

Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Program Talkshow “Makbicara” Fajar Tv Makassar

Muh Fauzi Muflih¹⁾, Muhammad Yahya²⁾

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Makassar

*E-mail: fauzimuflih71@gmail.com

Abstract

This research aims to find out the creative strategies of the producer of the Maktalk Talkshow program in maintaining his program, as well as to find out the inhibiting factors that can influence the Maktalk Talkshow program. This research uses a qualitative research approach. Because this research requires observations in the field, and researchers also conducted interviews with sources related to this research. The method used is a descriptive method, because the researcher wants to describe or describe the creative actions or tricks applied by the producers of the Maktalk Talkshow program in an effort to maintain the existence of their program on the Makassar Fajar TV station. The results of this research are about the target audience among teenagers and adults, the script language uses formal language, the program format is news and information, the punching line uses surprise questions, clip hangers to make the audience curious, the tune is 30 seconds long and the bumper is 18 seconds long, artistic arrangement using permanent studios and outdoor studios, as well as conducting general rehearsals to ensure readiness before the production process takes place. The inhibiting factors include technical factors, namely the discipline of the production team, equipment and lighting problems and non-technical factors including the readiness of resource persons, weather and traffic jams, which can affect the continuity of production of the Talkshow Maktalk program.

Keywords: *Creative Strategy, Talk Show Program Producer, Maintaining Existence.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreatif produser program Talkshow Makbicara dalam mempertahankan programnya, serta untuk mengetahui faktor penghambat yang dapat mempengaruhi program Talkshow Makbicara. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Karena penelitian ini membutuhkan observasi di lapangan, dan juga peneliti melakukan wawancara kepada para narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun metode yang digunakan adalah metode deskriptif, karena peneliti ingin menjabarkan atau menggambarkan tindakan kreatif atau trik-trik yang diterapkan produser program Talkshow Makbicara dalam upaya mempertahankan eksistensi programnya di stasiun Fajar TV Makassar. Adapun hasil penelitian ini adalah tentang target penonton kalangan remaja dan dewasa, bahasa naskah menggunakan bahasa formal, format acara news dan informasi, punching lininya menggunakan pertanyaan kerjutan, clip hanger untuk membuat penasaran penonton, tune berdurasi 30 detik dan bumper berdurasi 18 detik, penataan artistic menggunakan studio permanen dan studio outdoor, serta melakukan general rehearsal untuk memastikan kesiapan sebelum proses produksi berlangsung. Adapun faktor penghambatnya yaitu meliputi faktor teknis yaitu kedisiplinan tim produksi, gangguan peralatan serta lighting (Pencahaya) dan faktor non teknis meliputi kesiapan narasumber, cuaca serta macet, yang dapat mempengaruhi keberlangsungan produksi program Talkshow Makbicara.

Kata kunci: Strategi Kreatif, Produser Program Talkshow, Mempertahankan Eksistensi

1. Pendahuluan

Perkembangan media massa kini telah membawa kita pada era yang serba modern, yang memudahkan kita dalam mendapatkan informasi. Hal ini mengingatkan bahwa telah banyak media yang dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan ide untuk menyampaikan pesan. Televisi adalah satu dari sekian banyaknya media massa yang paling terkenal di mata publik (Morissan, 2018). Tak jarang kita menemukan televisi diberbagai tempat seperti, kantor, terminal, tempat layanan umum dll. Sehingga info pada tayangan media televisi akan tersampaikan dengan baik di khalayak (Fitriyah, 2014). *Talkshow, game show, reality show, variety show*, dan bentuk lain dari kemasan program berbagai informasi dan hiburan disajikan di stasiun televisi nasional dan lokal di semua tingkatan, yang juga mengharuskan stasiun televisi untuk menyajikan program secara maksimal.

Menghadirkan sebuah tayangan yang berkualitas bukanlah tugas yang mudah, perlu keahlian khusus dalam menghadirkan tayangan yang bisa diterima dengan baik oleh masyarakat (Rohmawati & Watini, 2022). Pada kondisi tersebutlah hal terpenting pada saat memproduksi sebuah tayangan informasi yang nantinya ditayangkan kepada masyarakat, hal apa yang harus diperhatikan agar tayangannya tidak datar, agar masyarakat tidak cepat jenuh, sehingga perlu direncanakan dengan matang agar tayangannya menarik, terlihat berbeda, dan daya tarik yang ditunggu-tunggu penonton .

Seorang produser televisi harus memiliki insting kreatif dalam merumuskan dan mengelola program, Pengertian Kreatif itu sendiri adalah suatu proses yang menuntut keseimbangan dan aplikasi dari ketiga aspek esensial yaitu kecerdasan analis, kreatif dan praktis. Beberapa aspek yang ketika digunakan secara kombinitif dan

seimbang akan melahirkan kecerdasan kesuksesan. Kreatifitas berkaitan dengan pribadi kreatif yang melibatkan diri dalam proses kreatif dan dukungan juga dorongan dari lingkungan penghasil produk kreatif (Pambayun, 2023). Proses kreatif produser yaitu harus mengetahui siapa penonton acaranya, konten seperti apa yang akan ditayangkan kepada pemirsa, kapan dan mengapa masyarakat perlu menonton program yang akan di buat, dimana dan bagaimana penonton akan menonton acara yang akan di buat. Maka dari itu, agar dapat tetap bertahan harus memiliki program yang andal dan menyajikan program yang akan memuaskan penonton. Program yang menarik juga menjadi salah satu penentu kemampuan sebuah stasiun untuk bertahan dalam persaingan di dunia pertelevisian regional maupun nasional (Fitriyah, 2014).

Fajar TV adalah salah satu stasiun televisi lokal yang berada di kota Makassar. Fajar TV resmi berdiri tepatnya tanggal 31 Desember 2007 dengan nama PT FAJAR TELEVISI MAKASSAR yang terletak di lantai dua Jalan Urip Sumoharjo Makassar gedung Fajar Graha Pena. Fajar TV adalah satu dari sekian banyak siaran televisi regional yang ada di kota Makassar, dan persaingan yang semakin ketat untuk memperebutkan tanah lokal menuntut mereka untuk berlomba-lomba menghadirkan siaran yang akan merebut hati masyarakat khususnya di kota Makassar (AMALIAH, 2014) .Program yang menarik minat khalayak adalah program talkshow, yang memiliki dua jenis penyajian seperti halnya talkshow hiburan ataupun talkshow yang didalamnya memuat berbagai informasi. Kedua jenis tersebut memiliki implikasi tersendiri, misalnya talkshow hiburan yang dalam penyajiannya biasanya mengangkat tema dan mengundang narasumber yang dapat menghibur penonton. Kemudian, talkshow yang

muatannya informasi disajikan dalam bentuk dialog yang dibawakan oleh pembawa berita kemudian mengulas tema yang diangkat bersama dengan narasumber yang diundang untuk mendiskusikan persoalan-persoalan yang ada di masyarakat. Contoh program Talkshow yang cukup populer di Indonesia adalah Mata Najwa yang dibawakan oleh Najwa Shihab yang seringkali mengangkat isu yang sedang hangat diperbincangkan, sosok Najwa yang berani dan lugas memberikan pertanyaan pada para narasumber yang fenomenal menjadi daya pikat dari talkshow ini. Selain itu ada beberapa Talkshow yang juga mewarnai layar kaca Indonesia yaitu, Hitam Putih, I'm Possible, Ini Talkshow, Kick Andy dll. (Rohmawati & Watini, 2022).

Salah satu bentuk produksi program talkshow Fajar TV adalah program "Makbicara" yang merupakan singkatan dari "Makassar bicara". Sebuah program talkshow yang bertahan hingga saat ini sejak tayang perdana pada tahun 2012. Sebelumnya, program ini bernama Talk Show Sore bersama dengan Program Kareba siang dan kemudian berganti nama menjadi Makassar Dialog. Nama telah diubah menjadi segmentasi program tiga kali sehubungan dengan konsep paket program, tetapi tidak ada perubahan (AMALIAH, 2014).

Talkshow "Makbicara" tayang secara on air (live) dan off air, dengan setting *indoor* dan terkadang berlangsung secara *outdoor*. Waktu penayangannya berdurasi 1 jam, mulai dari pukul 16:00-17:00 WITA yang terdiri dari 3 segmen. Talkshow "Makbicara" merupakan Talkshow yang menghibur dan memberikan informasi bagi penonton dengan tema yang dibahas. Talkshow "Makbicara" merupakan program yang berkonten lokal, yang di arahkan oleh seorang presenter atau pembawa acara yang

sudah menguasai pengetahuan mengenai topik yang akan di diskusikan. Topik yang di dibahas pun merupakan topik lokal Makassar yang sedang diperbincangkan ditengah masyarakat, seperti pada dunia bisnis, kesehatan dan pemerintahan, layanan masyarakat, keluarga, motivasi dan yang lainnya berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat Makassar (AMALIAH, 2014).

Talkshow "Makbicara" diharapkan bisa menjadi solusi berbagai permasalahan tentang kehidupan masyarakat dari berbagai aspek. Muatan inilah yang menjadi salah satu ketertarikan peneliti sehingga ingin melakukan penelitian pada program Talkshow "Makbicara" karena dapat menjadi program yang solutif dan faktual dalam muatan penyampaiannya. terkait program yang faktual, hal yang selaras dengan yang ditetapkan oleh Kode Etik Komisi Penyiaran Indonesia tentang Standar Program Penyiaran dan Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia No. 009/SK/KPI/8/2004 menyatakan dalam Pasal 8 bahwa program talk show termasuk fakta. Ada. Program solusi untuk siaran siaran yang mewakili fakta non-fiktif (Annisa, 2019).

Penyematan nama Makassar menjadi salah satu ciri khas lokal pada tayangan ini. Selain itu penulis juga tertarik dengan strategi produksi pada program Talkshow "Makbicara" ini karena dengan hadirnya beberapa stasiun tv lokal dengan program yang bernuansa lokalnya masing - masing, program Talkshow "Makbicara" masih mampu bertahan dilayar kaca penontonnya hingga saat ini. Serta seperti apa faktor penghambat yang bisa saja mempengaruhi produksi program Talkshow "Makbicara", yang dimana dalam proses produksi suatu program hal yang tidak dapat dihindari adalah hambatan teknis maupun non teknis.

Adapun tujuan penelitian ini yaitu, (1) Untuk mengetahui strategi kreatif produser dalam mempertahankan program talkshow "Makbicara" Fajar TV Makassar dan (2) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam mempertahankan program talkshow "Makbicara" Fajar TV Makassar.

2. Metode Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama 2 (dua) bulan mulai dari tanggal 16 September sampai 16 November 2022 dengan lokasi penelitian di Fajar TV Makassar, Gedung Graha Pena, Jalan Urip Sumoharjo No.20, Pampang, Kec. Panakkukang, Kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif, adapun sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Adapun informan dalam peneliti ini terdiri dari beberapa elemen penting dalam proses produksi program Talkshow Makbicara Fajar TV Makassar, sehingga dalam proses penelitiannya diharapkan dapat memperoleh informasi yang valid sesuai dengan yang terjadi dilapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara, teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengabsahan data yaitu teknik triangulasi.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Talkshow "Makbicara" Fajar TV Makassar

1. Target Penonton: Program ini menargetkan remaja dan dewasa dengan konten yang membahas isu sosial, terutama di Makassar, namun juga menyentuh isu nasional. Nama "Makbicara" adalah singkatan dari "Makassar Bicara" yang mencerminkan nuansa lokal.

2. Bahasa Naskah: Menggunakan bahasa Indonesia baku yang disampaikan dengan santai namun serius. Bahasa yang digunakan adalah bahasa lokal yang mudah dimengerti oleh penonton.
3. Format Acara: Program berdurasi 60 menit dengan 4 segmen, meliputi latar belakang masalah, pembahasan, pengembangan, dan kesimpulan.
4. Punching Line: Presenter melakukan improvisasi dengan pertanyaan tak terduga untuk menjaga minat penonton.
5. Clip Hanger: Di akhir segmen, presenter menciptakan rasa penasaran untuk mempertahankan penonton.
6. Tune dan Bumper: Visualisasi lokal Makassar digunakan untuk memperkuat identitas program.
7. Penataan Artistik: Tata panggung bervariasi antara studio dan luar studio untuk menghindari kesan monoton.
8. General Rehearsal: Dilakukan untuk meminimalkan kesalahan produksi, terutama untuk presenter dan aspek teknis lainnya.

b. Faktor Penghambat

1. Teknis: Kedisiplinan tim, gangguan peralatan (audio, gambar), dan pencahayaan yang kurang memadai saat di luar studio.
2. Non-Teknis: Kesiapan narasumber, masalah cuaca, dan kemacetan yang menghambat proses produksi di luar studio.

Berdasarkan dari hasil penelitian maka kami menemukan bahwa;

a. **Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Program Talkshow “Makbicara”.**

Berdasarkan pada perencanaan strategi kreatif yang dilakukan oleh produser serta pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait strategi kreatif program Talkshow Makbicara Fajar TV Makassar, melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi, berikut pembahasan hasil penelitian yang dilakukan peneliti:

1. Target Penonton

Target penonton menjadi suatu yang sangat penting untuk diperhatikan saat produksi suatu program, Sebelum merencanakan suatu program, seorang produser perlu mengkaji secara teliti tentang target penonton, yaitu segmen audiens/penonton yang menjadi sasaran program. Menentukan target audien (penonton) sudah harus dipikirkan sejak awal. Karena tidak mungkin dan tidak pernah ada program televisi yang bisa ditonton oleh semua kalangan, usia dan jenis kelamin. Target penonton atau target *audiens* adalah memilih satu atau beberapa segment *audiens* yang akan menjadi *focus* kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. (Morissan, 2015)

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, target penonton yang dituju oleh Nur Taufiq Akbar produser program Talkshow Makbicara, yaitu kalangan remaja dan dewasa, hal ini tentunya sesuai dengan isi konten yang ada pada program talkshow makbicara, mengingat bahwa muatannya tentang persoalan sosial ataupun isu - isu yang sedang hangat ditengah masyarakat.

Secara teoritis, penetapan target audien diperlukan karena umumnya khalayak audiens memiliki sifat yang heterogen, sehingga akan sulit bagi media penyiaran untuk melayani semuanya. Oleh sebab itu, dengan memahami segmen audiensnya, maka praktisi penyiaran dapat menentukan bagaimana cara menjangkaunya, program apa yang dibutuhkan dan bagaimana mempertahankan audiens dari program pesaingnya. (Khusna, 2018)

Berdasarkan uraian tersebut, apa yang dilakukan produser dengan menetapkan target/sasaran penontonnya adalah telah sesuai dengan tugas produser ketika merencanakan sebuah produksi siaran televisi. Dengan mengetahui secara pasti siapa target penontonnya, maka akan mempermudah bagi produser dalam mengambil keputusan terkait produksi acaranya, karena produser tahu apa yang dibutuhkan oleh target penontonnya itu. Sebagaimana disebutkan oleh Naratama, “Kalau anda sudah mengenal karakter penonton maka anda sudah mempunyai jaminan 75% karya Anda akan sukses dan disukai banyak orang.

Salah satu strategi yang diterapkan program ini adalah penamaan programnya yaitu, *Makbicara* yang merupakan singkatan dari Makassar bicara. Seperti yang diungkapkan oleh Nur Taufik Akbar, produser Talkshow Makbicara dalam hasil penelitian bahwa program ini dikemas sedemikian rupa sehingga memiliki nuansa lokal sesuai dengan target penontonnya yaitu masyarakat lokal, dan berdasarkan penamaan program

tersebut poduser berharap dapat menarik minat penonton yang secara penamaan programnya yaitu makbicara merupakan bahasa lokal yang cukup familiar ditelinga penonton.

2. Bahasa Naskah

Talkshow atau perbincangan atau dialog merupakan bagian dari program faktual yang menyajikan informasi yang akurat dan langsung, sehingga naskah untuk *talkshow* tidak sama seperti naskah drama. Naskah *talkshow* pada umumnya berupa pertanyaan yang dimaksudkan untuk menggali informasi mendalam terkait narasumber dan tema yang diperbincangkan. Pertanyaan disusun sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan berita, yaitu rumus 5W+1H yang terdiri dari What (apa), Who (siapa), Where (di mana), When (kapan), Why (mengapa), dan How (bagaimana). (Gm, 2012)

Bahasa naskah dalam program Talkshow memiliki perbedaan sesuai dengan tipe Talkshow, Bahasa naskah yang digunakan oleh Talkshow Makbicara adalah bahasa yang formal namun dikemas dalam nuansa yang santai namun serius, dengan penggunaan bahasa-bahasa yang mudah dimengerti dan tidak membingungkan pemirsa, dan tentunya menggunakan bahasa lokal Makassar yang baik dan benar. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penonton dalam menangkap obrolan yang sedang dibahas oleh pembawa acara dan narasumber. pada kondisi ini produser Talkshow Makbicara menekankan pada kenyamanan penontonnya dalam menyaksikan tayangan program.

Selain itu sebelum berlangsungnya produksi program, produser Talkshow Makbicara senantiasa mengingatkan kepada presenter untuk menerapkan 5W+1H dalam obrolan yang dilakukan dengan narasumber, tentunya hal ini dilakukan agar informasi yang disampaikan oleh narasumber tersampaikan secara keseluruhan.

3. Format Acara

Berhasil atau tidaknya sebuah program acara televisi adalah ditentukan dengan *design*/konsep program itu sendiri. Tidak mudah untuk menarik perhatian khalayak untuk menyaksikan sebuah program *talkshow*, hal ini disebabkan karena *image* yang melekat di masyarakat bahwa program *talkshow* pada umumnya dinilai membosankan. Diposisi inilah peran seorang produser dibutuhkan dimana produser harus mampu merancang dan mengontrol hal-hal yang perlu dan tidak perlu ditampilkan ke khalayak, hal ini sesuai dengan teori *gatekeeper* yang dikemukakan oleh kurt lewin bahwa, dalam produksi sebuah program seorang produser memiliki tanggung jawab sebagai *gatekeeper*, *Gatekeeper* pada media massa menentukan penilaian apakah suatu informasi penting atau tidak, ia menaikkan berita yang penting dan menghapus informasi yang tidak memiliki nilai berita. *Gatekeeper* adalah penjaga gerbang, hanya informasi yang baik dan penting boleh melewati gerbang informasi menuju audience. Ia bertanggung jawab terhadap seluruh informasi yang di sampaikan oleh media, seluruh informasi harus melalui *gatekeeper* sebelum diubah menjadi pesan (Romli, 2017)

Berdasarkan pada hasil penelitian bahwa program Talkshow Makbicara ini tampil dengan fokus pada Talkshow yang bersifat berita dan informasi yang tayang selama 60 menit dengan design dalam format 4 segmentasi. Menurut penulis strategi format acara yang diterapkan oleh produser Talkshow Makbicara sangat efektif dalam upaya menarik minat penonton dalam menyaksikan tayangan program, alur yang dibangun dari segmen 1 sampai segmen 4 yang dipisahkan oleh *commercial break*, di setting sedemikian rupa agar penonton tidak jenuh, karena setiap segmen di beri muatan yang berbeda - beda dan tidak monoton.

4. Punching Line

Punchling line merupakan kejutan dalam dialog yang sengaja dituliskan untuk menghentak penonton yang mulai jenuh dan bosan. Kejutan ini berupa komedi, celetukan ataupun pertanyaan yang diungkapkan oleh pembawa acara (Naratama, 2013).

Penggunaan punching line dalam talkshow memang perlu dilakukan untuk membangun suasana. Hal ini dilakukan agar pembahasan tidak monoton dan datar. yang berakibat pada rasa bosan penonton, pada saat menyaksikan perbincangan antara presenter dan narasumber. Pada talkshow makbicara ini produser menggunakan strategi punching line melalui pertanyaan kejutan.

Dalam kondisi ini produser memberikan arahan kepada presenter untuk mengibaratkan narasumber itu sebagai lemari, yang tidak akan terbuka kecuali dibuka oleh presenter dalam hal ini melalui pertanyaan- pertanyaan yang

bersifat menggali informasi. Sehingga berdasarkan hal tersebut produser telah melakukan strategi kreatif dalam menggali informasi kepada narasumber melalui peran presenter dalam melontarkan pertanyaan - pertanyaan yang bersifat kejutan, selain itu hal ini juga dilakukan agar penonton tidak jenuh.

5. Clip Hanger

Clip hanger diciptakan oleh pembawa acara sebelum mengakhiri *segment* perbincangan untuk membuat rasa penasaran pemirsa terhadap kelanjutan acara, sebagai contoh, kata-kata yang biasa diucapkan *presenter* program talkshow makbicara sebelum mengakhiri *segment* adalah dengan cara menahan jawaban narasumber setelah diberikan pertanyaan oleh presenter. Hal ini dilakukan untuk bisa menahan penonton agar tidak memindahkan *channel* tayangannya.

Keberadaan Clip Hanger pada program talkshow sangat penting mengingat bahwa perlunya ada upaya kreatif produser agar penonton dapat penasaran terhadap tayangan. Pada Talkshow Makbicara menggunakan Clip Hanger di akhir segmen, berdasarkan hal tersebut, tampak bahwa produser program talkshow makbicara mengetahui secara mendalam cara memanfaatkan kondisi untuk membuat sebuah strategi jitu dalam menahan pemirsa. Dengan begitu, pemirsa yang mungkin akan mengganti *channel* televisi, menjadi berubah pikiran dan merasa penasaran serta takut melewati tayangan selanjutnya.

6. Tune dan Bupper

Tune atau Opening Tune merupakan identitas pembuka acara yang berisikan kompilasi gambar atau grafis nama pemain, pengisi acara, sutradara, penulis naskah hingga produser (Natarama, 2013). Sedangkan bumper merupakan perantara acara. Bumper sebelum acara dimulai disebut bumper in dan bumper setelah selesai acara disebut bumper out.

Keberadaan Tune dan Bumper pada Talkshow Makbicara untuk menampilkan identitas dan ciri khas Talkshow melalui desain dan audio visual yang ditampilkan, dimana pada opening tune nya terdapat visualisasi icon kedaerahan yang berdurasi 30 detik, menurut peneliti, tune yang ditampilkan pada Talkshow Makbicara sangat sesuai dengan target penonton yang dituju, hal ini merupakan strategi kreatif yang dibangun oleh produser dalam melakukan pendekatan dengan audien nya.

Kemudian pada bumper Talkshow makbicara yang berdurasi 18 detik menampilkan visualisasi gabungan ilustrasi yang terdapat pada opening tune yang kemudian ditambahkan dengan tulisan “Makbicara” dengan menggunakan huruf K nya menggunakan ilustrasi peta sulawesi, Hal ini sebagai upaya produser dalam menerapkan strategi kreatif pada elemen tune dan bumper. Tune dan bumper dibuat sederhana sebagai identitas pada talkshow makbicara agar mudah diingat oleh penonton.

7. Penataan Artistik

Penataan artistik atau sering disebut tata panggung pada suatu program juga menjadi identitas program. Tata artistik

untuk setiap program tidak sama, hal ini karena tata artistik disesuaikan dengan referensi acara yang diproduksi. Selain itu penataan artistik juga menjadi panduan bagi kameramen dalam menentukan *blocking* pengambilan gambar.

Penataan Artistik atau tata panggung pada program talkshow makbicara disesuaikan dengan tempat produksi yaitu di studio ataupun di luar studio, tata panggung di studio berbentuk layaknya talkshow pada umumnya. Berdasarkan yang disampaikan oleh produser Talkshow Makbicara bahwa penataan panggung bertujuan untuk menambah kesan menarik pada tayangan, selain itu untuk menjaga agar tayangan tidak monoton, kerap kali menggunakan studio outdoor. Menurut peneliti, apa yang dilakukan oleh produser Talkshow Makbicara merupakan suatu kejelian dalam memperhatikan kejenuhan penontonnya dalam menyaksikan tayangan talkshow, sehingga penggunaan studio outdoor bisa menjadi cara ampuh agar penonton tidak merasa bosan dengan tayangan.

8. General Rehearsel

Menurut Fred Wibowo, kunci sukses dari setiap program televisi yaitu berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi, hal ini juga berdasarkan dengan teori strategi produksi yang dikemukakan oleh Peter K Pringle, Michael F. Starr yaitu

- a. Melakukan Perencanaan (*planning*)
- b. Melakukan Pengorganisasian (*organizing*)

- c. Melakukan pengarahan atau pengaruh (influencing or directing)
- d. Melakukan Pengawasan (controlling)

Dari teori tersebut dapat kita pahami bahwa dalam proses produksi sangat dibutuhkan yang namanya proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, produser dalam hal ini pada Talkshow Makbicara senantiasa melakukan pengecekan kembali dari segi persiapan sebelum melakukan proses produksi Talkshow sehingga terjadi kesesuaian pada rencana awal. Mulai dari kesiapan peralatan, dan juga kesiapan presenter dalam mengulas tema yang akan diangkat.

Berdasarkan hal tersebut peneliti melihat bahwa produser sangat menekankan prinsip kehati-hatian kepada timnya dalam melakukan produksi, segala sesuatu harus dipersiapkan sebaik-baiknya, mengingat bahwa kualitas tayangan akan menentukan ketertarikan para pemirsanya.

b. Faktor - Faktor Penghambat yang mempengaruhi Program Talkshow Makbicara.

Setiap produksi program acara televisi, pasti setiap produksinya mengalami berbagai faktor yang menjadi hambatan dalam melakukan proses produksi. Begitu juga dengan program *Talkshow Makbicara*. Untuk memproduksi suatu siaran tidak lepas dari beberapa hambatan. Adapun hambatan yang dihadapi oleh tim produksi program *Talkshow Makbicara* secara umum baik dalam faktor Teknis dan Non teknis pada tahap pra, proses dan pasca produksi yaitu :

1. Faktor teknis pada produksi siaran Talkshow Makbicara

a) Kedisiplinan tim produksi

Bekerja di media tidak hanya menuntut skill atau keterampilan yang baik, namun juga komitmen dan tanggung jawab yang besar dalam mengemban suatu amanah. Tanggung jawab dan komitmen dapat terwujud salah satunya melalui sikap disiplin yang ditanamkan dalam diri pekerja.

Pada proses produksi Talkshow Makbicara, terkait kedisiplinan yang menjadi penghambat terkhususnya pada saat produksi diluar studio adalah pada saat terdapat alat yang akan digunakan tertinggal. Tentunya ini menjadi evaluasi tersendiri bagi orang - orang yang memiliki tugas untuk menyiapkan segala bentuk peralatan yang akan digunakan.

b) Gangguan peralatan

Kendala gangguan audio, gangguan micropone, dan gangguan gambar kabur, menjadi penghambat dalam proses produksi Talkshow Makbicara, hal ini sesuai yang disampaikan oleh produser dan kameramen Talkshow Makbicara.

Terkadang walaupun telah dilakukan persiapan yang matang sebelum produksi namun kadang kala terjadi hal yang tak terduga sehingga mempengaruhi proses produksi, Adapun gangguan teknis yang bisa saja terjadi pada audio (Fitriah, 2014), yaitu :

1) *Nois* (desis)

Gangguan *nois* berkaitan dengan gangguan nada tinggi, atau yang sering kita dengar dengan desis pada audio. Dalam audio gangguan *nois* disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor luar dan dalam. Faktor luar dipengaruhi

oleh frekuensi liar yang menyerang input audio sehingga frekuensi tersebut di perkuat oleh *amplifier* sebelum akhirnya keluar di *speaker*.

- 2) **Hum** (dengung)
Hum berkaitan dengan nada rendah (low). Hum sering menyerang gangguan audio berupa suara dengungan berkisar 20-500 hz low frekwensi. Dalam ilmu sains istilah hum sebenarnya tidak bisa terdeteksi oleh microfone. Namun, bahasa ini sering disebut dalam sistim gangguan pada audio sound.
- 3) **Distorsi** (efek serak)
Distorsi berkaitan erat dengan cacat audio dan bukan gangguan, ini biasanya bersumber dari kerusakan perangkat dan kesalahan *user*. Kerusakan yang dialami oleh perangkat audio dengan gejala *distorsi* biasanya suara tidak enak didengar, pecah, serak, sumbar, tidak ada artikulasi suara. Gangguan audio sering menyerang sehingga menyebabkan produksi suara yang kita dengar menjadi cacat, tidak bersih, tidak enak didengar. Jadi jika di *soundsystem* gangguan inilah yang menjadi momok bagi *soundman*. Untuk menghasilkan audio tanpa gangguan produk berkualitaslah menjadi jalan agar menjaga kualitas audio yang dihasilkan.
Gangguan peralatan yang terjadi merupakan salah satu dampak dari ketidakdisiplinan anggota tim yang menangani peralatan sebab mereka biasanya tidak lagi sempat

memeriksa ketersediaan alat secara maksimal jika sudah terkejar dengan waktu tayang.

c) **Lighting** (Pencahaya-an)

Pencahaya-an menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan sebelum melakukan produksi program, mengingat bahwa kualitas tayangan menjadi suatu keharusan agar penonton lebih nyaman pada saat menyaksikan program, hal tersebutlah menjadi alasan bagi seorang kameramen harus mampu mengkondisikan hal tersebut, Prinsip dasar tata cahaya ini sudah menjadi rumusan atau formula dasar sebuah pencahaya-an dalam produksi video, film, dan foto. Tiga poin penting terdiri atas : *Key Light*, *Fill Light*, *Back Light*.

1) **Key Light**

Pencahaya-an utama yang diarahkan pada objek. *Keylight* merupakan sumber pencahaya-an paling dominan. Biasanya *keylight* lebih terang dibandingkan dengan *filllight*. Dalam desain 3 poin pencahaya-an, *keylight* ditempatkan pada suhu 45 derajat di atas subjek.

2) **Fill Light**

Pencahaya-an pengisi, biasanya digunakan untuk menghilangkan bayangan objek yang disebabkan oleh *keylight*. *Fill Light* ditempatkan berseberangan dengan subjek yang mempunyai jarak yang sama dengan *keylight*. Intensitas pencahaya-an *fill light* biasanya setengah dari *key light*.

3) **Back Light**

Pencahaya-an dari arah belakang objek, berfungsi untuk memberikan dimensi

agar subjek tidak “menyatu” dengan latar belakang. Pencahayaan ini diletakkan 45 derajat di belakang subyek.

Intensitas pencahayaan *backlight* sangat tergantung dari pencahayaan *key light* dan *fill light*, dan tentu saja bergantung pada subyeknya.

Dalam masalah yang terjadi pada proses produksi Talkshow Makbicara, faktor pencahayaan menjadi hal yang patut diperhatikan mengingat bahwa pencahayaan sangat berpengaruh pada kualitas tayangan program.

c. Faktor non teknis pada produksi siaran Talkshow Makbicara

1). Kesiapan narasumber

Penyesuaian waktu narasumber dengan acara, narasumber yang tidak sesuai dengan tema acara, kurang terbuka pada saat wawancara, pembatalan sepihak dari narasumber, dan narasumber pengganti yang tidak kompeten merupakan beberapa kendala yang sering dijumpai dalam hal narasumber. Hal inilah yang menyebabkan kualitas siaran talkshow makbicara tidak maksimal sesuai harapan tim produksi. Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa talkshow makbicara selalu berusaha meningkatkan kualitas siaran melalui penerapan strategi yang dibangun produser dan tim produksi.

2). Cuaca dan macet

Tidak dapat dipungkiri bahwasanya faktor cuaca menjadi hal yang tidak dapat diprediksi, kadang kala cuaca tidak bersahabat datang diwaktu

yang tidak tepat. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi banyak orang yang beraktivitas diluar ruangan. Terkhususnya pada proses produksi program Talkshow Makbicara yang kerap kali berlangsung diluar studio, dan terkendala oleh cuaca dan macet yang akan berefek pada keterlambatan proses produksi, baik itu tim produksi yang terlambat hadir di lokasi produksi, maupun narasumber yang terjebak cuaca dan macet.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada program Talkshow Makbicara Fajar TV Makassar maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Berdasarkan pengimplementasian 8 elemen strategi kreatif produser pada program talkshow makbicara, bahwa produser telah menuangkan strategi kreatif dalam proses produksi program hingga pada penayangan, produser sangat memperhatikan secara detail dan berhati - hati dalam membungkus program untuk menghasilkan tayangan berkualitas untuk penontonnya, Hal ini yang kemudian melatar belakanginya sehingga Talkshow Makbicara masih mampu bertahan hingga saat ini.
2. Pada proses produksi program Talkshow Makbicara tidak terlepas dari faktor penghambatnya, baik itu hambatan secara teknis maupun secara non teknis. Walaupun terdapat beberapa hambatan yang terjadi, talkshow makbicara tetap bertahan dan senantiasa mengudara di layar kaca pemirsanya.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur.

Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan penelitian.

Daftar Pustaka

- AMALIAH, R. A. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar Fm Makassar Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan*.
- Annisa, S. A. (2019). *Teknik Promosi Untuk Menarik Minat Pendengar Program Jaksa Menyapa Oleh Kejaksaan Tinggi Jawa Tengah dan Radio Republik Indonesia Semarang*. Faculty of Social and Political Sciences.
- Fitriah, I. (2014). **STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM DAKWAH MAMAH&AA BER-AKSI DI STASIUN TELEVISI INDOSIAR**. UIN Syarif Hidayatullah.
- Fitriyah, I. (2014). *Strategi kreatif Produser dalam mempertahankan eksistensi Program Dakwah Mamah & AA ber-Aksi di Stasiun Televisi Indonesia*.
- Gm, S. (2012). *Berita untuk mata dan telinga : Pemahaman praktis jurnalistik Televisi*. Mara Pustaka.
- Khusna, I. A. (2018). Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembang Di Aditiv Yogyakarta. *Lektur Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 77-89.
- Morissan. (2015). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi mengelola radio & televisi*. Fajar interpratama mandiri.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Prenada Media.
- Pambayun, E. L. (2023). *Perempuan vs Perempuan: Realitas Gender, Tayangan Gosip dan Dunia Maya*. Nuansa Cendekia.
- Rohmawati, O., & Watini, S. (2022). Pemanfaatan TV sekolah sebagai media pembelajaran dan pendidikan karakter anak usia dini. *Jurnal Pelita PAUD*, 6(2), 196-207.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*. Gramedia widiasaran indonesia.