

MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA PIKNIK DI ADITV

TAHUN 2017

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata I Fakultas

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Mochammad Bowo Aji Pamungkas

20140530169

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul
Manajemen Produksi Program Acara PIKNIK Di ADITYA Tahun 2017

Oleh

Mochammad Bowo Aji Pamungkas

20140530169



Zain Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom.

MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM ACARA PIKNIK DI ADITV

TAHUN 2017

Mochammad Bowo Aji Pamungkas

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

bowoaji8@gmail.com

ABSTRACT

The PIKNIK program first aired on television on November 1, 2015, Sunday at 18.30. PIKNIK is a traveling program that will uncover the exotica of the beauty of the natural panorama and explore unique and amazing things in every trip. Starting from the beach, beautiful heights, underwater worlds and contemporary tours. The method used in this research is using qualitative descriptive. The object of the research was the PIKNIK Program Program Production Management at ADITV. The research subjects consisted of three speakers from the production team of the ICT program, producer, cameraman and scriptwriter. Data collection techniques used were in-depth interviews and documentation. The results of the research that have been carried out that in undergoing production management include several stages, namely pre-production, production, and post-production. The production team from the PIKNIK event program applies double jobs so that work in production is more efficient.

Keywords: Production Management, Television Program, PIKNIK ADITV.

ABSTRAK

Program acara PIKNIK pertama kali tayang di televisi pada tanggal 1 november 2015 hari minggu jam 18.30. PIKNIK merupakan program *traveling* yang akan menyibak eksotika keindahan panorama alam serta mengeksplor hal-hal unik dan *amazing* di seriap perjalanan. Mulai dari pantai, eloknya ketinggian, dunia bawah air serta wisata yang kekinian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif kualitatif. Objek penelitian adalah Manajemen Produksi Program Acara PIKNIK di ADITV. Subjek penelitian terdiri dari tiga narasumber dari pihak tim produksi program acara PIKNIK bagian produser, kameramen dan penulis naskah. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa dalam menjalani manajemen produksi meliputi beberapa tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tim produksi dari program acara PIKNIK menerapkan *double job* supaya pekerjaan saat produksi lebih efisien.

Kata Kunci : Manajemen Produksi, Program Televisi, PIKNIK ADITV

PENDAHULUAN

Perkembangan yang dilakukan oleh media sekarang sangat berkembang pesat dan beragam. Ada banyak media yang dapat kita temukan sekarang ini seperti media cetak dan media elektronik. Media cetak menjadi salah satu sarana komunikasi untuk menginformasikan hal-hal tertentu kepada masyarakat dalam bentuk cetak contoh dari media cetak adalah Koran. Koran juga memberikan informasi beragam yang tertulis di dalamnya, seperti hiburan, keadaan terkini di lingkungan masyarakat, olahraga, dan politik. Contoh dari media elektronik adalah televisi. Saat ini televisi banyak ditemui di berbagai tempat seperti di berbagai tempat umum dan di rumah pribadi.

Sama seperti Koran, televisi juga menyajikan informasi dan hiburan yang beragam di dalamnya, akan tetapi jika Koran hanya menampilkan tulisan dan gambar, televisi menampilkan gambar yang bergerak dan juga audio. Untuk saat ini media televisi masih menjadi pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi atau sekedar mendapatkan hiburan. Media televisi menjadi media pilihan utama khalayak sebagai media untuk mendapatkan informasi, karena televisi mampu menghadirkan audio visual yang menarik, sehingga berbagai stasiun televisi juga banyak yang mengemas baik itu audio maupun visual dengan sangat unik dan berbeda. Dengan tujuan tentu saja agar tetap menjadi pilihan utama ditempat masyarakat.

Dari mulai banyaknya stasiun televisi nasional maupun lokal tentunya dalam mengembangkan dan menunjukkan potensi masing-masing dari stasiun nasional maupun lokal berlomba-lomba dalam membuat isi siaran yang beragam. Sebenarnya bukan hanya aspek audio visual saja yang membuat masyarakat

tertarik untuk menonton televisi tetapi juga isi siaran dan konsep yang di gunakan dalam televisi. Tujuannya yaitu untuk menarik penonton agar lebih tertarik dan menonton stasiun televisi yang menawarkan dan menampilkan isi siaran yang sangat diminati oleh masyarakat. Melihat dari berbagai program siaran yang ditampilkan beberapa stasiun televisi, banyak sekali ragam program siaran yang ditampilkan. Mulai dari *Talk Show*, *Reality show*, kuliner, pesona alam, dan banyak lagi lainnya.

Jika biasanya stasiun televisi nasional menampilkan isi siaran yang lebih umum untuk dinikmati masyarakat, maka berbeda dari isi siaran yang ditampilkan dari stasiun televisi lokal. Karena lokasi stasiun televisi itu sendiri yang berlokasi sesuai dengan basis televisi itu sendiri maka program acara dari televisi lokal lebih menampilkan sesuatu yang khas, seperti televisi lokal yang berada di Yogyakarta dan menampilkan beberapa hal yang itu sangat lumrah di daerah asal stasiun televisi tersebut. Di Yogyakarta ada beberapa stasiun televisi lokal yang berdiri, salah satunya adalah ADITV. ADITV diluncurkan pada tanggal 18 Juli 2009 bertepatan dengan Muktamar Muhammadiyah 2009. Dipilihnya Jogja sebagai basis ADITV karena kota ini memiliki *image* dan tempat yang khusus bagi Indonesia sebagai daerah istimewa. Dengan atmosfer pendidikan dan budaya yang masih kental, televisi ini dipastikan akan berkembang dengan baik ke depannya.

ADITV yang merupakan salah satu televisi lokal yang berlokasi di Yogyakarta harus bersaing juga dengan beberapa televisi lokal dalam menarik perhatian dari masyarakat Jogja. Banyaknya televisi nasional yang tayang di televisi juga menjadi sebuah tantangan bagi ADITV yang harus menampilkan

acaranya dengan menarik dan tentunya isi dan konsep juga harus konsisten ADITV pun dalam menampilkan isi siaran mereka juga menampilkan isi yang sesuai dengan daerah mereka berada. Bukan hanya bahasa dan pakaian Jawa saja yang ditampilkan tetapi juga ada beberapa lokasi wisata yang juga ditampilkan.

Program acara yang ditayangkan ADITV juga harus melalui sebuah proses produksi. Maka dari itu manajemen produksi sangat penting untuk menentukan apakah program acara yang dibuat dan ditampilkan akan sesuai dengan visi dan misi dari stasiun televisi itu sendiri. Manajemen produksi juga bukan hanya untuk menentukan apakah program acara yang ditayangkan sudah sesuai dengan visi atau misi, tetapi juga bisa menentukan apakah manajemen yang diterapkan di ADITV sudah efektif dan efisien dalam berbagai hal. Karena di ADITV juga mempunyai banyak program acara maka tentunya manajemen produksi yang digunakan setiap program acaranya juga akan berbeda.

Dari berbagai program acara yang dimiliki ADITV ada salah satu program acara unggulan dan menarik. Program acara ini menampilkan lokasi wisata dan hiburan yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya, yaitu program acara PIKNIK. Program acara PIKNIK pertama kali tayang di televisi pada tanggal 1 November 2015 hari Minggu jam 18.30. PIKNIK merupakan program *traveling* yang akan menyibak eksotika keindahan panorama alam serta mengeksplor hal-hal unik dan *amazing* di setiap perjalanan. Mulai dari pantai, eloknya ketinggian, dunia bawah air serta wisata yang kekinian.

PIKNIK termasuk di bagian *Magazine and Documentary Program* ini tidak hanya menjelajahi wisata di daerah Yogyakarta, daerah di luar Jogja pun

juga akan dijelajahi wisatanya. Seperti Temanggung, Semarang, Malang, dan bahkan lokasi terjauh hingga saat ini yaitu sampai Lombok juga pernah dijadikan sebagai lokasi liputan program acara PIKNIK. Dengan adanya program acara PIKNIK ini juga diharapkan dapat mengangkat ekonomi dari lokasi wisata yang ditayangkan dan juga bagi masyarakat sekitar lokasi wisata. Karena jika banyak yang menonton acara ini dan mengetahui lokasi wisatanya maka lokasi tersebut akan ramai oleh pengunjung.

Dengan jumlah *crew* yang berjumlah total 5 orang yaitu 2 orang *cameraman*, 1 orang *host*, 1 produser dan 1 orang *driver*, PIKNIK sudah menghasilkan 146 episode (18 Agustus 2018) dan tentunya juga itu semua di lokasi wisata yang berbeda-beda. Karena hanya berjumlah 5 orang maka tentu saja pembagian *job description* di bagian produksi program acara ini menjadi merangkap. Seperti misalnya *host* di program acara piknik ini juga merangkap menjadi tim riset dan penulis naskahnya. Dan di bagian *cameraman* juga merangkap sebagai editor.

Menurut penulis yang menarik dari program acara PIKNIK dari bagian produksi adalah dengan *crew* yang hanya total berjumlah 5 orang dan juga melakukan liputan yang mayoritas *outdoor*, program acara PIKNIK mampu menghadirkan acara dan konsep yang konsisten di setiap episodenya yang total sekarang sudah menghasilkan 146 episode. Kekurangan dan kelebihan pasti ada di setiap stasiun televisi, akan menarik jika bisa mengetahui bagaimana sebenarnya manajemen produksi dari program acara PIKNIK ini mulai dari pra produksi saat mempersiapkan konsepnya, saat produksi terjun ke lapangan untuk melakukan liputan dan pengambilan gambar, dan juga saat pasca produksi masuk ke bagian

mengedit gambar dan sebagainya, lalu kemudian akhirnya bisa tayang di televisi sesuai dengan visi dan misi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif dan metode yang digunakan adalah studi kasus deskriptif. Metode penelitian studi deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan intervensi atau fenomena dan konteks kehidupan nyata yang terjadi menyertainya Dengan metode ini diperoleh serangkaian pemikiran yang mengarah kepada kesimpulan dari mengapa suatu keputusan diambil, bagaimana prosesnya dan selanjutnya bagaimana hasilnya (Yin dalam Endah P, 2011:211).

PEMBAHASAN

Di Program acara PIKNIK ini sangat memanfaatkan SDM yang tersedia. Dengan total *crew* berjumlah 5 orang yang harus maksimal di setiap divisi. Untuk pembagian *job description* dari 5 orang ini pasti mendapatkan *job* yang merangkap. Manajemen produksi di program acara PIKNIK ini juga melalui beberapa tahapan seperti pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Di pra produksi tahapannya seperti riset lokasi wisata, pembuatan naskah, rapat pembuatan ide dan konsep, di produksi yaitu saat liputan dan pengambilan gambar, dan yang terakhir ada pasca produksi seperti evaluasi untuk program kedepannya, *preview* gambar hingga sampai pada tahapan editing.

1. Pra Produksi

1.1 Riset Lokasi

Hal pertama yang dilakukan untuk mempersiapkan sebuah produksi adalah pra produksi yaitu rapat dengan semua *crew* PIKNIK yang berjumlah total ada 5 orang. Kemudian membahas tempat wisata atau lokasi mana lagi yang akan mau dikunjungi untuk dijadikan sebuah tayangan di program acara PIKNIK nantinya. Setelah sudah menentukan lokasinya produser akan berangkat melakukan riset ke lokasi yang sudah ditentukan. Riset yang dilakukan di sini adalah dengan melihat *detail* dari keadaan di lokasinya seperti *track* nya seperti apa, ramai dengan pengunjung atau tidak, dan bertemu dengan narasumber atau orang yang bertanggung jawab dengan lokasi wisata tersebut untuk mengurus perizinan dan sebagainya.

1.2 Rapat pra produksi

Sehabis riset kemudian dikemudian hari akan berkumpul lagi untuk rapat dengan semua *crew* piknik dan yang dibahas kali ini adalah menyampaikan semua hasil riset tersebut dengan tujuan untuk semua divisi menyesuaikan dan mempersiapkan segalanya dan juga membahas konsep seperti apa yang akan digunakan untuk episode ini.

1.3 Riset *Online*

Untuk persiapan pra produksi di program PIKNIK ini sebenarnya untuk rapat dengan semua *crew* tidak memakan waktu yang lama. Bisa dikatakan lebih lama waktu untuk riset lokasinya. karena untuk riset sendiri selain *team* langsung

mengunjungi lokasi ada juga riset *online* dimana *team* meriset melalui internet atau media sosial. Tujuannya yaitu untuk memudahkan saat melakukan produksi ke lokasinya karena sudah tahu seperti apa gambaran lokasinya.

1.4 Riset *Offline*

Di riset *offline* melakukan riset dengan mendatangi langsung ke lokasi wisata yang akan dijadikan sebagai lokasi liputan karena tidak semua lokasi destinasi wisata bisa diriset dengan *online*. Tujuan dari riset *offline* ini adalah bisa menemui dan mengetahui siapa penanggung jawab dari destinasi wisata ini untuk melakukan koordinasi pra produksi.

1.5 Pembuatan jadwal produksi

Untuk pembuatan jadwal produksi dilakukan sebulan sebelum melakukan liputan. Karena memang ada beberapa persiapan yang harus dilakukan contohnya seperti membuat *list* lokasi wisata mana saja yang akan digunakan untuk program acara. Dan biasanya untuk membuat *list* lokasi wisata menggunakan beberapa referensi seperti dari instagram untuk melihat wisata apa saja dan dimana saja yang sedang populer dan digemari oleh banyak orang.

1.6 Sarana dan Prasarana

Dari sarana dan prasarana ada beberapa yang sangat dibutuhkan dan harus dipersiapkan untuk menunjang kelancaran dari liputan program PIKNIK ini. Untuk peralatan teknis sendiri juga menyiapkan beberapa kamera seperti DSLR, *handycamp*, dan kamer poket, tripod, dan clip on. Dan juga ada beberapa peralatan yang memang harus dlebihkan jumlahnya seperti *memory* dan baterai.

Ada juga beberapa peralatan untuk mengantisipasi dari kondisi di alam seperti jas hujan jika nanti turun hujan saat liputan, dan juga ada *headlamp*.

1.7 Internet dan media sebagai referensi pengembangan ide

Pengembangan ide dari setiap episodenya adalah dengan mengikuti wisata yang sedang populer. Untuk lokasi dari tempat wisatanya sendiri dari program acara PIKNIK mengutamakan wisata yang berada di Yogyakarta terlebih dahulu karena ADITV yang menayangkan program PIKNIK juga berada di Yogyakarta. Dan untuk mengetahui wisata apa saja yang sedang populer biasanya menggunakan Instagram atau dari internet untuk dijadikan referensi. Tak hanya mendatangi lokasi wisata saja, bahkan program PIKNIK ini sendiri pernah melakukan liputan di Hotel Saphir sebagai selingan dengan tujuan juga untuk mempromosikan tempat yang ada di Yogyakarta.

1.8 Realisasi ide

Realisasi ide untuk dijadikan suatu perencanaan produksi program acara PIKNIK dimulai dengan jika sudah menemukan lokasi mana yang akan dijadikan sebagai tempat produksi, yang pertama dilakukan adalah menghubungi narasumber yang bersangkutan dengan lokasi wisata yang sudah ditentukan. Setelah bertemu atau melakukan kontak dengan narasumber, kemudian membicarakan konsep mengenai lokasi wisata tersebut. Yang kedua adalah melakukan rapat bersama *team* untuk membahas produksi di lokasi wisata ini.

1.9 Pembagian *job description* dengan memanfaatkan SDM yang ada

Pembagian *job description* di tim produksi program acara PIKNIK memang semuanya merangkap. selain karena faktor SDM yang hanya sedikit, dengan menerapkan pembagian *job* yang merangkap dapat membuat kinerja menjadi lebih efektif juga. Kemudian pembagian yang merangkap ini juga tidak adal-asalan, contohnya untuk kameramen. Di sini kameramen merangkap juga menjadi editor dan keputusan ini juga bukan tanpa alasan, alasannya adalah divisi kamera memiliki suatu korelasi dengan editor karena kedua divisi tersebut sama-sama bertanggung jawab di bagian gambar.

2. Produksi

2.1 *Basecamp* sebagai salah satu penunjang utama produksi

Setelah melakukan riset dan sudah mengetahui seperti apa lokasi dan kondisinya maka saat sudah di lokasi untuk melakukan produksi hal pertama yang dilakukan adalah *preparation* di *basecamp* yang sudah ditentukan dan disepakati dengan narasumber atau penanggung jawab di lokasi wisata. Di *basecamp* itu sendiri nantinya dijadikan sebagai tempat untuk menyimpan segala perlengkapan seperti perlengkapan teknis dari kamera, audio, dan alat kebutuhan lainnya. Lain halnya dengan jika melakukan liputan di lokasi wisata yang benar-benar di alam dan tidak ada tempat untuk dijadikan *basecamp*, maka pemilihan untuk meletakkan dan menyimpan barang kebutuhannya cukup di mobil saja.

2.2 Manajemen waktu

Setelah selesai menentukan *basecamp* kemudian memulai runtutan roses produksi dengan mempersiapkan alat teknis seperti memasang *clip on* di *host*, membawa beberapa kamera dan kebutuhan tambahan seperti jas hujan dan *head lamp*. Karena sebelumnya juga sudah bertemu dengan pengelola lokasi wisata jadi sudah membuat *plan* untuk spot mana saja yang akan dimulai mengambil gambar dari awal sampai akhir.

2.3 Fleksibilitas

Untuk urutan dari pengambilan gambarnya sendiri sebenarnya sudah ditentukan. Akan tetapi biasanya saat di lokasi ada beberapa faktor yang membuat pengambilan gambarnya tidak sesuai urutannya. Produser sebenarnya sudah menentukan dan membagi untuk mana saja yang akan diambil gambarnya terlebih dahulu. Namun karena program ini adalah program di *outdoor* yang melakukan produksi di alam, biasanya kondisi di lokasi tersebut bisa berubah. Bukan hanya itu, karena ini adalah tempat wisata pasti di beberapa spot juga ada yang sangat ramai oleh pengunjung Dan hal inilah yang membuat produser harus berpikir cepat di lapangan. Kemudian produser akan mengarahkan tim produksi untuk mengambil gambar di spot yang memungkinkan atau yang lebih sepi dahulu. Jika dipaksa untuk mengambil gambar sesuai urutan yang sudah dibuat dan harus menunggu lama, dampaknya hanya akan membuang-buang waktu saja.

2.4 Mengantisipasi cuaca alam

Karena program acara PIKNIK adalah program yang menampilkan dan menelusuri destinasi alam, maka dari setiap produksi pasti ada kendala yang

sering dihadapi. Misalnya kondisi alam seperti hujan dan juga *track* dari destinasi wisata itu sendiri. Akan tetapi karena saat pra produksi sudah melakukan riset terlebih dahulu, maka saat produksi di lokasi sudah bisa mengantisipasi kendala tersebut.

2.5 Peran seorang produser

Saat sedang melakukan produksi program acara PIKNIK tugas dari seorang produser juga menjadi penting di sini. Karena setiap keadaan dan kejadian saat berlangsungnya produksi di lapangan juga menjadi tanggung jawab seorang produser. Tidak hanya mengawasi setiap kegiatan yang ada di lokasi saat liputan saja, seperti memberikan arahan kepada *host* saat liputan, memberikan arahan juga kepada kameramen untuk dibagian pemngambilannya *angle* nya.

3. Pasca Produksi

3.1 Preview setelah produksi

Biasanya sehabis produksi di satu tempat destinasi wisata, pada saat itu juga melakukan evaluasi. Evaluasi di sini yaitu evaluasi yang bersifat *preview* semua gambar dan juga audio dari hasil produksi untuk mengantisipasi ada gambar yang kurang atau ada audio yang hilang. *Preview* ini merupakan sebuah langkah antisipasi yang sangat bagus karena untuk gambar dan audio bisa saja hilang dan *error*. Jika saat setelah produksi tidak melakukan *preview* ini, maka akan sangat merepotkan kalau ternyata saat masuk tahapan *editing* ternyata ada gambar atau audio yang hilang otomatis harus melakukan *take* ulang, ini akan membuang waktu dan sangat tidak efisien.

3.2 Evaluasi

Kemudian ada juga evaluasi yang sifatnya menyeluruh dan itu dilakukan di kantor berbeda dengan evaluasi yang dilakukan langsung sehabis liputan yang bersifat hanya *preview*. Evaluasi di sebuah tim produksi program acara juga penting dan harus dilakukan. Karena di evaluasi menyeluruh ini akan membahas dan melihat apa saja yang sudah dilakukan selama rangkaian kegiatan dari pra produksi. Jika ada beberapa kekurangan dan kesalahan selama proses itu maka akan dibahas dan akan menjadi masukan bagi tim produksi untuk lebih baik lagi kedepannya. Di tim produksi program acara PIKNIK ini akan membahas bagaimana kinerja dari berbagai divisi seperti kameramen. Apakah ada gambar yang kurang bagus, pengambilan gambar yang berantakan dan bagian teknis lainnya.

3.3 Proses *editing*

Setelah runtutan dari pra produksi sampai produksi, di pasca produksi juga ada bagian untuk mengedit hasil video dari liputan. Dan model yang diberikan dari produser ke editor untuk mengedit adalah dengan langsung mengedit video di hari berikutnya. Proses *editing* ini juga sudah termasuk semuanya seperti *mixing audio* dan juga memasukan narasinya.

4. Kameramen/DOP

4.1 Persiapan alat teknis

Melakukan liputan yang bersifat *outdoor* harus dengan mempersiapkan segala kemungkinan. Dari alat ada beberapa persiapan dan antisipasi. Di sini

kamera yang dibawa saat liputan program acara PIKNIK harus membawa beberapa kamera. Baterai dan *memory card* juga harus membawa lebih dari 1 dengan tujuan contohnya saat sedang liputan di alam liar dan kehabisan baterai maka itu akan merepotkan jalannya proses produksi karena di alam liar tidak ada tersedianya sumber listrik untuk sekadar *charge* baterai.

4.2 Improvisasi pengambilan gambar di lapangan.

Untuk bagian *shot list* pengambilan gambar, kameramen di program acara PIKNIK tidak terlalu baku dan formal seperti menulis *shot list*. Sebelum melakukan produksi di lapangan, kameramen yang bertanggung jawab dengan gambar hanya melihat hasil dari riset pra produksi dan kemudian membayangkan seperti apa nantinya gambar yang akan diambil saat produksi.

4.3 Pembagian *job description*

Dengan hanya 2 orang di bagian teknis dan kameramen, maka untuk pembagian tugas saat produksi harus maksimal dan efisien. Untuk pembagiannya 2 orang di sini masing-masing memegang 2 kamera, yang satu kamera utama atau kamera 1, dan yang satunya memegang kamera 2. Tugasnya pun berbeda untuk kamera pertama akan mengambil gambar dari *host*, dan kamera 2 hanya mengambil stok *establish*. Ini cukup efisien karena nanti hanya tinggal digabungkan saja saat di editing.

4.4 Kendala teknis dan antisipasi

Masalah atau kendala di bagian teknis yang pernah terjadi yaitu kehabisan memori dan juga baterai. Maka dari itu sangat penting untuk membawa memori

dan baterai cadangan yang lumayan untuk mengantisipasinya. Karena produksinya di tempat wisata dan bersifat *outdoor* maka kecil kemungkinan juga untuk menemukan sumber listrik untuk *charge* baterai kamera jika kehabisan. Dan kartu memori yang misalkan penuh dan tidak ada cadangannya lagi, bisa diatasi dengan sebelumnya membawa laptop sehingga kartu memori bisa langsung di *backup* dan digunakan kembali untuk produksi.

5. Penulis naskah

5.1 *Host* yang merangkap menjadi penulis naskah

Posisi dari *host* di program acara PIKNIK ini juga merangkap menjadi penulis naskah. Karena posisi dari *host* dan penulis naskah dianggap memiliki suatu korelasi. Otomatis *host* saat membawakan dan berbicara saat produksi akan sangat paham betul dengan isi dari naskah. Dan jika dirasa ada yang kurang dari naskah, maka *host* pun bisa langsung improvisasi.

5.2 Kendala penulisan naskah

Kendala atau bisa disebut tantangan dari seorang penulis naskah ada banyak ditemui dibagian ide dan juga konsep. Dalam menuliskan naskahnya seorang penulis harus paham dalam menentukan kalimat dan isi yang akan dimasukan ke bagian-bagian dalam segmen. Maka dari itu penulis naskah di sini akan menmabah wawasannya dengan mencari referensi sebanyak-banyaknya bisa dari menonton program serupa, membaca dan juga dari internet agar di bagian konsep dan penulisan kata akan terus berkembang setiap episodenya.

5.3 Evaluasi penulisan naskah

Evaluasi untuk semua divisi dari program acara PIKNIK juga mempunyai peran penting. Dengan maksud melihat dan mengoreksi apa saja yang sudah dikerjakan dan mengantisipasi di kemudian hari jika terjadi kesalahan. Di bagian penulisan naskah di sini produser akan mengevaluasi naskah yang telah dibuat untuk melihat apakah ada kalimat yang kurang pas atau bisa juga jika adanya kekurangan data.

KESIMPULAN

Setelah penulis melakukan penelitian dengan judul Manajemen Produksi Program Acara PIKNIK di ADITV, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Di manajemen produksi program acara PIKNIK ada 3 elemen penting untuk menjalankan manajemen produksi yang terdiri dari produser, kameramen, dan penulis naskah.
2. Tugas seorang produser dari pra produksi sampai pasca produksi meliputi melakukan riset, menjalankan rapat pra produksi, pembuatan jadwal produksi, mempersiapkan sarana dan pra sarana, menentukan *basecamp* saat produksi, melakukan *preview* sehabis produksi, dan melakukan evaluasi. Kemudian dari divisi kameramen yaitu mempersiapkan peralatan teknis dan alat penunjang saat produksi, menentukan pembagian *job* divisi kameramen, dan melakukan editing. Yang terakhir penulis naskah yaitu membuat naskah, melakukan *breakdown* naskah bersama produser, dan menjadi *host* saat produksi.

3. Dalam produksi program acara PIKNIK ini meliputi *double job*. Hal ini dinilai efektif dan lebih efisien. Pembagian *job* akan dilakukan kepada divisi yang memiliki korelasi seperti kameramen merangkap menjadi editor dan penulis naskah merangkap menjadi *host*.

DAFTAR PUSTAKA

- Endah P, Chatarina. (2011). *Memahami Studi Kasus sebagai Metode Penelitian*, dalam Ishak, Aswad; Junaedi, Fajar; Budi HH, Setio; Prabowo, Agung [ed] (2011). *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM.
- Fachrudin, A. (2016). *Manajemen Pertelevisian Modern*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Herdiansyah, Hari. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mabruri, Anton. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mabruri, Anton (2018). *Produksi Program TV Drama : Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah*. Jakarta PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Moleong, Lexy J. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Morissan. (2005). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Tangerang : Ramdina Prakarsa.
- Junaedi, Fajar. (2014). *Manajemen Media Massa :Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta : Mata Padi Presindo.
- Junaedi, Fajar. (2014). *Manajemen Media Massa :Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta : Mata Padi Presindo.
- Subroto, Darwanto Sastro (1995). *Televisi sebagai media pendidikan*. Yogyakarta :Duta Wacana University Press.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wibowo, Fred (1997). *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wibowo, Fred (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Surabaya :Pinus Book Publisher.