

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian tentang strategi produser dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV, peneliti melakukan peninjauan dan pencarian penelitian terdahulu. Berikut beberapa penelitian sejenis yang bisa di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.

Nama Peneliti	Judul	Tahun	Metode	Teori	Hasil
Khoerun Nisa Dyah P.M.	Manajemen Produksi Program Shihab & Shihab di Narasi TV.	2021	Menggunakan Metode Manajemen Produksi Program dengan Pendekatan Kualitatif Deskriptif	Teori yang digunakan yaitu Fungsi Manajemen meliputi, Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan dan Memberikan Pengaruh, dan Pengawasan yang mengacu pada pemikiran Peter K. Pringle, Michael F. Starr.	Program Shihab & Shihab dalam Proses Perencanaan yaitu tujuan program kemudian menentukan tema dan konsep. Proses Pengorganisasian terdiri dari tim konten dan tim produksi. Pengarahan dan Mempengaruhi meliputi motivasi untuk karyawan hingga pelatihan. Tahap Pengawasan berkaitan dengan

					evaluasi setelah selesai produksi berlangsung.
Nurjannah.	Manajemen Produksi pada Program Halo Makassar di Radio Venus 97.6 FM.	2018	Penelitian Kualitatif Deskriptif dengan Pendekatan Studi atau Ilmu Komunikasi.	Menggunakan Teori George R. Terry yang didalamnya terdapat fungsi Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan.	Manajemen produksi program Halo Makassar di Radio Venus 9,6 FM terdiri dari tahapan Pra-Produksi yaitu tahap awal dari keseluruhan proses produksi. Tahap Produksi adalah produksi Halo Makassar yang sedang berlangsung. Pada Pasca-Produksi, evaluasi program setelah siaran berlangsung.
Ahmad Sofyan.	Manajemen Produksi Program “Inspirasi Islam” di Satelit TV Purwokerto.	2018	Metode Manajemen Produksi Program dengan Pendekatan Kualitatif Deskriptif.	Teori Fred Wibowo, bahwa produser menghadapi lima hal ketika merencanakan program, diantaranya materi produksi, sarana produksi, biaya pelaksanaan produksi, dan tahapan produksi.	Hasil mengungkapkan bahwa dalam pelaksanaan program Inspirasi Islam dilakukan dengan tiga tahapan produksi, yaitu Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca-Produksi. Tahapan tersebut dilakukan sudah menggunakan standar dunia pertelevisian berdasarkan SOP yang ada di Satelit TV Purwokerto.

<p>Pratika Diyah Vivanda</p>	<p>Strategi Program dalam Upaya Mempertahankan Rating pada program Talk Show “Ceriwis” Trans TV.</p>	<p>2014</p>	<p>Metode Strategi Program dengan Pendekatan Kualitatif.</p>	<p>Menggunakan teori Strategi Program Morissan.</p>	<p>Hasil yang diperoleh meliputi tiga tahapan, yaitu Pra-Produksi program yang terdiri dari tiga strategi (riset, planning, konsep). Produksi (penataan artistik, pengambilan gambar-stock shoot-taping, improvisasi pemain). Pasca-Produksi (perubahan format, penambahan materi atau segmen, perubahan jam tayang).</p>
<p>Winda Herdiana Putri, Wenny Maya Arlena.</p>	<p>Strategi Eksekutif Produser dalam Mempertahankan Program “Selamat Pagi Indonesia” di TVRI.</p>	<p>2022</p>	<p>Metode Penelitian Deskriptif dengan Pendekatan Kualitatif.</p>	<p>Teori Strategi Program yang dikemukakan oleh Peter Pringle, yang ditinjau dari aspek manajemen yaitu, Perencanaan Program, Produksi dan Pembelian Program, Eksekusi Program, dan Pengawasan Program serta Evaluasi Program.</p>	<p>Peran Produser dalam mempertahankan program Selamat Pagi Indonesia TVRI sangatlah penting. Produser menggunakan strategi sesuai dengan teori Peter Pringle dengan menekankan mencari berita terbaru dan terupdate yang sedang viral di masyarakat, dan menambahkan materi berita <i>mini feature</i> yang dapat menghibur penonton.</p>

Berdasarkan penelitian terdahulu dengan tabel di atas, yaitu memiliki persamaan mengenai manajemen strategi produksi program televisi. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian yaitu program Zona Bisnis Metro TV. Hal ini menarik karena peneliti melihat bahwa program Zona Bisnis merupakan program berita seputar bisnis, ekonomi, rekomendasi saham secara *real time* yang di siarkan secara *live* di Metro TV dan live bersama dari studio Bursa Efek Indonesia (BEI). Stasiun televisi Metro TV juga merupakan sebuah jaringan televisi swasta berita yang terpercaya, aktual, serta originalitas.

Karena program Zona Bisnis ini berbeda, peneliti ingin melihat bagaimana strategi produser dalam proses produksi program Zona Bisnis agar dapat menyajikan berita yang lebih inovatif. Penelitian ini akan menghasilkan empat proses manajemen strategi suatu produksi program yang diberikan oleh Peter K. Pringle, yang mana terdiri dari Perencanaan Program, Produksi dan Pembelian Program, Eksekusi Program, dan Pengawasan serta Evaluasi Program.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bittner (Rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Karnilh, dkk. 1999), yakni pesan yang disampaikan kepada

banyak orang dalam jumlah besar melalui media massa⁸. Jelas bahwa media massa harus dimanfaatkan untuk komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa seperti media elektronik, media cetak, dan media online.

Suatu komunikasi dapat dinyatakan efektif jika pesan yang disampaikan oleh penerima akan memperoleh kesamaan makna pesan. Komunikasi massa dapat didefinisikan tiga ciri, diantaranya: 1) Komunikasi massa ditujukan untuk audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim; 2) Umumnya pesan yang disebarluaskan seringkali direncanakan untuk menjangkau sebanyak mungkin pendengar sekaligus dan bersifat sementara; 3) Komunikator cenderung tergabung atau bekerja dalam organisasi yang kompleks, yang dapat menimbulkan biaya tinggi.⁹

2.2.2 Media Massa

Sarana utama dari sistem komunikasi massa adalah media massa. Sarana ini digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan. Menurut Cangara (2008:50) alat penyampaian pesan dari suatu sumber kepada khalayak atau penerima melalui penggunaan media komunikasi seperti film, televisi, radio, dan surat kabar dikenal sebagai media massa.¹⁰

⁸ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi, 2016. hlm.1

⁹ Nurhalima Tambunan, *Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak*, Jurnal, 2018. hlm.26

¹⁰ Irene Silviani, Elok Perwirawati, Besti Rohana Simbolon, *Manajemen Media Massa*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021. hlm.38

Berdasarkan jenisnya, media massa terbagi menjadi tiga bagian, yaitu media cetak, media elektronik, dan media online.

1) Media Massa Cetak

Media massa yang dicetak di atas kertas. Contohnya, surat kabar,

majalah, tabloid, buku, brosur, dan lain-lain.

2) Media Massa Elektronik

Jenis media massa yang menggunakan teknologi elektronik untuk menyampaikan konten dalam bentuk suara (audio), aksi langsung (video), atau suara dan gambar (audio/video). Misalnya, televisi, radio, film, dan lain-lain.

3) Media Massa Online

Media massa online juga dikenal dengan media daring (dalam jaringan) atau portal berita (*news portal*). Contohnya, Detik.com, Viva.co.id, Republika Online, dan lain-lain.

2.2.3 Ruang Lingkup Televisi

1) Pengertian Televisi

Televisi merupakan sebuah alat penangkap siaran dari jarak jauh yang berupa audio visual. Kata televisi berasal dari kata “*tele*” dan “*vision*” yang mempunyai arti jarak jauh dan citra atau gambar. Oleh karena itu, televisi adalah suatu sistem yang menyajikan suara dan gambar dari lokasi yang jauh.

Tak dapat dipungkiri, televisi bisa dikatakan telah mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang.

2) Fungsi Televisi

Sebagai salah satu media massa, televisi memiliki kelebihan tersendiri dengan tampilan audio-visualnya. Beragam macam acara ditayangkan di televisi, diantaranya berita, film, reality show, sinetron, talk show, iklan, maupun beragam tayangan internasional. Menurut Effendy, televisi memiliki tiga fungsi pokok, yakni:¹¹

- Fungsi Penerangan (*The Information Function*)

Televisi dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang memuaskan. Ini didukung oleh dua faktor, diantaranya: a) Immediacy (Kesegaran), mencakup langsung dan peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat, didengar oleh pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. b) Realism (Kenyataan), televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera sesuai dengan kenyataan.

- Fungsi Pendidikan (*The Educational Function*)

¹¹ Maria Ulfa Batoebara, *Media Televisi Sebagai Agen Sosialisasi Dalam Aksi 212 Damai*, Universitas Dharmawangsa, Jurnal Warta Edisi:52, 2017. hlm.4

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak, seperti acara pelajaran bahasa, ekonomi, politik, matematika, dan sebagainya.

- Fungsi Hiburan (*The Entertainment Function*)

Fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya lebih dominan dari fungsi lainnya. Sebagian besar siaran televisi diisi oleh acara hiburan seperti film, lagu-lagu, olahraga, dan sebagainya. Fungsi hiburan pada televisi sangat penting karena menjadi salah satu kebutuhan masyarakat untuk mengisi waktu dari aktivitas di luar rumah.

3) Program Televisi

Program dalam televisi merupakan segala sesuatu yang ditawarkan stasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan pemirsanya. Program yang disediakan merupakan salah satu faktor ketertarikan pemirsa terhadap program yang ditayangkan oleh stasiun televisi tersebut. Program televisi memegang peranan penting dalam memberikan informasi kepada khalayak luas. Karena program memperhitungkan ide yang dibuatnya untuk menyampaikan pesan yang dibuatnya. Menurut Morrison, stasiun televisi harus memiliki program yang dirancang untuk dinikmati penonton, yaitu program informasi dan hiburan.¹²

¹² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008. hlm.218

Di sisi lain, menurut Djamal dan Fachruddin, program acara akan menjadi bagian dari keseluruhan siaran televisi dan radio, sehingga banyak program yang ditayangkan dalam siaran suatu stasiun televisi tersebut.¹³

Dalam buku Anton Maburi, program televisi pasti memiliki dua program, diantaranya:

1) Program Drama

Sebuah format acara yang diproduksi dengan sebuah imajinasi atau fiksi yang direkayasa.

2) Program Non Drama

Format acara dengan sebuah imajinasi yang kreatif melalui realita kehidupan dengan tidak adanya rekayasa.¹⁴

4) Jenis-Jenis Program Televisi

Televisi memiliki beberapa kategori jenis program acara. Vane Gross memperjelas dalam buku Morrisson, bahwa menentukan jenis suatu program berarti menentukan atau memilih daya tariknya. Daya tarik di sini berarti cara sebuah pertunjukan menarik pemirsa atau pemirsa. Menurut Vane Gross: *The*

¹³ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana, 2011. hlm.159-160

¹⁴ Anton Maburi, *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta: Gramedia, 2013. hlm.13

*programmers must select the appeal through which the audience will be reached (programmers harus memiliki daya tarik untuk menarik penonton).*¹⁵

Lebih lanjut Morrisan menjelaskan bahwa berbagai jenis program televisi dapat dibagi menjadi dua bagian berdasarkan jenisnya, yaitu:

1) Program Informasi (*News*)

Program informasi berita tidak hanya menyiarkan peristiwa yang sedang terjadi dan perlu segera disiarkan, tetapi juga dapat memberikan siaran informasi dalam bentuk *talk show*. Program informasi berita berikut dibagi menjadi dua bagian, diantaranya:

a. Berita Keras (*Hard News*)

Berita keras atau *hard news* merupakan informasi yang sangat penting dan sifatnya harus disebarluaskan dengan cepat agar dapat disampaikan kepada khalayak luas. Berita keras dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu: straight news, features, dan infotainment.

b. Berita Lunak (*Soft News*)

Soft news atau berita lunak adalah informasi yang penting tetapi tidak perlu segera ditayangkan, berita lunak juga merupakan gabungan antara fakta, gosip dan opini. Berita lunak dapat dibagi

¹⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008. hlm.218

menjadi beberapa kategori, yaitu: current affair, magazine, documenter, dan talk show.

2) Program Hiburan (*Non-News*)

Program hiburan merupakan segala bentuk penyiaran yang ditujukan untuk menghibur penonton dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program hiburan dapat dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain: drama, permainan (*game*), musik, pertunjukan.¹⁶

2.2.4 Produser

Produser adalah seseorang yang bertanggung jawab secara umum dan penuh atas keseluruhan produksi. Produksi ini dapat berupa produksi film, sinetron, dan program acara televisi lainnya. Produser juga terlibat secara langsung dalam pembuatan ide atau gagasan kreatif, penulisan skenario, penyuntingan gambar, sampai memastikan program acara berjalan dengan lancar. Sepanjang proses produksi, seorang produser juga harus mampu menerjemahkan keinginan dan pendapat audien dan pendukung modal¹⁷.

Agar produksi berjalan dengan lancar, peran produser juga harus memikirkan penyusunan organisasi pelaksana organisasi hingga rapi. Seseorang dapat dikatakan produser karena memiliki ide-ide kreatif. Seorang produser

¹⁶ *Ibid.* hlm.219-223

¹⁷ *Ibid.* hlm.274

merupakan seorang pemimpin, koordinator, dan penanggung jawab pada sebuah produksi program.

Oleh sebab itu, seorang produser harus mampu memimpin dan berkolaborasi dengan seluruh tim produksi program acara terkait serta mampu memikirkan dan mengembangkan konsep program secara baik dan sistematis.

Di stasiun televisi, seorang produser memiliki tugas dan tanggung jawab diantaranya:¹⁸

- a) Produser wajib membantu semua pekerjaan produser eksekutif.
- b) Ikut membentuk dialog dan rangkaian adegan pada skrip serta memperkenalkan konsep dan ide suatu program acara.
- c) Mengawasi kinerja kru dan memastikan bekerja sesuai dengan peraturan serikat pekerja.
- d) Mengawasi proses dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi suatu program acara.
- e) Memastikan jalannya produksi tetap patuh terhadap peraturan kesehatan dan keselamatan yang ada.

2.2.5 Strategi

Strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti “seni berperang”. Strategi mempunyai dasar-dasar untuk mencapai target atau tujuan

¹⁸ Andre Oliver, *Produser: Definisi, Tanggung Jawab, dan Skill yang Dibutuhkan*, Tips Karier, glints. <https://glints.com/id/lowongan/produser-adalah/#.ZAGrW3ZBzIU>

yang diinginkan. Menurut Chandler (1962) menyatakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan, seperti tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya¹⁹. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah suatu tindakan yang direncanakan secara matang untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu.²⁰

Dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah rencana jangka panjang yang disusun untuk mencapai tujuan dan sasaran tertentu berdasarkan definisi strategi di atas.

2.2.6 Manajemen Produksi

1) Pengertian Manajemen

Sebuah stasiun televisi harus memiliki manajemen khusus dalam memproduksi sebuah program atau tayangan, agar tayangan tersebut dapat berjalan dengan lancar. Kata manajemen berasal dari bahasa Prancis Kuno, *management*, yang berarti seni pelaksanaan dan pengelolaan. Mary Parker Follet mendefinisikannya sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui kendali orang lain.. T.H. Nelson dan Prof Oey Liang Gie pun berpendapat bahwa manajemen merupakan perpaduan ilmu dan seni. Dinyatakan sebagai ilmu, karena manajemen merupakan suatu kumpulan pengetahuan yang

¹⁹ Dwi Sulistiani, *Analisis SWOT Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis*, Jurnal: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. hlm.4

²⁰ Strategi, <https://kbbi.web.id/strategi> (Diakses pada 10 Oktober 2022).

sistematis dan diterima kebenarannya yang universal. Pengelola perusahaan dengan menerapkan ilmu manajemen, mampu mengendalikan dan mempelajari masalah-masalah dengan baik, mampu dengan cepat dan tepat mengidentifikasi sikap, membuat keputusan, dan memecahkan masalah.²¹

Pada dasarnya manajemen memiliki banyak arti, namun pengertian manajemen yang paling umum adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengendalian untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

2) Pengertian Produksi

Proses menciptakan dan menambahkan nilai pada penggunaan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik disebut produksi. Di media televisi, acara-acara yang sebelumnya dibuka untuk umum tentunya telah melalui berbagai proses yang ada hingga menjadi acara yang dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Produksi program televisi disebut dengan proses produksi. Dalam memproduksi acara siaran langsung, tim produksi harus membuat perencanaan yang matang, mulai dari ide, konsep,

²¹ Dewi K. Soedarsono, *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009. hlm.13

biaya, naskah, teknik, serta pengisi acara. Tim produksi harus memahami segala hal yang boleh dan tidak untuk ditayangkan.²²

3) Manajemen Produksi

Secara umum manajemen produksi merupakan usaha, kegiatan, atau proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Proses manajemen mengacu pada pengambilan keputusan mengenai desain dan pengendalian produksi, termasuk langkah-langkah atau proses yang dilakukan untuk mewujudkan suatu produk atau layanan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Hal tersebut berdasarkan pada fungsi dasar manajemen produksi, yaitu meliputi:

1) Tahap Perencanaan (*planning*)

Mengidentifikasi sasaran dan tujuan strategi keseluruhan yang selaras dengan keyakinan dan asumsi perusahaan.

2) Tahapan Organisasi (*organizing*)

Mengatur dan mengkategorikan kegiatan kerja yang terkait dan posisi pelaku kegiatan dalam organisasi atau struktur perusahaan.

Proses pengorganisasian atau pembentukan tim inti manajemen

²² Muhammad Gafar Yoedtadi, Muhammad Adi Pribadi, dan Kurniawan Hari Siswoko, *Proses Produksi Acara Siaran Langsung Televisi Untuk Menghasilkan Acara Yang Layak Tonton*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara, Jurnal Wacana, 2017. hlm.158

produksi sesuai dengan kemampuan sumber daya manusia dan talenta yang ada. Pada tahapan ini juga mengoordinasikan tugas apa yang harus dilakukan, siapa yang akan melakukannya, bagaimana tugas akan dikelompokkan, siapa yang akan melapor kepada siapa,

dan di mana keputusan akan dibuat.

3) Penggiatan (*actuating*)

Melaksanakan sejumlah performa kerja yang dapat diukur dengan mengubah input menjadi output. Terdapat 4 karakteristik dari unit terkecil dari pekerjaan ini, yaitu:

- (1) Durasi yang jelas,
- (2) Relasi logis dengan aktivitas lain di dalam proyek,
- (3) Konsumsi sumber daya, dan
- (4) Biaya yang diperlukan.

4) Pengawasan atau Evaluasi (*controlling*)

Dalam pencapaian sasaran atau tujuan pastikan tidak ada permasalahan, maka dari itu dilakukannya memantau aktivitas atau evaluasi. Ini juga bertujuan untuk mengembangkan mekanisme.

2.2.7 Manajemen Produksi Program Acara Televisi

Program acara televisi memastikan bahwa kegiatan atau proses produksi program sesuai dengan rancangan yang telah ditentukan dilakukan secara efektif dan efisien, dan hasil yang diinginkan dicapai melalui kerja tim (kerabat kerja) yang memanfaatkan bakat manusia dan sumber daya manusia televisi. Ada tiga tahapan utama dalam manajemen produksi program acara televisi, yaitu:

1) Pra-Produksi

Proses yang dilakukan sebelum produksi suatu program dimulai. Pada tahapan ini meliputi dari pencarian bahan dan materi yang akan dibahas, pembuatan *script* atau naskah berita, mempersiapkan alat-alat yang diperlukan, dan sebagainya.

2) Produksi

Proses eksekusi atau *take* suatu program. Peran produser di tahapan ini yaitu mengontrol semua yang diperlukan saat proses produksi program, mulai dari durasi penayangan, kamera, dan sebagainya.

3) Pasca-Produksi

Mengevaluasi dan *review* dari hasil program yang ditayangkan. Evaluasi ini nantinya bisa meningkatkan mutu dari program acara tersebut.

2.2.8 Teori Strategi Manajemen Program *Peter K. Pringle*

Strategi pada dasarnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidaklah cukup, harus ditambahkan dengan bagaimana taktik operasionalnya.

Menurut Peter. K Pringle, strategi program dilihat dari aspek manajemen strategi, yaitu Perencanaan Program, Produksi dan Pembelian Program, Eksekusi Program, Pengawasan dan Evaluasi Program.²³

1) Perencanaan Program

Mengenai perencanaan program, Peter K. Pringle menyatakan bahwa, *program planning involves the development of short, medium, and long range plans to permit the station to attain its programming and financial objectives.* Ini berarti perencanaan program mencakup pembuatan rencana untuk jangka pendek, menengah, dan panjang yang membantu penyiar mencapai tujuan program.²⁴ Perencanaan program di stasiun televisi berfokus pada produksi dan penjadwalan program dengan tujuan menjangkau pemirsa sebanyak mungkin.

2) Produksi dan Pembelian Program

²³ Morissan, M.A, *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta: Kencana, 2008. hlm. 273.

²⁴ *Ibid.* hlm. 274

Setiap program acara dimulai dengan ide atau gagasan. Ide atau gagasan tersebutlah pada akhirnya diwujudkan melalui produksi. Seorang produser bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dari hasil ide atau gagasan yang sudah ditentukan.

Dalam hal perencanaan program, produser memutuskan untuk memproduksi sendiri program yang diinginkan atau membeli program dari pihak lain.

Dalam memproduksi atau membuat program (*in house production*) oleh media penyiaran sendiri dimulai dari ide atau gagasan, sedangkan program dibuat oleh pihak lain, berarti stasiun penyiaran membeli program itu. Oleh karena itu, berdasarkan produksi program tersebut, maka terdapat dua tipe program, diantaranya program yang diproduksi sendiri atau *in house production* dan program dari pihak lain.

- Program dibuat sendiri (*In House Production*), biasanya program berita, program yang terkait dengan informasi, dan suatu program yang menggunakan fasilitas studio.

- Program yang dibuat oleh pihak lain, biasanya jenis program hiburan seperti program drama, musik, reality show, dan lain sebagainya.²⁵

3) Eksekusi Program

²⁵ *Ibid.* hlm. 307

Eksekusi program ini mencakup operasi untuk menampilkan program sesuai jadwal yang telah ditentukan. Untuk mencapai hasil terbaik, pengelola program harus cerdas dalam mengelola program dengan menggunakan strategi penempatan acara yang paling efektif. Strategi siaran program bersaing dengan media lain serta program siaran sejenis. Salah satu strategi agar pemirsa tidak pindah saluran televisi yaitu dengan menayangkan bagian yang membangkitkan rasa ingin tahu dan hanya bisa terjawab jika terus menonton dengan tetap melihat saluran tersebut.

4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Pada proses ini menentukan sejauh mana rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau dilaksanakan melalui program penyiaran. Kegiatan evaluasi secara periodik memungkinkan untuk membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan. Agar fungsi pengawasan dapat dilaksanakan secara efektif, maka pengawasan harus didasarkan pada hasil kerja atau kinerja yang dapat terukur. Diskusi dapat menghasilkan perubahan rencana, seperti revisi yang lebih rendah dari yang dikutip sebelumnya, atau tindakan lain yang perlu diambil.

2.3 Kerangka Pemikiran

