



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Dalam pembuatan karya tulis berbasis karya ini, penulis mencantumkan beberapa karya-karya yang sudah ada sebelumnya yang bisa menjadi pembanding dari karya yang akan dibuat. Dari beberapa karya di bawah ada beberapa program yang digunakan sebagai rujukan karya sejenis, yaitu *i Look* NET TV, Dua Hijab dari Trans 7. Program berformat *talk show* di industri televisi sudah banyak diterapkan oleh para produser dengan beragam topik dan konsep pengemasan. Penulis mencari beberapa program yang memiliki ciri khas masing-masing untuk menarik para *audience*.

2.1.1 I Look

Program *I Look* merupakan program *feature* dari NET TV . *I Look* adalah acara televisi yang berisikan perihal pernak-pernik yang berhubungan dengan *fashion*. Program *I Look* sendiri termasuk program dengan format *Magazine Show* di mana dalam kelompok program NET *Magazine* di NET TV. Program *I Look* tayang setiap Sabtu dan Minggu pukul 10:30-11:00 WIB. Program yang memiliki durasi tayangan 30 menit ini terdiri dari 4 segmen yakni Do It Your Self (DIY), Tips, What's In?, dan Ask I Look. Dengan *tag line* "*its all about fashion*" program

ini menyuguhkan konten mengenai berbagai jenis fesyen yang digunakan (Robin, 2014).

Gambar 2.1 Program I Look, NET TV



Sumber: NET TV (youtube)

Program *I Look* memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihan dari program televisi ini, *I Look* dapat mengemas program dengan dan *host* menguasai tema. Sehingga program tersebut menciptakan ciri khas.

Dari program ini, penulis mempelajari bagaimana cara pengemasan dari program *I Look* persegmennya, agar penonton tidak merasa bosan ketika menonton tayangan tersebut. Mulai dari cara *host* bertutur kata hingga penampilan beberapa segmen yang informatif berupa tips dan *make over* yang dibuat menarik.

2.1.2 Dua Hijab



Sumber : Facebook Dua Hijab

Program dua hijab merupakan salah satu program berita *soft news*, program yang termasuk ke dalam kategori program *magazine* yang ditayangkan oleh TRANS 7. Program ini ditayangkan setiap hari minggu, selama 45 menit menghadirkan 6 segmentasi (Wardani, 2018). Program dua hijab dikhususkan sebagai salah satu program yang memberikan informasi seputar dunia fesyen wanita muslimah yang ingin tampil modern dan sesuai dengan *trend*. Program yang diisi oleh 2 *host* adalah *designer* muda Indonesia. 6 Programnya antara lain, *fashion review*, *tutorial hijab*, *fashion battle*, *halal food*, *hijabpedia* serta *hootd* (hijab out of the day).

Terdapat kelebihan dan kekurangan dari tayangan program televisi Duo Hijab ini. Kelebihannya adalah program ini tidak hanya memberikan sebuah hiburan semata, namun program ini juga memberikan edukasi bagi penonton berupa penjelasan dari *review* yang oleh *host* yang merupakan seorang *fashion designer*. Dalam program televisi yang akan diproduksi, penulis mengadopsi salah satu segmen dari Duo Hijab, yaitu segmen *Fashion Review* atau *Fashion Battle*. Sedangkan untuk kekurangan dari program ini, saat penulis menonton tayangan berjudul "*Travel In Style*" pada segmen "*Fashion Battle*" yang diunggah di youtube pada 14 Januari 2016 penulis merasa sedikit bosan di menit 01.11- 03.47. Hal ini dikarenakan, penampilan *beauty shot* dari segmen tersebut yang terlalu lama dengan beberapa *outfit* yang ditampilkan, padahal setelah itu *host* diberikan kesempatan untuk menjelaskan lebih detail. Menurut penulis, sebenarnya untuk penampilan *beauty shot* pada *outfit* jangan ditayangkan terlalu lama, hal tersebut bisa ditayangkan saat 2 *host* menjelaskan *outfit* yang ditampilkan sekaligus di akhir segmen.

Dari beberapa segmen yang terdapat pada tayangan Duo Hijab, penulis mengadopsi salah satu segmen yaitu Fashionpedia yang mana nanti akan menjelaskan lebih rinci bagaimana tema dari episode program yang penulis buat.

2.2 Teori atau Konsep-Konsep yang Digunakan

2.2.1 Televisi

Kata televisi berasal dari bahasa Yunani dan latin, yakni “tele” yang berarti jauh dan “visio” yaitu penglihatan. Televisi adalah suatu media massa yang memancarkan suara dan gambar atau secara mudah dapat disebut dengan *radio with picture*. Televisi merupakan transmisi gambar visual yang disertai suara atau bunyi yang dikirimkan oleh gelombang elektromagnetik dari sebuah stasiun televisi. Televisi juga merupakan paduan dari radio (*broadcast*) dan film (*moving picture*) (Effendy, 2002, p. 147).

Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bisa bersifat informatif, pendidikan, dan hiburan bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Televisi yaitu perpaduan antara radio (*broadcast*) dan film (*moving picture*). Para penonton di rumah tidak mungkin menangkap siaran televisi, jika tidak terdapat unsur radio dan tidak dapat melihat gambar yang bergerak pada layar televisi jika tidak ada unsur film.

Lalu televisi mempunyai karakteristik dapat di jelaskan sebagai berikut (Ardianto, 2004, pp. 128-130).

1. Audiovisual Televisi dapat didengar sekaligus dilihat (audiovisual), karena televisi dilengkapi dengan gambar dan suara, sehingga keduanya harus ada kesesuaian yang harmonis antara gambar dan kata-kata.

2. Berpikir dalam gambar ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*), yaitu menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Tahap kedua yaitu penggambaran (*picturization*), yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.
3. Pengoperasian lebih kompleks Pengoperasian siaran televisi lebih kompleks dan banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan juga lebih banyak dan harus dioperasikan oleh orang-orang yang terampil sehingga media televisi lebih mahal dibandingkan surat kabar dan radio.

Terdapat lima fungsi televisi yaitu sebagai berikut (Mulyana, 2005, p. 166) :

1. Pengawasan situasi masyarakat dan dunia. Fungsi ini disebut informasi. Fungsi yang sebenarnya adalah mengamati kejadian di dalam masyarakat kemudian melaporkannya sesuai dengan kenyataan yang ditemukan.
2. Menghubungkan satu dengan yang lain Televisi yang menyerupai mozaik dapat saja menghilangkan hasil pengawasan satu dengan hasil pengawasan yang lain secara jauh lebih gampang daripada sebuah dokumen tertulis.

3. Penyalur kebudayaan Menyalurkan kebudayaan televisi tidak hanya dicari, tetapi juga ikut mengembangkan kebudayaan. Kebudayaan yang diperkembangan oleh televisi merupakan tujuan pesan khusus di dalamnya.
4. Hiburan merupakan rekreasi, artinya berkat hubungan manusia menjadi segar untuk kegiatan-kegiatan lain.
5. Pergerakan masyarakat yang bertindak dalam keadaan darurat Fungsi ini sering digunakan menjadi bahan diskusi, karena mudah disalahgunakan oleh penguasa. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa, media televisi merupakan suatu gambaran penting bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi maupun hiburan untuk pengetahuan dan sebagai proses pembentukan diri.

2.2.2 Jenis Program Televisi

Program televisi merupakan suatu karya seni pertunjukan dibuat oleh pada *broadcaster*. Menurut Fachruddin terdapat dua kategori *output* dalam produk media televisi (Fachruddin, 2015, p. 64). Keduanya dibagi menjadi karya artistik dan karya jurnalistik. Perbedaan keduanya, karya artistik akan lebih menonjolkan segi seni keindahannya. Karya jurnalistik akan lebih mengutamakan aktualitasnya. Ditambah lagi, karya jurnalistik mengutamakan isi

pesan yang faktual dan menggunakan bahasa jurnalistik (Fachruddin, 2015, p. 65).

Abad 21 JB Wahyudi berpendapat dalam buku Baksin bahwa ada kecenderungan penggabungan antara karya artistik dan juga jurnalistik (Baksin, 2006, p. 82). Penggabungan ini dirasa karena siaran televisi lebih kepada media yang berorientasi pada hiburan. Salah satu contohnya adalah program *talkshow*, ini dikarenakan dalam acara ini pembawa acara harus mampu memadukan seni panggung dan teknik wawancara (Baksin, 2006, p. 82).

Secara lebih spesifik *Nielsen Audience Measurement* membagi genre/format program televisi berdasarkan klasifikasi target pasar yang akan dituju (Fachruddin, 2015, p. 71). Pembagian ini dibagi menjadi tiga bagian utama yaitu fiksi, non fiksi (karya artistik), serta informasi (karya jurnalistik).

Genre fiksi dijelaskan oleh Fachruddin sebagai format program televisi yang diproduksi sebagai karya artistik melalui proses imajinasi kreatif dan penggambaran dari adegan rekayasa atau khayalan dari sebuah tim produksi (Fachruddin, 2015, p. 71). Berbeda dengan nonfiksi/nondrama yang merupakan program artistik, tetapi bukan merupakan khayalan karena terbangun dari realitas sosial objektif para kreatornya. Genre informasi ini sebagai karya jurnalistik yang aktual dan faktual dibuat oleh para jurnalistik penyiaran televisi (Fachruddin, 2015, p. 71).

2.2.3 Vox-pop

Vox-pop suatu program yang mengutamakan pendapat atau argumen publik tentang suatu isu (Wibowo, 2007, p. 67). Konsep *vox-pop* itu sendiri terbagi 2, yakni sebagai sebuah program atau bagian dalam penelitian. *Vox-pop* dalam program lebih mengarah kepada pendapat umum mengenai suatu pokok pembahasan dalam program tersebut. Tujuannya agar penonton dapat mengetahui beragam pendapat dari beberapa masyarakat yang kemudian bisa dipertimbangkan dan ditarik kesimpulan sesuai dengan pendapat masing-masing.

2.2.4 Talk Show

Talk show adalah program dialog yang dipandu oleh pembawa acara yang pada umumnya sudah memiliki ketenaran dengan beberapa narasumber (Fachruddin, 2012, p. 75). Konsepnya sendiri diatur oleh produser atau oleh tim kreatif, dengan konten yang menarik dengan nilai jual yang tinggi bagi sebuah stasiun televisi. Frekuensi dari penayangan *talk show* ini berbeda-beda, ada dalam kurun waktu seminggu satu kali tayangan atau beberapa kali sesuai dengan strategi pemasaran masing-masing stasiun televisi sendiri.

Awal sejarah kemunculan untuk program televisi *talk show* merupakan kreasi *broadcasting* pada abad ke dua puluh (Timberg, 2002, p. 1). Program televisi *talk show* memiliki aturan dan prinsip yang berbeda dengan bentuk program televisi lainnya, baik itu sinetron, berita ataupun program hiburan

(Timberg, 2002, p. 3). Setidaknya ada empat prinsip utama yang dianut dalam *talk show* (Timberg, 2002, p. 3-5). Pertama, *talk show* dipandu oleh *host* yang berperan dalam membawakan acara sesuai dengan *tone* yang diharapkan. Terlebih durasi juga diatur penuh oleh *host* agar bisa selesai tepat waktu tanpa kekurangan atau kelebihan waktu. *Host* berperan sangat besar, karena sebagai kunci keberhasilan dari program dan bisa menjadi ikon yang dijual dalam program tersebut. Kedua, *talk show* merupakan percakapan masa kini yang bisa tayang dalam bentuk *live*, *taped*, ataupun *reruns*. Ketiga, program *talk show* menjadi sebuah komoditas yang dijual dan bersaing dengan program lainnya. *Talk show* terbukti adalah sebuah tayangan yang bernilai jual tinggi dan menghasilkan banyak pendapatan keuntungan. Keempat, *talk show* merupakan acara yang harus terstruktur dengan naskah yang jelas. Akan tetapi, juga harus memiliki spontanitas.

Selain itu, *talk show* menurut Latief dan Utud dibagi menjadi dua yaitu *light entertainment* dan *serious discussion* (Latief & Utud, 2017, p. 179). Pengertian dari *light entertainment* sendiri adalah *talk show* yang mengutamakan hiburan dan menghadirkan selebritas dengan segala kelebihan, permasalahannya, atau kontroversinya. Beberapa contohnya bisa Sarah Sechan (NET TV) dan Ini Bukan *Talk show* (NET TV). Berbeda dengan *serious discussion* yang materinya terfokus pada topik-topik khusus. Seperti: Politik, ekonomi, hukum, sosial atau pada orang yang menjadi incaran berita. Golongan ini dikategorikan sebagai format *soft news*. *Talk show* Find Your Style ini

nantinya akan masuk ke dalam kategori *light entertainment*, karena tidak terfokus pada topik politik, ekonomi, dan sosial.

Proses produksi sebuah program *talk show* dapat terbagi menjadi tiga tahap yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi (Djamal H. , 2017, p. 137). Pra-produksi merupakan persiapan untuk melakukan perekaman. Di sinilah, tim sudah harus memilih kru dan pemeran yang akan berperan nantinya. Menentukan lokasi dan mengatur pengambilan gambar. Dalam tahap produksi, sudah mulai dilakukannya proses *shooting* atau perekaman gambar. Tahapan akhir yaitu pasca produksi, dalam tahapan ini semua bahan yang sudah dikumpulkan baik film dan suaranya diedit menjadi satu (Djamal, 2017, p.138). Jika membutuhkan musik maka efek suara bisa ditambahkan dan direkam secara langsung. Selain itu, bisa pula ditambah grafis komputer secara digital. Semua film, suara, dan grafis dicampurkan menjadi satu dan disamakan hingga akhir.

Tayangan program *talk show* adalah perdebatan terhadap topik hangat yang menjadi perhatian publik (Fachruddin, 2012, p. 233). Oleh sebab itu, peran sutradara dalam mengatur *blocking* kamera sangat penting untuk merekam situasi emosional yang terjadi pada saat mengadu argumentasi. Beberapa shot penting, diantaranya adalah shot yang menampilkan siapa yang berbicara ataupun reaksi terhadap efek pertanyaan yang diperkirakan menyinggung narasumber. Ditambah audio yang menjadi untuk paling utama untuk mendengarkan pertanyaan setiap pembicara (Fachruddin, 2012, p.233). Maka

dari itu, studio televisi biasanya selalu menyiapkan *boom mike* yang sensitif untuk menjangkau seluruh suara dari narasumber yang hadir. Dalam produksi *Talk Show Find Your Style*, penggunaan *boom mike* digantikan dengan *clip on*. Selain penggunaan yang mudah, *clip on* juga lebih dapat menangkap suara narasumber lebih jelas dan mengurangi suara natural *sound* yang ada di sekitarnya. Dijelaskan oleh Fachruddin bahwa set panggung, *wardrobe*, *make up*, properti, *lighting* menjadi hal sekunder yang harus diperhatikan (Fachruddin, 2012, p.233).

2.2.5 Pelaksanaan Produksi

Dalam pembuatan program televisi melibatkan banyak peralatan, manusia dan biaya juga memerlukan tahapan pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Setiap tahapan harus memiliki kejelasan dalam pelaksanaannya. Untuk pelaksanaan produksi diperlukan tahapan perencanaan yang dilakukan oleh produser sesuai dengan *Standart Operation Procedure* (SOP) (Wibowo, 2007, p. 23) . Tahapan-tahapan tersebut dikategorikan tiga tahapan, antara lain:

- 1) Pra Produksi (perencanaan dan persiapan)

Tahapan ini sangat penting, jika tahapan ini dilaksanakan dengan rinci dan baik, sebagian pekerjaan dari produksi yang direncanakan sudah beres.

Proses pra produksi dibagi dalam tiga tahapan :

- a) Penemuan Ide, tahapan dimulai saat produser menemukan ide, membuat riset dan menulis naskah atau meminta penulis naskah untuk mengembangkan gagasan menjadi naskah.
- b) Perencanaan, tahapan ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi dan *crew*. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana lokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.
- c) Persiapan, tahapan ini meliputi pemberesan semua kontrak, perizinan dan surat menyurat. Latihan para artis dan pembuatan *setting*, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan (Wibowo, 2007, p. 39).

2) Produksi (Pelaksanaan)

Pada tahap ini, merealisasikan konsep naskah atau *rundown* yang sudah digarap pada pra produksi agar dapat dinikmati pemirsa, di mana sudah melibatkan bagian yang bersifat teknis. Supaya bisa dilihat dengan menggunakan peralatan (*equipment*) yang sudah pasti operator terhadap peralatan tersebut agar dapat beroperasi, hal ini bisa dikenal dengan *production service* (Setyobudi, 2006, p. 57).

Tahap ini bisa dimulai apabila tahap perencanaan sudah siap. Sutradara bekerja sama dengan artis dan kru untuk membuat *Shoting Scrip*. Artinya

adalah menerjemahkan naskah dari *Shooting Scrip* yang dibuat pada tahap pra produksi menjadi gambar-gambar yang akan dijadikan panduan bagi seluruh kru termasuk artis dan khususnya kameramen. Ditahap ini kameramen dapat berkreasi dalam pengambilan gambar *angle* namun sutradara juga berhak untuk mengatur *angle* yang diambil oleh kameramen.

Banyak yang harus disiapkan pada tahap ini, seperti penataan cahaya gambar yang dihasilkan tidak kontras atau *sellouet*. Penataan audio juga perlu diperhatikan, kemudian pada saat melakukan *shot* harus menggunakan kode waktu (*time code*) hal ini untuk memudahkan editor dalam mencari *shot* dengan cepat. Setelah proses ini sudah selesai, *original material* langsung diserahkan kepada editor.

3) Pasca-Produksi (penyelesaian dan penayangan)

Pasca-produksi memiliki beberapa langkah yaitu editing *off line editing on line* dan *mixing* (Wibowo, 2007, p. 21):

a) *Editing offline*

Editing offline adalah kegiatan membangun pertunjukan sepenuhnya secara tradisional yang dilakukan pada resolusi gambar lebih rendah sehingga sistem edit dapat bekerja lebih cepat (Bowen, 2013, p. 7)

Setelah *shooting* selesai, penulis skrip membuat *logging* yaitu mencatat kembali semua hasil *shooting* berdasarkan catatan *shooting* dan gambar. Di dalam *logging time code* (nomor kode yang berupa

digit frame, detik, menit, dan jam dimunculkan dalam gambar) dan hasil pengambilan setiap *shoot* dicatat. Kemudian berdasarkan catatan tersebut sutradara membuat *editing* kasar yang disebut *editing offline*.

Materi hasil *shooting* langsung dipilih dan disambung dalam pita VHS, hasilnya bisa dilihat dalam *screening*. Setelah hasil *editing offline* dirasa cukup, maka dibuat *editing script*. Di dalam naskah *editing*, gambar dan nomor kode waktu tertulis jelas untuk memudahkan pekerjaan editor. Kemudian hasil *shooting* asli dan naskah *editing* diserahkan kepada editor untuk dibuat *editing online*.

b) *Editing online*

Pada tahap ini, mengubah urutan yang telah selesai menjadi program campuran audio yang resolusi tinggi dari yang terbaik dan siap untuk disiarkan televisi. Terlihat dan terdengar sebaik mungkin untuk pemirsa yang menonton dan sesuai dengan spesifikasi teknis pengiriman. Saat ini, proses komputer, kartu grafis, RAM dan *drive* media bisa sangat kuat yang, dikombinasikan dengan pengambilan video tanpa *tapeless* dan perangkat lunak pengeditan video yang lebih mampu, mengurangi kebutuhan *offline* yang kaku untuk penyesuaian *online* (Bowen, 2013, p. 7)

Berdasarkan naskah *editing*, editor mengedit hasil *shooting* asli. Sambungan setiap *shoot* dan adegan (*scene*) dibuat tepat

berdasarkan catatan *time-code* dalam naskah *editing*. Demikian juga *sound* asli dimasukkan dengan level yang seimbang dan sempurna. Setelah *editing online* ini selesai, proses berlanjut dengan *mixing*.

Pada tahap pasca-produksi setidaknya ada beberapa langkah utama yang harus diperhatikan dalam proses pengeditan untuk gambar dasar dan elemen suara dari suatu gambar (Bowen, 2013, pp. 7-8).

- *Acquisition*

Editor harus memperoleh hasil visual dan audio yang direkam oleh *crew* pada saat produksi dan sumber lain yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu editan. Semua harus dikumpulkan bersama selama proses *editing* pasca-produksi, karena hampir semua hasil pengeditan dilakukan pada komputer.

- *Organization*

Pada setiap jam, menit dari hasil gambar dan suara harus diatur dalam beberapa cara, jika tidak ada label penomoran maka pengelompokan atau pengurutan bahan yang dibutuhkan bisa terjadi kesulitan pada proses pasca produksi.

- *Review and Selection*

Tahap ini pentingnya untuk seleksi gambar mana sekiranya yang dipakai mana yang tidak untuk proses editan namun untuk semua gambar tidak disarankan untuk menghapus gambar yang sudah di ambil. Pada proses ini biasa editor membuat suatu folder salinan untuk memudahkan pekerjaan pada saat editing nantinya dan memiliki satu sumber pasti bisa disebut *master footage*.

- Assembly

Mengumpulkan bagian utama dari hasil produksi ke dalam urutan gambar dan elemen suara. Jika mengedit sebuah skrip untuk cerita, pada awalnya dapat mencoba mengikuti naskah sebagai cetak biru untuk menyusun pilihan terbaik dari berbagai *take* adegan yang membentuk film. Beberapa editor memulai mengikuti storyboard atau catatan produksi. Jika membuat film dokumenter atau bahkan video musik, selalu ada beberapa cerita yang mencoba untuk ditampilkan kepada *audiens* rakit bagian mentah itu ke dalam versi kerangka ini.

- Rough Cut

Tahap ini adalah pengembangan hasil produksi di mana sebagian besar footage telah dipangkas dan menjadi

fungsional, dengan banyak sisi kasar. Tidak setiap potongan waktu dengan sempurna, efek, dan campuran audio yang belum selesai. Namun, memiliki pengaturan waktu elemen-elemen utama dengan durasi yang baik.

c) Mixing (pencampuran gambar dengan suara)

Narasi yang sudah direkam dan ilustrasi musik yang juga sudah direkam, dimasukkan ke dalam pita hasil *editing online* sesuai dengan petunjuk atau ketentuan yang tertulis dalam naskah *editing*. Keseimbangan antara *sound effect*, suara asli, suara narasi dan musik harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan terdengar jelas. Sesudah proses *mixing* ini sudah selesai, secara menyeluruh produksi juga selesai. Setelah produksi selesai, biasanya diadakan *preview*.

2.2.6 Tipe Shot

Tipe shot saat ini sangat bervariasi di lingkungan produksi video. Tetapi, terdapat prinsip-prinsip dasar yang sama pada saat pelaksanaannya, Terdapat beberapa shot *angle* yang penulis gunakan saat pelaksanaan proses produksi (Fachruddin, 2012, pp. 148-150).

a) *Extreme long shot (ELS)*.

Extreme long shot yaitu, teknik pengambilan gambar mencakup area yang luas yang bertujuan untuk mengikutsertakan elemen disekitar subjek utama ke dalam *frame*.

b) *Very long shot (VLS)*.

Tipe shot ini sangat luas, sehingga penggunaan shot ini untuk mengambil banyak subjek dalam sebuah frame.

c) *Long shot (LS)*

Shot ini bisa dikenal sebagai sebagai *landscape* format yang mengantarkan penonton kepada keluasaan suatu suasana atau objek.

d) *Medium shot*

Angle pada subjek manusia, tipe shot yang akan menampilkan sebatas pinggang sampai atas kepala. Tipe ini memberikan leluasa subjek untuk bergerak.

e) *Medium close up*

Menunjukkan wajah subjek lebih jelas dengan ukuran shot terbatas dari dada hingga kepala. Tipe shot ini untuk menunjukan wajah subjek agar tampak lebih jelas.

f) *Close up*

Tipe shot ini untuk menunjukkan keseluruhan wajah secara mendetail dan menekan pada keadaan emosional subyek. Dalam penggunaan frame ini, audience akan fokus pada wajah objek.

2.2.7 Crew

a. Produser

Produser merupakan jabatan yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan produksi penyiaran televisi dan harus memiliki kemampuan seperti misalnya menjabarkan naskah, melakukan survei lokasi, melaksanakan *briefing*, mengkoordinasi pemeran/kru, dan masih banyak lagi. Produser harus memiliki kemampuan managerial yang cukup tinggi agar bisa mengatur sebuah program televisi. Dalam hal ini juga produser harus merencanakan format program siaran apa yang digunakan (Sartono, 2008, p. 219).

Produser bertanggung jawab pada keseluruhan suatu program. Produser akan memutuskan tayangan apa saja yang akan disiarkan dalam program televisi tersebut, format berita apa yang akan digunakan, tayangan apa yang harus ditayangkan terlebih dahulu. Inti utamanya produser bertugas sebagai membentuk program acara yang dipertanggungjawabkan (Morissan, 2008, p. 44).

Jadi kesimpulan yang penulis dapatkan dari penjelasan dari kedua para ahli adalah produser memiliki tanggung jawab penuh pada

sebuah program televisi dan melakukan persiapan secara matang. Maka dari itu sukses dan tidaknya suatu tayangan televisi tergantung dengan persiapan yang dilakukan oleh produser itu sendiri.

Dalam program televisi yang akan penulis buat, penulis sendiri yang akan menjadi produser pada episode 1 "*Find Your Style*". Penulis akan bertanggung jawab atas kelancaran dari pembuatan program, mulai dari pra produksi hingga pasca produksi. Serta menghitung pengeluaran, mempersiapkan narasumber dan kru yang akan membantu, seperti apa yang sudah dijelaskan.

b. Presenter

Pembawa acara atau *host* merupakan citra dari sebuah stasiun televisi. Presenter dapat mempengaruhi seseorang untuk menonton program televisi tersebut. Wajah dan suara yang baik belum cukup untuk bisa dikatakan sebagai seorang presenter. Menjadi seorang presenter harus memiliki kepribadian yang percaya diri dan terbiasa dengan berbicara di depan umum maka seorang presenter bisa dianggap sukses (Morissan, 2008, p. 47).

Presenter merupakan orang yang bertugas untuk menyampaikan pengantar informasi. Presenter harus bisa membuat informasi yang dapat menarik perhatian khalayak. Biasanya presenter muncul pada awal dan akhir program untuk menyampaikan pembukaan dan penutupan suatu tayangan (Sartono, 2008, p. 221).

Presenter dalam program televisi yang penulis buat akan menjadi pengaruh yang cukup besar, cara pembawaan dari presenter akan menggambarkan sebuah program apakah layak atau tidak. Jika presenter tidak bisa leluasa bertutur kata, maka penonton juga akan merasa bosan. Pengetahuan dari *host* juga harus luas dan menguasai hal tentang program.

c. Kamerawan

Orang yang ahli dalam penggunaan kamera. Baik tidaknya produksi sangat bergantung dengan cara kerja kamerawan. Sebelum melakukan produksi, kamerawan harus mempersiapkan kamera seperti lensanya bersihkan terlebih dahulu, kemudian mempersiapkan peralatan seperti baterai yang sudah terisi, tripod, dan peralatan yang dibutuhkan. Kemudian harus bisa mengatur fokus pada bidikan kamera dengan baik. Semua persiapan harus dipersiapkan dengan matang agar tidak ada kendala pada saat melakukan proses produksi. Kamerawan juga harus bisa kreatif dalam mengembangkan kamera *plan* (Sartono, 2008, p. 222).

d. *Animator/Images*

Seorang *animator* bertugas untuk membuat desain animasi untuk membuat sebuah tayangan menjadi lebih menarik lagi untuk dipandang, sehingga harus memiliki kemampuan untuk menguasai desain grafis. Beberapa kemampuan yang harus dimiliki orang seorang

animator adalah mengembangkan dan mengimplementasikan desain grafis, membuat gambar tiga dimensi, membuat judul untuk produksi dalam screen, mengkoordinasi produksi animasi, memproduksi storyboard animasi, dan masih banyak lagi. (Sartono, 2008, p. 228)

e. Editor

Editor bertugas untuk memilih, memotong, menggabungkan gambar-gambar hasil *shooting*, dan mengurutkan, menata gambar dan suara, *backsound* musik, serta *sound effect*, sesuai dengan naskah yang telah disiapkan sehingga produksi program yang dihasilkan dapat enak ditonton dan tidak jumpy. Editor dituntut untuk harus kreatif serta memiliki ketahanan fisik yang baik karena harus bekerja keras dalam menyelesaikan pekerjaannya (Sartono, 2008, p. 229).

f. Penulis Naskah

Seorang penulis naskah dituntut untuk memiliki kemampuan menulis dan kreatif dalam menuangkan ide-idenya. Selain itu penulis juga harus memiliki pengetahuan produksi program sehingga naskah yang ditulis mudah dipahami dan dapat diproduksi dengan mudah (Sartono, 2008, p. 230).

2.2.8 Character Generator (CG)

Penambahan kalimat ini biasa dinamakan dengan Character Generic (CG). CG merupakan rangkaian kata atau kalimat yang muncul ditayangkan berita dan terdapat dibagian paling bawah. CG ini bertujuan untuk menambahkan informasi kepada penonton, seperti informasi tokoh, judul tema, nama peristiwa, lokasi kejadian, nama presenter, dan ringkasan informasi yang dikemas dalam satu kalimat (Ramadhani, 2016, p. 47).

Secara teknis karakter generator atau biasa disebut CG (*character generator*) yaitu suatu perangkat komputer multimedia (*software dan hardware*) yang menghasilkan teks, grafis, atau animasi untuk memasukkan kedalam stream video (Apriyani, 2011, p. 14).

2.2.9 Bumper

Bumper merupakan sebuah pembatas atau penamaan program yang ditempatkan sebelum dan sesudah iklan. Pada umumnya bumper hanya berdurasi 5 detik. Sebelum acara dimulai dinamakan dengan *bumper in*, ketika acara harus dipotong dengan penayangan iklan disebut dengan *bumper out* (Naratama, 2004, p. 99). Walaupun hanya ditayangkan 5 detik, namun prinsip *The Golden 5 Secound* digunakan dalam pembuatan *bumper*. *Bumper* dibuat semenarik mungkin, agar penonton tidak jenuh. Sebelum tayangan dimulai, dibuka dengan *bumper* yang diputarkan diawal dan diakhir setiap pemutaran tayangan. *Bumper* yang berhasil adalah

bumper yang bisa membuat penonton hafal setiap bentuk desainnya (Naratama, 2004, p. 115).

2.2.10 Iklan

Karena kemampuannya menjangkau audiensi dalam jumlah besar, maka televisi menjadi media yang ideal untuk mengiklankan produk konsumsi massal, yaitu seperti barang-barang yang menjadi kebutuhan sehari-hari misalnya makanan, minuman, perlengkapan mandi, dan lain-lain (Morissan, Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, 2010, p. 240).

Tata cara pemasangan iklan di Indonesia diatur oleh suatu aturan perundang-undangan, diantaranya Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 25/PER/M.KOMINFO/5.2007 tentang Penggunaan Sumber Daya Dalam Negeri untuk Produk Iklan yang Disiarkan Melalui Lembaga Penyiaran (Djamal, 2011, p. 165).

2.2.11 Durasi Program Tv

Memproduksi sebuah program, ada 2 langkah awal yang perlu dilakukan. Pertama, menentukan tema. Tema dasar alur cerita yang menjadi acuan saat produksi program televisi, baik dalam menyusun segmen maupun durasi (Yusanto & Esfandari, 2016, p. 36). Kedua, menentukan segmen dan durasi. Penentuan segmen ini berkaitan berapa lama durasi program akan tayang. Umumnya, program berdurasi 30 menit memiliki 3 segmen, dan 60 menit memiliki 6 segmen. Namun, pada praktiknya durasi program akan

terpotong dengan adan slot untuk iklan di antara segmen satu dengan yang lainnya.

Apabila sebuah program dibuat berdurasi 30 menit, maka *body* program yang dimiliki hanya berdurasi total 24-26 menit dengan slot iklan sekitar 2-3 menit. Artinya, durasi per segmennya 8 menit. Bila programnya berdurasi 60 menit, maka *body* program berdurasi kurang lebih 48 menit. Banyaknya durasi pada *body* program dapat berubah menjadi lebih sedikit. Hal ini dapat terjadi jika rating yang didapatkan oleh program tersebut cukup tinggi, sehingga dapat memberikan ruang lebih besar untuk iklan (Yusanto & Esfandari, 2016, p. 105).