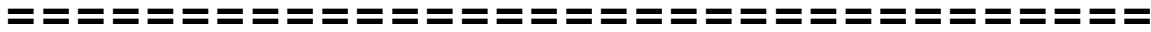


Marcommers : Jurnal Marketing Communication and Advertising

Issn : (print) 2086 - 5619
(online) 2714 – 5255

Vol. 11 issue 1, Maret 2022
DOI : 10.22441/ marcommers.v11i1.15220



Strategy Marketing Narasi TV

Syafei Sikumbang
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

Author correspondence: syafeisikumbang@gmail.com

Received : 31 Januari 2022,
Revision : 16 Februari 2022,
Acceptance : 11 Maret 2022,
Published : 28 Maret 2022.

How to cite : Sikumbang, S. (2024). Strategy Marketing Narasi TV. *Marcommers : Jurnal Marketing Communication and Advertising*, 11(1), 32-47.
doi:<http://dx.doi.org/10.22441/marcommers.v11i1.15220>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi marketing *Narasi.tv* dalam memproduksi pesan yang akan disiarkan melalui media sosial youtube. Setiap tahapan yang ada pastilah sebuah hasil pemikiran petugas professional yang tergabung dalam tim yang solid. Tahapan proses produksi yang ingin diteliti adalah Produksi program *Narasi.tv* yang dimulai dengan Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian diskriptif, peneliti menggunakan metode wawancara. Hasil penelitian yang ditemukan peneliti bahwa strategi produksi dimulai dari perencanaan dengan riset dengan memilih materi yang menarik dan crew yang terbaik. Materi yang sedang trend unuk diangkat menjadi program talkshow, tahap produksi memilih nara sumber yang terbaik, kemudian pada pasca produksi editor mengedit dengan membuat menarik dimenit pertama dan menambah ilustrasi baik audio maupun video untuk menunjang hasil editing.

Kata Kunci: Narasi TV; Strategy; Marketing

ABSTRACT

This study aims to find out how Narasi.tv's marketing strategy is in producing messages that will be broadcast through social media youtube. Every stage that exists must be the result of the thoughts of professional officers who are members of a solid team. The stages of the production process that we want to study are the production of the Narasi.tv program which starts with Pre-Production, Production and Post-Production. The research method used is a case study with a qualitative approach, and the type of research is descriptive, the researchers used interviews. The results of the research that the researcher found that the production strategy started from planning with research by choosing interesting materials and the best crew. The trending material is to be made into a talk show program, while in production chooses the best resource persons, then in post-production the

editor edits by making it interesting in the first minute and adding illustrations both audio and video to support the editing results.

Keyword : *Narasi TV; Strategy; Marketing*

PENDAHULUAN

Media massa telah muncul sebagai kekuatan yang sangat berpengaruh terutama dalam membangun opini dan pengetahuan bagi khalayak. Penyampaian informasi melalui media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan film, telah membentuk pengetahuan dan pendapat manusia mengenai berbagai peristiwa atau hal yang menyangkut kehidupan masyarakat. Media massa telah hadir setiap saat dalam kehidupan kita, tanpa memandang waktu dan jarak bahkan kehadiran media massa dapat mempengaruhi cara hidup dan perilaku seseorang. Peran media massa saat ini semakin penting, media massa bisa membentuk gambaran dan citra realitas sosial bagi individu dan kelompok serta masyarakat secara kolektif (Mc Quail, 2005). Namun dengan kemunculan internet sebagai sebuah sistem yang masif, telah memberi konsekuensi pada berbagai segi. Jhon Naisbitt menaruh kepercayaan besar pada kemampuan teknologi informasi untuk membawa perubahan radikal dalam semua ranah, termasuk ekonomi. Baginya, informasi memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan radikal dengan menciptakan kompleksitas dalam relasi sosial, ekonomi, maupun ranah-ranah lainnya. Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat.

Kini untuk mengakses facebook atau twitter, youtube misalnya, bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Youtube yang hingga kini menjadi situs media content sharing terbesar didunia telah menguasai 60% dari jumlah total penikmat video online. Dengan lebih dari 79 juta pengakses video dan lebih 65000 video diupload setiap harinya. Dan sejak video youtube dapat di-share diberbagai sosial media lainnya, hingga kini youtube memiliki lebih dari 130 juta penikmat video setiap harinya. Youtube yang dibeli oleh Google ditahun 2006 ini juga menjadi search engine nomor dua didunia (comScore data).(Crasionbrand, 2011:42). Pada awalnya orang lebih mengenal hanya internet yang digunakan untuk berbagai keperluan baik dikantor maupun dirumah dengan menggunakan komputer ataupun perangkat elektronik laptop. Namun dengan berkembangnya teknologi dan memungkinkan internet diakses bukan lagi hanya menggunakan perangkat PC (*Personal Computer*) tetapi sudah menggunakan perangkat yang lebih kecil yang disebut *handphone* yang dapat digunakan atau dibawa kemana-mana.

Sebelum berkembangnya penggunaan *handphone* beberapa tahun terakhir, untuk melihat siaran televisi tetap dilakukan melalui televisi yang ada dirumah maupun yang ada dimobil. *Handphone* atau yang sekarang lebih dikenal dengan istilah HP merupakan bagian dari perangkat elektronik yang berguna untuk berbagai keperluan atau *multi function*.

Awal perkembangan penggunaan HP hanya dilakukan untuk berkomunikasi dan

mengirim pesan berupa kata-kata yang dilanjutkan dengan pengiriman pesan melalui gambar atau photo bahkan menayangkan video. Mengingat penggunaan HP mulai berkembang dan munculnya media sosial youtube, maka semua pengiriman pesan tidak hanya berupa tulisan, namun mulai dikirim video yang dapat diakses melalui internet atau lebih spesifiknya melalui youtube. Dengan makin digemarinya penggunaan youtube dari semua kalangan usia, maka mulai tumbuh perusahaan, komunitas yang bahkan pribadi yang mengupload kegiatannya di youtube. Sebuah perusahaan yang bermula bergerak dibidang produksi Video yang diunggah ke youtube salah satunya adalah *Narasi.tv*. *Narasi.tv* muncul kehadirannya ditengah ramainya orang memperbincangkan mengenai internet, khususnya youtube. Hal yang biasa diketahui masyarakat adalah Stasiun Televisi memproduksi acara baik yang bersifat hiburan, maupun berita, kemudian disiarkan Stasiun Televisi tersebut melalui Pemancar mereka agar dapat diterima di Televisi dirumah masyarakat. Tidak begitu halnya dengan *Narasi.tv*.

Stasiun Televisi ini memproduksi acara dan kemudian tidak menyiarkannya di Stasiun Televisi melainkan menguploadnya ke youtube, sehingga masyarakat menontonnya tidak melalui Televisi dirumah, tetapi di Handphone maupun komputer dirumah. Karena *Narasi.tv* melakukan tidak seperti biasa yang dilakukan Stasiun televisi, maka hal ini cukup menarik untuk diteliti, bagaimana strategi *Narasi.tv* dalam memproduksi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendi, 2000) Sebuah program memerlukan tahapan-tahapan yang harus direncanakan, dicermati, diperhatikan berbagai aspek yang terlihat didalamnya. Ada banyak tahapan yang harus dilakukan agar penayangan *Narasi.tv* mendapat tempat dihati viewernya. Tahapan – tahapan harus sesuai dengan *Standard Operasional Procedure* (SOP) di stasiun yang bersangkutan agar terlaksana dengan baik. Setiap tahapan merupakan hasil pemikiran petugas profesional yang tergabung dalam tim yang solid. Dimana proses produksi sebuah program yang terencana dengan baik, dipastikan akan menghasilkan program yang menarik pula.

Proses produksi dalam penayangan sebuah program berita maupun non berita meliputi pra produksi yaitu perencanaan pencarian ide baik khusus berita berasal dari fakta peristiwa, realita, pendapat narasumber yang dapat dipercaya baik dari dalam maupun luar negeri, maupun menentukan pilihan berita yang akan ditayangkan serta produksi non berita lainnya. Selanjutnya pengorganisasian yang menentukan siapa-siapa saja yang terlibat. Tahapan produksi sendiri meliputi pembuatan *rundown* (*crew* yang terlibat, *script* presenter, *script* untuk *dubbing*), *shooting* untuk *taping* presenter, *dubbing* dan proses *visual*. Tahapan pasca produksi yaitu proses editing. Dimana editor didampingi produser mengedit gambar dan audio sesuai dengan *rundown* dan membuat program yang layak tayang. Selanjutnya pengawasan berupa evaluasi yang dilakukan tim dan apa yang telah

dikerjakan, sebagai tolak ukur agar lebih baik dimasa mendatang. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti program *Narasi.tv*, bahwa konten-konten apa saja yang akan diproduksi dan bagaimana mereka memproduksi pesan yang akan disampaikan melalui youtube serta strategi yang digunakan mereka dalam menggaet penikmat video tersebut.

Dalam menentukan strategi, pengelola *Narasi.tv* haruslah memiliki strategi yang tepat, yang merupakan suatu proses untuk pencapaian tujuan tertentu melalui kerjasama dengan orang-orang lain. Strategi produksi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan yang ditetapkan melalui perencanaan yang matang dalam membuat suatu produksi tayangan sesuai dengan standar broadcasting dalam menghasilkan tayangan yang maksimal.

Strategi produksi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai satu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2000:32)

Dalam menyajikan program yang berkualitas dan banyak ditonton, stasiun televisi harus mempunyai strategi, karena strategi juga berkaitan dengan aktivitas manajemen. Oleh karena itu, setiap bentuk kerja sama sekelompok orang untuk mencapai tujuan, tentu memerlukan manajemen. Manajemen Menurut Frad Sadikin, adalah suatu proses untuk menciptakan, memelihara, dan mengoperasikan organisasi perusahaan dengan tujuan tertentu melalui upaya manusia yang sistematis, terkoordinasi dan koperatif, maka proses penentuan asas-asas pokok perusahaan yang menjadi batasan, pedoman, dan penggerak bagi setiap manusia dalam perusahaan, sudah termasuk dalam pengertian manajemen (Tommy, 2011:130). Dalam strategi produksi terdapat beberapa fungsi manajemen, meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

Dewasa ini, banyak sekali orang-orang yang salah mengartikan new media. Sebagian masyarakat masih menganggap bahwa new media itu merupakan program televisi yang terbaru, film pendek dan berbagai konten entertainment lainnya. Semua itu sebenarnya bukanlah pengertian sebenarnya dari *New Media*.

New Media atau Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Teknologi digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, dan memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memihak. Media baru *bukanlah* televisi. film, majalah, buku atau publikasi berbasis kertas. (kompasiana.com) Beberapa contoh New Media atau Media baru antara lain adalah Internet, website, komputer multimedia, *Online Game* (permainan online), CD-ROMS, dan DVD. Media tesebut sekarang sudah menjamur karena semakin banyaknya masyarakat yang sadar akan kemudahan media baru ini.

Beberapa fungsi dari New Media ini misalnya untuk mencari informasi, menambah

ilmu pengetahuan, mencari pekerjaan, bahkan mungkin hanya untuk bermain game. Karena medianya yang semakin multifungsi maka semakin banyaklah para pemakai yang menggunakannya. Ada lagi pengertian New Media yang diungkapkan oleh John Vivian dalam bukunya. John Vivian mengungkapkan bahwa New Media atau Media Baru adalah perusahaan dan produk media baru yang muncul dari teknologi baru. (Vivian, 2008:16) Vivian juga berpendapat bahwa New Media merupakan *High-Tech Media* yaitu teknologi yang menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru. Misalnya adalah perhatikan apa yang iPod lakukan pada toko musik dan pendengar radio. *Cybercafe* yang membuka jalan bagi teknologi Wi-Fi, dan para *Blogger* Internet, terlepas dari baik buruknya, telah memperluas partisipasi dalam jurnalisme publik.

Dalam bukunya *A New Media*, Terry Flew ingin memfokuskan pada perbedaan teknologi yang perlu dipahami melalui hubungannya dengan budaya. Konsep dari *cultural technologies* sebagai cara untuk mengerti teknologi tidaklah mudah sebagai bentuk material yang mempunyai dampak pada budaya, tetapi lebih kepada bentuk dari budaya itu sendiri.

Pendekatan semacam ini memerlukan tiga level definisi dari teknologi. Mengerti teknologi tidak semudah seperti objek fisik, alat-alat dan artefak tetapi juga dalam istilah dari isi yang diproduksi dan didistribusikan, sistem pengetahuan dan artinya secara sosial yang mengiringi penggunaannya serta perkembangannya. Terry Flew juga menjabarkan mengenai media baru serta hubungannya dengan teknologi dan budaya secara umum, dapat dengan baik diikuti melalui pemikiran mengenai media baru sebagai suatu budaya tersendiri bagi teknologi dimana hubungan antara keduanya dilihat lebih luas dan melebar dan saling terhubung satu sama lain. Melalui pendekatan tersebut munculah istilah *beyond dualistic*, yaitu dimana media baru dilihat sebagai “*good things*” atau “*bad things*” bagi masyarakat dan budaya. (Terry Flew, 2003 : 48)

Kegunaan dari media baru dapat dilihat dari hubungannya antara media dan modernitas, dengan mempertimbangkan kontribusi yang diberikan media baru pada konsep budaya postmodern. Hal tersebut telah diteliti bahwa pernyataan- pernyataan mengenai dampak dari media baru sebagai budaya teknologi cenderung didasarkan pada aphorisme dan analogi ketimbang analisis yang bersifat empiris. Dampak-dampak tersebut juga cenderung menggabungkan perkembangan ruang ikatan dan pengglobalisasian budaya teknologi seperti terjadi pada internet dan TV, satelit dengan penolakan dari pemahaman komunitas lokal, perdebatan mengenai pengalaman realitas budaya kejenuhan pada media meningkat menjadi bersifat virtual ketimbang bersifat mendasar dalam interaksi personal dan pengalaman sehari hari.

Hal ini tercatat pada bagian awal buku yakni *technological determinism* oleh Nichlolas Negroponte, budaya pesimistis oleh Neil Postman dan budaya konservatif oleh George Gilder telah menempatkan mereka dalam penghilangan televisi secara prematur sebagai raksasa media massa pada masa komunikasi individual.

Serupa dengan itu, Mark Poster mengklaim tentang “*second media age*” yang

melebihi kekuatan masa *broadcast* televisi memungkinkan secara prematur (belum tepat waktu) menyentak internet pada konsep postmodern, dengan tujuan untuk menekan keterputusan yang radikal dengan yang lalu. (Mark Poster, 1995 :17)

Berpikir mengenai media baru sebagai budaya teknologi membuat perhatian tersendiri pada pergantian sosial dan budaya yang dihubungkan dengan properti khusus dari teknologi-teknologi tersebut. Tidak hanya itu, tetapi juga membuat perhatian pada kelangsungan kehidupan sosial dan budayanya.

Baik buruknya media baru dalam fungsinya sebagai budaya tersendiri di kehidupan manusia tetap tergantung bagaimana penggunaannya di terapkan dalam kehidupan manusia itu sendiri. Teknologi itu sendiri juga merupakan salah satu komponen dalam kehidupan manusia yang menentukan tingkat peradabannya Terlepas dari perdebatan yang ada, perubahan pasti terjadi dalam segala aspek kehidupan manusia secara komperhensif dan media baru, baik dipandang sebagai institusi maupun teknologi pasti mempunyai peran tersendiri dalam proses peradaban manusia, dari situ hubungan antara media baru dengan budaya sangatlah jelas dan adalah tepat jika disebut sebagai suatu budaya teknologi yang mengiringi perkembangan kehidupan manusia.

METODE RISET

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus (*case study*). Menurut Robert K. Yin, pengertian studi kasus secara umum, merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaannya suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) didalam suatu konteks kehidupan nyata. Selain itu, penelitian studi kasus dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu studi kasus eksplanatoris, eksploratoris dan deskriptif. Dalam penggunaannya, penelitian studi kasus perlu memusatkan perhatian pada aspek pendesainan dan penyelenggaraannya agar lebih mampu menghadapi kritik-kritik tradisional tertentu terhadap metode atau tipe pilihannya (Robert, 2000:18) dalam (Kriyantono, 2006 :67).

Berdasarkan penjelasan tipe-tipe studi kasus tadi peneliti menggunakan tipe studi kasus deskriptif. Menelaah berbagai sumber data ini membutuhkan berbagai instrument pengumpulan data antara lain : wawancara mendalam (*in depth interview*), observasi, partisipan, dokumentasi-dokumentasi, rekaman, bukti-bukti fisik dan lainnya. Pemahaman diperoleh sesudah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Selanjutnya dibuat kesimpulan, yang merupakan pemahaman general tentang kenyataan tersebut. Metode studi kasus mempunyai ciri:

1. Partikularistik yakni studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program, atau fenomena tertentu.

2. Deskriptif yakni hasil akhir metode ini adalah deskripsi detail dari topik yang diteliti.
3. Heuristik yakni metode studi kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti. Interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
- 4 Induktif yakni studi kasus berangkat dari fakta-fakta dilapangan kemudian menyimpulkan kedalam tataran konsep/teori.(Kriyantono,2006:66,67)

Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus ataupun status dari individu.

Pada penelitian ini, teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk memenuhi kebutuhan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzim membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. (Burhan, 2007 :330-331)

Triangulasi yang digunakan pada riset ini yaitu triangulasi metode dan triangulasi sumber. Triangulasi metode yaitu dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya.

Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas triangulasi tidak perlu dilakukan. Namun demikian, triangulasi aspek lainnya tetap dilakukan. (Burhan, 2007:330-331)

Sedangkan triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran *informan* tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu

akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal. Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan – perbedaan kontruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa triangulasi, peneliti dapat me-recheck temuannya dengan cara membandingkan dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan mengeceknya dengan berbagai sumber data. Hal ini dilakukan agar data hasil penelitian bersifat akurat dan terjadinya kevalidan data. (Burhan, 2007:332).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai objek penelitian diperoleh keterangan bahwa *Narasi.tv* merupakan stasiun televisi yang memproduksi acara bukan untuk disiarkan ke rumah-rumah pemirsa atau penonton, tetapi produksinya diupload ke youtube agar dapat dilihat masyarakat melalui smart phone yang dapat diakses atau didownload dimana saja sepanjang masyarakat tersebut memiliki android handpone dan internet connection. Gagasan mendirikan *Narasi.tv*, di Indonesia, didasari belum ramainya Stasiun tv yang menyiarkan acara melalui youtube dan diprediksi fenomena ini akan menarik banyak masyarakat, karena kepemilikan dan ketertarikan menggunakan smartphone di Indonesia cukup tinggi. *Narasi.tv* memproduksi acaranya yang kemudian diupload ke youtube. Khusus mata acara berjudul Mata Najwa disiarkan dan diproduksi Trans TV bekerjasama dengan *Narasi.tv* untuk produksi dan penyiarannya. Pada hasil penelitian dapat dijelaskan dan diuraikan hasil penelitian sesuai teori manajemen yang disampaikan G. Terry yakni POAC yang mencakup:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah suatu proses penentuan bagaimana sistem manajemen dalam organisasi akan mencapai atau merealisasikan tujuan. Tujuan dari perencanaan adalah untuk membantu organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Sebelum melakukan kegiatan, perlu adanya menentukan tujuan apa yang harus hendak dicapai terlebih dahulu dan harus menentukan visi dan misi, Visi adalah tujuan jangka panjang yang hendak dicapai suatu organisasi yang kira-kira bisa dicapai sedangkan misi adalah cara merealisasikan visi tersebut. Selanjutnya kegiatan yang dilakukan pada tahap perencanaan adalah meliputi:

Pelaksanaan yang dilakukan untuk tim produksi merupakan wujud untuk menyajikan rangkuman program acara informasi penting maupun produksi hiburan, talkshow selama sepekan beserta analisis kedepannya. Ditengah kesibukannya setiap orang, dia belum tentu bisa menganalisa suatu berita atau informasi dalam sehari bahkan selama seminggu.

Oleh sebab itu, dibuatlah program talkshow yang termasuk dalam kategori karya jurnalistik guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan sebuah informasi dan juga memberikan analisa. Analisa ini didukung dengan *field* riset, pengalaman, kenyataan, fakta, dan juga pendalaman materi talkshow sehingga bisa memprediksi apa yang akan terjadi dimasa mendatang, yang dimaksud *field* riset disini adalah mencari isi atau *content* materi yang akan diangkat guna menambah analisa suatu topik talkshow. *Narasi.tv* memiliki definisi sendiri dalam programnya, yaitu dengan rangkuman materi selama sepekan dengan analisa apa yang terjadi untuk kedepannya. Hal yang termasuk dalam perencanaan pembuatan talkshow Mata Najwa dan catatan Najwa, yaitu:

- 1) Budgeting
- 2) Persiapan Teknis
- 3) Persiapan konten
- 4) Riset
- 5) Menemukan tokoh yang menarik dan sesuai pemberitaan yang ada dan diserahkan ke Najwa Shihab dengan beberapa konsep. Setelah dipilih konsep tersebut baru disiapkan budget, peralatan dan crew.dan kemudian dengan narasumber untuk program yang telah terpilih.

Pada tahapan pra produksi *crew Narasi.tv* merangkum data yang akan diproduksi setiap harinya. Materi yang dirangkum setiap harinya dari program yang ada. Materi dirangkum dari sistem program yang disebut Q Nap. Q Nap adalah sebuah *soft* program yang berisikan hasil tayangan seluruh program *Narasi.tv* beserta naskah dan gambar atau video masing – masing program. Materi yang sudah dirangkum selama tiga hari harus dipreview oleh Najwa Shihab, baru kemudian diedit lagi hasil masukan Najwa Shihab tersebut., topik berita mana yang akan diangkat untuk program Mata Najwa. Sehingga dapat dikatakan strategi dalam tahap perencanaan adalah menyiapkan materi promo untuk disebar dimedia sosial *Narasi.tv* seperti Instagram, dan Tweeter, setelah promo materi diupload ke youtube oleh Tim digital. Dalam menentukan materi, semua *crew* dapat memberikan masukan sebagai topik mana yang penting untuk diproduksi. Selain sebagai penyaji, Najwa Shihab juga memberikan informasi kepada Produser, apa saja yang dipilih beliau untuk diproduksi sebagai program *Mata Najwa*.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Fungsi pengorganisasian sangat menentukan dalam sistem manajemen karena ini merupakan mekanisme utama yang digunakan para manajer untuk menggerakkan rencana. Pengorganisasian menciptakan dan memelihara hubungan diantara semua sumber daya organisasi dengan menunjukkan sumber daya mana yang harus digunakan untuk kegiatan-kegiatan tertentu. Pengorganisasian di bidang produksi suatu program informasi atau talkshow adalah salah satu hal penting untuk menunjang keberhasilan suatu program.

Karena dalam pengorganisasian, tugas dan tanggung jawab anggota yang dikutsertakan lebih tertib.

Setiap yang terlibat pada tahap ini harus saling berkoordinasi dalam melakukan kegiatan pembuatan program Talkshow Mata Najwa dan catatan Najwa. Pengorganisasian di tetapkan oleh Produser, siapa saja yang terlibat dalam produksi program Mata Najwa dan catatan Najwa. Mulai dari *level Eksekutif* produser, senior produser, production assistance, reporter, presenter, editor, staff produksi, dan anak magang yang termasuk tenaga *freelance* untuk staff produksi. Strategi Organisasi pada Mata Najwa dan Catatan Najwa dengan menentukan siapa yang dilibatkan dalam produksi. Seperti menentukan tim kerja, *budgeting*, dan narasumber.

3. Pengarahan (*Actuating*)

Setelah perencanaan dan pengorganisasian, kemudian melakukan pengarahannya dan pergerakan agar para anggota organisasi merasa nyaman menyelesaikan tugas demi tercapainya tujuan bersama. Fungsi pengarahannya adalah memberikan pengaruh atau mempengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme anggota, untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Berikut tahapan yang dilakukan, terdiri dari:

Pada tahapan produksi, tim Mata Najwa dan Catatan Najwa *Narasi.tv* berupaya untuk mewujudkan apa yang sudah direncanakan pada tahap sebelumnya. Mata Najwa dan Catatan Najwa sebagai program talkshow terletak pada persiapan yang dilakukan pada tahap produksi dan terletak pada topik materi yang akan diproduksi. Sebelum melakukan *taping*, produser harus membuat dari riset. *Narasi.tv* berdurasi 30 menit, sehingga durasi bersihnya 15 menit. Terbagi 3 segment, dan setiap segment tergantung konten, sudah termasuk *bumper*, *opening teaser* dan *body*, sehingga efektifitas suatu produk bisa sekitar 15 menit. Strategi pada tahap produksi terletak pada pembuatan *rundown* dan kejelian dalam hal pemilihan narasumber dan pembahasan talkshow tersebut. Produser menempatkan materi yang dianggap lebih menarik untuk ditayangkan disegment pertama. Setelah *rundown* sudah siap, *taping* bisa langsung dilaksanakan. lokasi yang biasa digunakan di lantai 20 Intiland Tower Gedung *Narasi.tv*.

Setelah proses produksi dengan melakukan *taping* presenter, dan visual yang sudah disiapkan, paska produksi bisa langsung dilaksanakan yaitu proses editing. Pada proses editing, editor dituntut juga harus menguasai dan memahami materi yang akan ditayangkan. Dan pada tahap ini, produser juga berperan mengawasi jalannya proses editing. Untuk proses editing, strateginya adalah produser sendiri yang mengawasi editor dalam mengedit *audio* dan *video* hingga layak tayang, sedangkan strategi editor dalam mengedit diusahakan 15 detik pertama hasil editing harus menarik, kalau hasilnya tidak menarik viewer atau penonton akan pindah chanel.

Persiapan yang dilakukan editor pada saat proses editing yaitu membaca *script* materi acara atau berita. Karena editan berbeda-beda, seperti *talk show* dan *dokumenter*. Untuk dokumenter dilihat dahulu tema dan materinya seperti apa. Sedangkan untuk alat-alat yang digunakan mulai dari *software editing seperti Final Cut Pro, adobe premier*, yang digunakan di *Narasi.tv*, dan hardware/alat-alatnya terdiri dari komputer, *mixer, VTR, speaker*, dan TV monitor.

Pada bagian ini penulis akan menguraikan hasil penelitian mengenai analisa program talkshow Mata Najwa dan Catatan Najwa di *Narasi.tv* yang menyajikan tayangan bersifat *Current Affair*, yakni rangkuman materi penting selama sepekan dengan topik politik, ekonomi, sosial dan budaya baik didalam maupun diluar negeri. Dengan menggunakan pendekatan manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) tersebut, akan dapat tercapai suatu tujuan dengan strategi disetiap tahapnya. Dari penelitian yang dilakukan peneliti, perencanaan dimulai dari beberapa hal diantaranya membicarakan ide awal terbentuknya program talkshow di *Narasi.tv*

Program talkshow dibuat guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan sebuah informasi yang dikemas menarik di *Narasi.tv* diantaranya adalah program Mata Najwa dan Catatan Najwa. Dalam kenyataannya ditengah kesibukan setiap orang, mereka belum tentu bisa menganalisis suatu informasi dalam sehari bahkan selama seminggu. Oleh karena itu, dibuatlah program Mata Najwa dan Catatan Najwa, guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan sebuah informasi selama seminggu dan juga dapat memberikan analisa. Strategi dalam tahap perencanaan adalah Riset dan menyeleksi materi-materi yang dianggap menarik atau *trend* untuk diangkat sesuai dengan keinginan dan berkaitan dengan kepentingan pemirsa dan viewer. Untuk perencanaan ini peneliti menemukan adanya kesamaan antara perencanaan yang dijabarkan dalam buku Manajemen Media Penyiaran dengan yang dilakukan oleh *crew talkshow Narasi.tv*, yaitu menentukan tujuan organisasi. Tujuan organisasi merupakan suatu pernyataan tentang keadaan yang diinginkan dimana perusahaan bermaksud untuk mewujudkannya sebagai pernyataan tentang keadaan di waktu yang akan datang melalui kegiatan-kegiatan perusahaan.

Pengorganisasian di tetapkan oleh Produser, crew mana saja terlibat dalam produksi program talkshow yang terlibat yaitu mulai dari *level produser, senior produser, asisten produser, reporter, presenter, editor, staff produksi, dan anak magang* juga termasuk tenaga *freelance* untuk staff produksi. Strategi pengorganisasian pada *Narasi.tv* dengan menentukan siapa-siapa saja yang terlibat, seperti penentuan kerabat kerja.

Produser memilih semua kerabat kerja yang dianggap lebih kompeten untuk sebuah produksi yang akan digarapnya. Selain itu sang produser dari program *Catatan Najwa*, di mana program *Catatan Najwa*, yang dibuat sekali dalam seminggu, sehingga bisa bertukar informasi mengenai materi-materi yang menjadi *trend dimasyarakat*.

Seluruh *crew* harus saling berkoordinasi atau *work together* dalam melakukan kegiatan pembuatan program talkshow *Narasi.tv*. Koordinasi berupa pemberian masukan-masukan dalam pemilihan materi yang sesuai dengan selera penonton. Program talkshow akan semakin kuat, apabila setiap *crew* melakukan dengan baik tugasnya masing-masing.

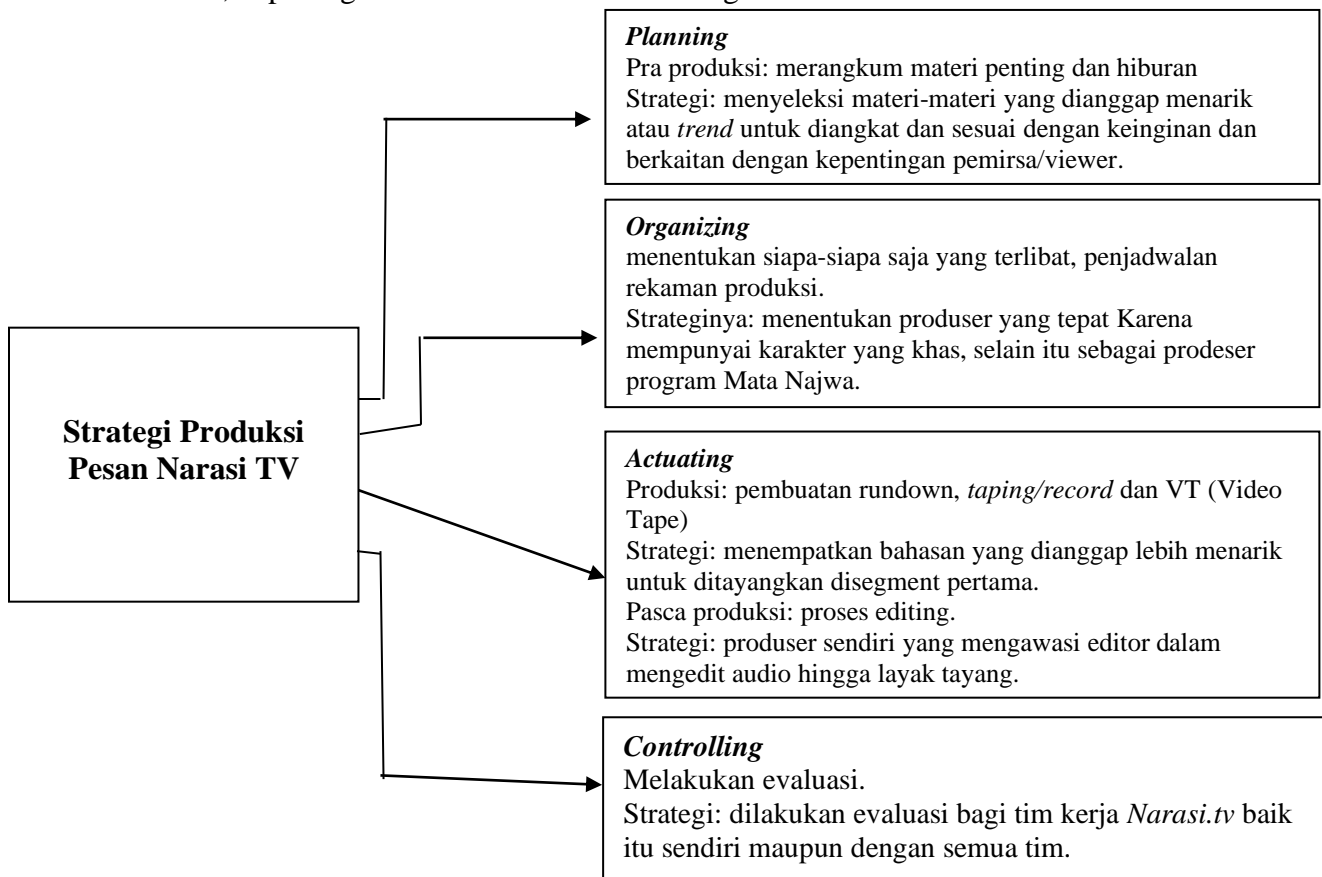
Pengarahan merupakan proses produksi dan pasca produksi. Strategi pada tahap produksi terletak pada pembuatan *rundown* yang terdiri dari 3 *segment*. Di setiap segmentnya terdapat 3 materi penting. Produser menempatkan materi yang dianggap lebih menarik untuk diproduksi pada segment pertama.

Peneliti melihat strategi produser menempatkan materi yang lebih menarik untuk diproduksi pada segment pertama merupakan strategi agar pemirsa ataupun viewer langsung tertarik dengan apa isi dari topik talkshow tersebut. Karena pemirsa (*viewer*) akan tetap menonton apabila yang ditayangkan pertama itu menarik perhatiannya, bila tidak viewer akan beralih ke-*channel* lain. Peran produser dalam menyajikan talkshow sangatlah penting, karena dari produser itu yang akan memimpin jalannya produksi baik acara yang bersifat talkshow, maupun hiburan. Strategi yang dimaksud adalah Produser berusaha agar produksi tidak selalu dihentikan karena banyak kesalahan. Strategi lainnya yang diterapkan produser adalah *angel* pengambilan gambar pada saat *taping* program. *Angel* yang sering digunakan adalah *High Long Shot* dan *Ekstrim Close Up*. Di sini peran produser juga membantu *camera person* dalam proses pengambilan gambar. Lokasi *taping* program dilakukan di Gedung Intiland tower, kecuali program Mata najwa yang dilaksanakan digedung Trans7 yang juga disiarkan melalui Stasiun TV Trans7. Setelah proses *taping* selesai, proses *editing dan mixing* visual dan audio bisa dilakukan. *Editing* dilakukan untuk mengisi audio atau narasi sesuai dengan naskah talkshow yang akan disampaikan. Proses editing mixing yang dimaksud adalah *mengedit video audio dan mencampur dengan title atau audio/video baru*.

Record adalah merekam gambar-gambar yang telah disusun berdasarkan list gambar untuk ditransfer ke kaset, kaset yang digunakan DVC Pro. Setelah record, proses capture bisa dilakukan. Capture disini ialah pemindahan gambar yang sudah direcord tadi untuk ditransfer ke *hard disk* Komputer. Untuk proses visual memakan waktu yang cukup banyak. setiap gambar-gambar yang direkam semua hampir berdurasi 3-4 jam.

Strategi pada tahap pasca produksi atau editing, editor akan mengedit pada limabelas detik pertama adalah materi yang dianggap paling menarik agar viewer langsung tetap akan mengikutinya dan tidak memindahkan *channel*-nya dalam waktu tersebut. Di samping itu produser sendiri yang mengawasi editor dalam mengedit audio dan video hingga layak tayang. Dalam penganalisaan peneliti, editor dan produser harus memiliki komunikasi skill yang bagus pada saat proses editing. Upaya mendapat hasil produksi yang berkualitas. Editor harus mampu menjembatani apa yang diinginkan produser untuk membuat rekaman talkshow atau editan yang menarik untuk ditonton, sehingga jalannya program talkshow bisa secara runtut dan dimengerti penonton atau *viewer*.

Sedangkan strategi pengawasannya adalah dengan evaluasi. Dalam proses pengawasan dilakukan evaluasi bagi tim kerja *Narasi.tv* baik itu sendiri maupun dengan Produser. Sebagai contoh, bilamana ada petugas atau kerabat kerja yang mempunyai kepintaran di bidang riset, maka dia akan dimasukkan atau diplot/ditetapkan di tim pra produksi. Dari tim ini produser bisa menentukan benang merah apa yang menjadi produksi minggu ini. Secara umum strategi yang digunakan cukup berhasil karena terbukti mampu mencapai target rating yang ditetapkan yaitu berupa rating 1.5 dan share diatas 5.6, sedangkan catatan Najwa yang menonton di youtube rata-rata 300.000 viewer. Penayangan program talkshow ditayangkan oleh Stasiun televisi Trans7, khusus program Mata Najwa. Sedangkan *Narasi.tv* menayangkan melalui media sosial youtube. Semua strategi program *Narasi.tv*, dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Strategi Produksi Pesan Program *Narasi.Tv*

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, sebagaimana dikemukakan pada bagian terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dimulai dengan memilih materi selama sepekan. Materi tersebut kemudian diseleksi berdasarkan materi manakah yang menarik untuk diangkat.

Strateginya: menyeleksi materi-materi yang dianggap menarik atau isu yang lagi hangat untuk diangkat menjadi talkshow yang sesuai dengan keinginan dan berkaitan dengan kepentingan pemirsa dan Viewer

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Produser menentukan crew yang bakal ditunjuk dalam produksi Mata Najwa dan Catatan Najwa.

Strateginya: Disamping menentukan kerabat kerja yang terpilih. Produser menggunakan Najwa Shihab sebagai presenter atau moderator dalam acara Mata Najwa maupun Catatan Najwa, karena mempunyai karakter yang pas dan sesuai dengan nama mata acara tersebut, serta kejelian dalam pemilihan narasumber dan pembahasan awal talkshow.

3. Pengarahan (*Actuating*)

a. Produksi

Pembuatan *rundown, taping, editing mixing*.

Strategi: menempatkan materi yang dianggap lebih menarik untuk ditayangkan disegmen awal body video. Dan pengambilan *angel* gambar saat *taping* talkshow ialah *high long shot* dan *ekstrim close up*.

b. Pasca Produksi

Proses editing yang dilakukan editor.

Strategi: pertama produser sendiri yang mengawasi editor dalam mengedit *audio* dan *video* serta mixing agar layak tayang dan enak ditonton.

Kedua sewaktu editing dalam 15 detik pertama harus dibuat menarik karena penontonnya tidak hanya di perangkat penerima televisi tetapi juga dimedia sosial youtube, bila tidak menarik dilihat pemirsa dan viewer mereka langsung pindah kechannel lain.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan yaitu melakukan evaluasi.

Strategi: melakukan evaluasi yang dilakukan baik sendiri maupun dengan tim. Pembahasan evaluasi berupa apa saja yang menjadi kendala, hambatan, dan hasil program.

Dengan menerapkan strategi yang matang, hal tersebut dapat membuat Mata Najwa dapat bersaing dengan program talkshow di Stasiun TV lainnya. Saat ini saingan program acara televisi talkshow terberat program mata Najwa, adalah Indonesian Lawyer Club yang disiarkan setiap hari selasa malam oleh stasiun televisi TV ONE

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin (2007), *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana
- Cresionbrand (2011), *Menciptakan penjualan melalui Social Media*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Crosbie, Vin (2002), *What is new media?* USA: Peter Lang Publishing.
- Effendi, Onong Uchjana (2000), *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Flew, Terry (2003), *A New Media: An Introduction* USA. Oxford University Press.
- John, Vivian (2008), *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Kencana. Kriyantono Rachmat (2006), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Dennis (2005), *MassCommunication Theory*. Great Britain: The Alden Press.
- Poster, Mark (1995), *The Second Media Age*. USA: Polity Press.
- Suprpto, Tommy (2011), *Pengantar Ilmu Komunikasi : Dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Yogyakarta: CAPS
- Kompasiana. (2010). *Memahami istilah Media Baru.new-media*. diakses pada 8 Juni 2018, <kompasiana.com/2010/02/05/memahami-istilah-media-baru-new-media/>