan kunci karena Pemilihan tersebut berdasarkan pertimbangan yang dianggap memenuhi kriteria. Informan kunci posisinya sebagai Produser acara *Variety Show* Dahsyat 2015. Informan yang memahami kondisi RCTI sehingga kondisi itu bukan sekedar diketahui tetapi juga dirasakan langsung. Bertanggung jawab atas acara program *Variety Show* Dahsyat

di RCTI, selain itu produser juga yang menentukan durasi, Format acara yang digunakan dan yang menentukan urutan acara dari awal hingga akhir acara tersebut. Maka pada tanggal 23 April 2015 pukul 09:07 WIB, peneliti melakukan wawancara dengan Produser Dahsyat Abrar.

Adapun kontak yang dapat dihubungi adalah sebagai berikut :

No Telepon : 081298611667

Email : aabduadelapan@gmail.com

b. Endang Setyaningsih (Informan kunci 2)

Endang Setyaningsih, merupakan seorang mantan produser Dahsyat periode 2011-2014. Mengawali karir sebagai seorang *Produser Assitant* di RCTI.

Alasan pemilihan Endang Setyaningsih sebagai Informan kunci sama halnya dengan informan kunci sebelumnya. Namun mantan Produser Dahsyat yang sebagai informan kunci ini sudah berpengalaman menjadi produser di Dahsyat. Maka pada tanggal 21 Januari 2015 pukul 09:30 WIB, peneliti melakukan wawancara dengan Endang Setyaningsih.

Adapun kontak yang dapat dihubungi adalah sebagai berikut : No Telepon: 0818804774

4.3.2 Informan utama

Informan utama yaitu mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Dan untuk mengecek kebenaran yang terjadi di lapangan apakah sesuai dengan hasil dengan informan-informan kunci.

a. Dellamartha R Nagari (informan utama 1)

Wanita kelahiran 16 maret 1988 yang akrab dipanggil Kak Della, beralamat di Jalan perjuangan no 18 B kebon jeruk, jakbar 116530, sudah 1 tahun

mengabdikan diri di RCTI sebagai Tim kreatif pada acara Dahsyat di RCTI. Wanita lulusan dari UGM angkatan 2006 jurusan Ilmu komunikasi ini paham mengenai produksi program acara Dahsyat di RCTI. Posisi beliau sebagai *Leader Creative* dan juga bagian *Property* dan mengurus bagian host. Beliau dengan kepribadian yang sangat ramah dekat sekali dengan host yang ada di Dahsyat. Maka pada tanggal 23 April 2015 pukul 11:13, peneliti melakukan wawancara dengan Della Martha.

Adapun Kontak yang dapat dihubungi, adalah sebagai berikut :

No Telepon : 08159459615

b. Nurdiana Firsty (informan utama 2)

Nurdiana Firsty lahir pada tanggal 2 Mei 1991 ini merupakan lulusan Universitas Gajah mada (UGM) jurusan Ilmu Komunikasi 2009. Nurdiana Firsty yang akrab dipanggil Ucil sudah 1 tahun menjadi Tim Kreatif di acara program Dahsyat di RCTI. Posisi beliau sama seperti Della sebagai kreatif tapi ucil ini tanggung jawabnya lebih Marketing *built in* dan *performance*. Maka pada tanggal 9 Juni 2015 pulkul 12:05 peneliti melakukan wawancara dengan Nurdiana Firsty (Ucil).

Adapun kontak yang dapat dihubungi, adalah sebagai berikut :

No Telepon : 085729861595

4.3.3 Informan pendukung

Selain informan kunci dan informan utama, peneliti juga telah menentukan informan pendukung untuk menunjang keakuratan data penelitian. 4 informan pendukung dari penelitian ini yaitu :

a. Ayu Dewi

Wanita kelahiran Jakarta, 7 September 1984 dikenal dengan artis Ibukota yang kocak, awal mula menjadi host di Dahsyat pada tahun 2011 hingga sekarang 2015 masih menjadi host di Dahsyat.

Wanita yang dulunya berprofesi sebagai model sebelum terjun ke dunia hiburan ini sangat menyukai posisi yang saat ini dijalani di acara Dahsyat sebagai host. Beliau mengaku senang menjadi host di Dahsyat di pertemukan dengan orang-orang yang sudah lama terjun di dunia hiburan seperti Raffi Ahmad, Denny Cagur. Hari-harinya disibukan dengan shooting. Pada tanggal 9 Juni 2015 pukul 10:02 peneliti melakukan wawancara dengan Host Dahsyat yaitu Ayu Dewi.

Adapun Kontak yang dapat dihubungi adalah sebagai berikut :

No Telepon Manager Ayu Dewi : 081314485908 (Tari)

No Telepon Asisten Ayu Dewi : 081806928103 (Pendi)

b. Dede Sunandar

Informan pendukung selanjutnya yaitu Dede Sunandar profesi sebagai host di Dahsyat. Pria kelahiran Ciamis, 19 September 1990 yang awal mulanya menjadi petugas *cleaning service* dan sekarang dikenal sebagai pelawak. Sudah 8 bulan beliau menjadi host di Dahsyat. Hari-harinya disibukan dengan *shooting*. Pada tanggal 17 Juni 2015 peneliti melakukan wawancara dengan Host Dahsyat yaitu Dede Sunandar pada pukul 09:30.

Adapun Kontak yang dapat dihubungi adalah sebagai berikut :

No Telepon Manager : 081328822778 (Niko)

c. Sheila Silfia

Jika informan pendukung dari Host Dahsyat telah dipaparkan, maka Sheila Silfia menjadi informan pendukung dari sisi pemirsa (penonton bayaran) yang peneliti anggap mewakili untuk mengetahui tanggapannya mengenai Produksi Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI.

Sheila berusia 18 tahun menjadi penonton bayaran di Dahsyat sudah 1 tahun. Wanita kelahiran Bekasi 25 November 1996 menjalani profesinya sebagai penonton bayaran di acara Dahsyat. Tujuan menjadi penonton di Dahsyat ini Sheila hanya menyukai salah satu Host Dahsyat yaitu Dede. Pada tanggal 9 Juni 2015 pukul 08:30 peneliti melakukan wawancara dengan Sheila.

Adapun Kontak yang dapat dihubungi, adalah sebagai berikut :

Pin BBM : 56bd2b6c.

d. Widia Winata

Informan pendukung selanjutnya yaitu Widia Winata yang sudah 1 tahun menjadi penonton bayaran di acara Dahsyat.

Wanita kelahiran Pontianak 12 september 1986 yang sangat menyukai salah satu host Dahsyat yaitu Raffi Ahmad. Setiap hari Widia datang ke lokasi Dahsyat untuk menjadi penonton bayaran agar bisa bertemu Raffi Ahmad. Pada tanggal 9 Juni 2015 pukul 09:10 peneliti melakukan wawancara dengan Widia.

Adapun Kontak yang dapat dihubungi, adalah sebagai berikut :

No Telepon : 089650939169

4.4 Pembahasan

Pada bulan Januari-Februari 2015 peneliti mulai melakukan observasi terhadap program acara *Variety Show Dahsyat* di RCTI Kebon Jeruk Jakarta. Observasi pertama bermula dari studio 1 RCTI dimana disitu diadakan produksi program *Variety Show Dahsyat* setiap harinya, di dalam studio terdapat sebuah set panggung berbentuk setengah lingkaran, di setiap sisinya terdapat dua anak tangga yang berfungsi sebagai tempat penonton atau Sahabat Dahsyat, di sebelah kiri atas terdapat satu set drum, dan sebelah kanan terdapat keyboard, di tengah-tengah set terdapat layar LCD berbentuk persegi panjang dan pada bagian depan terlihat tiga buah speaker amplifiter. Terdapat meja kreatif yang berisikan dua orang tim kreatif. Di meja kreatif terdapat dua buah TV monitor, satu sebagai tayangan *broadcast*, dan satu lagi berfungsi sebagai hasil gambar langsung dari kamera.

Dalam studio 1 terdapat enam buah kamera yang masing-masing terdiri dari tiga *steady cam* yang diletakan di atas tripod lengkap dengan *dolly tracknya*, dua kamera *mobile*, dan satu kamera yang diletakan pada *jimmy jip*. Kamera-kamera disana menggunakan kamera panggung merek IKEGAMI yang dilengkapi dengan lensa super *wide* dan lensa *zoom*.

Terdapat pula dua buah televisi LCD berukuran 32” atau yang disebut dengan Matador untuk dipergunakan sebagai *clue* dari tim kreatif kepada host maupun pengisi acara. Kemudian satu televisi LCD lainnya berfungsi sebagai tayangan *broadcast*.

Pada saat sebelum produksi dimulai, *producer*, tim kreatif, *floor director* dan koordinator *talent* melakukan *briefing* untuk membahas *rundown* acara. Kemudian, *floor director* dan tim kreatif saling mengecek kehadiran host dan artis

yang datang. Di setiap segmen, *floor director* akan selalu berkoordinasi dengan kreatif dalam mempersiapkan artis untuk tampil. Selain artis, sering juga *host* datang terlambat ketika waktu menunjukkan lima menit menuju *on-air*, maka dari itu tim kreatif berkoordinasi pada *producer* dan *executive producer* bagaimana cara mengambil keputusan, apakah segmen satu langsung menampilkan video klip, penyanyi atau alternatif lainnya.

Selain mempersiapkan artis dan *host*, ada pula yang mempersiapkan penonton di studio. Di sini koordinator penonton mengatur penempatan para penonton dengan dibantu dengan *floor director*. Penonton pun di berikan *briefing* siapa saja artis pengisi acara pada hari ini dan diharapkan kepada penonton agar semuanya dapat tertib, bersemangat dan ceria ketika sedang *on-air*. Pada saat *commercial break*, penonton di rotasi posisinya. Waktu *commercial break*, *floor director* dan tim kreatif untuk mempersiapkan *host* dan artis pengisi acara. *Commercial break* biasanya dilakukan artis pengisi acara untuk melakukan *check sound* dan penyesuaian karakter lagu dengan *lighting*. Sebelum acara dimulai untuk memasuki segment berikutnya *director* akan mengingatkan *floor director* waktu yang tersisa dan kemudian berbicara melalui pengarah suara di panggung contohnya *floor director* akan berkata “*two minutes two bumper.*” Yang berarti 2 menit menuju bumper in.

Ketika acara selesai seluruh tim produksi program *Variety show* Dahsyat yang meliputi eksekutif produser, produser, tim kreatif, *koordinator talent*, *Assistent producer*, dan *production assitent* melanjutkan tahapan proses produksi, yaitu pasca produksi yang membahas hasil produksi. Evaluasi ini lebih mengarah pada kekurangan maupun kesalahan apa yang terjadi pada saat produksi, baik itu dari sisi teknis, *host*, pengisi acara, dan *rundown*.

Setelah itu tim produksi kembali melakukan tahapan pra produksi dengan melihat data *rating* dan *share* yang diberikan oleh *programming* atau data lainnya yang mendukung seperti situs jejaring sosial yang dimiliki dahsyat antara lain *twitter*, dan *Facebook* dan *Fan page*.

Ketika melalui tahapan produksi, tim kreatif melakukan pasca produksi. Dalam hal ini, tim kreatif melihat *rating* dan *share* yang menjadi bahan evaluasi program acara *Variety Show* dahsyat. Selain melihat data dari *rating* dan *share* dari Nielsen, tim kreatif juga melihat data dari situs jejaring sosial *Twitter* dan *Facebook Fan Page*. Dari situ tim kreatif mengatakan situs jejaring sosial mereka menampilkan komentar, promosi program, dan juga *request*.

Dalam tahapan produksi program acara *Variety Show* Dahsyat tim kreatif memberikan isyarat kepada artis pengisi acara yang akan tampil. Selain itu, tim produksi selalu melihat *rundown* acara apabila sewaktu-waktu terjadi perubahan-perubahan segmen dan memperhatikan durasi program acara. Ketika di lapangan, tim kreatif berkomunikasi dengan menggunakan *handy talky* yang berhubungan langsung dengan *producer*, *executive producer*, dan ruang kendali operasional.

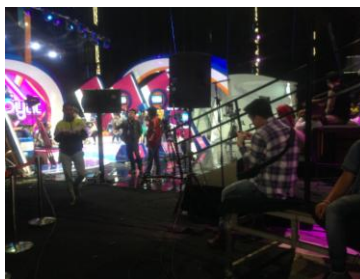


Gambar 4.3 Lokasi Studio 1 RCTI

Sumber : Dokumentasi, 2015

Selanjutnya pada bulan Maret peneliti melakukan observasi acara Dahsyat di RCTI bertempat di studio 8. Karena pada saat itu studio 1 sedang dipakai

shooting oleh salah satu acara program RCTI, jadi untuk lokasi Dahsyat sementara pindah ke studio 8. Studio 8 berbentuk ruangan aula yang sangat besar biasanya aula itu dipakai untuk acara konser musik. Di dalam studio 8 masih sama dengan studio 1 namun studio 8 hanya lebih luas jadi penonton yang bisa masuk ke dalam studio Dahsyat bisa lebih banyak lagi karena tempatnya yang luas yang biasa digunakan untuk acara konser musik. Pemanfaatan tempat di studio 8 hanya sementara jika studio 1 sudah tidak dipakai lagi, acara Dahsyat kembali ketempat awal yaitu di studio 1.



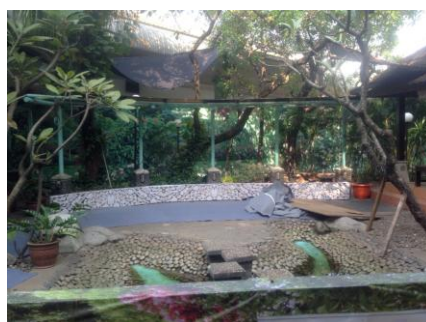
Gambar 4.4 Lokasi Studio 8 RCTI

Sumber : Dokumentasi, 2015

Dan pada bulan April 2015 peneliti melakukan observasi lapangan yang bertempat di dekat studio 1 RCTI Jakarta. Observasi kali ini, *host* memakai alat komunikasi tanpa kabel yang disebut dengan *clip-on*. Hal tersebut bertujuan agar *host* dapat bergerak dan melakukan improvisasi tanpa harus memegang *microphone*. Tetapi, apabila terjadi kendala teknis maka penggunaan *microphone* sangat mungkin digunakan.

Dalam penelitian kali ini, peneliti melihat set panggung yang digunakan program acara *Variety Show* Dahsyat yang bertempat di luar studio, lokasi ini letaknya tidak jauh dari studio, namanya Taman kodok, disebut Taman kodok karena lokasi ini merupakan area ruang tunggu wartawan yang terdapat sebuah

kolam di tengahnya. Biasanya set Taman kodok ini digunakan untuk “Dahsyatnya Masak” bahkan juga dapat dipergunakan sebagai tempat tampilnya pengisi acara. Set Taman Kodok ini melibatkan dua *camera person* dan 2 orang audioman. Audiomen pertama di *mixer* monitor untuk kebutuhan audio di *stage*, posisinya ada di depan stage yang kedua di *mixer broadcast* untuk kebutuhan di tv dan posisinya ada di *control room*. Selain itu ada pula kreatif dan *floor director* yang masing-masing berjumlah satu orang.



Gambar 4.5 Lokasi Taman Kodok RCTI

Sumber : Dokumentasi, 2015

Setelah produksi selesai maka selanjutnya adalah mengevaluasi hasil kerja pada saat *live*. Evaluasi ini tidak dilakukan secara formal, melainkan terjadi dalam tim inti program produksi acara *Variety Show* Dahsyat. Bahasan evaluasi lebih mengarah pada teknik di lapangan dan perubahan *rundown*. Secara keseluruhan, evaluasi setelah acara selesai dihadiri oleh *executive producer*, produser, kreatif, koordinator *talent* untuk *meeting*. Ketika melakukan *meeting* peneliti tidak diperkenankan untuk mengikuti jalannya proses *meeting* tersebut tetapi peneliti mencoba untuk mendapatkan hasil *meeting* dengan melakukan wawancara terhadap salah satu tim kreatif Dahsyat.

Dalam pasca produksi, dapat langsung menjadi satu dengan pra produksi. Hal itu dapat dikatakan bahwa ketika melakukan pasca produksi, hal-hal yang

dibahas adalah evaluasi kinerja pada saat produksi, kemudian terkadang setelah evaluasi dilakukan perencanaan pra produksi program acara *Variety Show* Dahsyat.

Dari interpretasi data tahapan proses produksi program Dahsyat dilakukan mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Seorang produser tentunya juga dengan cepat mengetahui apakah materi atau bahan yang ada di hadapannya akan menjadi materi produksi yang baik atau tidak.

Untuk organisasi pelaksanaan produksi program acara *Variety Show* Dahsyat melibatkan banyak orang, misalnya para artis, crew, dan fungsionaris lembaga penyelenggara, polisi, aparat setempat di mana lokasi *shooting* dilaksanakan, dan pejabat yang bersangkutan-paut dengan masalah perizinan, kedokteran, supaya penyusunan organisasi pelaksanaan produksi dapat berjalan lancar, *producer* harus memikirkan penyusunan organisasi pelaksanaan.

Abrar sebagai *producer* Dahsyat yang bertugas mengawasi seluruh kegiatan produksi dan pihak yang bertanggung jawab terhadap penampilan jangka panjang semua program acara secara keseluruhan.

Selain penonton bayaran yang dikenal ada juga hostnya yang lucu. Dahsyat dengan candaan dan celetukan-celetukan yang khas mereka berpengaruh besar terhadap *rating&share* program acara Dahsyat selama periode 2015, dari peningkatan *rating & share* dalam program *Variety Show* ini berubah tiap minggu atau bulan tergantung dengan konten yang dibawa kadang naik atau juga kadang turun.⁴¹

Yang paling penting dalam pengambilan keputusan produksi dan juga pengambilan resiko jika terjadi peristiwa yang tidak jelas atau terjadi konflik pada

⁴¹ Berdasarkan wawancara dengan Produser Abrar pada ,23 April 2015 di RCTI pukul 09:07 WIB.

program *Variety Show* Dahsyat adalah Produser yaitu Abrar sebagai Produser Dahsyat. Dari permasalahan yang ada tim produksi acara Dahsyat seperti *Executive producer, producer, kreatif, talent*, dituntut untuk berfikir cepat bagaimana untuk mencari solusi yang baik supaya tidak terhalang dalam melakukan produksi. Seperti halnya *producer* Abrar yang bertanggungjawab dalam produksi harus mampu memberikan koordinasi dengan tim dengan mengatasi kondisi dan mengakibatkan perubahan.

Keunggulan dari program *Variety Show* Dahsyat ini yang merupakan acara hiburan di pagi hari bukan sekedar acara musik tapi lebih ke *Variety Show* yang didalam acaranya terdapat *games*, kuis dan lain sebagainya, seperti yang dikatakan oleh salah satu tim kreatif Dahsyat yang bernama Della bahwa Program ini bisa disukai masyarakat dari Hostnya itu sendiri memiliki keunggulan dan ciri khas dari candaan dan celetukan-celetukannya selain itu perencanaanya tim kreatif disusun dengan pola kekerabatan antara kru dengan para *Host* dan juga Penonton Bayaran

Dahsyat nampak sukses di TV dan di media sosial. Dalam data *Facebook Fan Page* direktori “dahsyat” menempati posisi teratas dengan *fans* 1.920.595, dan akun *twitter* @dahsyatMusik yang sudah menginjak 4,081,215 *followers*.



Gambar 4.6 Twitter Dahsyat

Sumber : @DahsyatMusik 2015

Dahsyat itu bukan program musik tapi program *Variety Show*. Yang dinamakan program musik itu ketika nonton tayangan 80- 90% yang ditayangkan musik kalo Dahsyat dari awal pun bukan program musik tapi *Variety Show*.⁴²

Dahsyat ditayangkan pukul 07.00-09.00 (Senin-Jumat) dan 09.00-11.00 (Sabtu dan Minggu). Konsep program Dahsyat diperuntukkan untuk *All age* atau semua umur. Hal tersebut terlihat pada *Host* yang ditampilkan, yaitu Raffi, Denny Cagur, Ayu Dewi, Syahnaz Sadiqah, Dede sebagai *Host* utama di Dahsyat. Dahsyat memenangkan *Panasonic Gobel Awards* untuk katagori musik & *Variety Show* terbaik selama 5 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, dan pada tahun 2015 Dahsyat kembali masuk nominasi *Panasonic Gobel Awards* dan memenangkan dengan kategori *Special Event* Dahsyatnya *Awards* 2014 di RCTI.

Memasuki tahap penjelasan hasil penelitian, penulis akan menjabarkan atau menguraikan penemuan dan hasil analisis data. Dalam penelitian mengenai Produksi Program Televisi (Studi kasus acara *Variety Show* Dahsyat di RCTI).

⁴² Berdasarkan wawancara dengan Produser Abrar pada ,23 April 2015 di RCTI pukul 10.00 WIB.

Penulis mendapatkan data-data setelah melakukan observasi dan juga wawancara dengan beberapa Informan yang menjadi narasumber bagi penulis diantaranya mantan *producer* Dahsyat yaitu Endang setyaningsih, Produser Dahsyat saat ini yaitu Abrar yang bertanggung jawab terhadap teknis dan terhadap konten acara bertugas untuk mengatur dan evaluasi program, Della Tim kreatif yang mengetahui bagaimana acara bisa tampil dan disaksikan oleh penonton setiap episodenya, Nurdiana Firsty (Ucil) sebagai Tim kreatif yang mengatur *permormace*, lebih ke marketing *built-In*. selain itu peneliti mewawancarai Sheila dan Widia yang menjadi penonton bayaran yang setia menyaksikan program acara Dahsyat di dalam lokasi dari awal sampai selesai acara dan juga Host dahsyat yang dikenal dengan kekocakannya yaitu Ayu Dewi dan Dede.

Dalam dunia penyiaran, masyarakat umum mungkin hanya mengenal wajah penyiar, presenter atau reporter sebagai orang-orang yang bekerja pada stasiun penyiaran karena mereka sering melihat wajah mereka di televisi. Namun mereka hanya sebagian kecil dari orang-orang yang bekerja pada stasiun penyiaran televisi. Mereka yang bekerja di stasiun penyiaran sebagai eksekutif, tenaga penjual, bagian teknik atau pembukuan adalah orang-orang yang sama pentingnya dengan reporter atau presenter mereka juga berperan besar terhadap keberhasilan suatu stasiun penyiaran. Dan semua orang tersebut tergabung dalam sebuah Produksi penyiaran.

Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI setiap episodenya menghadirkan 20 tangga lagu (*chart*) penyanyi atau band yang sedang *hits*. hal tersebut didapatkan dari minat pemirsa melalui *request* yang didapat dari *email* maupun situs jejaring sosial *twitter* dan *facebook fan Page* terhadap lagu-lagu yang ada di

belantika musik Indonesia. Program Dahsyat yang setiap harinya memberikan isi konten yang berbeda-beda pada setiap episodenya. Dahsyat makin lebih akrab dan dekat lagi dengan pemirsa di studio dan di rumah dengan sebutan “Sahabat Dahsyat” maka program ini dapat dinikmati oleh siapa saja.

“ selain membacakan deretan lagu dan menampilkan *performance* band atau penyanyi, Dahsyat menghadirkan sebuah konten acara menarik di luar studio setiap harinya seperti Dahsyatnya jalanan pada hari senin, Dahsyatnya Sekolah pada hari selasa, Dahsyatnya Kantor pada hari Rabu, pada hari kamis ada Dahsyatnya Pasar, selanjutnya Dahsyatnya masak hari jumat, kemudian yang menarik yaitu Dahsyatnya Indonesia pada hari Sabtu dan Dahsyatnya *Weekend* di hari minggu tetapi sewaktu waktu bisa berubah”. (wawancara, Endang Setyaningsih 21 Januari 2015).

Program Dahsyat pernah menghadirkan berbagai bintang tamu istimewa diantaranya Menteri Luar Negeri Amerika Serikat Hillary Clinton pada tahun 2010, Legenda sepak bola klub AC Milan pada tanggal 4 September 2011, replica trofi piala FA dan david Foster pada tanggal 28 oktober 2011.

4.4.1 Proses Produksi Program *Variety Show* acara Dahsyat

Merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam, seperti materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (*financial*), organisasi pelaksana produksi dan tahapan pelaksanaan produksi.⁴³

Dalam Program *Variety Show* Dahsyat ada tiga langkah tahapan proses produksi yang dilakukan yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi. Pada proses pra produksi hanya melibatkan sebagian kecil dari kru yang bertugas yaitu tim inti program acara *Variety Show* Dahsyat, namun pada saat produksi semua kru ikut terlibat. Ketika kegiatan pasca produksi dilakukan dengan kegiatan evaluasi kinerja pada saat produksi, pada pasca produksi ada beberapa hal yang

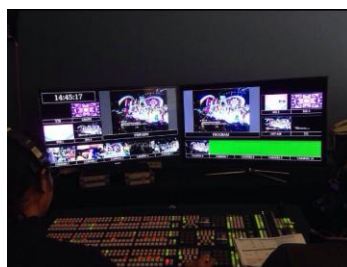
⁴³ Wibowo Fred, Dasar-dasar produksi program televisi. Hlm 7

tidak dilakukan seperti proses editing, karena proses editing telah dilakukan di pra produksi. Berikut ini adalah tahapan proses produksi program *Variety Show Dahsyat* :

4.4.1.1 Pra produksi (Ide, perencanaan dan persiapan)

Tahap ini sangat penting sebab jika tahap ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah beres. Tahap pra produksi meliputi tiga bagian yaitu penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Pada saat pra produksi Tim kreatif membuat *rundown* untuk episode yang akan ditayangkan besok. *Rundown* sendiri berisi *video* klip yang akan ditayangkan, *montage*, dan urutan artis yang akan tampil pada program *Variety Show Dahsyat* setelah deal, pihak *talent* akan berkoordinasi dengan UPM untuk urusan honor artis.

Setelah *rundown* dan *montage* dibuat tim kreatif akan memberikan data tersebut ke *Production Assitant (PA)*. PA lalu memberikan *list* pada editor untuk dilakukan *editing*. PA harus mendampingi editor waktu mengedit, agar urutan *rundown* tidak salah. Setelah selesai mengedit, data di *copy* ke dalam kaset digital. Setelah di copy PA akan meninjau kembali jika ada bagian yang salah. Setelah semuanya selesai selanjutnya akan dilakukan *time show*, agar memudahkan bagian VTR (*Video Tape Recorder*).



Gambar 4.7 Pra Produksi

Sumber : Dokumentasi, 2015

4.4.1.2 Produksi (Pelaksanaan)

Pada saat Dahsyat *live*, semua kru berkoordinasi menggunakan *handy Talkie*, dan *Producer* bertugas untuk jalannya program.

Producer Assitant bertugas untuk mengatur gambar yang tampil di LED yang ada pada set panggung. *Floor Director* berkoordinasi langsung dengan *director*. Kru *lighting* bertugas untuk pencahayaan di dalam studio. Kru teknik bertugas untuk mengatur pencahayaan di dalam studio. Kru teknis bertugas untuk mengatur segala hal yang berhubungan dengan hal teknis seperti mesin, VTR, LED. Dan mesin *switcher*, *Director* berdampingan dengan seorang *switcher* untuk mengatur tampilan gambar yang diambil oleh enam *cameramen* yang ada di dalam studio. Dalam studio juga terdapat tiga orang CRO (*Control Room Operator*) yang bertugas untuk menjalankan VTR, CG (*Character Generate*) dan seorang *switcher*.

Talent berhubungan dengan pihak artis dan pengisi acara untuk mengurus kontrak dan honor.



Gambar 4.8 Produksi

Sumber : Dokumentasi, 2015

4.4.1.3 Pasca Produksi (Penyelesaian)

Proses produksi program *Variety Show Dahsyat*, Pasca Produksi lebih mengarah pada Pra Produksi, di mana dilakukan pengulangan tahapan pada saat pra produksi. Pada saat pasca produksi tim mengadakan rapat evaluasi terhadap kinerja hasil kerja dan dilakukan *meeting* setiap hari setelah acara dahsyat selesai. Jadi dapat dikatakan bahwa pasca produksi termasuk dalam proses pra produksi.



Gambar 4.9 Pasca Produksi

Sumber : Dokumentasi, 2015

Pada dasarnya semua tahapan proses produksi penting dan harus dikerjakan secara maksimal dan professional, namun proses pra produksi seringkali sangat diutamakan terutama untuk program televisi *live* atau siaran langsung. Program televisi siaran langsung sangat bertumpu pada proses pra produksi sebagai fondasi utamanya. Karena pada program siaran langsung tidak bisa melakukan pengulangan.

Dalam produksi program *Dahsyat* interaksi antara komunikator terhadap komunikan dalam penyampaian pesan dapat ditentukan oleh teknologi yang digunakan pada saat ini, sedangkan tingkat keberhasilan misi ditentukan oleh tingkat intelektual dan cara dalam penyampaian pesan tersebut.

4.4.2 Analisis data

4.4.2.1 Analisis proses Pra Produksi Program Acara Dahsyat

Industri televisi terjadi persaingan sangat pesat. Semua stasiun televisi berlomba-lomba untuk menghasilkan karya-karya yang diproduksi dan dapat merebut perhatian khalayak. Agar program acara televisi dapat menarik perhatian penonton, maka kreativitas menjadi tuntutan yang paling utama untuk menghasilkan program yang menarik guna mempertahankan posisinya dimata penonton. Maka dari itu peranan penting di dalam proses produksi terdapat sebagai berikut : Eksekutif produser adalah orang yang bertanggung jawab terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu program sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan disepakati, selanjutnya *Creative* (Tim Kreatif) bertugas mengembangkan ide-ide kreatif dan membuat naskah untuk program yang akan diproduksi dengan arahan dari produser. Setiap harinya terdiri Tim inti dalam program *variety show* yaitu *executive producer*, *producer*, tiga orang tim kreatif dan *talent coordinator* yang selalu melakuakn *meeting* untuk menentukan format acara.

Program *variety show* Dahsyat merupakan program yang tayang tiap hari di dalam program ini diperlukan perencanaan. Menurut Wahyudi (1994) perencanaan menjadi pegangan setiap pimpinan dan pelaksanaan untuk dilaksanakan. tim inti yang terlibat pada produksi selalu mengadakan *meeting* untuk membuat perencanaan. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, tim inti sering melakukan *meeting* dan diperlukan banyak masukan di setiap anggota tim inti yang hadir pada saat *meeting* persiapan produksi, hal ini untuk menambah peluang bagaimana membuat tayangan yang berkualitas. Selain itu tim mempersiapkan

artis yang akan tampil jika sudah diplan artisnya bisa atau tidak. tugas bagian talent untuk menghubungi artis melalui managernya. apabila setiap tayangan menampilkan pengisi acara yang selalu berganti dan memiliki kriteria yang tepat, otomatis acara tersebut bertahan untuk menarik perhatian penonton.

4.4.2.2 Analisis Produksi

Setiap tim harus memahami bagaimana jalannya produksi, komunikasi harus berjalan dengan efektif untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam mengambil tindakan yang mengakibatkan kesalahan atau konflik yang terjadi. Koordinasi antara program *Director* kepada *Floor Director*, kemudian turun ke kreatif. Ketiga tim produksi ini akan saling kordinasi untuk memastikan kondisi, apabila pada segmen tersebut siap untuk digunakan, rundown akan dirubah dengan menyesuaikan ke situasi dalam studio.

Dalam suatu produksi bukan hanya kreatifitas yang tinggi untuk membuat suatu content dan juga *gimmick* yang akan ditampilkan, tentunya melihat bagaimana situasi teknis yang menyesuaikan pada saat pengambilan gambar.

Selain itu dalam produksi program *variety show* acara Dahsyat Host juga ikut ambil bagian dalam memberikan ide saling memberikan ide satu sama lain. Peneliti melakukan observasi dan melihat langsung kerja sama antara tim dengan host sangat kompak dilakukan saling bertukar pikiran memberikan ide satu sama lain dan host berusaha menyesuaikan dengan konsep yang dirancang.

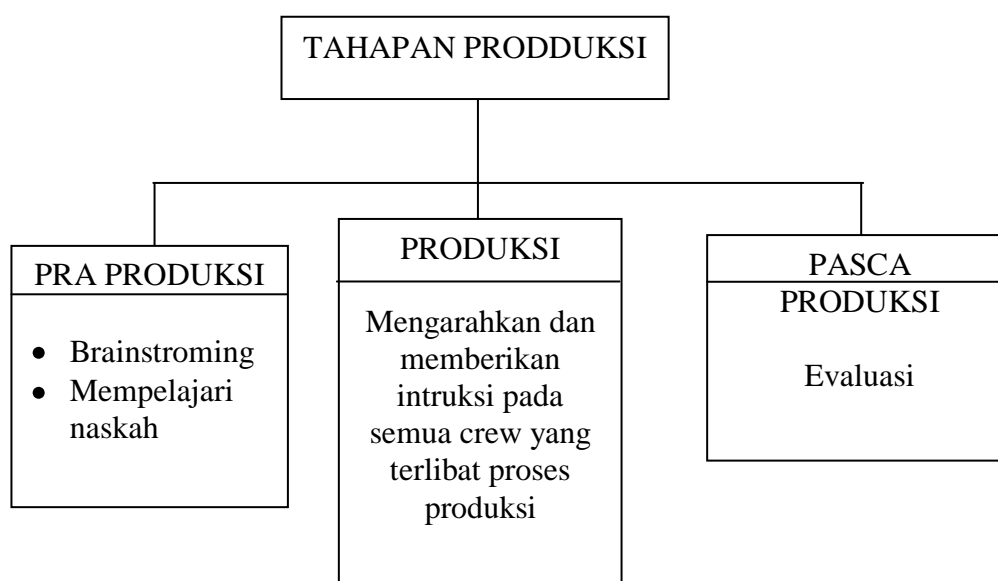
Produksi yang dilakukan pada program Dahsyat ini tidak lepas dari kerjasama tim produksi yang solid, bagaimana produksi tersebut menjadi suatu tayangan menghibur dan menarik.

Tidak hanya host yang penting dalam program ini namun kehadiran penonton di dalam studio juga sangat penting karena penonton bagian dari program. Penonton didalam studio bisa meramaikan suasana dan memeriahkan acara yang membuat host lebih dekat dengan penonton didalam studio.

4.4.2.3 Analisis Tahapan Pasca Produksi

Dalam Produksi program acara variety show Dahsyat pasti ada beberapa kekurangan dan kesalahan yang terjadi. Tentunya hal tersebut menjadi evaluasi untuk memperbaiki dan juga merupakan materi untuk meningkatkan kualitas program variety show Dahsyat. Setiap produksi tidak efektif dan tidak lengkap tanpa melakukan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan pada program Dahsyat ini tiap hari setelah proses produksi selesai. Peneliti melakukan observasi dan melihat ketika acara Dahsyat selesai tim melakukan meeting namun ketika meeting peneliti tidak diperkenankan masuk atau ikut. Peneliti mengetahui hasil meeting dari salah satu tim kreatif, hasil meeting tersebut membahas pra produksi persiapan untuk besok yang akan ditayangkan.

4.4.2.4 Proses Produksi pada tahapan produksi



4.4.3 Peran Host dalam Program Dahsyat

Kehadiran seorang host yang berkarakter akan menjadi daya tarik sebuah acara. Host merupakan pemandu acara dan bertanggungjawab atas kelancaran dan suksesnya acara. Tugas utama seorang host sangatlah penting karena ia bertanggungjawab sebagai perantara mempunyai pesan kepada pemirsa. host hanya menyajikan apa yang diberikan oleh produser atau tim kreatif dan diinprovisasikan oleh host dengan cara mereka masing-masing dalam mengemas isi suatu program yang mereka bawakan, karena host yang lebih tahu kondisi dilokasi seperti apa.

Terkait dengan keramaian penonton dan kemeriahan program, maka hal ini juga tergantung pada host. Host yang pintar melawak dan interaktif menjadi pilihan utama. Peran host dapat meningkatkan kemeriahan program dengan cara berinteraksi dengan penonton disekitarnya. Peran itu sendiri merupakan aspek dinamis kedudukan (status) apabila seseorang melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka dia sudah menjalankan peranan. Begitu pula peran yang dilakukan seorang host ketika memandu acara pada program Dahsyat ini. Peran host pada dasarnya merupakan suatu bagian dalam terjadinya suatu hal peristiwa dalam hal ini berkaitan dengan produksi program *variety show* acara Dahsyat.

Host merupakan suatu yang sangat penting dalam suatu program. Host adalah orang yang membawakan suatu acara program yang memiliki karakteristik yang dapat ditampilkan untuk membawakan suatu acara program televisi. Peranan host yang sangat inilah yang menjadi suatu tolak ukur dalam keberhasilan program Dahsyat di RCTI. Hubungan *host* dalam program Dahsyat dibentuk

dengan komunikasi intens antara tim kru dan *Host* dengan *sharing* dan masukan antara satu sama lain sebelum acara berlangsung. Dari pengarahan yang diberikan *producer* maka terjalinlah hubungan baik antara *host* dengan semua Tim, untuk menjalin kepercayaan antara pihak yang satu dengan pihak lainnya (*truth*) maka dibutuhkan dukungan serta *support* masing-masing pihak untuk bekerja sama demi terciptanya keuntungan. Keuntungan yang dimaksud adalah suksesnya program tersebut, terlebih program *variety show* ini merupakan program *live* dimana tingkat kesalahan baik secara *verbal* (ucapan) ataupun *non verbal* (prilaku) sangat besar. Maka sangat penting bagi semua pihak program ini berkoordinasi dengan apa yang direncanakan sebelumnya untuk meminimalisir tingkat kesalahan yang berakibat bagi keberlangsungan program. Kedekatan kru Dahsyat Selain di dalam kantor dengan *host* Dahsyat mereka sering menjalin komunikasi lewat media sosial *Blackberry Masanger, WhatsAPP, Line*.

“kita sering kontekan dengan para Hostnya lewat *WhatsAPP* untuk *sharing* atau becanda saling komentar supaya kita bisa lebih dekat”. (Dela Tim Kreatif dahsyat).

Dalam produksi program *Variety Show* Dahsyat peran *host* juga ikut ambil bagian dalam memberikan ide, tidak ada batasan bahwa yang berwenang adalah tim produksi. Disela-sela acara sering terlihat *producer* ataupun kreatif berunding dengan *host*, kejutan apa yang akan ditampilkan. Dalam produksi tersebut tidak semuanya segment mutlak adalah hasil dari ide kreatif dari tim produksi, tetapi tetap dipertimbangkan bahwa layak atau tidak untuk ditampilkan.

“Saling memberikan ide dan aktif peran *host* disini bukan hanya menjadi *mideoker* disini harus bisa jadi bukan artis biasa tapi bisa memutar otak untuk memberikan ide karena disini keluarga jadi harus saling, untuk menciptakan komunikasi yang baik”. (wawancara peneliti dengan Ayu Dewi - *Host* Dahsyat).

Host dituntut menghidupkan acara dengan cara yang kreatif dan menjadi ciri khas dari program tersebut. Program Dahsyat yang dikenal dengan hostnya yaitu Raffi, Denny, Ayu, Syahnaz dan Dede. Mereka selalu menciptakan kearaban dengan penonton di studio dan juga kru Dahsyat, mereka juga kerap membuka kisah pribadi saling mencela sebagai lelucon. misalnya Raffi dan Denny sering membuka aib Ayu dengan bercanda mereka selain itu Dede juga sebagai host Dahsyat kerap di bully oleh dihost lain. Semua dilakukan karena unsur kesengajaan yang hanya tujuannya untuk menghibur pemirsa yang menyaksikan program ini agar acaranya menjadi seru dan tidak membosankan.

Karakter merekalah yang merupakan ciri khas untuk bisa menarik pemirsa menyaksikan program ini. Banyaknya orang yang menonton program ini menjadi pertimbangan bagi pengiklan untuk meletakkan iklannya di program Dahsyat ini. Semakin banyak pengiklan yang ingin beriklan memungkinkan perusahaan untuk menaikkan harga iklan. Sehingga program Dahsyat dapat memanen lebih banyak lagi keuntungan.

Dahsyat “deretan Lagu Hits Teratas” kalimat ini menjadi andalan para host untuk menyapa pemirsa RCTI setiap pagi. Dan daya tarik dari program ini karena host Dahsyat yang memandu acara dengan gaya yang unik serta menghibur dan dikenal oleh banyak orang terlihat dari para Fansnya masing-masing seperti Raffiah, Bangjali, dll.

“sebenarnya kekuatan acara ini dari para hostnya yang membawakan acara untuk menghiburnya seperti candaan yang dilontarkan dan mereka sering kerap membuka kisah pribadi saling mencela sebagai lelucon” (Dela- Kreatif Dahsyat).

Peran host dalam program Dahsyat untuk bisa mendapatkan keuntungan, citra *host* di mata publik sudah banyak dikenal, selain itu program Dahsyat ini bisa memanfaatkan popularitasan host. Dari program *Variety Show* ini yang

dikenal dengan hostnya yang sedang naik daun seperti Raffi Ahmad yang banyak sekali penggemarnya dari *followers twitter* @RaffiAhmadLagi mencapai 6,147,986 dengan sebutan fansnya “Rafiah” selain itu Ayu Dewi juga yang merupakan host Dahsyat yang banyak sekali followers twitternya @mrsayudewi mencapai 3,317,930 dan Denny cagur yang merupakan Host dahsyat juga mempunyai followers yang cukup banyak mencapai 2,641,107. dengan fans yang cukup banyak atau dengan *followers twitter* bisa mengajak khalayak menyaksikan program ini dan juga bisa menarik iklan masuk ke dalam program ini. Keuntungannya untuk Dahsyat itu sendiri bisa menaikkan *rating&share* untuk program ini dan bisa menarik pasar dalam ekonomi media pasar merupakan khalayak dan iklan.



Gambar 4.10 Akun Twitter Raffi Ahmad Host Dahsyat 2015
Sumber : @RaffiAhmadLagi



Gambar 4.11 Akun Twitter Denny cagur Host Dahsyat 2015
Sumber : @DennyCagur



Gambar 4.12 Akun Twitter Ayu Dewi Host Dahsyat 2015

Sumber : @mrsayudewi

Citra yang sudah tertanam di benak masyarakat mengenai karakteristik *host* seperti misalnya Raffi Ahmad, Ayu Dewi dan Denny Cagur merupakan artis yang sudah dikenal cukup lama oleh banyak orang dianggap menjadi pendongkrak utama masuknya sebuah iklan dalam program ini. Dan selain itu ada juga *host* yang dibawakan oleh Dede dan Syahnaz yang merupakan *host* acara Dahsyat juga keadaan seperti ini menjadi hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara pihak satu dengan pihak lainnya, suatu program dapat hidup melalui masuknya iklan dan iklan membutuhkan media untuk mampu menarik pangsa pasar melalui citra diri si model iklan. Iklan membutuhkan sosok yang mudah diingat dengan menggunakan aktor yang sudah memiliki banyak penggemar. Produser iklan tidak perlu susah payah dalam menarik khalayak, mereka hanya perlu menarik khalayak lebih luas diluar penggemar sang aktor tersebut dengan menggunakan dan menampilkan keunggulan produk.

Peran *host* inilah yang menjadi daya tarik iklan untuk bisa masuk kedalam program Dahsyat ini, peran *host* yang menyampaikan pesan kepada pemirsa bisa membantu acara program ini bisa lebih hidup lagi karena *host* yang melihat langsung keadaan lokasi tersebut.

4.4.4 Peran Penonton Bayaran dalam program Dahsyat

Penonton adalah orang yang menonton pertunjukan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011). Sedangkan bayaran berarti upah, gaji, atau orang yang dibayar. Berdasarkan definisi ini, maka penonton bayaran merupakan orang-orang yang dibayar untuk menonton pertunjukan.

Maraknya acara musik *live* terutama yang disiarkan pada pagi hari dan serempak oleh beberapa stasiun televisi. Acara tersebut selain menyedot kru atau pekerja dari tim televisi itu sendiri seperti produser, kameraman, FD, dll. Acara tersebut seiring berkembangnya waktu membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat kelas bawah sebagai penonton bayaran atau bisa juga disebut “*alay*”. Penonton itu sendiri merupakan bagian dari acara untuk memberikan semangat kepada artis dan juga memeriahkan acara. Selain dengan teriaknya tapi dengan ciri khasnya itu juga sebagai penunjang acara.

Yang mendasari program Dahsyat menggunakan penonton di dalam studio agar artis bisa lebih dekat dengan penonton. Dahsyat ingin memberikan sesuatu yang berbeda dengan membuat penonton menjadi bagian dari *show*. Penonton bagian dari *performancenya* Dahsyat dan secara langsung merekapun terlibat *shownya* Dahsyat dan membuat artis dan penonton menjadi lebih akrab serta dekat. Penonton bayaran didapatkan dari *coordinator* penonton yang menyediakan di program Dahsyat ini. *Coordinator* penonton tersebut memiliki persyaratan khusus untuk menjadi penonton di Dahsyat.



4.11 Gambar Penonton Bayaran acara Dahsyat RCTI

Sumber : Dokumentasi 2015

Penonton yang datang pada program Dahsyat di RCTI dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu penonton sukarela dan penonton bayaran. Penonton sukarela adalah penonton yang datang ke studio Dahsyat, tanpa diminta atau dibayar. Jumlahnya tergantung pada studio Dahsyat dan artis yang didatangkan (terkait dengan popularitas sang artis dan selera penonton sekitar/fans). Dari situ penonton sukarela terbagi menjadi aktif dan yang pasif. Penonton sukarela yang aktif adalah penonton yang bergerak-gerak atau ranai, tanpa diminta, karena mereka benar-benar *fans* dari artis yang didatangkan. Sedangkan penonton sukarela yang pasif merupakan penonton yang diem saja atau sepi, biasanya adalah orang yang sekedar lewat di lokasi atau tidak menjadi *fans* dari artis yang didatangkan. Kemudian ada penonton bayaran, penonton bayaran adalah salah satu aspek produksi yang cukup penting, agar dapat memeriahkan suasana program acara Dahsyat secara atraktif. Mereka dapat diarahkan untuk mengikuti gerakan tertentu dan tampil meriah, karena sudah dibayar.

Peran penonton bayaran ini sangat penting karena mereka merupakan bagian dari *show*, dan bagian dari set, serta mereka mampu membantu artis lebih bersemangat dan artis merasa nyaman jika tidak menggunakan penonton bayaran maka program ini sangat membosankan dan tidak ramai kalau tidak memakai jasa

penonton maka dari itu penonton bayaran merupakan satu bagian yang penting untuk program Dahsyat.

Karena penonton bagian dari acara yang membentuk suasana program dan ketika suasana terbentuk maka *host* akan mengikuti alur suasana yang dibawakan meriah. kehadiran penonton bayaran juga merupakan komponen utama suasana yang dibentuk di dalam studio pada saat *on air*. Peran penonton bayaran membawa pengaruh besar bagi semangat para *host* ketika program sedang berlangsung. Penonton bayaran juga merupakan cerminan program Dahsyat ini dimana suasana yang nampak dilayar kaca akan membawa alur ceria pula bagi penonton dirumah.

“Ketika penontonya sudah anyep, di studio bakal anyep juga jadi tidak semangat. Cuma ketika penonton lagi ramai dan energik itu enak banget jadi semangat, penonton itu sendiri yang bisa membangun semangat para *Host* untuk menghiburnya”. (wawancara Peneliti dengan tim kreatif Della).

Di dalam studio yang menjadikan Dahsyat sebagai program acara acara *Variety Show* pertama yang menghadirkan penonton di dalam set panggung dan melibatkan penonton mengambil bagian dalam program ini untuk memberikan suasana yang membuat lebih ramai dan makin seru serta menjadikan mereka sebagai bagian dari Dahsyat untuk mendapatkan suasana meriah, menarik dan juga merasa dekat sang bintangnya yaitu artis yang mengisi acara di Dahsyat. Penonton merupakan bagian dari acara *Variety Show* Dahsyat ini yang dikenal dengan penontonya sering disebut Alay. Alay merupakan sebutan untuk mereka yang menjadi penonton di Dahsyat yang suka nari bareng koreo-nya dan berdandan norak atau berlebihan. Penonton alay dibayar supaya acara kerasa lebih rame dan hidup karena mungkin teriakan-teriakan mereka yang berlebihan disebut alay dan selain itu baju yang mereka pakai juga yang merupakan pusat perhatian

pemirsa yang menyaksikannya. Mereka yang menjadi penonton bayaran karena tuntutan sosial namun ada juga mereka yang menjadi penonton bayaran hanya sebagai batu loncatan saja ingin menjadi artis atau bertemu artis.

“Saya jadi penonton bayaran sengaja karena suka banget sama Aa Raffi Ahmad selain itu juga saya suka sama acara Dahsyat, jadi kalo ngga nonton langsung rugi banget mendingan saya jadi penonton bayaran biar bisa ketemu Aa Rafi juga kan langsung”. (Wawancara Peneliti dengan Widya - Penonton bayaran).

Kehadiran penonton bayaran mampu membuat program Dahsyat di RCTI menjadi lebih hidup dan eksis hingga saat ini. Penonton sangat dekat dengan artis maupun tim produksi dan dengan hadirnya penonton bayaran ini sebuah acara dapat dikondisikan atau di atur agar dapat berjalan dengan lancar. Penonton bayaran yang dibutuhkan di studio minimal 120 dan maksimal 180 dikondisikan dengan studio. Bayaran yang mereka dapatkan sekitar Rp 20.000 (dua puluh ribu) sampai Rp 30.000 (tiga puluh ribu). Biasanya penonton baru hanya diberi Rp 20.000 (dua puluh ribu) atau hanya nasi kotak tetapi penonton yang sudah lama menjadi penonton bayaran dibayar Rp 30.000 (tiga puluh ribu) namun penonton bayaran yang telat datang ke lokasi tidak dibayar hanya bisa menonton di dalam studio saja tanpa dibayar. misalnya sebelum acara Dahsyat di RCTI dimulai seluruh penonton yang datang ke lokasi langsung absen ke koordinator untuk bisa masuk kedalam studio dan mendapatkan bayaran.

“saya menjadi penoton sudah 1 tahun dan mendapatkan bayaran Rp 30.000 tapi kalau untuk penonton baru hanya dibayar Rp 20.000 kadang juga hanya dikasih nasi kotak saja kalau yang telat tidak di bayar tapi boleh menonton Dahsyat di dalam studio” (wawancara Sheila- Penonton bayaran).



Gambar 4.14 Penonton Bayaran di studio 1 Dahsyat RCTI

Sumber : Dokumentasi 2015

Penonton adalah jiwa yang menghidupkan sebuah acara, makin heboh penonton, makin meriah dan sukses acara tersebut. Yang menjadikan Penonton ramai di studio Dahsyat ini tidak lepas dari perintah Koordinator Penonton yang mengatur penonton bayaran di dalam studio agar penonton bayaran bisa di atur untuk memeriah kan dan meramaikan acara. penonton dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya tarik khalayak ketika ditayangkan di televisi. Daya tarik ini ditunjukan untuk meningkatkan rating dan share acara yang bersangkutan dan akhirnya menarik pengiklan. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa penonton menjadi peran yang penting untuk mendatangkan keuntungan ekonomi. Penonton bayaran juga memiliki nilai jual untuk bisa mendatangkan iklan biasanya permintaan dari sponsor, dimana penonton bayaran yang hadir di studio Dahsyat menggunakan baju sponsor, mereka tidak sulit untuk diminta tolong selama *shooting* Dahsyat berlangsung untuk mengenakan baju produk sponsor

4.4.5 Peran host dan penonton bayaran dalam Ekonomi Media

Ekonomi media merupakan sebuah studi atau kajian yang mempelajari bagaimana media industri menggunakan sumber daya terbatas atau langka untuk memproduksi isi atau konten dan mendistribusikannya kepada konsumen (sebagai

bagian dari masyarakat) untuk memberikan kepuasan atas kebutuhan dan keinginan mereka.⁴⁴

Ekonomi media memberikan konteks guna memahami perilaku industri media, pasar media dan konsumen media. Secara spesifik, ekonomi media berfokus pada bagaimana industri media mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk menciptakan informasi dan hiburan guna memenuhi kebutuhan audiens. Dari penjelasan ekonomi media maka penelitian ini selain menggunakan tahapan produksi pada proses produksi penelitian ini menggunakan teori ekonomi media. Bagaimana Produksi program *Variety Show* Dahsyat ini memenangkan persaingan merebutkan pasar, khalayak dan pengiklan dalam ekonomi media disebut pasar. Ekonomi media menjelaskan tentang industri media mana yang beroperasi secara lebih efektif dan efisien dan bisa mengembangkan karir di industri media. Selain itu, ekonomi media dalam produksi program *Variety Show* Dahsyat ini berupaya mendapatkan keuntungan yang didapat untuk program Dahsyat ini.

Peran *host* dan peran penonton bayaran dalam Program ini pada posisi ekonomi media mereka melakukan *simbiosis mutualisme* dalam arti saling menguntungkan. Untuk menjalin kepercayaan antara pihak yang satu dengan pihak lainnya (*truth*) maka dibutuhkan dukungan masing-masing pihak untuk bekerja sama demi terciptanya keuntungan. Keuntungan untuk program Dahsyat itu bisa menarik iklan untuk masuk kedalam program Dahsyat. Keuntungan bagi *Host* dan Penonton bayaran selain honor yang mereka dapatkan popularitas juga mereka dapatkan.

⁴⁴ Albaran, *Media Economics, understanding markets, industry dan concepts*, 1996. Hlm 4

Program acara Dahsyat ini dikenal dengan hostnya yang sedang naik daun maka program ini memanfaatkan kepopuleritasan host untuk bisa menarik iklan masuk ke dalam program ini. Selain itu menjual citra host yang dikenal di mata publik dengan jumlah fansnya yang banyak maka iklan akan tertarik ke dalam program ini.

Setiap individu dalam suatu kelompok masyarakat pasti melakukan kegiatan untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhannya atau disebut dengan ekonomi. Dalam buku media *economic*, Albarran mengutip pernyataan Samuelson dan Nordhaus sebagai berikut :

Economics is the study of how societies use scarce groups (Samuelson and Nordhaus, 1992:3)

Dengan kata lain, masyarakat memanfaatkan kelangkaan (keunuiikan) untuk menambahkan nilai ekonomi suatu produk. Pada dasarnya kegiatan ekonomi terbentuk dari dua kegiatan dasar yaitu produksi dan konsumsi. Produksi adalah kegiatan menciptakan produk baik itu barang maupun jasa untuk memenuhi permintaan. Dalam industri media, jenis produksinya dapat diklarifikasikan ke dalam beberapa katagori besar, yaitu: cetak (buku, majalah, koran), elektronik (radio, televisi, rekaman), dan fotografi (film).

Konsumsi adalah pemanfaatan sumber daya barang maupun jasa untuk memuaskan berbagai keinginan dan kebutuhan. Dalam industri media, sumber daya yang dinikmati oleh konsumen adalah hiburan dan konten informasi. Penonton menggunakan media untuk memuaskan motivasi dan preferensi atau pilihan yang berbeda-beda.

Dari produksi tersebut menjelaskan pada suatu program acara Dahsyat di RCTI dengan tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi disusun sekreatif mungkin dan dikemas secara menghibur dengan menyajikan 20 deretan lagu teratas dan menampilkan bintang tamu yang sangat mampu membangkitkan suasana agar lebih meriah sehingga menghadirkan kesegaran di pagi hari. Acara Dahsyat dikenal dengan hostnya yang menghibur yang sedang naik daun seperti Raffi, Denny dan Ayu. Mereka host yang dikenal banyak orang. Kehadiran host dalam suatu program Dahsyat ini menarik penonton untuk menyaksikannya. host itu sendiri mengajak dari berbagai masing-masing fans untuk menyaksikan program ini. Keuntungan itulah yang didapat program Dahsyat. Peran host dalam proses produksi sangat penting. Peneliti melihat langsung di lokasi peran host dalam program ini sangat dibutuhkan dan saling bekerjasama, selain itu juga host bertugas menyumbangkan ide, mengantarkan dan bertanggung jawab atas kelancaran acara berlangsung dengan cara naskah yang diperhatikan dan *eye contact* juga harus diperhatikan. Selain host, yang dikenal dalam program ini dari kehadiran penonton bayaran yang sering disebut sahabat Dahsyat mereka dikenal dengan alay. Alay mempunyai arti tersendiri yang berarti berlebihan dalam berdandan maupun berpakaian.

“program ini sangat dikenal dengan penontonnya yang alay yang ada di dalam studio. Alay itu sendiri mempunyai arti yaitu mereka yang selalu menari bersama koreonya dengan dandanan yang berlebihan” (Wawancara dengan Endang Setyaningsih- Mantan Produser Dahsyat).

Namun dengan gayanya itu sendiri yang merupakan ciri khas mereka yang dikenal pemirsa. Tanpa penonton bayaran ini program Dahsyat sangat membosankan dan tidak ramai kalau tidak memakai jasa penonton alay. Penonton bayaran ini merupakan suatu bagian yang penting untuk program ini.

Dari penjelasan ekonomi media untuk menghasilkan keuntungan, perusahaan media tentu saling berkompetisi. Kompetisi antar industri media adalah kompetisi memperebutkan khalayak dan pengiklan. Khalayak dan pengiklan dalam ekonomi media di sebut pasar. Dalam berupaya memenangkan persaingan merebutkan pasar, media kadang mengabaikan kepentingan publik. Media sering kali mengabaikan kualitas produk yang mereka hasilkan demi mengejar keuntungan.

Dari keuntungan program *variety show* acara Dahsyat di RCTI ini yang didapat yaitu iklan. Bagaimana peran host dan penonton didalam studio ini bisa menjadi target pasar untuk program ini. Pasar dalam ekonomi media berarti khalayak dan iklan. Peran host dan penonton didalam studio ini sangat membantu untuk memeriahkan acara karena semakin meriah acara maka semakin ramai acara Dahsyat ini. Peran host dan penonton sangat mutlak. Host yang menghibur dengan candaannya dan celetukannya dan juga host yang sudah dikenal banyak orang mampu menarik khalayak untuk menyaksikan program ini selain itu menarik iklan untuk bisa masuk kedalam program ini. Keuntungan untuk Dahsyat itu mampu menaikkan rating dan menarik iklan untuk bisa masuk kedalam program ini.

Dalam perspektif ekonomi media mengenai asumsi institusi media dijelaskan bahwa media massa merupakan institusi ekonomi (*private institusi*) yang menggabungkan aktifitas produksi, desiminasi isi media pada target konsumen (Picard dalam Albaran 1996). Kerena institusi media merupakan entitas ekonomi maka perilakunya dikelola berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi. Konsumen dalam dalam kaitan ini merupakan salah satu bagian penting dalam

sistem ekonomi. Ketertarikan konsumen pada isi media dilakukan dengan pertukaran uang dan waktu. Uang dan waktu yang dikeluarkan oleh konsumen dalam hal ini penonton merupakan momen yang tepat bagi pengiklan atau produsen memperkenalkan produknya. Sehingga dalam beberapa kondisi pasar tertentu, media tidak hanya berupaya menarik konsumen, tetapi juga pengiklan.

Faktor-faktor penentu keramaian dan kemeriahan acara dari peran host dan penonton bayaran dianggap penting selama proses produksi program Dahsyat di RCTI. Host dan penonton bayaran dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya tarik khalayak ketika ditayangkan di televisi. Keuntungan yang didapat oleh program Dahsyat ini bisa meningkatkan *rating* dan *share* acara *variety show* Dahsyat di RCTI dan akhirnya menarik pengiklan. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa peran host dan penonton bayaran menjadi peran yang sama-sama penting dalam proses produksi program Dahsyat ini untuk mendatangkan keuntungan ekonomi.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Pada penelitian produksi program televisi (studi kasus acara *variety show* Dahsyat) di RCTI dapat disimpulkan :

1. Produksi program *Variety Show* “Dahsyat” salah satunya adalah kerjasama tim produksi yang solid. Bagaimana produksi tersebut menjadi kreatif. Pada tahapan produksi program Dahsyat tayang secara *live* setiap hari. Program Dahsyat di RCTI yang dimulai dari pra produksi dilakukan tim produksi yaitu rapat internal untuk menyusun jadwal artis, *gimmick*, *budget*, *chart*. Tahap produksi melakukan *Live On-Air* berdurasi 2 jam, adanya *live performance* artis, *chart*, *audience*, kamera, audio. Tahap pasca produksi tim melakukan evaluasi dengan mengevaluasi kesalahan yang terjadi saat produksi. evaluasi dilakukan pada saat *meeting* yang dilaksanakan setiap hari setelah acara Dahsyat selesai.
2. Program *variety show* Dahsyat ini dikenal dengan *host* dan penonton bayarannya yang meramaikan acara. Peran *host* dan peran penonton bayaran dalam Program ini pada posisi ekonomi media mereka melakukan *simbiosis mutualisme* dalam arti saling menguntungkan. untuk menjalin kepercayaan antara pihak yang satu dengan pihak lainnya (*truth*) maka dibutuhkan dukungan serta *support* masing-masing pihak untuk bekerja sama demi terciptanya keuntungan. Host

Dahsyat itu sendiri sudah banyak dikenal, jadi dengan mudah host itu sendiri bisa mendatangkan iklan untuk masuk kedalam program Dahsyat. Sedangkan penonton bayaran itu sendiri memberikan semangat kepada artis. Penonton dan host dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya tarik khalayak ketika ditayangkan di televisi. Daya tarik ini ditunjukkan untuk meningkatkan *rating* dan *share* acara yang bersangkutan dan akhirnya menarik pengiklan. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa host dan penonton bayaran didalam studio Dahsyat menjadi peran yang penting untuk mendatangkan keuntungan ekonomi. Peran host dan penonton sangat mutlak. Peran host dan penonton didalam studio ini bisa menjadi target pasar untuk program ini. Pasar dalam ekonomi media berarti khalayak dan iklan. Peran host dan penonton bayaran didalam studio ini sangat membantu untuk memeriahkan acara karena semakin meriah acara maka semakin ramai acara Dahsyat ini dan rating acara ini akan naik selain itu iklan juga tertarik untuk masuk kedalam program ini.

5.2 SARAN

5.2.1 Saran Teoritis

Untuk mengaplikasikan sebagian besar ilmu teori yang dipelajari selama dalam perkuliahan kedalam dunia kerja di bidang Komunikasi, khususnya produksi program televisi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Menampilkan bintang tamu atau penyanyi yang banyak disukai masyarakat atau yang sedang hits akan menjadi sesuatu yang ditunggu penampilannya.
2. Pembawa acara lebih cerdas dalam bercanda jangan terlalu berlebihan yang nanti akhirnya menjadi teguran dari KPI.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya. 1995. *Panduan Buat Pers Indonesia*. Jakarta. Pustaka Pelajar.
- Adi badjuri. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta. Graham ilmu.
- Agus Sudibyo. 2004. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta. Lkis.
- Albaran. 1996. *Media Economics, understanding markets, industry dan concepts*.
- Baksin Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosialogi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di masyarakat)*. Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, J. W. 1998. *Research Design (terjemahan)*. Jakarta: KIK Press
- Darwanto, Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*.
- Effendy, O. Uchjana. 1994. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Henry faizal Noor. 2010. *Ekonomi Media*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- H. Syaiful Rohim. 2009. *Teori Komunikasi. Rineka Cipta*
- J.B Wahyudi. 1994. *Dasar-dasar manajemen penyiaran*. Jakarta. Gramedia pustaka utama.
- Lexy J. Moleong. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Mabruri, 2011 penulisan Naskah TV
- Morissan. 2004. *Jurnalistik Televisi Mutakhir* Bogor. Ghalia Indonesia
- _____ 2008, *Manajemen Media penyiaran. Strategi mengelola Radio dan televisi*. Jakarta. Kencana.
- _____ 2009, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi* Jakarta. Media Grafika
- Muhamad Mufid. 2007 *Komunikasi Regulasi & penyiaran*. Jakarta. Kencana.

- Peter Golding dan Graham Murdock eds. 1997. *The Political Economy of the Media*, Volume 1, Edward Edgar Publishing Limited.
- Rachmat Kriyantono. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Soehartono, Irawan. 1995. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Soekanto Soerjono.1982. *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Tubbs, Stewart L. – Moss, Sylvia. 2005. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Usman KS. 2009. *Ekonomi Media*
- Wibowo Fred. 1997. *Dasar-dasar produksi program Televisi*. Jakarta. Grasindo

SUMBER INFORMAN

- Endang Setyaningsih, Mantan Produser Dahyat RCTI
- Abrar Aab, Produser Dahsyat
- DellaMartha sebagai tim kreatif
- Nurdiana firsty sebagai tim kreatif
- Ayu Dewi sebagai Host dahsyat
- Dede sebagai Host Dahsyat
- Sheila sebagai Penonton bayaran
- Widia sebagai Penonton Bayaran

SUMBER INTERNET

<https://id-id.facebook.com/RatingProgramTelevisiIndonesia>

<https://mobile.twitter.com/RatingAcaraTV>

<http://mobile.RCTI.com>.

www.Dahsyat.tv

Twitter : @officialRCTI

Twitter : @raffiahmadLagi

Twitter : @mrsayudewi

Twitter : @Dennycagur

www.Jadwal.televisi.com

JadwalTV : Dahsyat di RCTI

<http://twitter.com>Dahsyatmusik>

<http://m.facebook.com>profile>Dahsyat>

[http://interadio.org/mos/intradioc/handout%20\(english\)variety%20show\(mega21n](http://interadio.org/mos/intradioc/handout%20(english)variety%20show(mega21n)
[sendung](#) diakses: 26 juli 2015 pukul: 23.00

<http://library.binus.ac.id/eColls/ethesisdoc/Bab1/2012-2-01309-MC%20Bab.pdf>

diakses pada 20 Juni 2015 14.05

<http://thesis.binus.ac.id/doc/lain-lain/2012-2-01314-MC%20workingPaper001.pdf>

diakses pada 20 juni 2015 . 23.00

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

Dalam penelitian ini, peneliti telah menyusun beberapa daftar pertanyaan yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan proses wawancara. Hal ini dilakukan agar wawancara lebih terarah dan jelas sesuai dengan tujuan penelitian. Selama proses wawancara, peneliti akan melakukan dengan beberapa kali wawancara untuk mendapatkan data yang objektif serta benar-benar diperlukan untuk memenuhi dalam menjawab permasalahan penelitian ini. Untuk itu peneliti membuat pedoman wawancara disesuaikan dengan informan yang meliputi, *Key Informan*, Informan Utama dan Informan Pendukung.

1) **Key Informan : Produser**

1. Apa latar belakang dari program *Variety Show* Dahsyat?
2. Apa saja tugas-tugas produser dalam Program ini?
3. Apakah penampilan pembawa acara Dahsyat dengan candaan dan celetukan-celetukan yang khas mereka itu berpengaruh besar terhadap *rating&share* program acara tersebut selama periode 2015 ini
4. Apakah ada peningkatan rating & share dalam program Dahsyat selama 2015 terhadap program competitor
5. Apa yang membedakan Program *Variety Show* Dahsyat dengan Program di media Televisi lain?
6. Jelaskan bagaimana tahapan-tahapan proses produksi dimulai dari pra produksi, produksi, pasca produksi ?

7. Apa saja kendala-kendala yang sering dihadapi dalam program ini selama 7 tahun?
8. Bagaimana pemecahan solusi dan pengendalian dari kendala yang sering terjadi?
9. Sebagai Produser, bagaimana Anda melihat respon pemirsa mengenai program Dahsyat?
10. Apa yang menjadi keunggulan dari program *Variety Show* dahsyat ?
11. Ekonomi Media menjelaskan media sebagai institusi yang berupaya mendapatkan keuntungan. Dari program dahsyat ini bagaimana menarik pasar (khlayak dan iklan) agar bisa mendapatkan keuntungan?
12. Seberapa penting peran host di Dahsyat?
13. Apakah Host Dahsyat yang dibawakan Raffi, Deny, Ayu dan Dede memiliki nilai jual untuk menarik iklan ?
14. Seberapa penting juga peran penonton bayaran?
15. Darimana penonton program Dahsyat itu didapatkan?
16. Apa yang mendasari program Dahsyat menggunakan penonton bayaran dari awal mula program ini disiarkan?
17. Bagaimana jika program Dahsyat ini tanpa menggunakan Penonton bayaran?
18. Apa sih keuntungan Dahsyat menggunakan penonton bayaran ini,?
19. apakah penonton bayaran ini memiliki nilai jual untuk menarik pengiklan?

2) Informan Utama : Tim Kreatif

1. Apa latar belakang dari program *Variety Show* dahsyat?
2. Apa saja tugas-tugas tim kreatif dalam Program ini?
3. Sudah berapa lama gabung di Dahsyat?
4. Bagaimana pemecahan solusi dan pengendalian dari kendala yang sering terjadi?
5. Bagaimana strategi program ini dalam menghadapi persaingan dengan program lain?
6. Sebagai Tim kreatif, bagaimana Anda melihat respon pemirsa mengenai program Dahsyat?
7. Apa yang membedakan Program Dahsyat dengan Program di media Televisi lain? Misalnya Inbox
8. Kapan *meeting* biasanya dilakukan ?
9. Apa sih biasanya yang dibahas dalam *meeting*
10. Apa sih peran host dalam program Dahsyat ini?
11. Bagaimana menjalin hubungan yang baik dengan Host?
12. Kerja sama seperti apa yang dilakukan Tim kreatif dengan Host di Dahsyat?
13. Apakah Host Dahsyat yang dibawakan Raffi, Deny, Ayu, Syahnaz dan Dede memiliki nilai jual untuk menarik iklan ?
14. Apa sih peran penonton bayaran dalam program Dahsyat ?
15. Apa yang mendasari program Dahsyat menggunakan penonton bayaran dari awal mula program ini disiarkan?

16. Bagaimana Tim kreatif membina hubungan yang baik dengan Penonton bayaran ?
17. Darimana penonton program Dahsyat itu didapatkan?
18. Seberapa penting peran penonton bayaran yang sering disebut alay dalam program Dahsyat ini?
19. Bagaimana jika program Dahsyat ini tanpa menggunakan Penonton bayaran?

3) Informan Pendukung 1 : Host

1. Sudah berapa lama menjadi Host di Dahsyat?
2. Kelebihan apa yang dimiliki program Dahsyat dibandingkan dengan program acara lain?
3. Apa cara anda untuk menarik *Audience* agar mau menyaksikan Dahsyat?
4. Apa yang melatarbelakangi anda tertarik menjadi host diprogram Dahsyat?
5. Apa pendapat anda mengenai program Dahsyat ini yang sudah 7 tahun tayang di televisi ?
6. Apa keuntungan menjadi Host di Dahsyat ?
7. Bagaimana anda menjalin hubungan dengan kru Dahsyat dan penonton bayaran yang ada di studio?
8. Menurut anda seberapa penting peran penonton bayaran program Dahsyat ini ?
9. Kesan selama menjadi Host di Dahsyat ?

4) Informan Pendukung 2 : Audience (Penonton bayaran)

1. Anda berdomisili dimana?
2. Bagaimana pendapat anda tentang program dahsyat ini?
3. sejak kapan menjadi penonton Dahsyat?awal mulanya
4. Apa yang membedakan Program Dahsyat dengan Program di media Televisi lain misalnya Inbox?
5. Apakah anda mendapatkan bayaran dengan menjadi penonton program Dahsyat?
6. Kira-kira berapakah bayaran yang diterima?
7. Penonton bayaran identik dengan alay. Menurut anda alay itu apa?
8. Bagaimana pendapat anda tentang host yang membawakan acara ini menghibur atau membosankan?
9. Apa yang disukai dari program *Variety Show* dahsyat ?(hostnya yang lucu/ musik/ semua acaranya menarik dan tidak membosankan)
10. Siapa host yang paling anda sukai?
11. Bagaimana hubungan anda dengan kru Dahsyat dan host dahsyat?
12. Keuntungan apa yang anda dapatkan menjadi penonton di Dahsyat?

LAMPIRAN 2
TRANSKRIP WAWANCARA

1. Key Informan

Wawancara : Produser

P : maaf mba Nama saya Fatiha, saya dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, jurusan Ilmu Komunikasi. Saya membuat penelitian dengan judul Produksi Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI. boleh minta waktunya untuk wawancara

I : oh iya silahkan, aku Endang Setyaningsih sebagai mantan Produser di dahsyat nanti kamu boleh tanya tentang dahsyat sama aku nanti aku bantu. Silahkan ada yang mau ditanyakan mengenai program Dahsyat

P : baik kalo begitu saya mulai yah mba..

I : oke silahkan

P : Apa latar belakang dari program Dahsyat? Bisa di ceritakan program Dahsyat itu seperti apa mba?

I : kita membuat program Dahsyat itu sebagai sarana hiburan dan pilihan bagi pemirsa untuk memilih tayangan mana yang mereka mau tonton, yang didalemnya kita sisipkan musik dan kita juga ingin menjadikan dahsyat sebagai wadah bagi para musisi, pelaku musik untuk bisa mengekspresikan dan menyalurkan kreativias mereka sehingga semua genre musik bisa masuk ke program ini. Dahsyat itu bukan program musik sebenarnya tapi lebih ke *Variety Show*. Konten *variety Show* yang dimiliki oleh program ini dinamis dan dapat berubah-ubah sesuai tren yang ada di masyarakat. Untuk saat ini, konten Dahsyat adalah penampilan musik, video klip, deretan tangga lagu terdahsyat dan gimmick yang dapat berubah setiap harinya. Macam gimmick antara lain Dahsyat masak, games dengan para artis, membahas kehidupan

artis, Dahsyat cinta, Dahsyat masak, Dahsyat aoutdoor, Dahsyat Infotainment, Dahsyat komunitas, Dahsyat Indonesia.

- P : apa yang membedakan program Dahsyat dengan dengan program lainnya?
- I : bisa dilihat kalo program sejenisnya mereka hanya bisa menampilkan musik, sedangkan Dahsyat lebih meluas lebih *informative* sisi entertainnya lebih menonjol.
- P : Dahsyat ini kan sudah lama sekali tayang di televisi, apasih sih mba keunggulan dari program Dahsyat ini sampai bisa bertahan lama ?
- I : iya Dahsyat sudah 7 tahun tayang di televisi. Dahsyat merupakan acara hiburan yang dikemas setiap hari untuk menghibur masyarakat di pagi hari. Ditayangkan pada pagi hari kan bisa membangkitkan semangat di pagi hari. Dahsyat memenangkan *Panasonic Gobel Awards* 5 tahun berturut-turut yaitu dimulai pada awal tahun 2010,2011,2012,2013,2014 dengan kategori sebagai kategori acara program musik dan *Variety Show* terbaik itu yang menjadi keunggulan program Dahsyat dan pada tahun 2015 juga Dahsyat kembali masuk *Panasonic Gobel Awards* dengan kategori *Special Event* Dahsyatnya Awards 2014 RCTI.
- P : wah Dahsyat sudah banyak sekali yah penghargaan yang didapat. Saya mau tanya mba apa saja kendala-kendala yang sering dihadapi dalam program ini selama 7 tahun?
- I : iya mudah-mudahan program Dahsyat terus disukai pemirsa. Kalo kendalanya biasanya dari penonton bayaran itu sendiri yang suka terlambat datang. Karena penonton itu kan bagian dari acara penonton itu nyawa jika penonton tidak ada atau tidak semangat acara tidak akan ramai dan jika penonton tidak ada juga acara tidak bisa tayang karena Dahsyat ini butuh sekali penonton bisa di sebut penonton

bayaran itu.

dari program Dahsyat itu sendiri apa sih mba peran host dalam program ini ?

Peran host dapat meningkatkan kemeriahan program dengan cara berinteraksi dengan penonton disekitarnya. Host yang menghibur sangat disukai oleh pemirsa. Program acara Dahsyat ini juga dikenal dengan hostnya yang lucu dengan karakter yang mereka bawaan masing-masing. Peran host sangatlah penting karena ia bertanggung jawab sebagai perantara mempunyai pesan kepada pemirsa. Host itu sendiri hanya menyajikan apa yang diberikan oleh produser atau tim kreatif dan diimprovisasikan oleh host dengan cara mereka masing-masing dalam mengemas isi program yang mereka bawaan karena host yang tau kondisi dilokasi seperti apa.

P : dari host Dahsyat yang dibawakan Raffi,Ayu, Denny,Syahnaz dan Dede memiliki nilai jual untuk program ini untuk bisa menarik iklan?

I : acara Dahsyat ini kan dikenal dengan Hostnya yang menghibur pemirsa dengan candaan dan celetukannya dari ciri khasnya mereka masing-masing, tentu saja menarik iklan mereka host Dahsyat yang sudah dikenal banyak orang selain itu juga kan mereka mempunyai fans-fansnya masing masing dengan sebutan fansnya Raffiah, Bangjali jadi iklan akan mudah tertarik dengan artis yang sudah terkenal. Selain itu acara Dahsyat ini kan dibuat semenarik mungkin agar acaranya tidak membosankan. Artis agar lebih bersemangat, sehingga artis dapat merasa nyaman

P : Dahsyat ini juga kan mba didalam studio menggunakan penonton bayaran, seberapa penting sih mba peran penonton bayaran dalam program ini ?

- I : peran penonton bayaran dalam program ini sangat penting. Karena mereka merupakan bagian dari show, dan bagian set, serta mereka mampu membantu artis supaya bisa bersemangat. Sehingga artis merasa nyaman dan dekat dengan penonton.
- P : apa yang mendasari program Dahsyat ini menggunakan penonton bayaran ?
- I : Menurut kami belum ada acara musik dengan artis yang tampil dekat penonton, biasanya kan penonton ada di depan di atas panggung tidak dekat dengan penonton. Sehingga Dahsyat ingin memberikan sesuatu yang berbeda dengan membuat penonton menjadi bagian dari program ini. Jadi penonton di dalam stage yang disebut sahabat dahsyat merupakan dari performance nya dahsyat dan secara langsung mereka pun terlibat pada saat show.
- P : bagaimana jika program Dahsyat tanpa menggunakan penonton bayaran dalam studio?
- I : karena program Dahsyat ini identik dengan penonton bayaran yang sering disebut alay, jika tidak menggunakan penonton bayaran program Dahsyat ini akan membosankan dan tidak ramai kalau tidak memakai jasa penonton kan sudah bagian dari set jadi penting sekali penonton bayaran untuk program Dahsyat ini.
- P : apakah penonton bayaran ini memiliki nilai jual untuk menarik pengiklan?
- I : biasanya bila ada permintaan dari sponsor, dimana penonton bayaran yang hadir di studio Dahsyat menggunakan baju yang bertuliskan produk sponsor. Bila orang lain sulit untuk diminta tolong namun adanya penonton, kita hanya tinggal membagikan baju produk sponsor kepada mereka dan menggunakan selama shooting Dahsyat berlangsung.

- P : darimana penonton bayaran program Dahsyat itu didapatkan?
- I : kami mendapatkan dari coordinator penonton yang menyediakan orang-orang yang bersedia menjadi penonton di program Dahsyat ini. Tentunya coordinator penonton tersebut memiliki persyaratan khusus untuk menjadi penonton di Dahsyat ini.
- P : Ekonomi Media menjelaskan media sebagai institusi yang berupaya mendapatkan keuntungan. Dari program dahsyat ini bagaimana menarik pasar (khlayak dan iklan) agar bisa mendapatkan keuntungan?
- I : program dahsyat ini dikemas kreatif mungkin setiap harinya kita menyajikan program ini dengan berbeda-beda tema agar program ini tidak bosan dan disukai oleh masyarakat semakin banyak yang menonton tayangan ini maka rating acara ini akan naik juga dan iklan akan mudah masuk kedalam program ini. Selain itu juga kan program Dahsyat dikenal hostnya yang sudah dikenal banyak orang jadi citra yang sudah tertanam di benak masyarakat mengenai karakteristik *host* seperti misalnya Raffi Ahmad, Ayu Dewi dan Denny Cagur dianggap menjadi pendongkrak utama masuknya sebuah iklan dalam program ini. keadaan seperti ini menjadi hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara pihak satu dengan pihak lainnya, suatu program dapat hidup melalui masuknya iklan dan iklan membutuhkan media untuk mampu menarik pangsa pasar melalui citra diri si model iklan.
- P : oke kalau begitu mba terimakasih atas waktunya nanti saya boleh tidak balik lagi kesini untuk pengamatan penelitian saya mengenai Dahsyat ini?
- I : boleh nanti saya bantu kalo kamu butuh data atau apapun yah mengenai dahsyat yah saya siap bantu nanti saya anter juga ke HRD

soalnya untuk pengamatan mesti ijin ke HRD.

- P : Alhamdulillah, baik kalo begitu mba nanti saya menghadap HRD terlebih dahulu. makasih banyak yah mba mohon maaf sebelumnya atas kelancangan saya langsung wawancara saja dengan mba
- I : sama-sama, tidak apa apa nanti saya bantu yah kalo untuk skripsi pasti saya bantu.
- P : boleh saya minta kontaknya mba jika ada hal yang mau saya tanyakan boleh saya kontak mba lagi
- I : boleh sms saja 0818804774
- P : baik mba saya pamit dulu sekali lagi saya ucapkan terimakasih. Sukses untuk program Dahsyat yah mba
- I : oke sukses juga untuk skripsinya yah

Wawancara Produser

- P : maaf mas Nama saya Fatiha, saya dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, jurusan Ilmu Komunikasi. Saya membuat penelitian dengan judul Produksi Program *Variety Show* Dahsyat di RCTI. saya mau wawancara bisa tidak mas?
- I : oh iya saya Abrar produser Dahsyat saat ini. Wawancara sekarang 10 menit cukup?
- P : cukup mas nanti saya singkat
- I : iya oke sip
- P : kalo begitu saya mulai yah mas
- I : Silahkan
- P : Apa sih mas latar belakang program musik dahsyat itu?
- I : yaa dikoreksi sedikit kalo dahsyat bukan program musik tapi program *Variety Show*. Yang dinamakan program music itu ketika nonton

tyangan 80- 90% yang ditayangkan music kalo Dahsyat dari awal pun bukan program musik *Variety show* kurang lebih sih gitu. Jika dilihat dari perkembangannya dahsyat kan dari 2008 awal tayang dulu memang pas tahun 2008 2009 itu banyak musik sampai 2011 2013 banyak music memang dari awal saya koreksi dahsyat tu banyak music tapi konten berkebmang sekitar 2012 sudah berkembang lagi namanya bukan music menjadi *variety Show*. *Variety show* itu mungkin secara artiannya menurut aku suatu pertunjukan berbagai macam apa jenis-jenis show yang ada di satu di panggung. *Variety* variasi lah. Variasi variasi itu sendiri misalnya dari kita masukin unsure talk show di dahsyat unsure games kemudian ada bumbu-bumbu entertainment bumbu bumbu gosip juga banyak music juga ada deretan juga ada dan edukasinya juga pasti ada.misalnya dulu pernah ada Dahsyatnya Indonesia yang memunculkan tarian tarian anak kecil tari tradisional.

P : oh jadi Dahsyat ini bukan program musik tapi *Variety Show*. Apakah penampilan pembawa acara Dahsyat dengan candaan dan celetukan-celetukan yang khas mereka itu berpengaruh besar terhadap rating&share program acara tersebut selama periode 2015 ini

I : yayaya pasti berpengaruh dong. Penampilan host yang menghibur berpengaruh besar terhadap rating & share.

P : Apakah ada peningkatan rating & share dalam program musik dahsyat selama 2015 terhadap program kompetitor

I : ya namanya *rating* naik turun kadang bagus kadang tidak bagus kalo di rata-ratain bulan ini sih lagi bagus mungkin bulan kemarin juga

tidak terlalu dan kemarinnya juga tidak bagus naik turun sih tergantung konten yang dibawain dan yang tadi fatiha bilang pembawa acaranya ngaruh apa tidak sih? memang berpengaruh juga tergantung materi apa yang dibawakan itu sendiri

P : Apa yang membedakan Program musik Dahsyat dengan Program musik di media Televisi lain?

I : sekali lagi saya bilang dahsyat bukan program musik yah tapi *Variety Show*. Yang membedakannya Dahsyat sudah tayang dari tahun 2008 sampai sekarang dan memenangkan beberapa penghargaan juga programnya bisa bertahan lama. Kalo dahsyat lebih dikenal dengan Hostnya yang lucu mungkin salah satu acara seperti Inbox lebih mengandalkan *Dance*, dahsyat itu sendiri menampilkan deretan lagu hits teratas. Dan dahsyat shootingnya live di dalam studio beda dengan Inbox di luar tapi dahsyatnya weekend hari sabtu minggu kita juga lokasinya di luar.

P : oh iya mas maaf saya lupa maksud saya Variety Show “Dahsyat”. Mas bisa di Jelaskan Produksi Siaran program Musik dahsyat di RCTI ? (bagiannya)

I : credit title ada :

1 : Eksekutif Produser

Orang yang mengelola seluruh organisasi produksi (produser dan orang di bawahnya) mengawasi produser serta hal administratif yang menyertainya, eksekutif Produser mengendalikan dan mengkoordinasikan aspek manajemen atau bisnis produksi termasuk budget program atau pendanaan bahkan juga terlibat dari isu yang lebih menyeluruh dalam proses produksi seperti : konten, kreatif, rundown, skrip.

2 : Produser

Bertanggung jawab untuk mengelola proses produksi secara spesifik. *Concerned* dengan pengelolaan staff dan kru produksi, koordinasi antar *department, production scheduling*, rencana produksi. Memilih dan atau menginisiasi konsep program bersama kreatif atau *writer*. Bekerjasama dengan *director* pada eksekusi dan tetap bertanggung jawab terhadap hasil akhir program secara menyeluruh samapi proses *editing* (jika diperlukan).

3 : Produser *Assistant* (PA)

Membantu produser dalam persiapan pra-produksi suatu program, membantu direktur produksi pada saat pelaksanaan produksi. Melakukan *control editing* pada saat *post production*

4 : *Creative* (Tim Kreatif)

Pihak yang mengorganisasikan semua aspek kreatif atau konten program dalam proses produksi, bertanggung jawab untuk membuat skrip, *rundown* program, *research* materi yang terkait dengan program, memastikan *director* dan talent memahami konsep program sehingga eksekusi berjalan sesuai dengan konsep yang diinginkan.

5 : UPM/Unit Production Manager

Bertanggung jawab kepada produser dalam hal persiapan dan pengelolaan budget produksi produksi, serta hal-hal administratif yang berhubungan dengan proses produksi.

6 : Talent Coordinator

Pihak yang melakukan koordinasi dengan pengisi acara, mulai dari menghubungi mengkoordinasi skedhule, menegosiasi dan deadling budget.

- 7 : Director
- Director atau program Director bertugas untuk mengatur hasil gambar dari kamera untuk ditayangkan di televisi.
- 8 : *Cameramen*
- Mengambil seluruh shoot gambar yang diperlukan oleh proses produksi
- 9 : *Floor director*
- Floor director (FD) bertugas mempersiapkan pengisi Acara yang akan melakukan *performance*, seperti memberikan waktu untuk melakukan check sound pada saat commercial break dan melakukan briefing sebelum *performance*.
- 10 : Stage crew
- Stage crew yang bersama Floor Director tergabung serta divisi yaitu Stage Management Section. Stage Crew bertugas mempersiapkan segala peralatan, perlengkapan manupun properti yang akan digunakan pada saat acara berlangsung. Program acara musik Dahsyat terdapat delapan orang camera person yang bertugas setiap harinya. Di dalam studio enam orang, dan dua orang lainnya bertugas di luar studio. Mereka bertugas untuk mengoperasikan kamera dan mengambil gambar dari berbagai sudut yang berbeda.
- a) Dalam program acara program Dahsyat ada dua orang audioman satu orang di dalam ruang master control, satu orang berada dalam studio. Masing-masing dari mereka memiliki pekerjaan yang berbeda. Audioman di dalam master control mengatur audio bumper in, bumper out, dan musik yang digunakan pada saat pengisi acara tampil. Sedangkan audioman yang berada di dalam studio mengatur

audio mic yang digunakan oleh artis dan host

- b) Bagian lighting mengatur tata cahaya di dalam studio, pengaturan pencahayaan disesuaikan dengan tema, dan permintaan dari *producer*. Terkadang juga host sering meminta agar lampu dimatikan atau dinyalakan sesuai dengan ide dan kreasi mereka. Selanjutnya adalah bagian teknik, bagian yang cukup penting dalam program acara musik Dahsyat. Kru teknik bertugas untuk mengatur semua hal teknis, seperti VTR (Video Tape Recorder), LED, mesin switcher, dan lain-lain.
- c) Di ruang master control terdapat tiga orang CRO (Control Room Operator) yang bertugas mengoperasikan mesin-mesin yang ada di control room. Satu orang CRO mengoperasikan mesin-mesin yang ada di Tape Recorder) untuk memutar kaset yang berisi video dan montage. Satu orang bertugas sebagai CG (character Generate) untuk mengatur tampilan template dan credit title. Kru terakhir bertugas sebagai switcher untuk membantu Director dalam mengatur tampilan gambar yang diambil oleh camera person.
- d) Editor bertugas untuk menyunting semua materi yang ada di dalam rundown maupun chart (montage). Editor didampingi PA dalam proses editing.

P : Siapa yang paling penting dalam pengambilan keputusan produksi?

I : Produser soalnya produser yang bertanggung jawab semuanya jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan atau terjadi konflik yang bertanggung jawab produser kemudian nanti produser memberikan solusi atau mengarahkan kepada tim lainnya seperti kreatif, director.

Untuk lebih jelas kamu cari saja tugas masing-masing itu seperti apa.

P : iya mas tidak apa apa nanti saya olah lagi datanya. Baik mas boleh boleh pasti saya kasih hasil skripsi saya sampai bab 4.

I : oke sip

P : makasih mas. Sukses yah mas buat Dahsyat.



Wawancara : Tim Kreatif

P : maaf ka nama saya Fatiha, saya dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, jurusan Ilmu Komunikasi, boleh wawancara tidak dengan kaka mengenai program Dahsyat

I : iya boleh sok silahkan

P : siapa nama asli kaka?

I : Nurdiana Firsty sering dipanggil ucil panggilan akrab

P : iya ka langsung aja ke pertanyaan. di Dahsyat kaka sebagai apa?

I : aku disini sebagai Tim kreatif

P : sudah berapa lama ka gabung di Dahsyat?

I : sudah 10 bulan

P : ka apa latar belakang dari program Dahsyat? ceritakan tentang Dahsyat, keunggulannya?

I : dahsyat merupakan program yang bisa bertahan selama 7 tahun yang mempunyai penonton sendiri (penonton bayaran). Selain itu dahsyat menjadi tulang punggung RCTI karena program dahsyat ini ratingnya

cukup bagus di program pagi. Keunggulan dari program *Variety Show Dahsyat* ini yang merupakan acara hiburan di pagi hari bukan sekedar acara musik tapi lebih ke *Variety Show* yang didalam acaranya terdapat *games*, kuis dan lain sebagainya.

P : Apa saja tugas-tugas kaka sebagai tim kreatif dalam Program ini?

I : aku disini tugasnya sebagai tim Kreatif sama performance, tanggung jawabnya lebih ke kreatif marketing sama built-in

P : Apa saja kendala-kendala yang sering dihadapi dalam program ini selama 7 tahun?

I : mmmm...biasanya sih kita lebih ke performance dan penonton itu biasanya tidak selamanya dia mengikuti trend yang ada jadi kita harus update terus. Jadi nih biasanya nih kita sudah meeting pagi hari setelah live jadi susah untuk menonton dan mengikuti update-updatean sekarang.

P : Bagaimana pemecahan solusi dan pengendalian dari kendala yang sering terjadi?

I : biasanya sih kita portal website sama youtube.

P : Sebagai Tim kreatif, bagaimana Anda melihat respon pemirsa mengenai program Dahsyat?

I : program dahsyat kan sudah punya penonton sendiri jadi kadang kadang mereka mnegomentari dari program dahsyat itu sendiri dan penontonnya juga memang dari dulu banget sudah setia menonton kadang kalo ada penonton baru paling dia Cuma sambil lewat aja.

P : bagaimana sih ka proses produksi dimulai dari pra produksi produksi sampai pasca produksi yang dilakukan ? bisa dijelaskan tidak ka?

I : pra produksi : menyiapkan ide ide, membuat naskah dan mempelajarinya.

Produksi : Mengarahkan dan memberikan instruksi pada semua crew

yang terlibat proses produksi. Semua mengikuti perintah produser.

Pasca produksi : evaluasi.

Kamu nanti bisa pengamatan langsung lihat kegiatan yang dilakukan.

P : baik ka.. saya lanjut ke pertanyaan yah. Program Dahsyat ini juga kan dikenal dengan hostnya yang lucu dan menghibur. menurut kaka seberapa penting peran host dalam program ini?

I : penting sekali peran host dalam program ini. Host yang pintar melawak dan interaktif menjadi pilihan utama untuk program Dahsyat ini.karena Peran host dapat meningkatkan kemeriahan program dengan cara berinteraksi dengan penonton disekitarnya dan membawakan acara lebih hidup dan meriah.

P : Bagaimana tim menjaga hubungan baik dengan host ?

I : kalo dari pihak Dahsyat timnya sangat dekat dengan hostnya karena aku mengakui sih kalo Mas abrar sebagai produser menjembatani Host dengan tim kreatif dengan sangat bagus pada akhirnya kita bisa punya relasi yang bagus. Hosnya percaya sama kita dan kita bisa memberikan truth yang bagus juga, tetapi bukan berarti dekat dalam artian dekat banget engga tapi dekat karena kerjaan sama ngobrol kita bisa bebas.

P : bagaimana menarik iklan yang masuk ke dalam program Dahsyat?

I : kalo dengan iklan. Dahsyat itu kan sudah tayang lama dan dikenal dan rating sharenya juga bagus untuk jam pagi jadi iklan itu dari dulu selalu bertambah terus nambah-nambah terus. Disini dahsyat itu posisinya sebagai tulang punggung RCTI jadi makanya dahsyat itu bisa bertahan lama. Selain iklan yang commercial break kita juga punya segmen built-in. Built-In sangat membantu untuk RCTI.

P : dahsyat kan dikenal dengan penonton bayaran dalam studio. Apa sih ka peran penonton Bayaran di dalam program Dahsyat ini?

I : kalo aku sih karena awalnya dulu megangnya penonton sih jadi

bagaimana aku bisa naikin high penonton itu jadi otomatis dari penonton sendiri juga lumayan dekat sama aku jadi kita berhubungan dekat. Peran penonton itu juga sama seperti host sama sama penting. Penonton juga yang memberikan semangat untuk host jadi kalo penontonnya ramai kan hostnya juga semangat.

P : biasanya kalo untuk meeting kapan dilakukan ka?

I : meeting setiap hari dilakukannya sehabis selesai acara.

P : biasanya yang dibahas dalam *meeting* itu apa ka?

I : kita cari konten buat besok dan juga evaluasi.

P : Apa harapan Anda untuk kedepannya

I : pihak dahsyat kaya gini aja harus bisa mengikuti updatean-updetan yang ada biar tidak ketinggalan.

P : ka terimakasih banyak yah. Boleh minta foto bareng ngga ka untuk dokumen

I : oh udah iya boleh boleh

P : ka saya boleh minta kontak kaka tidak? kalo ada data yang kurang jelas saya hubungi kaka lagi

I : boleh silahkan kamu WA aja

P : sekali lagi terimakasih banyak yah ka. Sukses untuk kaka

I : Oke



Wawancara : Tim Kreatif Della

P : maaf ka nama saya Fatiha, saya dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten, jurusan Ilmu Komunikasi, minta waktunya untuk wawancara bisa tidak ka?

I : iya boleh

P : siapa nama asli kaka?

I : Dellamartha R Nagari

P : langsung aja ya ka ke pertanyaan. Kaka sebagai apa di Dahsyat ?

I : aku disini sebagai Tim kreatif *leader* bagian *property* sama ngurus *Host*.

P : sudah berapa lama ka gabung di Dahsyat?

I : aku sudah 1 Tahun

P : sudah lama yah ka pasti banyak pengalaman yang didapat. ka apa latar belakang dari program *Variety Show* Dahsyat? ceritakan tentang Dahsyat, keunggulannya?

I : Dahsyat merupakan program acara hiburan yang bisa bertahan selama 7 tahun. Dahsyat ini dikenal karena Hostnya yang lucu jadi dahsyat ini kekuatannya ada di Host sebenarnya. Host itu sendiri punya karakter masing-masing itu yang dijual di Dahsyat.

P : Ka biasanya apa saja sih yang dibahas pas *meeting* ?

I : biasanya yang sering dibahas mengenai teknis sih

P : apa sih kelemahan dari program *Variety Show* dahsyat ini ?

I : banyak aspek sih bisa juga dari ketrelambatan penonton. dari penonton bayaran biasanya malemnya nonton *X-factor* paginya nonton Dahsyat itu penonton kan bisa menjadi kelemahan kan penontonya itu kelelahan. Cuma ketika penontonnya sudah anyep itu di studio jualan bakal anyep juga jadi tidak semangat, tapi ketika penonton lagi ramai dan energik itu enak banget jadi semangat.

- P : mengapa sih program Dahsyat di tayangkan pagi hari menurut ka dela?
- I : kalo pagi hari kan biasanya orang masih seger semangat mengawali dengan semangat.
- P : aku mau tanya tentang host. Apa sih ka peran host itu ?
- I : host itu yang bisa menghidupkan acara. Ketika acaranya menjdai bosan kan ditayangkan tiap hari bisa bosan tapi dengan kehadiran host-host dalam program Dahsyat ini bisa meramaikan acara. Ada saja kelakuan mereka yang iseng seperti saling meledek antara host lain atau dengan penonton selain itu saling membuka kehidupan pribadi mereka yang tujuannya hanya becanda untuk menghibur. Peran host inilah yang menjadikan program Dahsyat meriah acaranya.
- P : bagaimana tim menjalin hubungan yang baik dengan host?
- I : kita kan deket banget dengan host. saling *sharing* bareng, kita sering kontekan dengan para Hostnya lewat *WhatsApp* untuk *sharing* atau becanda saling komentar supaya kita bisa lebih dekat.
- P : kalau peran penonton bayaran dalam program ini seberapa penting ka?
- I : penonton dalam program ini penting karena dibutuhkan. kita menampilkan edisi khusus untuk penontonnya yang disebut sahabat Dahsyat yang sudah lama setia menonton Dahsyat untuk diliput dan di *Interview* kemudian di tayangkan dalam program ini, jadi mereka selain menonton bisa ikut tayang di dalam acara ini.
- P : Oke kalau begitu, mungkin segitu dulu aja ya, kak. Terima kasih banyak atas waktunya ka. Boleh minta foto bareng ngga kak untuk dokumentasi sama minta kontaknya ya ka boleh tidak
- I : oh iya boleh nanti kalo ada apa apa boleh *WhatsApp* aja di 08159459615
- P : makasih yah ka

- I : iya sama sama, kamu dari kampus mana?
- P : dari Serang Banten ka *Universitas* sultan Ageng Tirtayasa
- I : jauh banget terus kamu sering pulang pergi?
- P : iya ka saya setiap hari suka pulang pergi untuk pengamatan Dahsyat kebetulan ini abis pengamatan saya wawancara biasanya selesai acara saya langsung pulang
- I : ooh gitu
- P : sekali lagi terimakasih banyak yah ka sukses untuk kaka



Wawancara : *Audience 1* (penonton bayaran)

- P : halo aku fatiha dari banten minta waktu sebentar yah buat wawancara tugas skripsi aku, Bisa tidak?
- I : iya ka boleh
- P : siapa namanya dari mana?
- I : nama aku Sheila silfia dari Bekasi, kaka kampusnya dimana
- P : kampus aku di Untirta Banten Serang. kamu sudah berapa lama jadi penonton di dahsyat?
- I : jauh banget ka, aku baru mmmm sudah 1 tahun menjadi penonton di dahsyat.
- P : awal mula jadi penonton di dahsyat bagaimana ka?
- I : engga, pertama kesini kan aku tuh cuma pengen ketemu dede aku ngfans banget sama dede udah dari itu aku diajak ajak terus sama

mamih pilar agence penonton.

- P : Bagaimana pendapat kaka tentang program dahsyat ini?
- I : oh dahsyat bagus menarik, lucu mmmm apa yaa sangat menghibur apalagi hosnya lucu banget acaranya ngga ngebosenin.
- P : menurut kaka penting ngga peran host di program Dahsyat ini?
- I : Penting banget. Dahsyat kan hostnya lucu lucu seru. Kalo dahsyat tanpa adanya host bagaikan sayur asem gapake garam ka hehehe
- P : Hehehe... menurut kamu apa sih yang membedakan program Dahsyat dengan program lain?
- I : kalo Dahsyat itu lucu banget hostnya lucu-lucu acaranya ngga ngebosenin. Jadi bikin kita pengen balik lagi kesini pengen nonton lagi
- P : host siapa yang paling disukai
- I : aku suka banget sama Dede ngefans banget suka deh pokonya.
- P : apa keuntungan kamu menjadi penonton bayaran di Dahyat ?
- I : aku dapet honor selain itu juga aku bisa ketemu dede setiap hari kan aku ngfans banget sama dede jadi bisa ketemu deh
- P : oohh dede.. makasih banyak yah Sheila salam kenal dari aku yaa aku boleh minta nomer handphone ngga?
- I : iya kaka sama sama.. boleh ka pin aja nih ka, nanti kalo ada apa apa kaka bbm aku aja ya
- P : okeee makasih



Wawancara : Audience 2 (penonton bayaran)

- P : halo aku fatiha dari banten minta waktu sebentar yah buat wawancara langsung aja yah. Bisa tidak?
- I : iya oke silahkan
- P : siapa namanya dari mana?
- I : Saya Widya dari Pontianak
- P : terus disini sengaja dari Pontianak kesini? kaka sudah berapa lama jadi penonton di dahsyat?
- I : iya sengaja dari Pontianak kesini karena suka banget sama Dahsyat, hmmm saya sudah 1 tahun di Dahsyat
- P : awal mula jadi penonton di dahsyat bagaimana ka?
- I : yaaa sebenarnya pertamanya saya cuma pengen ketemu sama A rafi doang yauda deh saya gabung jadi penonton bayaran aja
- P : Bagaimana pendapat kaka tentang program dahsyat ini?
- I : serrru, lucu gokil abis deh, menghibur banget bikin kita pengen nonton lagi pengen ketemu artis-artis lagi.
- P : menurut anda perlakuan karyawan RCTI menunjukkan sikap positif bagaimana hubungannya dengan kaka?
- I : positif, mereka baik. lumayan deket sih kita semua dengan karyawannya mereka baik baik banget pada ramah pada asik.kalo kita ngga tau kita suka dikasih tau dikasih pengarahan.
- P : apa sih yang membedakan program Dahsyat dengan program lain?
- I : seruuu dia ngga itu itu doang ada perubahan setiap harinnya jadi ngga ngebosenin dan ngga musik doang banyak yang lucunya, bikin kita ketawa terus jadi walaupun ngga disuruh ketawa juga kita suka ketawa aja seru gokil deh, selain karyawannya yang baik hostnya juga baik baik.
- P : host siapa yang paling disukai
- I : saya jauh-jauh dari Pontianak sengaja karena suka banget sama A

Raffi sama acara Dahsyat juga saya suka jadi kalo ngga nonton langsung rugi banget mendingan saya jadi penonton bayaran biar bisa ketemu A rafi juga kan langsung.

P : apa keuntungan kamu menjadi penonton bayaran di Dahsyat ?

I : honor aku dapat terus aku tiap hari juga ketemu Raffi Ahmad jadi ngga nyesel deh malah bikin ketagihan nonton Dahsyat tiap hari, acaranya seru lucu sangat menghibur bikin ketawa terus.

P : oohh jadi tiap hari ka. Ohyauda ka makasih banyak yah atas waktunya kita foto bareng yuk ka

I : iya saya tiap hari ke dahsyat, okeee

P : salam kenal yah ka dari aku, aku boleh minta No Handphone ngga?

I : iya salam kenal juga yaah... boleh 089650939169

I : makasih yaaah ka



Wawancara Host Dede

P : ka maaf minta waktunya sebentar untuk wawancara buat data skripsi. Saya Fatiha mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dari banten. Boleh tidak kak?

I : iya iya boleh

P : langsung aja yah ka.. sudah berapa lama sih ka jadi Host Dahsyat?

I : dede baru masuk ke 8 bulan

P : Dahsyat kan sudah 7 tahun tayang di televisi, bagaimana sih memperthankan ka dede sebagai Host di Dahsyat?

- I : yah mungkin melihat dari penampilan atau cara berbicara atau cara Hostnya mudah mudah lebih baik dan bisa di perthankan di Dahsyat
- P : menjadi host di Dahsyat keuntungan apa yang didapat?
- I : banyak salah satunya pengalaman selain honor juga yang di dapat kan bisa dapat ilmu juga dari senior yang sudah lama menjadi Host. Masuk tv juga kan dikenal banyak orang Alhamdulillah. Kalo Popularitas tentu saja.selain itu melatih bicara juga di depan orang banyak. Mudah-mudahan seterusnya aja bisa menjadi Host di Dahsyat Amin
- P : oke kalau begitu terimakasih banyak yah ka atas waktunya mohon maaf sudah mengganggu
- I : iya tidak apa apa ini soalnya lagi buru-buru mau syuting
- P : baik ka sukses yah ka
- I : Oke bentar yaaa

Wawancara Host : Ayu Dewi

- P : ka maaf minta waktunya sebentar untuk wawancara buat data skripsi. Saya Fatiha mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dari banten. Boleh tidak kak?
- I : oh oke oke boleh ko
- P : Sudah berapa lama sih ka Ayu di Dahsyat?
- I : pertama aku di Dahsyat pada tahun 2011 sampai sekarang 2015 tuh berapa tahun 5 tahun yah dahsyat kan sudah 7 tahun tayang. Aku bersyukur banget bisa gabung di Dahsyat ini apalagi ketemu orang-orang hebat disini banyak belajar lah aku.
- P : kelebihan apa yang dimiliki program Dahsyat dibandingkan dengan program lainnya?
- I : dari kontennya dan karakter hostnya yang sangat bisa berbaur dengan para penonton di studio Dahsyat dan pintar untuk becanda.
- P : Menurut anda seberapa penting peran penonton bayaran dalam

program ini ?

- I : peran penonton bayaran penting karena host bisa langsung merasakan feedback. Pas kita sedang bercanda kita mendapatkan feedback langsung dengan adanya penonton yang tertawa.
- P : Apa yang melatarbelakangi anda tertarik menjadi host di Dahsyat?
- I : yang melatarbelakangi aku jadi host di Dahsyat adalah acaranya yang menarik, seru dan stasiun televisi keren dan juga aku disini banyak banget pelajaran yang aku dapat dari senior yang sudah lama di dunia hiburan seperti kan ada Raffi, Denny.
- P : bagaimana sih kaka menjalin hubungan dengan kru kru Dahsyat dan dengan penonton didalam studio?
- I : Kerja sama para pelakon dan tim itu lancar jadi kalo kita punya ide kasih, dia juga punya ide dikasih dan kita akan tau “oh jangan gitu harus gini’ jadi harus aktif gabisa dikasih script doang kita jalanin aja tapi kita juga harus memberikan masukan ide untuk mereka. Saya ceritanya disini gabisa jadi Videoker tapi harus jadi bukan artis biasa dan bisa puter otak. Dengan penonton juga harus ada komunikasi. saling bekerjasama dan mereka harus bisa kompak dan tertib.
- P : jadi disini komunikasinya baik ya kak
- I : iya harus dong komunikasi itu harus tetap di jaga
- P : kesan kak ayu selama jadi *Host* di dahsyat ?
- I : seru lah banyak sekali kenangan dari orang hebat dan belajar dari sesama presenter dari almarhum Olga, dari Raffi, Deni, karena mereka hitungannya senior saya kan mereka sudah lama di dunia hiburan jadi alhamdulillah saya bisa bertemu dengan orang seperti mereka.
- P : menjadi host di Dahsyat keuntungan apa yang didapat?
- I : Kita tau gimana cara speech didepan orang banyak dan banyak ilmu yang di dapat dari Host lain yang udah lama di dunia hiburan seperti

Raffi, Denny. Selain itu kan Dahsyat tayang tiap hari bisa untuk popularitas selain itu juga menarik Iklan. Bisa juga nih promosi untuk Album aku nih itu keuntungan buat aku sekalian promosi CD aku yah ayo beli album aku yang baru hehehe...

P : hehehe iya ka.. oh yauda kak ayu makasih banyak yah, aku minta foto barenga yah kak

I : oke sukses yah skripsinya lancar...oh yaa tadi kuliah dimana sih?

P : amiin makasih kak ayu. Sukses juga untuk ka ayu. Aku kuliah di Untirta banten

I : owwww jauh banget kamu.. sukses yah



DOKUMENTASI

































CURRICULUM VITAE



Data Pribadi

Nama : Siti Nurfatimah (Ifat Fatiha)
Tempat, Tanggal Lahir : Pandeglang, 24 Oktober 1993
Agama : Islam
Alamat : Ciekek Babakan Karaton, Pandeglang
Nomor Telepon : 087773902007
Email : ifatfatiha24@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal:

- 1999 sampai dengan 2004 : SDN Karaton 1
- 2004 sampai dengan 2007 : MTSN Model Pandeglang 1
- 2007 sampai dengan 2010 : SMAN 6 Pandeglang
- 2010 sampai dengan 2015 : UNTIRTA

Pengalaman Organisasi :

UKM Jurnalistik Untirta
Untirta TV

Pengalaman Kerja

Karyawan Distro Abule
Pizza Hut Ramayana Serang
Transtv
SPG event weekend Unilever Jakarta