

## **BAB II**

### **INDUSTRIALISASI TELEVISI DI INDONESIA**

#### **2.1 Ekonomi Politik Industri Televisi**

Kekuatan ekonomi menjadi alasan untuk mempertanyakan fungsi media. Media tidak berfungsi sebagai *conduit* atau saluran komunikasi tetapi juga pembentuk opini masyarakat. Kekuatan ekonomi media menyimpan kekuatan ideologis yang memberikan keuntungan bagi pemilik modal di satu sisi, dan seringkali menempatkan publik sebagai konsumen. Menurut data analisa Kompas, dan Agus Sudibyo (2004: 13) dalam buku *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, kepemilikan Industri terbagi menjadi beberapa kelompok yaitu:

##### **2.1.1 Kompas Gramedia**

Kelompok Kompas Gramedia dimiliki oleh Jakoeb Oetama. Dalam bidang media penyiaran KGG (Kompas Gramedia Group) memiliki radio yaitu radio Motion, dan radio Sonora. Kompas Gramedia dahulu memegang TV 7 (80% bersama pemilik lain Sukoyo, dan Tarnabrata) yang sekarang dipegang penuh oleh Para Group menjadi Trans 7. Trans 7 masih dimiliki tetapi hanya dalam bentuk saham, sedang operasional dipegang oleh Para Group. Dalam dunia pertelevisian, KG TV telah diresmikan pada bulan juni 2011. Karena sebagaian besar dari konten adalah konten nasional (70%) maka televisi ini dapat disebut sebagai televisi Nasional. Terdapat 11 ijin yang dimiliki yaitu 6 stasiun *on air* serta 5 stasiun *license*. Enam stasiun tersebut yaitu Denpasar (Dewata TV), Surabaya, Semarang (Borobudur TV), Bandung (FTV), Tangerang (Komedi TV), dan Pontianak (Kathulistiwa TV). Stasiun lisensi yaitu Medan, Palembang, Cirebon, Garut, dan Purworejo.

Selain bergerak dalam bidang pertelevisian, dan radio, dalam media cetak Kompas Gramedia memiliki koran, majalah, dan tabloid. Koran Kompas menjadi senjata utama yang muncul pertama kali yaitu 28 juni 1965. Selain koran Kompas, juga terdapat koran Kontan yang terbit dalam cakupan, dan isi nasional. Kompas Gramedia juga memiliki 22 koran lokal misalnya Warta Kota, Warta Jateng, Berita Kota, Surya, dan kelompok pers daerah. Sejumlah kurang lebih 80 majalah, dan tabloid diterbitkan, misalnya majalah BOBO, Angkasa, NGI, *Instyle*, dan tabloid bola serta tabloid PC Plus.

### **2.1.2 Jawa Pos Group**

Jawa Post Group dimiliki oleh Dahlan Iskan. Dua puluh media televisi yang dimiliki bergerak dalam skala lokal yaitu JTV (Surabaya), Batam TV (Batam), Pekanbaru (Riau TV), Makassar (FMTV), Palembang (PTV), Bandung (Padjadjaran TV), Jakarta (Mahkamah Konstitusi - MKTV). Dalam media cetak kelompok ini menerbitkan koran, majalah, dan tabloid. Sekitar kurang lebih 100 koran dimiliki oleh kelompok ini, diantaranya:

- Jawa Pos, Indo Pos & Rakyat Merdeka (Jakarta), Fajar (Makassar), Sumatera Ekspres (Palembang), Kaltim Post (Balikpapan), Riau Pos (Pekanbaru), Cenderawasih Pos (Jayapura), dan beberapa koran dengan nama Radar
- Guo Ji Ri Bao (Bahasa Mandarin)

Majalah, dan tabloid yang dimiliki oleh Jawa Post Group berjumlah kurang lebih 12 misalnya tabloid nyata.

### **2.1.3 MNC Networks**

MNC dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo. Dalam bidang media televisi, MNC memiliki beberapa televisi yang sudah beroperasi sejak jaman orde baru yaitu RCTI. Televisi

yang baru yaitu global TV, dan MNC TV (sebelumnya merupakan TPI). Pada bidang media cetak, yaitu koran Seputar Indonesia, majalah Trust, dan tabloid Genie. Berdasarkan pengamatan di studio Trans TV, RCTI termasuk saingan berat bagi Trans TV secara umum dalam hal *rating*, dan *share*.

#### **2.1.4 SCTV**

Kepemilikan saham SCTV mengalami perubahan yaitu telah terjadi 14 kali komposisi pemilik saham dari tahun 1987-2002 (Agus Sudibyo, 2004: 37). Perubahan yang terjadi menurut Sudibyo bahwa tidak lagi ditemukan nama-nama pribadi sebagaimana ada pada kepemilikan saham sebelum tahun 1998. Realita yang terjadi sebenarnya ialah kepemilikan tidak langsung misalnya Henri Pribadi, dan Sudwikatmono merupakan pemilik PT Mitrasari Persada yang merupakan pemilik seluruh perusahaan SCTV. Hal yang sama ialah hubungan antara Peter, Bambang Triadmojo, dan Aziz dengan PT Datakom Asia.

#### **2.1.5 Indosiar**

Kepemilikan Saham Indosiar mengalami 5 kali perubahan. Perubahan tersebut tetap menyiratkan adanya kepemilikan saham tidak langsung oleh nama-nama pribadi yang berubah dalam nama perusahaan tertentu. Kepemilikan saham dilakukan dengan penerbitan obligasi konversi *mandatory* sehingga dikonversikan menjadi kepemilikan masing-masing 50% saham oleh PT Holdiko Perkasa, dan PT Primavisualindo pada tahun 1999. Keluarga Salim tetap menempati posisi sentral karena merupakan pemilik dari kedua perusahaan tersebut (PT Holdiko Perkasa merupakan anak perusahaan Salim Group sebelum diambil-alih oleh BPPN, dan PT Primavisualindo merupakan milik dari Anthony Salim, dan Andre Halim dengan saham masing-masing 33,3%). Rincian perubahan yang terjadi yaitu:

1. Herriyanto Setiadi (50%), dan Indra (50%) pada tahun 1998.
2. Anthony Salim (50%), dan Andre Halim (50%) pada tahun 1999.
3. PT Holdika Perkasa (50%), dan PT Prima Visualindo (50%) pada tahun 1999 yaitu adanya hubungan kepemilikan antara Anthony Salim, dan Andre Halim dengan perusahaan 2 perusahaan ini.
4. PT Holdika Perkasa (67,37%), dan PT Prima Visualindo (32,63%) pada tahun 2000.
5. PT TDM Aset manajemen (49%), PT Primavisualindo (27,74%), PT Holdika Perkasa (8,26%), Eko Santoso Soepardjo/komisaris (0,0004%), dan Publik/lain-lain (14,9996%) pada tahun 2001.
6. PT. TDM Aset Manajemen (29,1372%), PT Prima Visualindo (27,74%), PT Net Sekuritas (9,6608%), PT Holdika Perkasa (8,26%), Eko Santoso Soepardjo/komisaris (0,0002%), dan Publik/lain-lain (25,2018%) pada tahun 2002.

#### **2.1.6 Metro TV**

Kepemilikan saham Metro TV mengalami perubahan yaitu Surya Paloh (75%), dan PT Bimantara Citra Tbk (25%) (Agus Sudiby, 2004: 37). Perubahan terjadi karena PT Bimantara Citra Tbk. selanjutnya menjual saham kepada PT Centralindo Pancasakti Cellular sehingga porsi kepemilikan tetap menjadi Surya Paloh (75%), dan PT Centralindo Pancasakti Cellular (25%). Namun demikian, Surya paloh menempati posisi sentral 100% dalam Metro TV karena ia merupakan pemilik dari PT Centralindo Pancasakti Cellular.

#### **2.1.7 ANTV**

ANTV juga mengalami perubahan kepemilikan (Agus Sudiby, 2004: 37). Kepemilikan ANTV pada awal yaitu Bakrie Investindo (60%), dan Hasmoda Internusa

(40%). Perubahan terjadi yaitu Bakti Investama (60%), dan PT Capital Manager Asia (CMA) Indonesia (40%). Kemudian perubahan terjadi lagi menjadi Bakrie Investindo (12%), PT CMA Indonesia (5,33%), dan eks kreditor (77,6%).

## **2.2 Para Group**

### **2.2.1 Sejarah Singkat Trans TV, dan *Insert***

PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV) merupakan perusahaan yang dimiliki PT. Para Inti Investindo yang merupakan kelompok usaha dibawah bendera Para Group. Trans TV memperoleh izin siaran nasional dari pemerintah pada bulan Oktober 1998 setelah lulus dari ujian kelayakan yang dilakukan tim antar departemen.

Trans TV mulai mengudara secara teknis pada tanggal 22 Oktober 2001 di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi dengan pola teknik selama beberapa jam perhari. Pada tanggal 25 Oktober mulai menyiarkan program yang bertajuk *Trans Tune-in*, sekaligus meluaskan jangkauan siaran hingga wilayah bandung, dan sekitarnya. Pada tanggal tersebut Trans TV telah mulai menyiarkan siaran langsung upacara peresmian Bandung Supermall, kawasan perbelanjaan paling luas di Ibukota Jawa Barat ini.

Program *Trans Tune-In* dikemas dengan gaya radio untuk memperkenalkan Trans TV pada masyarakat. Pada tahap ini, dua pembawa acara membawakan kuis interaktif guna memikat calon penonton, sambil menyuguhkan rangkaian video klip. Divisi pemberitaan menyajikan program *Jelajah*, yang berisi paket-paket *feature*. Pada akhir pekan, para pecandu bola dapat menikmati siaran langsung kompetisi sepak bola dapat menikmati siaran langsung kompetisi sepak bola spanyol, *La Liga*.

Mulai 1 Desember 2001, *Trans Tune-in* berganti dengan *Transvaganza*, seiring dengan bertambahnya jam siaran Trans TV. Dalam tahapan ini, Trans TV mulai

menayangkan film-film asing serta program non-drama berupa kuis tebak harga. Kuis ini merupakan adaptasi dari kuis “*The Price is Right*” yang kondang sejak tahun 1970-an, ditayangkan di 22 negara.

Transvaganza ditayangkan dari 1-14 Desember 2001, dan merupakan contoh program-program Trans TV yang dapat diikuti pemirsa setiap minggu mulai tgl 18 Desember 2001 hingga 28 februari 2002. Penambahan jam tayang secara bertahap ini akan memuncak pada tanggal 1 Maret 2002, saat Trans TV mulai siaran penuh, yaitu 18 jam sehari pada hari Senin hingga Jumat, dan 22 jam sehari pada Sabtu, dan Minggu. Penambahan program acara juga bertambah seiring dengan ada penambahan jam tayang diantara *Euro*, *Digoda*, *Kd*, *Sinema Gemilang*, *Diva Dangdut*, dan *Dunia Lain*.

Pada dasarnya siaran Trans TV menganut konsep *general entertainment*, sehingga pemirsa bisa menikmati berbagai tayangan hiburan drama maupun non drama, serta tayangan berita. Pada tahun pertama, 50% tayangan stasiun ini berasal dari luar negeri, dan 50% sisanya merupakan produk lokal. Pada tahun kedua, proporsi produk lokal akan menjadi 55%, dan sisanya merupakan produk asing. Pada tahun ketiga, proporsi program lokal mulai mendominasi yaitu 70%, dan sisanya 30% merupakan proporsi program asing.

Trans TV disukai oleh penonton dengan bukti *rating*, dan *share* yang tinggi. Berdasarkan *rating* terakhir (laporan *Rating*, dan *Share* AGB Nielsen 1027, 4-10 juli 2010), Trans TV yang menjadi objek analisa ini menempati *rating* tertinggi. Sebagai bahan perbandingan Metro TV mendapatkan urutan terakhir.

## **2.2.2 Visi dan Misi**

### **2.2.2.1 Visi**

- Menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN

- Memberikan hasil usaha yang positif bagi *stakeholders*
- Menyampaikan program-program berkualitas
- Berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh *stakeholders* serta mitra kerja
- Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

#### **2.2.2.2 Misi**

- Wadah gagasan, dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa
- Memperkuat persatuan
- Menumbuhkan nilai-nilai demokrasi.

#### **2.2.3 Slogan Trans TV**

Berdasarkan pengamatan peneliti, slogan yang dipakai secara umum adalah “Trans TV Milik Kita Bersama”. Slogan dipakai, dan diserukan pada saat acara tertentu misalnya rapat produksi untuk membawa atmosfer kekompakan tim. Namun demikian terdapat slogan lain yang juga digunakan yaitu “Trans Bisa”. Dalam rapat terakhir yang membahas program unggulan Indonesia Mencari Bakat terdengar seluruh personil dari divisi produksi menyerukan “Trans Bisa”.

#### **2.2.4 Logo Trans TV**



Logo Trans TV berbentuk Belian, yang menandakan keindahan, dan keabadian. Kilauannya mereflesikan kehidupan, dan adat istiadat dari berbagai pelosok daerah di Indonesia sebagai simbol pantulan kehidupan serta budaya masyarakat Indonesia. Huruf dari jenis serif, yang mencerminkan karakter abadi, klasik, namun akrab, dan mudah dikenali.

### 2.2.5 Target Penonton

Trans TV membidik segmen pemirsa kelas menengah atas atau kelompok A,B,C.

### 2.2.6 Jangkauan Siaran

Jangkauan Siaran Trans TV di antaranya yaitu

**Tabel 3.1**

Wilayah	Frekuensi	Pemancar	Menara
Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi	29 UHF	80 KW	250 meter
Jawa Barat (Bandung)	42 UHF	10 KW	250 meter
Jawa Tengah (Semarang)	29 UHF	20 KW	100 meter
DI. Yogyakarta & Solo	24 UHF	20 KW	100 meter
Surabaya & Gerbang Kertasila	22 UHF	30 KW	200 meter
Surabaya & Gerbang Kartasila	27 UHF	20 KW	100 meter
Medan	27 UHF	20 KW	85 meter
Makasar	45 UHF	15 KW	100 meter
Batam	45 UHF	1 KW	100 meter



Cirebon	40 UHF	5 KW	100 meter
Palembang	30 UHF	15 KW	100 meter
Pekanbaru	24 UHF	1 KW	60 meter
Manado	24 UHF	1 KW	100 meter
Madiun	24 UHF	5 KW	100 meter
Denpasar	40 UHF	1 KW	125 meter
Jayapura	-	100 meter	100 ter
<b>Tabel 2.1 Jangkauan Siaran Sumber: Trans TV</b>			

### 2.2.7 Program Acara Televisi (Produk) Trans TV

Program-program acara di Trans TV yaitu:

- *Insert (Pagi, Siang, Sore)*
- *Rangking 1*
- *Suami-suami Takut Isteri*
- *Wisata Kuliner*
- *Gula-gula*
- *Koper dan Ransel*
- *Derings*
- *Kejar Tayang*
- *Orang Ke Tiga*
- *Ceriwis*

- *Ala Chef*
- *Griya Unik*
- *Celebrity in Vacation*
- *Ngulik (Ngobrol Usil dan Asik)*
- *Pepy the Exploter*
- *Indonesia Mencari Bakat* (termasuk *IMB Diary* pada hari minggu pukul 2 siang, dan *IMB Result* pada hari minggu pukul 20.00)
- *Online (Olga, dan Jengkeline)*
- *Jail*
- *Jelajah*
- *Angel's Diary*
- *Koper Dan Rangsang*
- *Celebrity On Vacation*
- *Griya Unik*
- *Missing Lyric*
- *Loe Boleh Gila*
- *Kejar Tayang*
- *Primitive Runaway*
- *Termehek mehek Religi*
- *Termehek mehek*
- *Sketsa*
- *Bioskop Indonesia*
- *Police 86*
- *The Promotor*
- *Celebrity DNA*

- *The Promotor*
- *Gong Show*
- *Realigi (Realiti Religi)*
- *Bioskop Indonesia Selasa*
- *Sinden Gosip*
- *Cewek Atau Cowok*
- *Studio 1*

Dari program-program di atas, terdapat beberapa program yang diserahkan kepada PH (Rumah Produksi) meskipun tetap dikirim tim untuk melakukan kontrol kualitas. Program tersebut yaitu:

1. Suami-suami Takut Isteri
2. Kejar Tayang
3. Orang Ke Tiga
4. Angel's Diary
5. Termehek mehek Religi
6. Termehek mehek
7. Sketsa
8. Bioskop Indonesia
9. Police 86
10. Realigi (Realiti Religi)

Konsep tabloidisasi sungguh sangat nyata pada divisi Produksi sebagaimana program-program yang dihasilkan bertujuan untuk menghibur. Dalam pengertian penulis bahwa tidak semua program memiliki bersifat sifat langsung tabloid karena tabloidisasi terjadi hanya pada program yang mengandung unsur informasi. Menurut penulis, beberapa program dari divisi

Produksi yang mengandung unsur informasi yaitu *Insert (Pagi, Siang, Sore)*, *Wisata Kuliner*, *Ceriwis*, *Celebrity in Vacation*, *Sinden Gosip*, dan *Celebrity DNA*. Program-program ini memiliki kaitan dengan tabloidisasi sepanjang dalam tayangan memberikan informasi pada penonton.

### **2.2.8 Program Acara News**

- *Hidup Kedua*
- *Kenari (Kenali Anak Negeri)*
- *Reportase Pagi*
- *Reportase Sore (Investigasi)*
- *Reportase Malam*
- *Jelang Siang*
- *Jelang Sore*
- *Bingkai Berita*
- *Belajar Indonesia*
- *Benu BeLoe*
- *Harmoni Alam*
- *Makna Kehidupan*
- *John Pantau*
- *Para Pemburu*
- *The Camp*
- *Back Packer*
- *Jalan Cahaya*
- *Jika Aku Menjadi*

- *Teropong Iman*
- *Halal*
- *Kultum Ramadhan*
- *Bosan Jadi Pegawai*
- *Hidup Ini Indah*

Seluruh program produksi divisi *News* merupakan bentuk nyata dari tabloidisasi. Program ini bertujuan memberikan informasi kepada penonton dengan format *softnews*. Bahkan pada program *Reportase* terlihat adanya kecenderungan dengan penyampaian berita secara ringan misalnya pemberlakuan pajak resoran oleh pemerintah DKI Jakarta dari curahan hati seorang penjual warteg.

Program-program pada divisi *News* terbagi menjadi 3 departemen yaitu Departemen Buletin, Departemen *Magazine*, dan Departemen Operasional. Program-program yang dihasilkan dari Divisi *News* mempunyai bentuk seperti program produksi. Hal yang menjadi kemiripan adalah sisi hiburan dari sebuah berita dimana tantangannya adalah menyampaikan berita dari sudut emosi khalayak. Berita tentang kenaikan cabe atau minyak diberitakan pada program *Reportase Siang* dengan mengupas seputar kesaksian dari penjual nasi padang yang terkena dampak kenaikan. Dipimpin oleh Shanta Curanggana, Departemen Buletin merupakan departemen bagian dari Divisi *News* yang bergerak dalam memberikan informasi bersifat *hardnews* kepada khalayak. Program-program dari departemen ini misalnya *Hidup Kedua*, *Kenari*, *Reportase Investigasi*, *Reportase Pagi*, *Reportase Siang*, *Bingkai Berita*, *Reportase Sore*.

Penyampaian sisi kemanusiaan dari peristiwa berita karena bertujuan bahwa berita yang disampaikan tidak yang bersifat logika saja, tetapi berita yang empiris yang mengenai semua orang (Ibu Hani Korlip *News Trans TV*). Menurutnya bahwa prinsip yang dipakai

adalah “News is that matter to us”. Berita harus disampaikan *ujung-ujungnya* untuk kita, masyarakat.

### 2.2.9 Teknologi

Sejak awal, Trans TV dibangun dengan sistem teknologi digital penuh. Penggunaan teknologi ini bisa dilakukan dari pra-produksi, siaran sampai paska produksi. Sistem penyiaran di Indoensia masih menggunakan sistem analog sehingga keluaran sistem digital pada menara di ubah menjadi analog. Ketika sistem penyiaran digital dilaksanakan, Trans TV hanya perlu memodifikasi pemancar.

Sistem digital akan membuat proses penyiaran berlangsung lebih efektif karena meminimalisir penggunaan kaset. Semua materi mengalir dari satu computer ke komputer lain. Penggunaan jaringan optik yang dipasang diseluruh gedung memungkinkan semua data tersambung, dan terakses di semua komputer yang ditentukan. Ketika ke enam studio terjalin secara simultan, teknologi ini memungkinkan pengoprasian dengan sedikit orang.

Pada pengamatan di lapangan, penggunaan teknologi komputer digunakan untuk memudahkan akses data dari bagian satu ke bagian lain misalnya bagian *wardrobe* dengan bagian program *Insert*. Sistem bank data memudahkan tim untuk bekerja sama satu sama lain. Namun demikian penggunaan teknologi digital untuk siaran belum dilaksanakan, sehingga penggunaan kaset *minidv* digunakan dalam meramu berita-berita yang akan ditayangkan di ruang kontrol. Hal yang menarik adalah seringnya lari dari lantai 2 (ruang editor) ke lantai 3 (studio 5, dan ruang kontrol) untuk mengejar ketepatan waktu. Bahkan sering *video tape* (VT) baru selesai dibawa lari oleh PA beberapa menit sebelum *host* membacakan berita. Beberapa kali penulis menemui adanya VT yang *ngeblack* atau *scratch* karena faktor kelemahan teknologi, dan juga (tentu) kesalahan editor, dan PA.

Mobil satelit merupakan fasilitas untuk mengadakan peliputan langsung (contoh acara Sunsilk di Pancoran). Namun demikian mobil ini tergolong kurang canggih dibandingkan dengan mobil satelit yang dimiliki oleh Metro TV karena antena tidak bisa bergeser secara otomatis.

#### **2.2.10 Data Pendukung Trans TV**

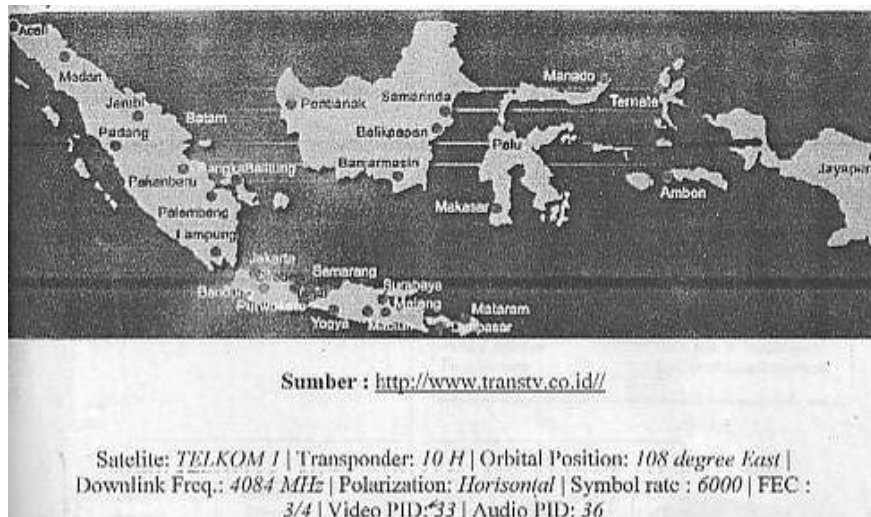
- Satelit : Telkom1
- TV Cable : Jakarta Kabelvision Channel 54
- PT Satelit : *Indovision*
- Peralatan : *Panasonic, Leitech, NEC, Thimson*, dll
- Pemasok Program :
  - Asing : *Warner Brothers, Universal, Columbia, FOX, Dreamworks, Sony Corp, Warner*, dll.
  - Lokal : Rapi Film, Multivision, Teguh Bakti Multivisitama, Starvision, GMM, dll

#### **2.2.11 Lokasi Transmisi**

- Jakarta, Jl. H. Saaba, Joglo, Jakarta Barat.
- Bandung, Jl. Terusan Kolonel Masturi, Desa Panyandaan, Kec. Jambu Dipa, Kabupaten Bandung
- Semarang, Jl. Raya Bukit Gombel, Kota Semarang.
- Yogyakarta, dan Solo, Dusun Salaran, Desa Ngoro-oro, Kec. Pathuk, Kab. Gunung Kidul.
- Surabaya, Jl. Jambi Sari, Desa Lontar, Kec. Parang Pilang, Kodya Surabaya.
- Medan, Desa Bandarbaru, Kec. Sibolangit, Kab. Deli Serdang.
- Jayapura, Komplek Pemancar TVRI Bukit Polimak Kota Jayapura.

- Makasar, Bukit Gowa Kecamatan Kota Madya Ujungpandang Propinsi Sulawesi Selatan.
- Manado, Kelurahan Bumi Nyiur Kecamatan Wanea Manado, Sulawesi Utara.
- Aceh, TVRI Banda Aceh, Jl. Jendral Sudirman Mata ie Kec. Darul Imarah.

### 2.2.12 Stasiun Transmisi

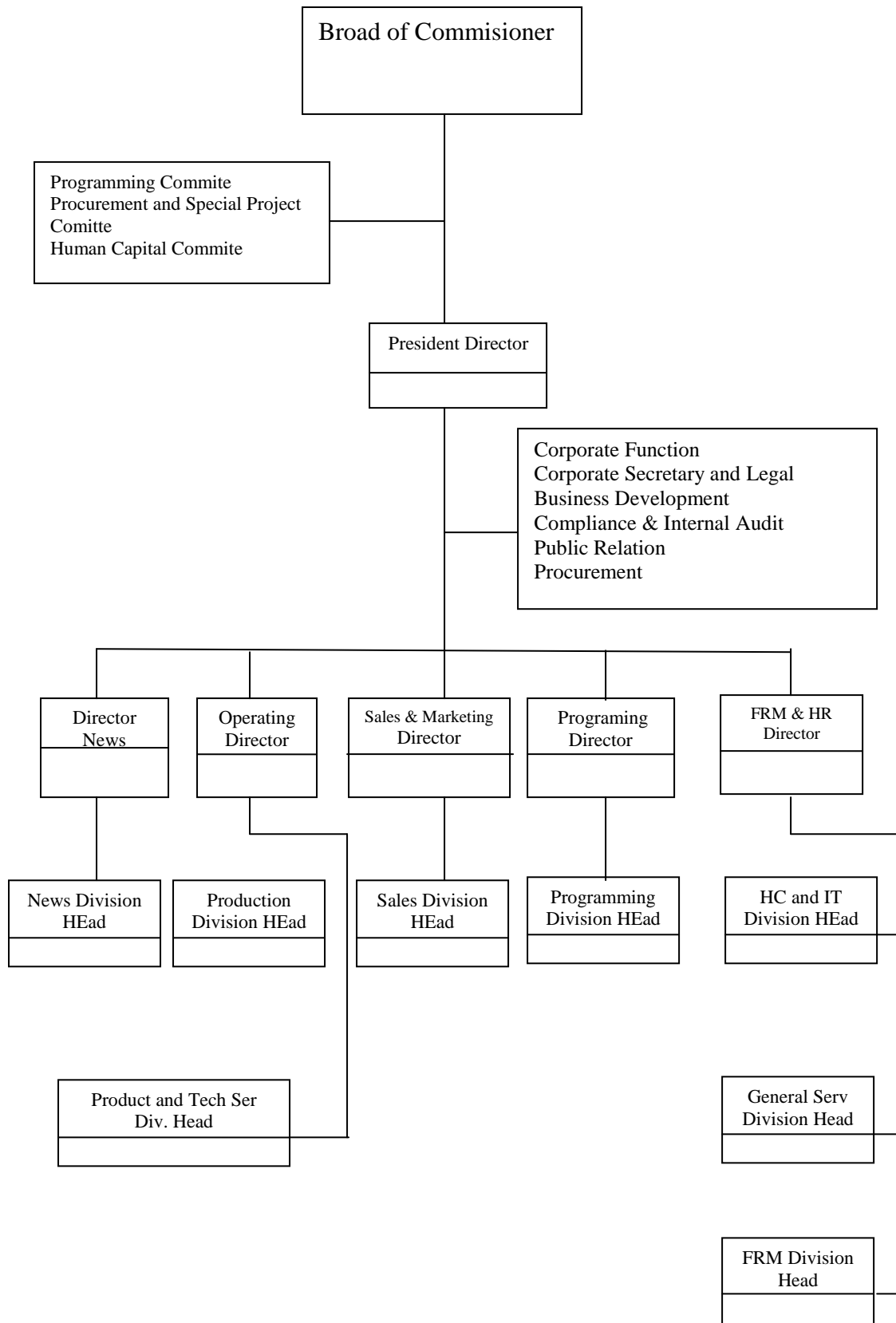


### 2.2.13 Struktur Organisasi Trans TV

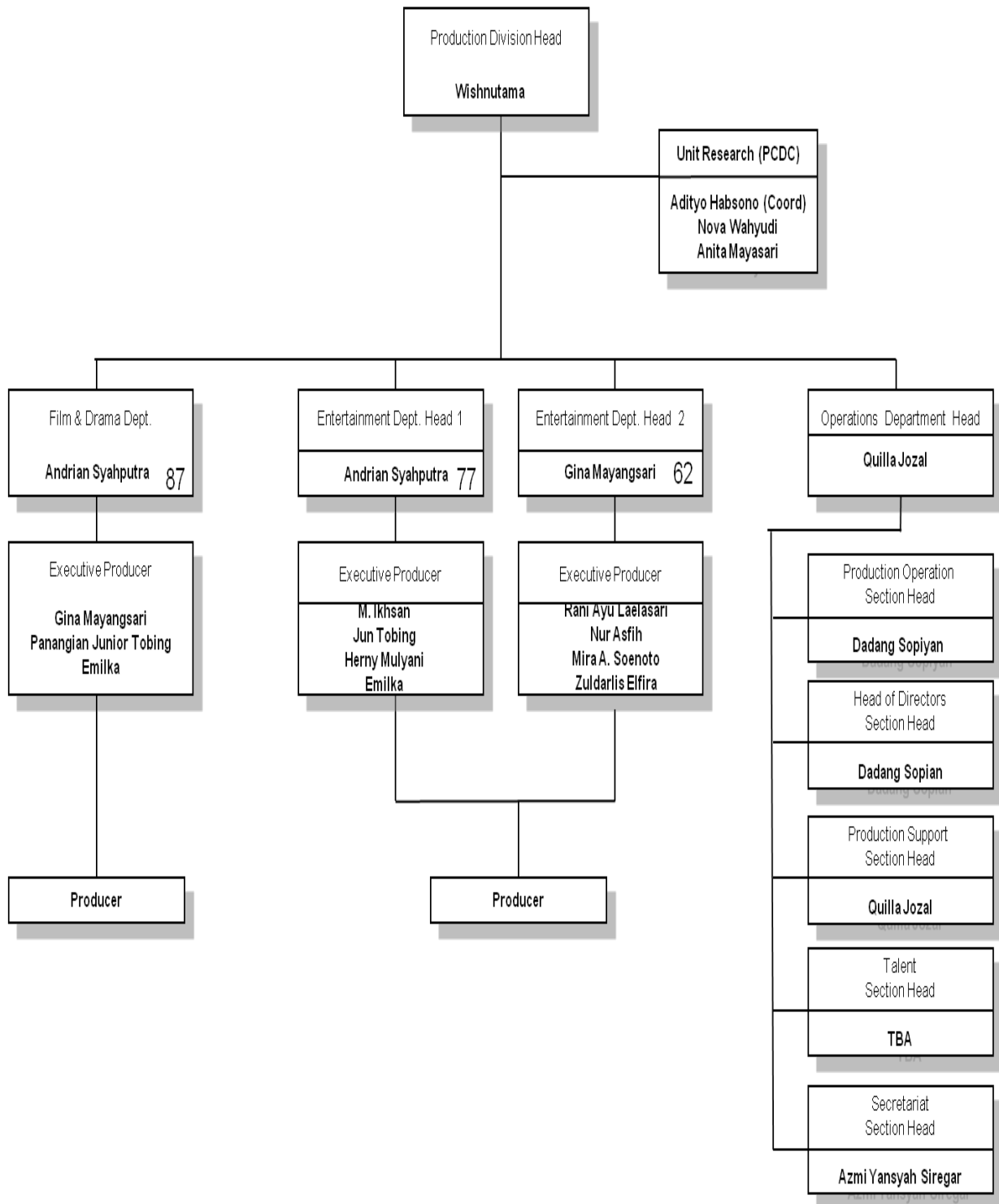
Trans TV merupakan sebuah sistem organisasi, maka antara bagian satu dengan bagian lain saling terkait, dan saling mempengaruhi. Berdasarkan struktur organisasi Trans TV, maka Trans TV memiliki jajaran Komisaris, dan Direksi sebagai berikut:

- Komisaris Utama : Chairul Tanjung
- Presiden Direktur : Ishadi SK
- Direktur Keuangan : Dudi Hendrakusuma
- Direktur Operasional : Wisnutama
- Direktur Pemasaran : Atik Nurwahyuni Sulistiowati
- Direktur Pemberitaan : Ishadi S

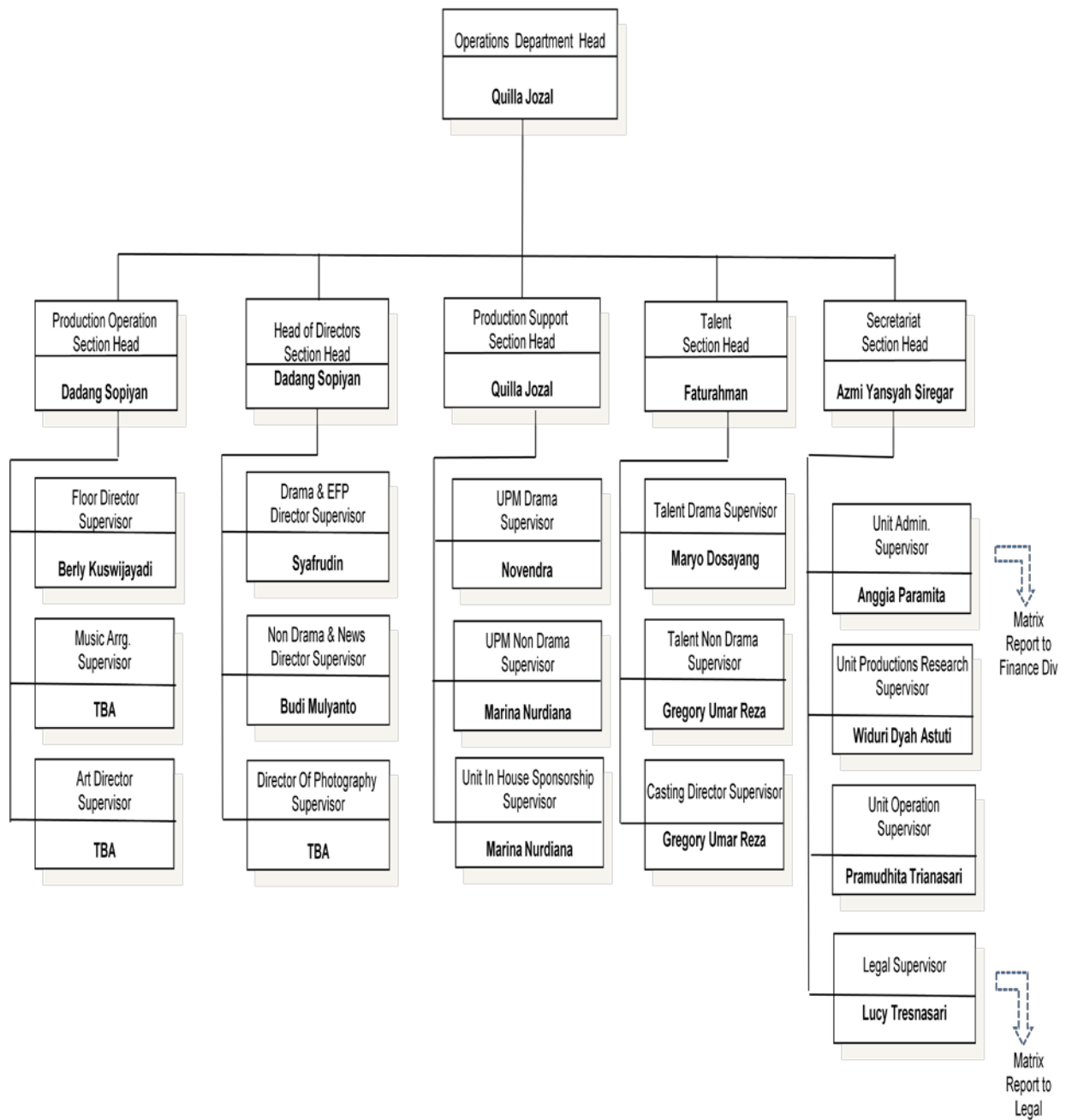




**Tabel 2.2a Struktur Organisasi  
Trans TV  
Sumber: Trans TV**



**Tabel 2.2b Struktur Organisasi  
Trans TV  
Sumber: Trans TV**



**Tabel 2.2c Struktur Organisasi  
Trans TV  
Sumber: Trans TV**

Dari Tabel 2.2 tentang struktur organisasi Trans TV, dapat diketahui kaitan baik langsung atau tidak langsung program Insert dengan bagian lain. Program Insert terletak di bawah struktur Production Division Head sehingga terpisah dari struktur News Division Head meskipun terkadang isi dari program Insert dan program dari Divisi News sama-sama menampilkan berita. Berdasarkan Tabel 2.2a terdapat tiga komite yaitu Programming Committee, Procurement dan Special Project Committee, dan Human Capital Committee. Programming Committee berkaitan dengan program-program Televisi apa yang akan ditampilkan. Bagian ini juga menentukan jadwal serta durasi program Insert yang sering kali mengalami perubahan durasi. Dalam hubungan dengan pihak luar dalam program, sebagaimana terdapat dalam berita Voice of America di program Insert atau dalam film-film impor yang ditayangkan dalam program Bioskop Trans TV, pihak programming yang berkewenangan memberikan keputusan persetujuan tertulis tentang pemilihan konten dalam program tersebut.

Procurement dan Special Project Committee merupakan bagian yang mengurus tentang pengadaan dan pembelian perlengkapan. Secara teknis bagian procurement mengurus pembelian kaset yang dibutuhkan untuk keperluan dokumentasi di tiap program termasuk Insert sebagai pihak user divisi produksi. Bagian ini adalah bagian teknis yang mengetahui nilai ekonomi pembelian perlengkapan yang dipakai untuk keperluan produksi.

Divisi Produksi membawahi 5 Departemen yaitu 1 Unit Research (Production Creative Development Centre (PCDC), Film dan Drama Departement, Entertainment Departement 1, Entertainment Departement 2, dan Operation Departement. Program Insert terletak pada Entertainment Departement 2 dibawah kepemimpinan Gina Mayangsari sebagaimana Zuldalis Elvira merupakan Eksekutif Produsernya. Operation Departement bertugas membantu berbagai Departemen Entertainment dan Film and Drama Departement karena berperan sebagai supporter. Bagian ini terdiri dari 5 section yaitu Production

Operation Section Head, Head of Director Section Head, Production Support Section Head, Talent Section Head, dan Secretariat Section Head.

Bagian Secretariat Section Head yang diketuai oleh Azmi Yansyah Siregar bertugas sebagai administrator perlengkapan yang direquest oleh pihak user (dalam hal ini pihak Insert misalnya) baik yang disewa dari pihak luar atau disewa sebagai biaya penjualan dari properti Trans TV sendiri (Sumber: Anggia Unit Admin Supervisor). Masih menjadi bagian dari Sekertariat, Unit Production Research memberikan masukan penelitian pada program Insert tentang content isi program dan bukan mengurus rating karena bagian ini sudah diurus bagian PCDC yang dibawah langsung oleh kepala Divisi Produksi. Bagian Legal Supervisor mengurus surat-surat kontrak dengan pihak luar misalnya penyewaan properti, kontrak artis kwitansi akomodasi yang dipakai oleh user (pihak Insert misalnya).

Secretariat Section Head mengurus administrasi saat user berhubungan dengan bagian-bagian operation departemen misalnya saat tim kreatif meminjam perlengkapan kamera pada Production Support Section Head. Bagian Talent dalam prakteknya bersatu dengan pihak Trans TV yaitu bagian yang mengurus kontrak dengan talent. Bagian Talent ini membawahi 3 supervisor yaitu Talent Drama, Talent Non Drama dan Casting Director Supervisor. Pemilihan Presenter Marisa Nasution secara teknis tim Insert dibantu oleh bagian ini. Seksi Directors membantu sebagai sutradara yang mengatur jalannya shooting on air dan off air serta juga bertugas sebagai switcher di ruang kontrol. Seksi ini juga terhubung dengan struktur luar divisi produksi yaitu divisi News. Wanita sebagai pihak yang menarik untuk dipandang kamera diakui oleh director yang diwawancara penulis.

Selain divisi News dan Divisi Produksi, terdapat Divisi Sales dan Marketing; dan Divisi Programming yang penting karena berhubungan dengan nilai ekonomi. Pemasukan Insert yang besar didapat dari iklan built-in yaitu iklan yang ditayangkan lewat kesaksian selebritis tentang suatu produk dalam format video berita. Divisi Sales dan Marketing

mengurusi dari proses tawar menawar sampai pembuatan video berita tersebut. Selain itu iklan yang ditayangkan oleh bagian MCR (Master Control Room) merupakan pemasukan yang besar karena meskipun kecil tetapi secara jumlah terhitung banyak. Divisi Programming sebaliknya melakukan pembelian program atau pembelian produk tayangan dari pihak luar. Pihak ini juga mengurus jadwal program serta durasi program.

### **2.3 Progam Acara *Insert* (Informasi Selebritis)**

“!insert” berdiri pada tanggal 6 juli 2003. Pada awalnya program ini ditayangkan pada hari minggu pukul 12.00-12.30. Mulai tanggal 25 Oktober 2003 “!insert” ditayangkan pada hari sabtu, dan minggu masih pada waktu yang sama. Seiring dengan perkembangan, “!insert” mulai ditayangkan setiap hari pada tanggal 2 Februari 2004 dengan jam tayang senin-jumat pukul 11.30-12.30, dan minggu pukul 12.00-12.30. Durasi “!insert” mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Secara umum durasi mengalami penambahan waktu, meskipun dalam pengamatan pernah terjadi pengurangan durasi “!insert” pagi.

Berdasarkan wawancara dengan bagian desain grafis serta tim kreatif bahwa Lambang tanda seru pada tulisan “!insert” mempunyai arti khusus. Menurut tim kreatif “!insert”, lambang tanda seru “!” berarti bahwa “!insert” merupakan program yang menyampaikan isi berita secara pedas/tegas. Hal ini terlihat pada komentar presenter “!insert” yang terkenal pedas. Menarik mendengar pernyataan narasumber dari bagian grafis bahwa tanda seru dengan huruf berwarna kilau (metal atau emas) menunjukkan bahwa “!insert” bukanlah sebuah program yang bersifat feminim, melainkan program yang bersifat maskulin. Informasi dari tim kreatif, dan diperkuat dengan narasumber bagian *wardrobe* mengatakan bahwa “!insert” bersifat glamor, dan seksi. Hal ini terlihat juga pada konsep, dan pakaian yang digunakan pada saat “!insert” mengadakan ulang tahun pada bulan juli 2010 (!insert “Over The Top”) saat penulis mengadakan penelitian, dan magang.

Hal yang menarik adalah mengenai konsep seksi. Dalam tayangan *Insert*, konsep seksi ternyata tidak hanya ditujukan untuk wanita tetapi laki-laki. Contoh nyata adalah penggunaan konsep ini pada penghargaan “*the sexiest male*” yang diberikan kepada vokalis band Giring. Berbagai komentar beragam mengenai arti konsep ini. Penulis menangkap bahwa terdapat makna denotatif sekaligus konotatif pada penggunaan konsep seksi ini. Dengan kata lain telah terjadi suatu pengandaian konsep kata seksi yang menunjukkan penampilan fisik seseorang dengan penghargaan nonfisik (kreatifitas, karakter). Penentuan penghargaan *the sexiest female*, dan *the sexiest male* berdasarkan poling dari situs *jejaring twitter*, dan (tentu) kewenangan tim kreatif sendiri.

Menurut Zudalris Elvira, Eksekutif Produser dari *Insert* bahwa konsep *Insert* adalah glamor, dan elegan. Hal ini diimplementasikan dalam kemasan tayangan dari *set* dekorasi sampai asesoris yang dipakai oleh *host Insert*. Glamor, dan elegan merupakan konsep yang berusaha dibuat untuk merepresentasikan penonton *Insert* yang berasal dari kelas atas yaitu A, B, dan C. Hal ini diperkuat dengan informasi dari bagian Marketing bahwa iklan-iklan yang muncul di setiap tayangan *Insert* adalah iklan untuk kelas menengah ke atas (misalnya *ponds*, *sunsilk*, *nature e*, dll).

Secara umum *!nser* (*Informasi Selebritis*) terdiri dari 3 program yaitu *!nser Pagi*, *!nser Siang (original)*, dan *!nser Sore (investigasi)*. Program ini merupakan hasil dari *in production*, dan *out production*. *In production* adalah tayangan yang diproduksi oleh tim produksi *Insert Trans TV*. *Out production* adalah tayangan yang diproduksi oleh tim dari luar yaitu rumah produksi (Indigo, dan Sandhika).

*!nser* merupakan tayangan *live on air*, dan *taping*. Secara langsung *Insert* diudarakan dari studio 5 Trans TV dengan multikamera berisi *host* yang membacakan berita-berita yang telah melalui proses *taping*. Pengemasan program ini menarik karena *host* tidak sekedar








membacakan tetapi juga memberikan komentar-komentar tertentu (pedas, ironi). Komentar pedas menjadi salah satu alasan kesukaan bagi penonton *Insert* (berdasarkan hasil penelitian bagian research Trans TV). Target penonton ialah mereka yang berusia lebih dari 15 tahun dari kelas A, B, dan C (terutama A, dan B). Penonton tayangan ini berasal dari kelas menengah ke atas.

Hal yang spesial dari *Insert* adalah kemasan penyampaian berita. Penyampaian berita tidak hanya disampaikan oleh *host* utama tetapi *co-host* dalam 3 minute update. Pemilihan *host Insert* ditentukan berdasarkan penampilan cantik/ganteng/seksi, kemampuan penyampaian berita, dan kreativitas pemberian komentar. Menurut Eksekutif Produser Zudarlis Elfira (Vivi) *host Insert* harus bisa mewakili isi yang disampaikan oleh *Insert* atau pada saat yang sama juga mewakili penonton sehingga harus memenuhi kriteria cantik muda, enak dilihat, keren, dan kemampuan artikulasi. Menurut Beliau bahwa seorang pemilihan *host Insert* juga menghindari seseorang yang sudah mengalami perceraian karena berhubungan dengan pembentukan citra *Insert* dimata penontonnya (sosial) Sebagai pemimpin Beliau mengharapkan ke depan bahwa *Insert* dapat menjadi tayangan yang mendidik, dan sekaligus menghibur.

Pergantian presenter bukan hal yang jarang, karena alasannya untuk mendongkrak penonton. Beberapa presenter diganti karena tidak memiliki kualitas. Kualitas tersebut seperti kemampuan komunikasi, dan kekuatan citra. Kemampuan komunikasi yang dimaksudkan bukanlah kemampuan untuk mengkonsep suatu narasi karena presenter hanya membaca narasi dari *prompter* (semacam alat yang dipasang bersamaan dengan kamera sehingga presenter dapat membaca narasi bersamaan dengan melihat kamera). Kepiawaian komunikasi presenter *Insert Selebritis* diukur berdasarkan komentar-komentar pedas hasil celotehan yang memang tidak berada di narasi sebagaimana *Insert* terkenal dengan komentar *host* pedas.



Beberapa presenter *Insert* yaitu:

		
		
		
<p style="text-align: center;"><b>Tabel 2.3 Presenter <i>Insert</i></b></p>		

*Insert* telah mengalami beberapa perubahan dalam waktu-waktu terakhir waktu penelitian. Pergantian presenter seperti Nadila Ernesta (diganti oleh Fanny Ghassany), Cut Tary (diganti oleh Marisa Nasution) dilihat sebagai proses yang tidak bisa dihindarkan. Sebagai presenter dari *Insert*, Cut Tary terkena kasus video porno sehingga harus

diberhentikan meskipun citra *Insert* sudah sangat dekat dengan artis tersebut. Hal yang penting untuk diketahui bahwa isu kasus video porno yang menyeret artis Ariel muncul pertama kali dilempar oleh pihak *Insert* ke publik bahkan beberapa hari sebelum presenter Cut Tary juga terkena kasus hukum, dia sempat memberikan perhatian dalam komentar saat menjalankan tugas sebagai *host* (pada *Insert Siang* pada tanggal 6, dan 7 juni 2010). Perhatian terhadap kasus ini sangat besar tidak hanya pada tim produksi *Insert* tetapi juga pada keseluruhan Perusahaan Trans TV karena menyangkut kepentingan citra perusahaan. Hal ini terlihat dari perubahan ke arah lunak atas pemberitaan kasus video porno, dan bahkan sempat selama sehari *Insert* tidak melakukan pemberitaan atas berita tersebut.

Pada saat kemunculan pertama kasus ini istilah “mirip” diputuskan oleh produser karena video tersebut merupakan video yang diberikan personil dari *news* sehingga masih terdapat keragu-raguan (kamis pagi 3 juni 2010 atau 1 hari setelah acara *on air* *Sunsilk* di daerah Pancoran). Keraguan pihak *Insert* tetap ada sampai satu hari setelah kemunculan video tersebut sehingga pihak *Insert* belum menayangkan kasus yang menimpa Luna Maya (musuh lama infotainment) tetapi hanya menayangkan kasus terkait pornografi dalam *Insert News Hilite* “*Insert Newshilite: Foto Vulgar Chyntiara Alona Beredar Di Intrnet/ Marsha Manopo Jadi Penyanyi/ Imb Masuk Putaran Semi Final/ Marcellino Lefrandt Jadi Dosen*”. Kebanyakan dari tim sampai eksekutif produser pada waktu itu sudah menonton video tersebut dari tanggal 3 juni 2010. Pada Sabtu 5 juni 2010 kasus itu pada *Insert Pagi*, *Insert Siang*, dan tentu *Insert Sore*. Pihak *Insert* terlihat sangat gencar dalam menyerang Luna Maya.

Sebagaimana sudah dikutip tentang perseteruan Luna Maya dengan infotainment pada latar belakang penelitian ini, perseteruan itu masih berlanjut sampai ketika penelitian dilakukan. Penemuan video yang bisa menyerang Luna Maya merupakan bukti bahwa pertentangan kepentingan ekonomi merupakan hal yang penting. Kutukan Luna Maya secara

personal yang dikutip dalam pendahuluan penelitian menjadi boomerang atas dirinya. Pernyataan artis ini telah menjadi isu ekonomi yang dapat mengganggu kepentingan hidup dari *Infotainment* karena sejak saat itu memang *infotainment* mendapat kecaman keras dari berbagai pihak. Hal yang ingin penulis tekankan disini bahwa hubungan dialektika terjadi antara pihak kapitalis yakni diwakili oleh perusahaan Trans TV, pihak personal yakni personil-personil dari tim *Insert*, dan artis Luna Maya serta, dan artis Cut Tary.

Menurut beberapa sumber misalnya tim kreatif, dan bagian keuangan, *Insert* adalah program yang menghasilkan penghasilan terbesar. Program ini menghasilkan dana besar dengan bahan baku yang murah yaitu simpanan video-video yang dipergunakan sebagai pelengkap dari *update* video terbaru yang dihasilkan tim kreatif dilapangan. Pendapatan dapat dihitung secara kasar dari banyak iklan (berupa *built in*, dan iklan reguler pada saat *commercial break*) yaitu minimal 1,5 milyar setiap tayangan. Biaya produksi kasar diluar kekayaan perusahaan dalam satu tayangan hanya 23 juta. Ongkos ini tidak dihitung dari semua bahan yang digunakan dalam proses produksi seperti camera, *set* studio beserta ruang kontrol, *make up* (pembayaran tidak langsung), melainkan dihitung dari pembayaran langsung yang dilakukan (sumber bagian Sekertariat Trans TV).

Terdapat dua macam pembayaran yaitu pembayaran langsung, dan pembayaran tidak langsung. Pembayaran ini merupakan jumlah nilai dana termasuk properti yang diberikan kepada masing-masing program karena sebelumnya Unit Production Manager (UPM) telah melakukan permintaan melalui proposal pengajuan dana pada awal masa tertentu. Pembayaran langsung merupakan jatah biaya yang akan diminta melalui PA untuk membayar kegiatan biaya tertentu misalnya biaya akomodasi liputan, pembelian kebutuhan liputan, dll.

Namun demikian terdapat pembelian/pengeluaran dana tertentu yang dilakukan melalui bagian *Procurement* misalnya pembelian bantal untuk sovenir seharga 25.000 acara

*Insert "Over The Top"* tanggal 15 juli 2010. Pihak *Procurement* sangat penting karena sebenarnya sangat menentukan, dan sangat mengetahui biaya pembelian yang dibutuhkan. Perubahan konsep secara tiba-tiba oleh pihak *user* (orang-orang yang terlibat langsung dengan pembuatan program) sering membuat kerepotan bagian ini karena harus memutuskan hal yang mengakomodasi pihak *user* dengan *vendor* (perusahaan penyedia barang).

Program *Insert Selebritis* biasanya dijual kepada perusahaan pengiklan produk wanita, dan ibu rumah tangga karena penonton utamanya adalah wanita. Menurut kelas sosial, produk yang dijual pun adalah produk kelas A, dan B. Contoh iklan misalnya sampo Sunsilk yang menggunakan Dian Sastro sebagai artis yang membawa *product knowledge*. Semakin tinggi *rating* program maka semakin pendapatan yang didapat besar. Hal ini terlihat pada log iklan yang ada pada program *Insert Selebritis* bahwa ada perusahaan berdana besar seperti produk *Spotless*, *Nexian*, dan *Top one* yang mengeluarkan anggaran sekitar 24 juta dengan durasi sekitar 1 menit untuk satu tayangan (Sumber bagian Sales, dan Marketing). Bahkan untuk satu *built in* (iklan yang dibuat menyatu dengan berita yang disampaikan saat tayangan *Insert*) dijual dengan harga minimal 75 juta. Penggunaan artis cantik, dan menarik misalnya Ersa Mayori, dan Alya Rohali ternyata juga mempunyai *rating*, dan *share* tinggi (Laporan PCDC: 16 Maret 2008).

Dominasi *rating* terhadap program televisi sangat terlihat dalam kegiatan produksi *Insert*. Evaluasi program didasarkan pada *rating*, dan *share* dilakukan melalui rapat yang diadakan 1 kali satu minggu (biasa diadakan hari rabu). Dalam beberapa wawancara dengan berbagai bagian intern, dan ekstern tim produksi, *rating* tetap menjadi tolok ukur utama. Proses dari *pre production* sampai *post production* mempunyai kaitan erat dengan *rating* karena *rating* lah yang akan membuat pemasukan yang besar. *Rating* adalah angka penonton tayangan dihitung berdasarkan populasi (seluruh TV, TV mati, dan TV hidup). *Share* adalah angka penonton tayangan dihitung berdasarkan TV yang hidup. Bagian produksi yang

mengurusi sehubungan dengan data Nielsen ini ialah PCDC (*Production Creative Development Center*). Bagian ini menyediakan data statistik *rating* Nielsen sebagai indikator suatu program. Di bagian produksi Trans TV mempunyai 12 komputer yang diinstal aplikasi Nielsen. Untuk berlangganan Nielsen, Trans TV mempunyai anggaran besar (milyaran rupiah) yang dibayar pertahun.

Program *Insert* berdasarkan laporan *rating* 4 Juli sampai 10 Juli menunjukkan termasuk program yang dapat dikompetisikan karena menempati posisi tinggi disamping RCTI yang mengandalkan program Infotainment *Silet*. Bahkan Trans TV selanjutnya menempati *rating* dan *share* tertinggi pada tanggal 17 Juli 2010 setelah RCTI (Laporan *rating* tanggal 11 juli sampai 17 Juli).

### **2.3.1 Proses Produksi: Pre Production, Production, dan Post Production**

Menurut waktunya, proses produksi terbagi menjadi tiga bagian yaitu *preproduction*, *production*, dan *post production*. Pre production merupakan proses sebelum *on air* yaitu meliputi peliputan oleh tim kreatif, pembuatan skrip *on air*, pengisian suara, *cut to cut* sampai pengeditan. *Cut To Cut* adalah menjahit video untuk menjadi kesatuan yang memiliki isi sesuai skrip. Dalam *preproduction*, Tim Creative bekerja sama dengan Asisten Produksi (PA) untuk mempersiapkan siaran *on air*. Kompleksitas semakin bertambah disertai tekanan bila siaran *on air* dilakukan dalam ukuran acara besar.

Pada proses *preproduction* ini, bahan baku dapat bersifat kelihatan atau tidak kelihatan. Bahan baku yang kelihatan misalnya kaset yaitu kaset MINIDV, DVC PRO 33, DVC PRO 66, dan juga DVD. Penggunaannya adalah sebagai berikut (sumber bagian Library Trans TV, 19 Juli 2010):

- MINI DV digunakan untuk peliputan sehingga jatahnya paling banyak yaitu 180 buah untuk *Insert Pagi*, dan 180 buah juga untuk *Insert Siang*. Untuk *Insert Sore* karena sebagian besar diproduksi dari luar maka hanya membutuhkan sekitar 45 buah.
- DVC PRO 66 digunakan untuk menyimpan video *tape master on air*. Untuk *Insert Pagi* dijatah yaitu 15 buah, *Insert Siang* membutuhkan 40 buah, dan *Insert Sore* dijatah 30 buah.
- DVD digunakan untuk menyimpan tayangan *Insert Selebritis* pada waktu tertentu. Tayangan ini digunakan untuk preview dalam urusan dengan pihak luar. Misalnya bila dibutuhkan saat rapat PCM (*Program Committee Meeting*: program yang dihadiri oleh divisi produksi sampai pemilik perusahaan) atau bila dibutuhkan berhubungan dengan pihak Sales, dan Marketing.

Selain kaset di atas, kaset bertipe lain (DVC PRO 33, dan DVC PRO 126) juga sering digunakan, tetapi hal ini biasanya disesuaikan dengan durasi. Untuk studio besar kaset 126 menit baru digunakan. Pada HUT *Insert "Over The Top"* menggunakan kaset jenis DVC PRO 66 karena durasi berjalan selama 120 menit (2 jam). Terdapat juga kaset hasil dari *recycle* guna keperluan *editing*, dan *print* (istilah untuk menyimpan VT dalam kaset, kebalikannya adalah *ingest* file VT dari kaset dimasukkan dalam komputer untuk keperluan *editing*) pada saat *on air*. Kaset *recycle* tersebut masih digunakan karena hemat padahal secara kualitas hal ini dapat menyebabkan kefatalan dalam proses *on air*. Kefatalan terjadi misalnya gambar mengalami gangguan, kualitas tidak bagus, atau suara tidak keluar.

Berhubungan dengan biaya, maka dapat dilihat secara kasar biaya dari proporsi jatah kaset. Pada kasus pembelian kaset setiap bulan oleh bagian *Procurement*, anggaran Trans TV untuk kebutuhan kaset semua program yaitu Rp. 250.000.000,00 yang terdiri dari 4710 kaset.

Jumlah 4710 kaset tersebut terdiri dari DVC PRO 33 sebanyak 150 buah, DVC PRO 66 sebanyak 150 buah, DVC PRO 126 sebanyak 400 buah, dan MINI DV sebanyak 2700 buah. Hal ini dapat diartikan bahwa biaya kaset MINI DV yang digunakan *Insert* hanyalah 0,15 % dari keseluruhan jumlah pembelian. Kaset DVC PRO 66 menggunakan 0,56 buah (setengahnya).

Bagian ke-2 yaitu produksi yaitu pelaksanaan siaran *on air*. Siaran ini terdiri dari 2 macam yaitu penampilan host, dan penampilan *video tape* (VT) hasil dari proses *pre production*. Untuk menjadi representasi atas isi dari tayangan *Insert*, *host* dituntut untuk memiliki kemampuan artikulasi yang jelas, enak dilihat, cantik (wanita), ganteng (laki-laki), seksi (wanita, dan laki-laki). Tidak hanya dilakukan di studio 5, terkadang *Insert* juga melaksanakan siaran *on air* langsung dari lapangan misalnya acara Sunsilk di daerah Pancoran yang sempat dihadiri oleh pasangan Luna Maya, dan Ariel (beberapa jam sebelum video porno Ariel-Luna muncul pada dini hari pukul 01.00 WIB).

Penampilan fisik menjadi ukuran utama. Pakaian, dan kostum yang digunakan harus mendukung konsep *Insert* yang glamor, dan seksi. Pakaian yang dipakai host dilakukan dengan pinjam-pakai dengan sistem sponsorship, dan ditangani oleh bagian *wardrobe*. *Host* wanita yang cantik dikemas dalam citra glamor, dan seksi agar dapat menjangkau segmentasi kelas A, dan B. Semua *set* studio (*set virtual*, dan *set fisik*) termasuk desain meja, bentuk meja, lampu digunakan untuk mendukung konsep tersebut. Hal yang menarik adalah ketika salah seorang presenter meminta lampu *lighting* dinyalakan untuk menerangi bagian bawah meja. Penerangan bagian tubuh tidak hanya diminta oleh produser atau tim yang bertugas tetapi telah menjadi norma yang merasuk ke dalam rutinitas presenter sebagai pekerja media.

Selain dilihat sebagai bagian dari proses *pre production*, iklan juga termasuk dalam bagian dari produksi. Namun tim produksi tidak berhubungan secara langsung tentang

pemunculan iklan-iklan yang ada saat *commercial break*. Bagian yang mengurus hal ini adalah MCR (Master Controlling Room) yang menjadi pengontrol utama terhadap jalannya program yang berudara. Bagian ini mempunyai data *log* yang bertugas mengatur jalannya program, dan *commercial break* berjalan sesuai durasi sebagaimana yang telah ditentukan oleh bagian *traffic* pada proses *pre production*. Sehingga dalam terdapat 2 ruangan kontrol untuk setiap produksi *on air* yaitu kontrol MCR sebagai kontrol pusat, dan *Studio Control* untuk mengontrol jalannya *shooting* dalam studio 3. MCR juga bertugas dalam mengingatkan tim yang ada dalam ruang akan durasi sehingga terdapat hubungan komunikasi secara terus-menerus antara pemimpin *on air*, dan bagian MCR. Durasi dalam dunia pertelevisian mempunyai nilai ekonomi yang besar.

*On air* pada studio 3 didukung oleh bagian *support*, dan tim *Insert* yang terdiri dari 1 orang produser, 1 asisten produksi, dan 1 orang kreatif. Penting untuk menjelaskan bahwa pengaruh tim *Insert* tersebut sangat besar meskipun jumlahnya lebih sedikit dari bagian *support* yang terdiri dari 11 orang termasuk *wardrobe*. Pengaruh tim produksi sangat besar karena mereka yang mengontrol jalannya produksi. Tidak jarang bahwa kepentingan teknis bagian *support* dengan kepentingan ideologi dari tim bertentangan. Pertentangan itu misalnya ketika produser menginginkan agar *camera person* untuk menangkap gambar paha host (wawancara dengan *camera person*).

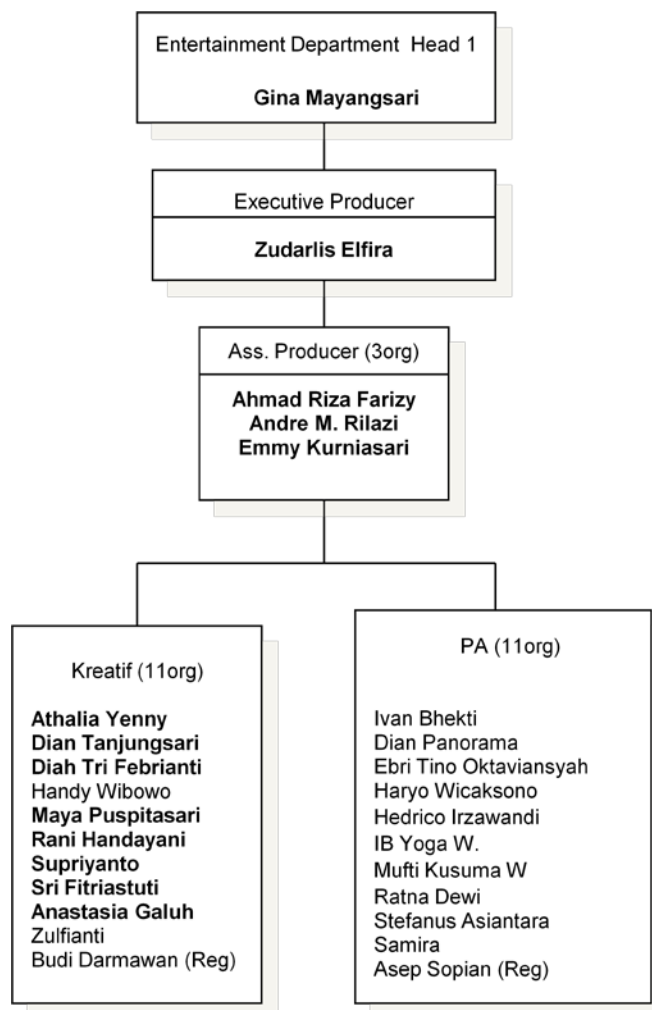
Selama melakukan pengamatan antara bulan Juni-Juli, siaran *on air* dari studio 5 Trans TV merupakan *on air dengan* orang paling banyak karena hampir semua tim kreatif, asisten produser, *associate producer*, serta eksekutif produser ikut mengontrol jalannya acara.

Proses ketiga yang belum dijelaskan yaitu *Post Production* juga tidak kalah penting dalam menjelaskan bagaimana kapitalis mempunyai kontrol atas keseluruhan proses sampai konsumen. Meskipun semua bagian tetap terlibat, tetapi secara kelihatan proses ini



kebanyakan pihak yang terlibat adalah PA. Proses ini dilakukan dengan mengadministrasikan kaset VT oleh PA misalnya membereskan kaset yang telah dipakai, dan kaset hasil siaran, menge-*print* master video on air, memberikan *time code*. Meskipun terkesan kurang penting, tetapi keberlangsungan dari produksi bergantung pada proses ini. Proses ini menjadi salah satu alasan utama yang menjelaskan tentang murahnya biaya produksi program. Kaset *recycle* yang digunakan untuk memprint master on air guna proses siaran, dan proses dokumentasi tergantung pada proses ini.

### 2.3.2 Struktur Organisasi Program *Insert*



**Tabel 2.4 Struktur Organisasi Program *Insert***  
**Sumber: Trans TV**

Gambar diatas merupakan Struktur Divisi Produksi Program *Insert* sebagai bagian dari struktur utama yang telah dijelaskan di atas. Pada saat peneliti melakukan pencarian data, telah terjadi perubahan kepemimpinan kepala departemen yang sebelumnya dipegang oleh Emil Syarif. Sebagai program yang memberikan informasi, reporter *Insert* merupakan tim kreatif yang bertugas bertanggungjawab kepada *associate producer*. Hal ini berlaku juga untuk *production Assistant* (PA). Semakin atas jabatan maka semakin memiliki hubungan kurang dengan urusan teknis.

Selain struktur organisasi, terdapat struktur *credit title* yang berisi personil-personil tidak hanya pada struktur organisasi program melainkan keseluruhan tim yang bekerja sama dalam menayangkan program *Insert*. Menurut Ilham Zoebazary *credit title* adalah urutan nama-nama tim produksi, dan pendukung acara, biasanya *credit title* muncul di awal, dan akhir program televisi atau film (Zoebazary, 2010: 68). Pendukung program *Insert* terdapat dalam lampiran.

Reporter *Insert* adalah tim kreatif yang bertugas mencari berita dengan mendapat fasilitas 1 mobil avansa, 1 sopir, 1 *cameraperson*, dan uang akomodasi. Reporter infotainment sangat tangguh dalam mencari berita terutama saat melakukan *hunting* pada artis tertentu yang sulit dicari. Pada kasus peliputan Ariel di Mabes Polri, baik reporter *News* dan tim kreatif/reporter infotainment diketahui bahwa mereka bertugas secara *shift*.

Peliput berita harus selalu melaporkan perkembangan situasi pada korlip (koordinator liputan) sebagaimana dia diberi target, dan informasi yang dibutuhkan untuk liputan oleh yang bersangkutan. Bahkan jika perlu melakukan pelaporan langsung dari lapangan via telepon. Setelah melakukan peliputan tim kreatif harus melaporkan secara lisan kepada koordinator liputan, dan tim kreatif lain yang siap bertugas untuk membuat skrip tayangan besok.

Koordinator liputan adalah seseorang yang ditugas mengatur para Tim Kreatif dalam hal liputan. Secara umum KORLIP jarang melakukan peliputan sehingga dia harus selalu *standby* dikantor untuk melihat perkembangan peliputan. Mereka adalah tim kreatif senior (Anastasia, dan Handy). Meskipun demikian, bila dibutuhkan mereka akan siap bertugas meliput berita. Tim Kreatif Senior bertugas juga untuk membuat skrip karena alasan perbendaharaan kosakata. Pembuatan jadwal biasanya juga diurus oleh Maya PA yang juga menempati posisi Tim Kreatif Senior.

Tim kreatif yang tidak meliput lapangan (wilayah luar Trans TV), akan mengadakan peliputan ringan yang terletak di Trans TV misalnya liputan artis pada program *Dering*. Liputan tidak hanya berasal dari apa yang sudah ada, dimungkinkan menciptakan berita dengan mengadakan janji dengan artis tertentu yang sedang menjadi bintang tamu pada program lain. Kehidupan artis menjadi hal yang penuh nilai berita karena menarik perhatian. Kebiasaan buruk artis yang dilakukan secara tidak sengaja sering dibuat menjadi lelucon yang menarik pada format *Insert Crew Story*.

PA atau Asisten Produksi mempunyai jam kerja minimal 12 jam yang terdapat pada 3 *shift* yaitu 05.00-18.00, 18.00-06.00, 01.00-13.00. Batas akhir jam kerja sebenarnya tidak pernah pasti, bahkan seringkali jam kerja menjadi lebih. Kesibukan bahkan membuat pekerja televisi tidak sempat menonton apa yang dihasilkannya apalagi program televisi lain. Dalam satu hari tugas PA terbagi menjadi beberapa macam yaitu *On Air*, *Cut To Cut*, *On Line*, dan *Editing Siang*. Setiap PA yang bertugas (misalnya bertugas *On Air*) akan bertanggungjawab minimal waktu yang telah dijadwalkan, dan bahkan sering melebihi jam kerja sampai tidak pulang.

PA memegang peranan penting karena berurusan secara langsung dengan teknis. Pekerjaan PA berlangsung dari pra produksi, produksi, sampai pasca produksi. Pada pra produksi PA bertugas:

1. Mengumpulkan kaset (untuk keperluan *stock shoot*, dan *master shooting*/liputan). Untuk melakukan ini PA harus mencari informasi dalam database komputer. Komputerisasi memudahkan PA untuk melakukan *search* kaset yang dibutuhkan.
2. Mengoprasikan perekam untuk keperluan pengisi suara. Pengisi suara mendapatkan gaji khusus karena dianggap sebagai *talent*.
3. Melakukan Cut to Cut di Lantai 2 dengan mesin VTR. Kegiatan ini dilakukan dengan memotong video/gambar yang akan dibutuhkan untuk tema tertentu sesuai skrip yang dibuat oleh Tim Kreatif.
4. Membantu editor dalam melakukan pengeditan dengan komputer (digital). PA bertanggungjawab mendampingi editor untuk memastikan video yang dihasilkan sesuai. Kesesuaian ditentukan berdasarkan skrip, dan peraturan umum yang sudah berlaku dalam *editing*.
5. Setelah *Video Taping* selesai, mempreview video tersebut sambil melakukan *time code*.

Pada produksi sebelum *on air*, PA bertugas:

1. Mempersiapkan segala keperluan satu jam sebelum *on air* yaitu *roundown*, *skrip*, CD berisi OBB (*Opening Billboard*), kaset berisi bumper berisi *video tape* berita, dan laptop.
2. Meletakkan properti pada petugas/*crew* di tempatnya *roundown* pada ruang kontrol, ruang master kontrol, dan skrip *on air* pada *host*, *program director*, *floor*

*director* di studio 5. Skrip *on air* juga diserahkan pada *associate produser* sebagai pemimpin *on air*.

3. Pada saat menyerahkan CD berisi OBB, PA harus juga memilih lagu untuk keperluan *backsound hooker*, dan *credit title*.

Pada produksi *on air*:

1. Melakukan *time keeper* yaitu penghitungan durasi tayangan untuk mencegah terjadinya kelebihan (*over*) atau kekurangan (*under*) waktu saat *on air* berjalan.
2. Berkomunikasi dengan *Associate Producer*.
3. Berkomunikasi dengan *Program Director*.
4. Bertindak siap sedia dalam membantu saat terdapat hambatan pada saat proses *on air* (VT belum siap, durasi tidak pas, VT ada yang tidak diedit).
5. Mengambil konsumsi bagi petugas.

Pada saat pasca produksi:

1. Memberikan hasil pencatatan durasi kepada tim kreatif.
2. Membereskan segala *property* yang telah digunakan pada tempatnya agar pada saat *on air* selanjutnya tidak mengalami kesulitan (Laptop, kaset, CD, dll).
3. Menyimpan kaset master VT, dan mencatat dalam *database*. Pencatatan harus lengkap yaitu menyertakan nomor. Mencetak cover kaset dari *file data base* bila kaset hilang.
4. Bagi PA yang bertugas kaset, mengembalikan kaset yang telah dipakai pada tempatnya. Ada kecenderungan kekacauan dalam penyimpanan kaset ini sehingga ditemukan kesulitan pencarian kaset. Penyebabnya adalah karena ketidaksabaran dari PA dalam mengurutkan kaset.

### 2.3.3 Insert Pagi

Program ini disiarkan secara langsung pada 06.30-07.30 pagi. Mengenai jadwal waktu dalam prakteknya bisa menyesuaikan tergantung kebijakan produksi. Durasi pernah mengalami perubahan dari satu jam menjadi setengah jam (30 menit). Sebagaimana telah dibicarakan mengenai *in production*, dan *out production*, tayangan *Insert Pagi* hari rabu, sabtu, dan minggu dihasilkan oleh tim produksi *Insert Trans TV*. Sebelum diserahkan pada rumah produksi tayangan *Insert Pagi* pada hari selasa, dan jumat juga diproduksi oleh tim *Insert* sehingga selain hari rabu, sabtu, dan minggu, tayangan *Insert Pagi* merupakan hasil produksi dari rumah produksi (*production house*). Karena konsep *Insert Pagi* yang lebih muda, dan ceria maka beberapa presenter (*host*) seperti Ananda Omesh, Irfan Hakim, Nadila Ernesta (kemudian diganti Fanny Ghassany), serta Vicko membawakan acara untuk memberikan keceriaan bagi penonton yang memulai hari. Dalam sekali tayangan *Insert Pagi* biasanya dibawakan oleh tiga presenter. Khusus untuk Vicko bertugas untuk membawakan berita yang dari *3 minute update* yaitu kumpulan berita. Menurut Bagian Set Virtual diketahui bahwa *Insert Pagi* paling mengandung makna *female* yang terlihat dari perpaduan warna cerah (*pink, biru*) dan jumlah presenter laki-laki yang lebih banyak dari presenter wanita.

### 2.3.4 Insert Siang

*Insert Siang* (Original) merupakan format *Insert* yang dikemas dengan konsep dewasa. Host menggunakan pakaian yang glamor tetapi masih natural. Tayangan ini dibawakan oleh sepasang *host Insert*. Program ini merupakan program pertama yang muncul di layar Trans TV sebelum *Insert Pagi*, dan *Insert Sore*. Program ini ditayangkan setiap hari pukul 11.00-12.00. Presenter Program ini adalah Ersya Mayori, Indra Herlambang, Cut Tary (Diganti Marisa Nasution), Addry Danuatmaja, dan Fenita Arie. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa berita-berita tayangan *Insert Siang* sepenuhnya adalah hasil dari tim *Insert*

sehingga disebut *in production*. Dalam kasus hangat, biasanya berita *Insert Siang* banyak memiliki kesamaan dengan *Insert Pagi*, dan *Insert Sore (Investigasi)*. Terdapat kemasan yang menarik sebagai bagian dalam tayangan ini yaitu *topsert* yang berisi kumpulan berita yang paling top dalam seminggu. Selain itu juga terdapat *News Hilite* yang berisi kumpulan penekanan singkat berita tertentu. *Built in* sebagai salah satu bentuk iklan yang menyatu muncul 1 atau 2 kali. Terdapat berita dari VOA disiarkan yang berasal (proses *feeding*) rekaman secara langsung video dari Amerika dari ruang kontrol setiap pukul 7.

### **2.3.5 *Insert Investigasi***

*Insert Sore (Investigasi)* memiliki format yang lebih serius, dramatis, dan hiperbolis. Tayangan ini mengangkat satu tema besar yang menarik, dan selanjutnya membahas dengan secara lebih mandalam. *Host* pada tayangan ini ialah Lenna Tan, dan Deasy Novianty. Karena konsep dramatis, *host* menggunakan pakaian (beserta asesorisnya) yang paling glamor dibanding dengan *Insert Siang* apalagi *Insert Pagi*. Set studio pun dibuat agar mendukung konsep dramatis yaitu warna biru tua (dongker ke arah ungu). Penyampaian dilakukan secara serius, dan hiperbolis cara melakukan penekanan maksud pada gambar. Tidak jarang, dan bahkan sering dilakukan pengulangan gambar. Padahal sesungguhnya pada saat *off air* seorang *host* tersebut adalah seseorang yang cerewet, dan humoris. *Insert Sore* seluruhnya dihasilkan dari rumah produksi.