

“ADAPTASI PRODUKSI AUDIO VIDEO DI MASA PANDEMIK COVID-19” (Studi Kasus Pada Ulang Tahun GTV Ke-18)

Winyono Iman Santoso dan Ahmad Mulyana

Universitas Mercu Buana
winyono.iman@gmail.com

Abstrak. Perusahaan produksi sangat bergantung kepada tingkat produksi dan program acara yang telah terkonfirmasi. Hal tersebut juga berlaku bagi program acara Ulang Tahun GTV ke-18. Bagi GTV perayaan ulang tahun bukanlah hanya sebagai ajang ceremonial semata, melainkan juga sebagai ajang unjuk gigi dan memperkuat eksistensi. Pandemi Corona Virus Disease (COVID-19) menjadi tantangan tersendiri dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Oleh karenanya, untuk tetap dapat melaksanakan program acara tersebut maka perlu dilakukan adaptasi dalam setiap tahapan produksi. Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana adaptasi produksi dalam pelaksanaan program acara pada masa Pandemi COVID-19, dan juga untuk menganalisis dan mengetahui strategi bisnis yang dijalankan oleh GTV dalam memenuhi komitmen bisnis intern dan ekstern. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, melalui analisis langsung terkait dengan kegiatan produksi program acara yang dilakukan dengan media baru dalam kondisi Pandemi COVID-19. Sedangkan obyek penelitian ini adalah program acara Ulang Tahun GTV ke-18. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penulis juga menambahkan data primer berupa wawancara dengan dua narasumber dalam profesinya masing-masing sebagai penanggung jawab acara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa GTV dapat melakukan adaptasi dengan cukup baik dengan menggunakan media komunikasi online serta menerapkan protokol kesehatan dalam setiap tahapan produksinya.

Kata kunci: Analisis Produksi, Program TV, Virus Corona, dan GTV

Abstract. The production company is very informative about the confirmed production rate and program. This also applies to GTV's 18th Anniversary program. For GTV, what is considered a birthday is not just a ceremony, but also an event to show off and test their existence. The Corona Virus Disease (COVID-19) pandemic is a challenge in implementing these activities. The Corona Virus Disease (COVID-19) pandemic is a challenge in implementing these activities. Therefore, in order for the program to continue to be implemented, adaptation must be carried out at every stage. The author's goal in this research is to analyze production analysis in program implementation during the COVID-19 Pandemic, as well as to analyze and see the strategies implemented by GTV in meeting internal and external business commitments. The author uses a qualitative descriptive research method, through direct analysis related to programs carried out with new media in the conditions of the COVID-19 pandemic. While the object of this research is the GTV 18th Anniversary program. The data analysis technique in this study is a descriptive method with a case study approach. The author also adds primary data in the form of interviews with two sources according to their respective professions as the person in charge of the event. The results of this study indicate that GTV can adapt quite well by using online communication media and implementing health protocols at each stage of its production.

Key words: Production Analysis, TV Program, Coronavirus, and GTV

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, hari ulang tahun adalah saat yang ditunggu-tunggu karena perayaan ulang tahun identik dengan pesta, kue dan hidangan yang lezat sebagai bentuk rasa bersyukur atas bertambahnya usia. Namun, dalam dunia pertelevisian (khususnya bagi GTV) makna perayaan ulang tahun tidak hanya sebatas pada pesta, ucapan selamat dan doa-doa. Akan tetapi, juga merupakan sebuah ajang untuk unjuk gigi, memperkuat eksistensi dan menyalurkan kepentingan bisnis. Oleh karena itu, perayaan ulang tahun merupakan sebuah hal yang sangat krusial bagi GTV. Selain sebagai bentuk rasa bersyukur, perayaan tersebut juga berfungsi untuk mempertegas bahwasanya sebagai anak bungsu GTV dapat bersaing, menyamai atau bahkan lebih baik daripada para kakak-kakaknya dalam MNC Group (RCTI & MNC TV).

Konsep Ulang Tahun GTV ke-18 sebenarnya sudah dibentuk tim produksi khusus, serta Manager dan Produser khusus yang menangani Acara Ulang Tahun tersebut. Sebagaimana tahun-tahun sebelumnya, tim tersebut ditunjuk oleh Direktur Produksi dalam jangka waktu H-8 bulan. Pada konsep sebelumnya, Ulang Tahun GTV akan dibuat di 3 tempat yang berbeda, dimana salah satu tempat panggung yang akan diadakan rencananya di salah satu kota besar di Indonesia. Sebab, seperti tahun-tahun sebelumnya rating pada saat acara ulang tahun dan antusiasme penonton juga cukup tinggi. Secara faktual, rata-rata rating share GTV mendapatkan 1,3% share rating untuk setiap tahun Acara Ulang Tahun, dan ini merupakan prestasi tersendiri yang berdasarkan perspektif manajemen patut untuk dipertahankan.

Akan tetapi, rencana untuk mengadakan Event Ulang Tahun secara live di 3 panggung yang berbeda harus pupus pada bulan Agustus 2020, di mana Board of Directors, memerintahkan kepada manajer pelaksana ulang tahun GTV untuk merubah konsep ulang tahun karena adanya Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Selain itu, prosedur kesehatan juga harus diterapkan secara merata, karena pada setiap program dan standard operation procedure sebelumnya, belum secara baku diterapkan. Pada saat ulang tahun GTV inilah, protokol kesehatan benar-benar diterapkan, karena selama bulan Maret hingga September, program acara dikurangi, dan banyak diantaranya dibatalkan maupun diundur, sehingga moment ulang tahun GTV inilah yang menjadi titik awal penerapan protokol kesehatan secara ketat di GTV.

Kemudian, pada perisapan akhir di penghujung bulan september. Tim produksi khusus ulang tahun ke-18 GTV diwajibkan untuk mengikuti tes Polymerase Chain Reaction (PCR), dan dari keseluruhan tim produksi yang mengikuti PCR tersebut, yang berjumlah 86 orang, 40 orang diantaranya dinyatakan positif COVID-19. Oleh karena itu, sebagian ada yang menjalani isolasi mandiri, dilarikan ke rumah sakit rujukan COVID-19 dan isolasi di Wisma Atlet. Dikarenakan kejadian tersebut, sebagai sebuah perusahaan televisi GTV sangatlah terpukul, karena banyaknya karyawan yang harus terbaring sakit maupun absen dari kantor di tengah perhelatan akbar perusahaan televisi itu sendiri.

Berdasarkan situasi tersebut, Penulis memutuskan untuk menjadikan Ulang Tahun GTV ke-18 sebagai objek penelitian. Sebab, Penulis ingin menganalisis dan mengkaji terkait bagaimana adaptasi produksi yang harus dilakukan tim produksi GTV pada Ulang Tahun GTV ke-18 tersebut. Selain itu, penulis juga ingin menganalisis terkait bagaimanakah strategi bisnis yang dijalankan oleh GTV dalam memenuhi komitmen bisnis intern dan ekstern, karena pertimbangan sudah adanya sponsor yang masuk jauh-jauh hari, penonton setia yang menunggu tayangnya acara Ulang Tahun GTV ke-18 tersebut, dan secara intern, untuk tidak mengecewakan MNC Group.

KAJIAN TEORI

Pengertian Adaptasi. Soerjono Soekanto memberikan beberapa batasan terkait dengan pengertian dari adaptasi, yakni :

1. Proses mengatasi halangan-halangan dari lingkungan.
2. Penyesuaian terhadap norma-norma untuk menyalurkan Proses perubahan untuk menyesuaikan dengan situasi yang berubah.
3. Mengubah agar sesuai dengan kondisi yang diciptakan.
4. Memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk kepentingan lingkungan dan sistem.
5. Penyesuaian budaya dan aspek lainnya sebagai hasil seleksi alamiah. (Soekanto, 2009).

Macam-Macam Adaptasi. Aquari Mustikawati, dalam bukunya yang berjudul *Adaptasi Lingkungan Masyarakat Pendatang Dalam Cerita Rakyat Bontang Ecologic Adaptation Of Immigrant In Bontang's Folktales* menyatakan bahwa terdapat macam-macam adaptasi sebagaimana berikut:

- a. Adaptasi Bentuk Tubuh (Morfologi) adalah penyesuaian diri makhluk hidup dengan ditandai adanya bentuk tertentu dari bagian tubuh makhluk hidup agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Lingkungan hidup yang berbeda menyebabkan adaptasi morfologi yang berbeda pula;
- b. Adaptasi Perilaku adalah kegiatan atau tingkah laku yang menyesuaikan dengan kondisi lingkungan untuk membantunya bertahan hidup;
- c. Adaptasi Lingkungan/Geografi adalah kegiatan menyesuaikan dengan tempat dan lingkungan yang baru, contohnya adalah adaptasi masyarakat transmigrasi, yang berpindah tempat tinggalnya ke daerah baru, sehingga harus beradaptasi dengan lingkungan yang berbeda dari tempat tinggal sebelumnya;
- d. Adaptasi Lingkungan Sosial Kemasyarakatan adalah adaptasi terhadap perubahan lingkungan yang berakibat pada unsur sosial kemasyarakatan, contoh adaptasi sebuah desa dalam menghadapi bencana banjir, yang merubah lingkungan dan menimbulkan adanya adaptasi sosial dalam masyarakat itu sendiri;
- e. Adaptasi Lingkungan Budaya Religi/Kepercayaan (Mustikawati, 2018).

Pengertian Komunikasi Organisasi. Pengertian dari komunikasi organisasi menurut para ahli adalah:

- a. Menurut Everet M. Rogers, komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang mapan dari orang-orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan tugas (Abadin, 2015:66).
- b. Menurut Robert Bonnington, komunikasi organisasi adalah sarana ketika manajemen mengkoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang (Abadin, 2015:66).
- c. Menurut Effendy, komunikasi organisasi adalah komunikasi yang dilakukan pimpinan, baik dengan para karyawan maupun dengan khalayak yang ada kaitannya dengan organisasi, dalam rangka pembinaan kerjasama yang serasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi (Abadin, 2015:66).

MACAM-MACAM KOMUNIKASI ORGANISASI

Berikut adalah macam-macam Komunikasi Organisasi berdasarkan teorinya:

Teori Struktural Klasik/Organisasi Klasik/Tradisional. Dalam teori ini, organisasi digambarkan sebagai lembaga yang tersentralisasi dengan tugas-tugasnya yang terspesialisasi juga memberikan petunjuk mekanistik structural yang kaku sehingga tidak kreatif, monoton dan tanpa inovatif.

Teori Neoklasik/Hubungan Manusiawi (Elton Mayo). Muncul karena adanya ketidakpuasan terhadap teori klasik. Teori ini beracuan pada "Pentingnya aspek psikologis dan sosial karyawan sebagai individu ataupun kelompok kerja."

Teori Fusi (Bakke & Argyris). Berpijak pada pendapat bahwa kepuasan minat manusia yang berbeda-beda dalam suatu birokrasi, maka Bakke pada tahun 1950 telah menyarankan adanya proses fusi. Dia mengatakan bahwa organisasi, hingga suatu tahap tertentu, mempengaruhi individu, dan sebaliknya individu memberikan pengaruh pada organisasi yang menyebabkan adanya pegawai dengan jabatan nampak unik dan berbeda dengan ciri khasnya masing-masing. Sehingga membuat setiap individu dan jabatan dapat dimodifikasi sesuai dengan minat dan bakat khusus individu.

Teori Peniti Penyambung (Likert). Teori ini menggambarkan struktur organisasi yang berkaitan dengan beberapa kelompok yang saling tumpang tindih. Dalam teori ini terdapat penyelia adalah anggota dari dua kelompok yaitu pemimpin unit rendah dan tinggi, yang berfungsi sebagai peniti penyambung alias mengikat kelompok kerja yang satu dengan yang lainnya pada tingkat berikutnya. Pada teori ini lebih mengacu pada struktur ke atas daripada struktur ke bawah, komunikasi, pengawasan, dan pencapaian tujuan semua diarahkan ke atas.

Teori Komunikasi Kewenangan (Chester Barnard). Teori ini berfokus pada sumber kewenangan dari pemerintah dalam menjalankan proses hukum publik maupun pribadi. Teori ini dikembangkan oleh Chester Barnard, ditambahkan oleh Indroharto, bahwa terdapat tiga macam kewenangan yang bersumber dari perundang-undangan kewenangan di antaranya adalah atribusi, delegasi, dan mandat. Atribusi merupakan pemberian kewenangan oleh pembuat undang-undang sendiri kepada suatu organ pemerintahan, baik yang sudah maupun yang masih baru. Delegasi merupakan penyerahan wewenang yang dimiliki oleh organ pemerintahan kepada organ yang lain. Sedangkan mandat merupakan suatu pelimpahan wewenang kepada bawahan dari atasan.

Teori Sistem (David Easton). Unsur yang banyak dalam sebuah kesatuan berada dalam keterkaitan yang mengikat dan fungsional. Masing-masing individu saling membantu satu sama lain, hingga ketotalitasannya unit dapat terjaga utuh eksistensinya. Hal ini merupakan pandangan dari segi bentuknya. Sistem adalah suatu model yang menjelaskan hubungan tertentu antara sub-sub sistem dengan sistem sebagai suatu unit (David Easton, 1984:59).

Alur Komunikasi. Dalam alur komunikasi terdapat dua arah yaitu komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah dan komunikasi horizontal. Berkaitan dengan penelitian ini, maka fokus adalah komunikasi ke bawah dan komunikasi horizontal, yaitu komunikasi antar sesama tim produksi yang berbeda bagian dan tanggung jawab.

Komunikasi ke bawah: Menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau pimpinan kepada bawahannya. Komunikasi ini menunjukkan bahwa dalam suatu organisasi berarti informasi tersebut mengalir dari jabatan berotoritas tinggi kepada mereka yang berotoritas rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen kepada para pegawai, namun dalam organisasi kebanyakan hubungan ada pada kelompok manajemen (Davis, 1967).

Komunikasi Horizontal. Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas dan pesan kemanusiaan, seperti koordinasi, mencari pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling membantu dalam memberikan informasi.

Penayangan Digitalisasi. Dari tahapan pra-produksi, pertemuan dan diskusi harus dilakukan secara virtual, sehingga bentuk komunikasi yang terjadi menggunakan teknologi media baru,

dan umumnya di Indonesia adalah penggunaan aplikasi zoom dan google meet. Diskusi untuk pengembangan ide, dan perancangan awal suatu program harus dilakukan melalui zoom meeting. Dan khusus untuk objek penelitian Ulang Tahun GTV ke-18, penayangannya pun tidak hanya melalui siaran TV tapi feed dari website, youtube dan media sosial, karena tidak ada penonton yang hadir, dan konsep acara tidak secara penuh disiarkan langsung. Aplikasi RCTI+ sudah tersedia dan dapat diunduh bagi semua pengguna ponsel, karena menurut pengamatan, apabila ada acara baru yang ditayangkan secara live melalui RCTI+ hanya dalam hitungan 1-2 hari bisa mencapai 10.000 viewers lebih.

Hal ini merupakan strategi korporasi, karena sadar akan banyaknya penonton di platform digital menurut berbagai sumber informasi dalam website websindo (Websindo, <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>, diakses 2020). Dalam hal ini, Penulis akan menjelaskan lebih lanjut mengenai platform digital sebagai bagian dari strategi bisnis GTV dalam bab selanjutnya.

METODE

Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005). Perbedaannya dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian ini berangkat dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas dan berakhir dengan sebuah teori. Dan menurut Moleong (2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Penelitian jenis kualitatif disebut juga penelitian naturalistik, metode fenomenologis, metode impresionistik, dan metode post positivistic. Adapun karakteristik penelitian jenis ini adalah sebagai berikut Sudjana et.al (2001:6-7), antara lain:

- a) Menggunakan pola berpikir induktif (empiris-rasional atau bottom-up).
- b) Metode kualitatif sering digunakan untuk menghasilkan grounded theory, yaitu teori yang timbul dari data bukan dari hipotesis seperti dalam metode kuantitatif. Atas dasar itu penelitian bersifat generating theory, sehingga teori yang dihasilkan berupa teori substansif.
- c) Perspektif emic/partisipan sangat diutamakan dan dihargai tinggi. Minat peneliti banyak tercurah pada bagaimana persepsi dan makna menurut sudut pandang partisipan yang diteliti, sehingga bias menemukan apa yang disebut sebagai fakta fenomenologis.
- d) Penelitian jenis kualitatif tidak menggunakan rancangan penelitian yang baku. Rancangan penelitian berkembang selama proses penelitian.
- e) Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami, mencari makna di balik data, untuk menemukan kebenaran, baik kebenaran empiris sensual, empiris logis, dan empiris logis.
- f) Subjek yang diteliti, data yang dikumpulkan, sumber data yang dibutuhkan, dan alat pengumpul data bisa berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan.
- g) Pengumpulan data dilakukan atas dasar prinsip fenomenologis, yaitu dengan memahami secara mendalam gejala atau fenomena yang dihadapi.
- h) Peneliti berfungsi pula sebagai alat pengumpul data sehingga keberadaannya tidak terpisahkan dengan apa yang diteliti.
- i) Analisis data dapat dilakukan selama penelitian sedang dan telah berlangsung.
- j) Hasil penelitian berupa deskripsi dan interpretasi dalam konteks waktu serta situasi tertentu.

Dengan menggunakan metode penelitian studi kasus diharapkan agar mendapatkan penjelasan secara menyeluruh tentang bagaimana adaptasi tim produksi dalam memproduksi sebuah program acara di masa Pandemi COVID-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab 4 ini, Penulis akan menjabarkan secara terperinci mengenai adaptasi yang dilakukan pada tahapan pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Struktur organisasi tim produksi adalah sebagai berikut, seperti yang terlihat dalam credit title sebuah acara televisi, karena tim produksi tidak berbeda banyak untuk di televisi atau di produksi sebuah acara, hanya produksi program acara non-televisi, tim produksinya lebih ramping, dan tanpa tim programmer dan penyunting.

Dalam keadaan normal, General Manager sudah membuat sebuah tim paling lama 10 (sepuluh) bulan sebelum acara tersebut dapat tayang di televisi. Dalam kurun waktu sepuluh bulan tersebut, akan dibuat konsep acara oleh Tim Kreatif, dan akan dipresentasikan ke jajaran Direksi untuk persetujuan, karena, menyangkut pembiayaan produksi acara tersebut, khusus untuk acara Ulang Tahun GTV, konsep harus sesuai dengan trend terbaru, yang dapat menarik minat penonton tapi juga konsep yang dipilih oleh Direksi, karena khusus untuk acara Ulang Tahun merupakan acara penting yang menunjukkan ego dan eksistensi sebuah stasiun televisi, karenanya harus ada unsur kemegahan dari tampilan konsep yang menunjukkan persaingan internal antara stasiun televisi di Indonesia.

Dalam tahapan Pra-Produksi yang beradaptasi dengan kondisi Pandemi COVID-19, harus melaksanakan perubahan-perubahan tertentu khususnya di belakang panggung, dan untuk serangkaian meeting Pra-Produksi dilaksanakan secara virtual, dan meeting dilakukan per item acara. Yang dimaksud dengan Item adalah penampilan talent di layar televisi.

Lebih detail dari segmen acara yang biasa dikenal umum. Pembahasan item acara dilakukan berantai dengan tim utama yang harus mengikuti meeting tersebut terus menerus adalah Manager, Executive Produser, Produser, Head Kreatif, Asisten Produser, Asisten Produksi, Direktur, Floor Director. Dalam meeting, dibahas mengenai konsep acara, pemilihan set, karakter lighting, pengisi acara, dan apa yang sedang trend yang dapat menarik minat penonton, dan mengenai hal ini dapat berubah secara drastis, dengan adanya hal viral baru yang bisa di masukkan ke dalam acara.

Dalam adaptasi karena Pandemi COVID-19, semua anggota tim merampingkan timnya, bahkan terjadi pada saat di bulan ke-6 Pandemi COVID-19 semua karyawan kontrak tidak lagi diperpanjang kontraknya, sehingga hampir 100 (seratus) karyawan kontrak tidak melanjutkan kerjanya dengan GTV, dan beberapa program yang sebelumnya sudah ditentukan waktu produksinya harus mundur. Yang biasanya, tim penuh sebanyak 30 (tiga puluh) orang dalam satu ruangan, sekarang hanya diwakili oleh masing-masing tim paling banyak 2-3 orang, dan sisanya mengikuti lewat zoom meeting atau google meet. Program televisi yang memiliki tayangan berjalan paling berdampak, karena semua kru, harus minimal melakukan Rapid Tes, dan selama masa Pandemi COVID-19 banyak sekali melakukan pergantian anggota tim karena beberapa kru yang terkena positif COVID-19.

Sedangkan untuk acara di luar televisi, pemeriksaan secara Rapid, Swab Antigen maupun PCR menjadi suatu keharusan suatu vendor dalam melakukan penawaran kepada klien, sehingga biaya yang dibebankan ke klien adalah termasuk pemeriksaan kesehatan semua anggota kru minimal 3 hari sebelum pelaksanaan acara, dan memastikan semua prosedur kesehatan dilaksanakan di tempat acara. Karena untuk suatu acara independen harus melaporkan kegiatan tersebut kepada Satgas COVID-19 setempat, dan harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu, selain persetujuan kapolsek setempat.

Dan dalam pelaksanaan acara, pastinya akan di observasi oleh Satgas COVID-19 yang mengawasi pada saat acara berlangsung, sehingga prokes masih terus dipatuhi, karena pada saat pelaksanaan acara, tanggung jawab yang paling berat adalah apabila pelaksanaan acara tersebut menjadi cluster penyebaran COVID-19, penyelenggara acara akan bertanggung jawab secara moral dan biaya untuk seluruh kru yang terkena COVID-19.

Sehingga tanggung jawab penyelenggara acara menjadi sangat besar, maka pada awal-

awal masa Pandemi COVID-19 hampir tidak ada acara yang terselenggara karena biaya tambahan yang sangat terasa perbedaannya dari sebelum masa Pandemi COVID-19. Namun setelah berjalan tiga bulan, ekonomi kembali bergerak tapi berjalan lambat, dan beberapa perusahaan mulai menyelenggarakan kembali program acara, dimulai dari Acara Seminar dan Pelatihan Nasional oleh Bank Indonesia. Karena bersifat nasional dan dalam jangka yang lama, maka persiapan dibuat dengan benar-benar terperinci, hingga pengecekan Rapid tes dilakukan dua kali, karena rentang waktu kerja lebih dari 14 hari, dan gladi resik dilakukan 3 hari sebelum acara dimulai, faceshield dan masker dibagikan secara gratis, akses terhadap disinfektan dan hand sanitizer terbuka untuk semua orang, dan dibuat dengan sistem tanpa sentuhan.

Adaptasi Terhadap Alur Komunikasi . Komunikasi organisasi yang dilakukan adalah dengan tahapan pertemuan melalui aplikasi zoom meeting yang telah dijadwalkan oleh Production Assistant, yang kemudian akan membuat whatsapp grup, dimana semua orang yang terlibat akan menjadi anggota grup tersebut, semua materi akan lebih dahulu dibagikan dalam grup, sehingga mengenai tanggung jawab masing-masing dalam tahapan produksi nanti.

Tabel 1. Adaptasi Terhadap Alur Komunikasi

Produksi Dalam Keadaan Normal	Produksi di Masa Pandemi COVID-19
<p style="text-align: center;">Pra-Produksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Planning Meeting</i> Pembuatan <i>Master Rundown, Operational Rundown</i>, Penulisan Skrip, Tim kerja, Jadwal, Anggaran, Menghubungi Artis pengisi acara Dilaksanakan secara intens dengan rangkaian pertemuan dan persiapan di kantor. • <i>Desain Dekorasi atau Backdrop</i> Pertemuan Produksi, Pertemuan Teknis, dilakukan di sela-sela shooting program acara lain, pada jam kerja. Dan untuk desain dekorasi pada set studio, dilakukan pada studio permanen. Khusus untuk Ulang Tahun GTV, biasanya menggunakan minimal 3 set studio, perpaduan indoor dan outdoor, tidak termasuk set untuk promosi. <p style="text-align: center;">Gladi Resik</p> <p><i>Run blocking</i>, latihan yang dilakukan biasanya di venue 2 atau 3 hari sebelum pelaksanaan <i>shooting live</i>, artis - artis pengisi acara serta para dancer, sekalian pengepasan pakaian atau kostum yang sudah ditentukan oleh pihak penyelenggara. Memastikan kesiapan set serta alat - alat yang akan digunakan dalam acara live tersebut. seperti <i>lighting, audio</i>, kamera,</p>	<p style="text-align: center;">Pra-Produksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Planning Meeting</i> <i>Program Rundown</i> Dibuat dengan miting on line Dilakukan hanya beberapa orang saja Melalui proses komunikasi via handphone, pada masa Pandemi, posisi <i>Production Assistant</i>, memiliki lebih banyak tanggung jawab, karena persiapan <i>rundown</i> harus disiapkan jauh hari sebelum pertemuan <i>offline</i>. Desain dekorasi berpindah-pindah studio, karena setiap pemakaian studio, setelah selesai harus di semprot disinfektan, sehingga tidak ada istilah studio permanen, walaupun MNC group memiliki 12 studio, tetap berpindah-pindah set. Untuk Ulang Tahun GTV kali ini, digunakan 3 set studio indoor, dan tidak adanya set penonton, karena semua disiarkan secara langsung, melalui teletrial maupun online. <p style="text-align: center;">Gladi Resik</p> <p>dimasa pandemi ini agak sulit melakukan kebiasaan seperti keadaan normal, banyak para pengisi acara tidak bisa melakukan proses bloking ataupun latihan yang sudah dijadwalkan oleh pihak penyelenggara, prosedur covid harus dijalankan dengan tidak boleh banyaknya kumpulan manusia di dalam suatu ruangan yang memakai ac sentral dan tentunya di dalam studio yang begitu banyak aktifitas persiapan yang</p>

<p><i>broadcast</i> sistem, FOH, dan lain sebagainya. <i>Kroscek crew</i> dari hal skala kecil sampai skala yang paling besar.</p>	<p>dilakukan oleh <i>crew</i> yang lain. Pada kesempatan ini, teman-teman produksi terutama kreatif dan program director harus menggunakan aplikasi <i>zoom</i> untuk memberikan pengarahan kepada teman-teman pengisi acara secara virtual.</p>
<p style="text-align: center;">Produksi</p> <p>Set studio maksimal 3, dan terbagi juga studio mini untuk set promosi. Dan biasanya disediakan set untuk penonton di luar yang ditambahkan dengan set panggung luar untuk pengisi acara pilihan. <i>Video Taping (VT)</i>, hanya untuk produk sponsor, bumper in dan out.</p>	<p style="text-align: center;">Produksi</p> <p>Set studio yang dipakai lebih banyak agar kru tidak berkumpul di satu tempat, dan adanya lebih banyak <i>Video Taping (VT)</i>, biasanya VT hanya digunakan untuk produk sponsor, namun dalam Ulang Tahun GTV kali ini, VT digunakan untuk beberapa pengisi acara yang dilaksanakan di luar studio.</p>

Perbedaan utama komunikasi yang terjadi sebelum dengan saat terjadinya pandemi pada kegiatan pra-produksi dan gladi resik adalah alur komunikasi yang mana sebelumnya dilakukan secara offline menjadi lebih sering komunikasi melalui online dengan media handponem ataupun aplikasi zoom. Sedangkan dalam tahap kegiatan produksi adaptasi yang dilakukan adalah menyesuaikan dengan protokol kesehatan seperti set studio yang dipakai lebih banyak agar kru tidak berkumpul di satu tempat, dan adanya lebih banyak Video Taping (VT), biasanya VT hanya digunakan untuk produk sponsor, namun dalam Ulang Tahun GTV kali ini, VT digunakan untuk beberapa pengisi acara yang dilaksanakan di luar studio.

Strategi Bisnis. Dalam penelitian ini, penulis membagi strategi bisnis menjadi dua, yaitu sebagaimana berikut:

Digitalisasi Penyiaran. Dalam masa Pandemi COVID-19, tentunya media televisi dan media sosial adalah pelipur lara bagi penduduk di manapun, khususnya di Indonesia, karena itu penayangan sebuah program acara secara live di televisi bukan merupakan hal baru, namun penayangan di media sosial seperti Youtube channel dan Instagram Live merupakan sesuatu yang disebut media baru. Namun disertai dengan sistem sekolah online yang diterapkan untuk pelajar di seluruh Indonesia

Hal ini pula yang diketahui oleh para penyelenggara acara yang menyelenggarakan program acara di dalam ataupun di luar siaran televisi, bahwa merupakan suatu momentum penting untuk juga disiarkan secara langsung di aplikasi media sosial. Sehingga terdapat satu perbedaan yang signifikan di dalam pelaksanaan produksi pada masa Pandemi COVID-19, yaitu penyiarannya harus selalu di rekam dan disiarkan secara langsung dalam aplikasi media sosial maupun Youtube. Biasanya treatment ini di dalam prakteknya disebut live streaming, mulai dari perangkat dan tenaga kerja khusus dikerahkan untuk menyiarkan acaranya secara live streaming, Tentunya, diperlukan trial and error dalam menyiapkan semua yang diperlukan agar sebuah acara siap untuk melaksanakan live streaming, kecuali untuk stasiun televisi karena sudah sering melakukan hal ini.

Perbedaan mengenai live streaming di stasiun televisi, adalah biasanya mereka memberikan jeda waktu untuk menyiarkan suatu acara, namun dengan adanya beberapa aplikasi yang berhubungan langsung dengan stasiun televisi, seperti vidio, website live streaming, dan lainnya, namun semenjak masa Pandemi COVID-19, semua siaran langsung disiarkan secara langsung melalui semua media, khususnya media baru tidak ada jeda, sehingga semua secara langsung, dalam hal ini termasuk Ulang Tahun GTV ke-18. Tahun sebelumnya, membutuhkan waktu kurang lebih 2 minggu, baru acara Ulang Tahun GTV ditayangkan di media sosial, dan media lain, namun selama masa Pandemi COVID-19 hanya membutuhkan waktu 1x24 untuk

tayang langsung, terkadang secara langsung disiarkan pada saat acara berlangsung.

Penggunaan media baru yang intens membuat tim produksi harus membuat tim kecil khusus yaitu tim live streaming, yang terdiri dari pemimpin teknis, operator v-mix, anggota teknis dan runner. Tim kecil ini sengaja dibentuk agar penyelenggara acara siap apabila klien mewajibkan fitur live streaming yang memang sedang dipakai sebagai platform utama dalam penyiaran acara. Sebelum Pandemi COVID-19 yang dipersiapkan adalah acara off-air, sedangkan dalam masa Pandemi COVID-19 juga harus mempersiapkan tim on-air, harus dibedakan karena pengetahuan mengenai hardware dan software yang berbeda, antara off-air dengan on-air, maka diperlukan tim terpisah.

Adaptasi terhadap prosedur kesehatan dalam masa pandemi COVID-19. Prosedur kesehatan dalam masa Pandemi COVID-19 untuk penyelenggaraan program acara adalah dengan melaksanakan minimal Rapid Test, yaitu tes dengan pengambilan darah untuk menentukan apakah reaktif terhadap flu Covid. Tes tersebut harus dilaksanakan paling lambat 4 hari sebelum pelaksanaan program acara, dan pada saat program acara berlangsung, diwajibkan adanya pendampingan dokter, membawa alat tes Rapid dan tabung oksigen besar. Dengan pelaksanaan Rapid tes pada semua kru dan adanya pendampingan dokter, memberikan efek yang cukup besar dalam budget, juga termasuk pengadaan cairan antiseptik, semprotan disinfektan, dan tempat cuci tangan yang mampu diakses pada saat masuk ke dalam tempat acara. Standard Operation Procedure (SOP) ditentukan oleh manajemen atas, agar dapat dipatuhi oleh semua karyawan, dari pengecekan suhu tubuh bagi siapapun yang datang ke gedung, dan pengecekan berkala dengan Swab Antigen kepada semua kru dan pengisi acara.

Pembahasan. Adaptasi produksi dalam masa Pandemi COVID-19, merupakan hal yang sangat mempengaruhi beberapa segi dalam produksi. Menurut narasumber Pak Benny Sudrajat, hingga dari pengurangan jumlah kru untuk berkumpul di kantor mempengaruhi juga efektifitas tim produksi dalam melaksanakan suatu program acara, sehingga apabila ada program acara besar seperti Ulang Tahun GTV, maka penunjukkan tim dan pembagian set studio merupakan hal baru alias adaptasi yang harus dilakukan, konsep sebelumnya adalah set dibuat menjadi 3 set studio dan semua disiarkan langsung, namun karena Pandemi COVID-19 beberapa segmen di buat taping, dan mayoritas langsung. Rundown juga mengalami adaptasi penayangan, sehingga dibuat segmen-segmen yang berbeda dari sebelumnya.

Berkaitan juga dengan kesehatan para kru, sehingga setiap personil tim inti harus memiliki personil cadangan, sehingga apabila ada yang jatuh sakit, bisa langsung digantikan. Jika dibandingkan dengan pelaksanaan sebelumnya, sebelum masa Pandemi COVID-19 biasanya tidak dibuatkan daftar cadangan, hanya daftar stand-by. Hal tersebut bertujuan sebagai antisipasi bilamana adanya petugas yang berhalangan atau ijin (khususnya karena terinfeksi/terdampak COVID-19) sehingga dapat digantikan.

Adaptasi Produksi Dalam Pelaksanaan Program Acara Ulang Tahun Gtv Ke-18 Di Masa Pandemi Covid-19. Adaptasi produksi lebih berat ke bagian pra produksi, seperti harus dilakukannya pengurangan kru, dan dibatasinya jumlah personil dalam satu ruangan, penyediaan perlengkapan prosedur kesehatan COVID-19 dan pemeriksaan kesehatan berkala terhadap semua karyawan dan kru yang bertugas, sehingga apabila ada yang terkena COVID-19 dapat segera ditindaklanjuti dan dapat ditelusuri tim yang menjadi kluster penyebarannya.

Lebih lanjut, bilamana adaptasi produksi dalam pelaksanaan program acara Ulang Tahun GTV ke-18 di masa Pandemi COVID-19 dikaitkan dengan pendapat ahli, maka sejatinya kegiatan tersebut selaras dengan pernyataan Soerjono Soekanto yang memberikan batasan adaptasi sebagaimana berikut:

Adaptasi sebagai proses mengatasi halangan-halangan dari lingkungan. Dalam kasus ini,

halangan terbesar dalam pelaksanaan program acara Ulang Tahun GTV ke-18 adalah adanya virus corona yang penyebarannya sangat cepat dan gejalanya seperti flu pada umumnya sehingga membuat orang-orang tidak sadar bahwa telah terinfeksi ataupun menularkan pada orang lain. Solusi untuk mengatasi halangan tersebut adalah penyesuaian model komunikasi dari tatap muka secara langsung menjadi lebih menitikberatkan komunikasi secara online baik itu dalam tahapan pra-produksi, gladi resik ataupun tahapan produksi.

Adaptasi dengan menyesuaikan norma-norma untuk menyalurkan. Dalam konteks ini, penyesuaian norma lebih mengarah ke kesehatan seperti menggunakan masker dan mencuci tangan, yang sebelumnya merupakan sebuah paksaan sekarang menjadi norma baru di masyarakat (namun, masih untuk beberapa golongan tertentu).

Adaptasi sebagai proses perubahan untuk menyesuaikan dengan situasi yang berubah. Adanya perubahan situasi yang disebabkan oleh COVID-19 menyebabkan pelaksanaan program acara Ulang Tahun GTV ke-18 harus dilakukan penyesuaian khususnya dalam berkomunikasi (offline ke online) ataupun penerapan protokol kesehatan dalam pertemuan tatap muka khususnya pada tahapan produksi program.

Adaptasi untuk mengubah agar sesuai dengan kondisi yang diciptakan. Titik berat dalam batasan adaptasi ini adalah dengan mengubah alur komunikasi ataupun tahapan produksi.

Memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk kepentingan lingkungan dan sistem. Sumber yang dimanfaatkan dalam kasus ini adalah kreativitas untuk mewujudkan apa yang telah direncanakan untuk menjadi kenyataan. Selain itu, sumber lainnya adalah budgeting atau keuangan. Dikarenakan setiap protokol kesehatan diterapkan khususnya swab antigen sejatinya telah mengakibatkan berkurangnya anggaran yang berasal dari sumber (keuangan) yang pada kenyataannya terbatas (Soekanto, 2009).

Strategi Bisnis Manajemen Gtv Dalam Memenuhi Komitmen Bisnis Intern Dan Ekstern. Strategi komunikasi sangat berperan besar, namun tidak mengalami adaptasi dalam masa Pandemi COVID-19, hanya cara komunikasi yang berubah, karena meeting pembahasan teknis yang biasa dilaksanakan di kantor dan dalam jumlah besar, dirubah menjadi online, dan tim-tim kecil yang bertemu langsung untuk pembahasan di kantor, karena prosentase jumlah karyawan hanya 50% (lima puluh persen) yang boleh langsung hadir di kantor sedang sisanya work from home.

Menurut salah satu narasumber, adaptasi yang paling terasa adalah koordinasi virtual yang harus dilaksanakan, dan kepentingan dalam menjaga higienitas kru, dalam batasan menjaga kesehatan dan kebersihan semua kru tidaklah mudah karena otomatis semua kru harus berpindah tempat beberapa kali dalam sehari, dan bertemu banyak orang, hal ini yang agak sulit dilakukan di lapangan. Dalam hal pelaksanaan acaranya, karena selama masa Pandemi COVID-19, operasional kantor pun dibatasi, sehingga tidak bisa maksimal seperti sebelum masa Pandemi COVID-19, maka pengurangan-pengurangan ini akan membebani pihak pengusaha. Karena tidak diperbolehkannya kerumunan, maka jalan keluar adalah agar acara tersebut dibuatkan tayangan Digitalisasi Event, hal ini mengakibatkan perusahaan penyelenggara acara harus menyediakan peralatan dan tim khusus yang dapat melaksanakan penayangan digitalisasi event.

Bilamana kasus ini ditelaah dengan beberapa teori komunikasi organisasi, berdasarkan pendapat penulis teori yang selaras dengan pelaksanaan program acara ini adalah teori neoklasik/humanis yang diejawantahkan oleh Elton Mayo. Teori tersebut adalah teori yang mengakomodir kepentingan psikologis dan sosial bagi karyawan baik itu sebagai individu atau kelompok kerja. Kenapa bisa selaras? Dikarenakan dalam praktik komunikasi organisasi dalam

produksi program acara ini pemimpin tidak semena-mena, tidak kaku atau monoton seperti teori komunikasi organisasi klasik yang kurang mengakomodir kreativitas atau inovasi.

Mekanisme komunikasi organisasi dalam pelaksanaan program acara Ulang Tahun GTV ke-18 dalam masa pandemi COVID-19 adalah dengan menggunakan media online seperti Whats App dan Zoom, yang dimana dalam pelaksanaan komunikasinya meski secara organisasi memiliki struktural jabatan dan hierarki masing-masing. Namun, untuk komunikasi organisasi dalam konteks realisasi program acara yang diterapkan adalah komunikasi yang bersifat egaliter (semua orang berkedudukan sama), sehingga diskusi dapat berjalan dengan lebih terbuka, flexibel, dan membuahkan hasil yang lebih solutif.

PENUTUP

Kesimpulan. Berdasarkan uraian pembahasan di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagaimana berikut:

Adaptasi produksi di tahapan pra-produksi, produksi dan pasca produksi adalah merupakan, adaptasi produksi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara acara, adaptasi perilaku yang didorong oleh keadaan, dengan adanya adaptasi di keempat unsur dan tahapan produksi tersebut. Perilaku penyelenggara acara atau pelaku usaha melakukan adaptasi agar dapat menjalankan suatu program acara dapat dilaksanakan dengan lancar tanpa melanggar protokol kesehatan di masa Pandemi COVID-19. Dikaitkan dengan teori adaptasi pada Bab II, maka yang paling sesuai adalah adaptasi sosial budaya.

Sesuai dengan pokok permasalahan mengenai bagaimana adaptasi produksi dalam pelaksanaan program acara di masa Pandemi COVID-19, dapat disimpulkan bahwa bagian produksi yang terdampak harus melakukan adaptasi dalam masa Pandemi COVID-19 adalah bagian pra-produksi, karena persiapan lebih dan banyak pertemuan yang berubah menjadi online. Dan sesuai dengan informasi dari narasumber, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi organisasi berperan besar dalam semua tahapan produksi, dan tidak adanya perubahan mencolok dalam komunikasi organisasi yang digunakan sebelum dan dalam masa Pandemi COVID-19. Sedangkan peran media baru sebagai media penyiaran program acara yang disiarkan secara langsung maupun tidak langsung berperan besar, karena dalam masa Penjarakan Sosial Berskala Besar (PSBB), maka masyarakat dianjurkan untuk tetap di dalam rumah apabila tidak ada keperluan mendesak, sehingga hiburan kala harus tetap dirumah bergeser ke media sosial dan online, hingga penayangan Ulang Tahun GTV juga secara langsung dapat dinikmati di media online bukan hanya di televisi.

Secara garis besar, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan adalah bahwa penelitian ini adalah termasuk studi kasus instrisik karena yang dipelajari adalah adaptasi produksi dalam tim produksi Ulang Tahun GTV, dan adaptasi yang dilakukan oleh tim produksi adalah termasuk adaptasi sosial kemasyarakatan, karena merupakan adaptasi yang didorong oleh lingkungan dan keadaan, sehingga perusahaan produksi harus melakukan adaptasi agar usahanya dapat berjalan terus diiringi dengan inovasi dan usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan produksi.

Saran, Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka Penulis mencoba memberikan beberapa saran yang kiranya bisa memberi masukan yang dapat diterapkan dalam proses adaptasi produksi di masa Pandemi COVID-19, yaitu:

1. Harus adanya informasi yang lebih akurat mengenai bagaimana tata cara pelaksanaan acara yang baik dan sesuai prosedur kesehatan COVID-19, karena selama pelaksanaan kemarin masih banyak informasi simpang siur, khususnya mengenai tes rapid yang kurang akurat sehingga bisa menyebabkan kru yang positif namun tidak terdeteksi di awal.
2. Komunikasi organisasi yang dimodifikasi agar sesuai dengan keperluan pada saat internal meeting pra-produksi, karena komunikasi melalui aplikasi yang bersifat online dirasa

- kurang efektif, karena tetap memerlukan adanya meeting tatap muka sebelum pelaksanaan produksi.
3. Diperlukannya insentif khusus dari pihak pemerintah kepada semua usaha yang harus terus melaksanakan kegiatan usahanya, seperti di bidang media, insentif yang dimaksud bisa berupa tunjangan dalam swab kit, disinfektan maupun sanitizer.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Abadin, Yusuf Zainal. 2015 Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep dan Aplikasi), Bandung: CV Pustaka Setia.
- Assauri, Sofyan 2004. Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta: CP-FEUI.
- Denzin dan Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative Research. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fahmi, Irham. 2012. Analisis Kinerja Keuangan, Bandung: Alfabeta.
- Handoko, T. Hani. 1999. Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi 7. Yogyakarta: BPFE.
- Sudjana, Nana dan Ibrahim. 2001. Penelitian Dan Penilaian Pendidikan. Bandung: Sinar Baru Algesindo.

Virtual

- Diakses pada 29 Juni 2020. Pukul 13.20 WIB. <https://www.materipelajar.com/2017/04/manajemen-produksi-dan-operasional.html>.
- Diakses pada 28 Oktober 2020. Pukul 16.50 WIB. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>.
- Diakses pada 3 Juli. 15.59 WIB. paradigmapostpostivisme.blogunnes.ac.id.
- Diakses pada 20 Oktober 2019. 19.20 WIB. <http://www.slideshare.net/NastitiChristianto/teknik-analisis-data-kualitatif-dan-kualitatif>.