

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Gulo, W, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Grasindo, 2011.
- K.Soedarsono, Dewi, *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud, *Menjadi Produser Televisi Profesional Mendesain Program Televisi*, Jakarta: Kencana, 2017
- Mabruri, Anton, *Manajemen Produksi Program Acara TV, Format Acara Non-Drama, News & Sport*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2013.
- Moloeng, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008.
- Mulyana, Deddy , *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Mulyana, Deddy, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis, 2007.
- Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi, 2016.
- Silviani, Irene, Elok Perwirawati, Besti Rohana Simbolon, *Manajemen Media Massa*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.

Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta : Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2006.

Jurnal

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

Sulistiani, Dwi, *Analisis SWOT Sebagai Startegi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis*, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Jurnal El-Qudwah, 2014

Tambunan, Nurhalima, *Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Khalayak*, Jurnal, 2018.

Yoedtadi, Muhammad Gafar, 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

Website

Company Profile Metro TV, Diakses pada 30 September 2022, <https://www.metrotvnews.com/about>

Databoks.katadata.co.id, Sumber Media yang Dipercaya untuk Mendapat Informasi. Diakses pada 30 September 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/survei-kic-masyarakat-paling-percaya-informasi-dari-televisi>

Metro TV Raih Penghargaan BPS Awards 2022, Diakses pada 9 Oktober 2022, <https://www.metrotvnews.com/play/NOICYDQA-metro-tv-raih-penghargaan-bps-awards-2022>

Metro TV Raih Penghargaan Adam Malik Awards 2022, Diakses pada 10 Oktober 2022, <https://m.metrotvnews.com/play/N0BCIVw1-metro-tv-raih-penghargaan-adam-malik-awards-2022>

Riset KPI: Metro TV Unggul dalam 2 Indeks Program Siaran, Diakses pada 26 Desember 2022, <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/ybJODVBk-riset-kpi-metro-tv-unggul-dalam-2-indeks-program-siaran>

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

Dokumentasi

Dokumentasi Company Profile Metro TV





LAMPIRAN

LAMPIRAN I : Surat Penugasan Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Mania No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Nursatyo, S.Sos.M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Dhea Salsabila
Nomor Pokok : 193516516082
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

LAMPIRAN II : Surat Permohonan Penelitian



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624-7806700 Fax 146 Fax 7802718-7802719
Homepage: <http://www.unas.ac.id> Email: info@unas.ac.id

Nomor : 98/VWD/KII/2022 Jakarta, 07 Desember 2022
Lamp
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Executive Producer & Producer Zona Bisnis Metro TV

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Dhea Salsabila
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516082
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Alamat Rumah : Jl. Kawi II No. 147 Depok, 16417
HP : 081510726127

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: STRATEGI PRODUSER DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM ZONA BISNIS DI METRO TV. Dengan Dosen Pembimbing: Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik - Ilmu Komunikasi

LAMPIRAN III :

DRAFT WAWANCARA KEY INFORMAN

“Strategi Produser Dalam Proses Produksi Program Zona Bisnis di Metro TV”

Peneliti : Dhea Salsabila
Narasumber : Laela Zahra
Jabatan : Produser Program Zona Bisnis di Metro TV

No.	Jenis Data	Substansi Wawancara
1.	Sejarah program Zona Bisnis	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana awal mula berdirinya program Zona Bisnis?• Apa yang menjadi pembeda dari program Zona Bisnis dengan program lain?• Apakah program Zona Bisnis menjadi unggulan di jam tayangnya?• Siapa saja yang menjadi sasaran dalam program Zona Bisnis?
2.	Perencanaan Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Bagaimana strategi produser dalam menciptakan strategi awal dalam pembuatan program Zona Bisnis?• Apa saja rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dari program Zona Bisnis di Metro TV?
3.	Produksi dan Pembelian Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Bagaimana proses pembuatan rundown?• Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat live program Zona Bisnis di Metro TV?

		<ul style="list-style-type: none"> • Apakah program Zona Bisnis merupakan program sendiri (<i>in house</i>) atau program yang beli dari pihak lain?
4.	Eksekusi Program	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?
5.	Pengawasan dan Evaluasi Program	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV? • Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV? • Bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program Zona Bisnis di Metro TV?



LAMPIRAN IV :

DRAFT WAWANCARA KEY INFORMAN

“Strategi Produser Dalam Proses Produksi Program Zona Bisnis di Metro TV”

Peneliti : Dhea Salsabila

Narasumber : Fauzi Djamal

Jabatan : Produser Program Zona Bisnis di Metro TV

No.	Jenis Data	Substansi Wawancara
1.	Sejarah program Zona Bisnis	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana awal mula berdirinya program Zona Bisnis?• Apa yang menjadi pembeda dari program Zona Bisnis dengan program lain?• Apakah program Zona Bisnis menjadi unggulan di jam tayangnya?• Siapa saja yang menjadi sasaran dalam program Zona Bisnis?
2.	Perencanaan Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Bagaimana strategi produser dalam menciptakan strategi awal dalam pembuatan program Zona Bisnis?• Apa saja rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dari program Zona Bisnis di Metro TV?
3.	Produksi dan Pembelian Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Bagaimana proses pembuatan rundown?• Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat live program Zona Bisnis di Metro TV?

		<ul style="list-style-type: none"> • Apakah program Zona Bisnis merupakan program sendiri (<i>in house</i>) atau program yang beli dari pihak lain?
4.	Eksekusi Program	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?
5.	Pengawasan dan Evaluasi Program	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV? • Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV? • Bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program Zona Bisnis di Metro TV?



LAMPIRAN V :

DRAFT WAWANCARA INFORMAN 1

“Strategi Produser Dalam Proses Produksi Program Zona Bisnis di Metro TV”

Peneliti : Dhea Salsabila
Narasumber : Robert Parus
Jabatan : Executive Producer (EP) Program Zona Bisnis di Metro TV

No.	Jenis Data	Substansi Wawancara
1.	Sejarah program Zona Bisnis	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana awal mula berdirinya program Zona Bisnis?• Apa yang menjadi pembeda dari program Zona Bisnis dengan program lain?• Apakah program Zona Bisnis menjadi unggulan di jam tayangnya?• Siapa saja yang menjadi sasaran dalam program Zona Bisnis?
2.	Perencanaan Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Bagaimana strategi produser dalam menciptakan strategi awal dalam pembuatan program Zona Bisnis?• Apa saja rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dari program Zona Bisnis di Metro TV?
3.	Produksi dan Pembelian Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Bagaimana proses pembuatan rundown?• Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat live program Zona Bisnis di Metro TV?

		<ul style="list-style-type: none"> • Apakah program Zona Bisnis merupakan program sendiri (<i>in house</i>) atau program yang beli dari pihak lain?
4.	Eksekusi Program	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?
5.	Pengawasan dan Evaluasi Program	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV? • Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV? • Bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program Zona Bisnis di Metro TV?



LAMPIRAN VI :

DRAFT WAWANCARA INFORMAN 2

“Strategi Produser Dalam Proses Produksi Program Zona Bisnis di Metro TV”

Peneliti : Dhea Salsabila

Narasumber : Fadilah Maulida

Jabatan : Production Assistant (PA) Program Zona Bisnis di Metro TV

No.	Jenis Data	Substansi Wawancara
2.	Perencanaan Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?
3.	Produksi dan Pembelian Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Bagaimana proses pembuatan rundown?• Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat live program Zona Bisnis di Metro TV?
4.	Eksekusi Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?
5.	Pengawasan dan Evaluasi Program	<ul style="list-style-type: none">• Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?• Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

LAMPIRAN VII :

TRANSKIP WAWANCARA *KEY INFORMAN*

Peneliti : Dhea Salsabila

Narasumber : Laela Zahra

Jabatan : Produser Program Zona Bisnis di Metro TV

Tanggal dan Waktu : Senin, 12 Desember 2022, 16.32 WIB

1. Bagaimana awal mula berdirinya program Zona Bisnis?

Key Informan: Yang aku tahu ya, sebelum namanya Zona Bisnis itu programnya namanya Market Review, isinya tetap membahas seputar ekonomi dan bisnis. Terus berubah menjadi Metro Bisnis. Terakhir yang sekarang dipakai namanya Zona Bisnis.”

2. Apa yang menjadi pembeda dari program Zona Bisnis dengan program lain?

Key Informan: Bedanya program Zona Bisnis dengan program lain sudah jelas, program ini khusus berita-berita ekonomi tentang pasar, pasar tuh bisa saham semua tentang gejolak perekonomian nasional dan internasional itu yang *segmented*, sangat beda dengan program lainnya itu sudah pasti dan khalayaknya atau penontonnya juga itu *segmented*.

3. Apakah program Zona Bisnis menjadi unggulan di jam tayangnya?

Key Informan: Kalau dibilang unggulan iya, karena kegiatan pasar itu tutup di jam 15.00 sore. Misalnya, Bursa Efek Indonesia itu pasarnya perdagangannya itu tutup jam 15.00. Jadi, kalau kita tayang di jam 15.05 sampai 15.30 itu sudah golden moment banget, kita juga main live report dari Bursa Efek Indonesia. Bisa

ngejelasin apa saja yang terjadi sepanjang hari ini dalam perdagangan IHSG, terus kondisi perekonomian dalam negeri maupun internasional itu mempengaruhi apa terhadap sektor harga minyak, emas, dan juga saham-saham regional seperti Asia. Terutama saham-saham Asia, kalau di sore itu karena saham Amerika dan Eropa sudah tutup di jam 15.00 waktu Indonesia.

4. Siapa saja yang menjadi sasaran dalam program Zona Bisnis?

Key Informan: Setahu aku jelas semua kalangan, karena ekonomi ini menyangkut semua orang. Semua orang adalah pelaku ekonomi. Tapi kalau tayangan berita bisnis lebih banyak itu menysasar ke kalangan pembisnis, kalangan pengusaha, pelaku dan pembuatan kebijakan pemerintah, dan juga semua masyarakat. Misalnya, harga bahan pokok naik, itu kan menyangkut orang banyak. Terus misalnya bantuan sosial dari pemerintah, penyalurannya itu kan termasuk juga ke semua kalangan kan.

5. Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Produser program itu bertanggung jawab mulai dari pra-produksi yaitu pembuatan materi berita, paham issue yang berkembang, bikin naskah, cg, menghubungi narasumber. Lalu, saat produksi menjadi runner, mengawasi langsung proses siaran, berkoordinasi dengan PD dan presenter di studio Bursa Efek Indonesia (BEI) karena kita juga ada live dari bursa efek kan. Terus saat pasca-produksi kita evaluasi dan merencanakan materi yang mau diangkat untuk besok.

6. Bagaimana strategi produser dalam menciptakan strategi awal dalam pembuatan program Zona Bisnis?

Key Informan: Dalam perencanaan program Zona Bisnis, kita semua menyampaikan ide dan pemikiran kita dalam rapat kepada Executive Producer atau kepala produksi. Lalu, kita sepakati bersama apa yang mau kita mainkan atau mau

kita jadikan *headline* atau yang mau kita *highlight* untuk tayangan hari ini atau besok. Jadi, kita diskusi dengan tim berita apa yang mau kita tayangkan, kita angkat. Cari isu-isu terkait berita ekonomi.

7. Apa saja rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dari program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Rencana jangka pendek, menengah, sekaligus jangka panjang ya, Zona Bisnis harus tetap dan lebih mengangkat pembaruan isu, mengupdate peristiwa tentang perekonomian dan perkembangan pasar. Selain itu, Zona Bisnis kan sudah rutin bersiaran dari Senin sampai Jumat di channel Metro TV yang istilahnya sudah di kenal ya, jadi tentunya ini menjadi daya tarik bagi pemirsa untuk mendapatkan informasi seputar bisnis ekonomi.

8. Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Pra-produksi itu dari kita datang sampai ke kantor, kan kita ada rundown, kita harus siapin rundown, kalau kita jadi *runner* jadi pengendali tayangan, itu kita harus siapin, kerangkanya kita susun. Siapa presenternya harus siapin namanya, kita harus kasih namanya sting, namanya tampilan market, itu kita harus siapin, itu kan ada dalam bentuk cg, itu harus disiapin, tugas kita sebagai runner. Lalu, kita harus susun mulai dari tampilan opening, mulai dari kalimat opening, habis itu kita mau kasih berita utama 1 atau 2, atau mau kasih feller, atau mau kasih live report habis berut. Itu semua ada ditangan runner, kita yang susun semuanya. Cg nya kita bikin dari awal. Terus kalau kita mau bikin live bursa, kita harus siapin semuanya. Mulai dari gambarnya dan semuanya. Habis itu kita tinggal cari naskahnya, gambarnya, kita produksi kita susun naskahnya sesuai dengan durasi yang kita inginkan.

9. Bagaimana proses pembuatan *rundown*?

Key Informan: Kita pasti sudah rapat dengan kepala produksi, apa isu yang mau diangkat hari ini, apa yang mau kita *headline*. Itu diputuskan bersama dalam rapat. Lalu, kita tentukan materi mulai dari segmen satu sampai *end break*. Karena itu juga mempengaruhi rating, minat penonton kan. Kalau susunannya terlalu membosankan, engga hidup, engga tertarik untuk menonton.

10. Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat *live* program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Misalnya sekarang lagi mengemuka isu tentang dana bagi hasil yang diprotes sama kepala daerah, dia menyerang kementerian keuangan terkait dbh itu. Itu layak untuk dibuat dialog dan kita usul narasumbernya siapa, kita cari narasumber, terus kita ajak undang untuk berdialog tentang itu.

11. Apakah program Zona Bisnis merupakan program sendiri (*in house*) atau program yang beli dari pihak lain?

Key Informan: Zona Bisnis tentu program yang produksi sendiri. Ada team liputan, ada team live, team protim teknis, dan team lainnya.

12. Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?

Key Informan: Strateginya adalah waktu, namanya kita berita *bulletin*, berita yang selalu menampilkan terbaru yang *up to date*, jadi kita selalu berpacu pada *deadline* dan waktu. Kita punya jam tayang yang paten kan, selalu jam 15.05 WIB. Nah, kita saat *showtime* harus bisa pastikan semua materi kita tersusun dalam rundown, sesuai dengan durasi yang ada. Jadi, strateginya harus pintar manajemen waktu. Dan membuat keputusan mana yang mau diutamakan materinya.

13. Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Biasanya kita evaluasi sama kepala produksi, apa yang kurang dari tayangan hari ini, apa yang perlu diperbaiki, apa yang perlu dipertahanan, apa yang mau dikembangkan besok, apa yang seharusnya cukup sampai hari ini saja isu yang kita mainkan. Lebih kayak evaluasi kinerja hari ini dan rencana materi atau isu apa yang ingin diangkat untuk besok.

14. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Yaa namanya kerja tim pasti ada dinamika ada kendalanya. Masalah kekompakkan kadang, masalah komunikasi gitu. Kadang pemikiran setiap orang kan beda-beda ya, disitu kinerja kita diuji kan. Namanya kita terlibat dengan teknologi ya, kadang ada kendala teknis. Kendala yang diluar kendali dan tak terduga. Karena kita produser ada kendala teknis, dan itu diluar kemampuan kita, ada tim lain lagi yang mengurus lagi. Kalau engga jalan berbarengan engga akan jadi sebuah tayangan yang lancar dan menarik. Selain itu juga kita kurang SDM untuk reporternya. Kadang kita produser merangkap jadi reporter juga, kurang efektif gitu, jadi harus ada reporter khusus ekonomi bisnis.

15. Bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Dalam mempertahankan program Zona Bisnis, produser harus terus berinovasi, jadi kalau kata EP kita engga boleh kaku dan gaboleh terlalu baku. Harus lebih luwes gitu, harus ada variasi dalam menentukan kalimat pembuka, dalam menentukan *lead* berita, dalam membuat paket, supaya engga membosankan, ada warna, ada variasi, tapi tetap *hardnews* gitu. Jadi ada keterbaruan.

LAMPIRAN VIII :

TRANSKIP WAWANCARA *KEY INFORMAN*

Peneliti : Dhea Salsabila
Narasumber : Fauzi Djamal
Jabatan : Produser Program Zona Bisnis di Metro TV
Tanggal dan Waktu : Senin, 19 Desember 2022, 15.30 WIB

1. Bagaimana awal mula berdirinya program Zona Bisnis?

Key Informan: Pada tahun 2000 program ekonomi sebetulnya sudah ada, program ekonominya sehari bisa lima program. Namun, seiring berjalannya waktu menjadi bagian program besar, sempat satu kali dalam sehari, kemudian sempat juga dua kali dalam sehari. Terkait namanya juga bermacam-macam. Kalau yang pagi itu ada program namanya Market Review, kedua namanya Metro Bisnis, seiring berjalannya waktu muncul sempat bergabung dengan program 811 kemudian program Wide Shot, Newslines, SPI. Seiring berjalannya waktu, dipisahlah jadi bulletin sendiri. Nah, di pagi itu namanya Zona Bisnis, di sore namanya Metro Bisnis. Sekarang di Metro hanya sehari sekali di jam 15.05, itu disebut dengan Zona Bisnis.

2. Apa yang menjadi pembeda dari program Zona Bisnis dengan program lain?

Key Informan: Yang jadi pembeda dasar ya isinya ya, isinya memang ini adalah news bulletin ekonomi. Ekonomi yang membahas soal informasi ekonomi dan bisnis. Kemudian yang membedakannya lagi kalau dibandingkan sama TV berita lain yang punya program ekonomi, kita itu punya keistimewaan atau keunggulan bahwa kita melaporkan langsung informasi dari pasar modal di studio Bursa Efek

Indonesia. Suatu indikator sebuah perekonomian negara, itu salah satunya dilihat dari pasar modal. Dan karena kita menampilkan informasi ekonomi dan bisnis maka informasi pasar modal atau bursa saham itu menjadi hal yang perlu dilakukan. Dengan demikian maka itu menjadi keistimewaan bahwa kita ada informasi tentang perdagangan saham pasar modal. Kita juga mengajak orang dan mengedukasi masyarakat luas, bahwa pasar modal itu bukan sesuatu yang sulit dilakukan, bukan sesuatu yang rumit untuk dipahami. Jadi, walaupun ada perdagangan saham tapi setidaknya dengan menyimak informasi pasar modal yang Metro TV tayangkan, diharapkan pemahaman tentang pasar modal, investasi, saham itu pemikiran masyarakat terbuka luas. Jadi, saya pikir itu yang menjadi keunggulan, menjadi pembeda antara program ekonomi Metro TV dengan tv lain.

3. Apakah program Zona Bisnis menjadi unggulan di jam tayangnya?

Key Informan: Zona Bisnis *on air* di jam 15.05, kita punya informasi dari pasar modal. Harapannya kita bisa ngasih informasi-informasi dari pasar modal, biasanya aktivitas usaha, aktivitas bisnis, aktivitas ekonomi kan di mulai dari pagi hari dan di tutup jam 15.00. Para investor sudah *wait and see*, sudah melihat kira-kira saham hari ini pergerakan seperti apa dan kondisinya seperti apa, dan sore ini ditutup sesi perdagangannya, mereka akan mulai bertransaksi di jam 3 sore. Mereview apa yang terjadi di pagi hari. Jadi, kalau ditanya apakah ini unggulan di jam tayangnya, yaa tentu menjadi unggulan, karena kita mengaca pada pola yang dilakukan sama Bursa Efek Indonesia. Dimana perdagangan pasar modal dibuka di jam 09.00 dan ditutup di jam 15.05. Jadi, dimoment-moment itulah kami berpikir menjadi sebuah momentum yang sekiranya dapat menarik para pemirsa masyarakat, terutama dari para pelaku investor pasar modal yang minat bagian informasi terkait dengan ekonomi dan bisnis.

4. Siapa saja yang menjadi sasaran dalam program Zona Bisnis?

Key Informan: Jelas kalau dari sisi *gender* laki-laki dan perempuan, karena secara hakikatnya bahwa informasi ini dibutuhkan oleh laki-laki dan perempuan, Nah sedangkan kalau dari sisi pekerjaannya itu kan yaa yang pasti kami berharap adalah interpreneur, pengusaha, dan juga para pekerja karyawan, artinya orang yang bisa jadi dia memang kayak PNS atau ASN atau pekerja swasta yang memiliki ketertarikan ataupun berminat terkait memenuhi kebutuhan ekonomi. Ekonomi kan macam-macam yaa, kita juga ingin mengedukasi atau menginformasikan tentang investasi. Investasi ini juga dibutuhkan oleh para pekerja, juga ibu rumah tangga misalkan. Nah itu menjadi sasaran sebenarnya. Dan sekali lagi, ekonomi dan bisnis tuh skalanya sangat luas, punya materi yang boleh dibilang beragam, ada pasar modal, energy, bahan tambang, migas dan sebagainya, bicara juga tentang perbankan, industry, perdagangan, perdagangan kan tidak hanya sifatnya dipasar, sifatnya ekspor impor, atau tentang BUMN. Terutama informasi-informasi dari pelaku usaha, dari pemerintah juga, dan juga dari masyarakat secara umumnya.

5. Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Tahapan pelaksanaannya ya itu dari tahap pra-produksi, produksi, sampai ke tahap pasca-produksi produser selalu mengawasi langsung dan bertanggung jawab penuh program Zona Bisnis.

6. Bagaimana strategi produser dalam menciptakan strategi awal dalam pembuatan program Zona Bisnis?

Key Informan: Secara materi konten berita ekonomi dan bisnis itu diperkuat, ditambah juga penguatan dari *outputnya*. Dari materi tayangannya, apakah informasi yang kita sampaikan, yang bisa mewakili kepentingan pemirsa, bisa mereferensikan apa yang dirasakan pemirsa. Hal-hal yang kemudian menjadi

perbincangan atau polemik di masyarakat terkait dengan ekonomi dan bisnis. Nah, itu yang kami lakukan, coba kami perkuat.

7. Apa saja rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dari program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Perencanaan jangka pendek tapi sebetulnya jangka panjang juga, penguatan *awareness* program Zona Bisnis, dimulai dengan cara kita harus rutin bersiaran, rutin menampilkan program. Karena salah satu ciri dari media massa itu salah satunya rutinitas dan produktivitas. Kita bentuk kebiasaan, bentuk *habbit*, supaya orang *notice*, supaya orang *aware*. Nah, itu yang kita lakukan.

8. Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Jelas ya saat pra-produksi kita memulai dari mapping masalah dulu, isu apa yang terjadi hari ini dan kemarin, kemudian kita rapatkan. Setelah itu dibuatkan materinya, *rundownnya*, ditentukan ingin berdialog dengan siapa. Alurnya sebenarnya dari usulan topik, lalu diambil beritanya, dikerjakan beritanya, lalu ditayangkan. Selain itu kita juga ada agenda *setting*. Jadi dalam pra-produksi pengumpulan materi ada dua tahapan, pertama kita punya agenda *setting*, punya isu yang kita mainkan, yang kita sudah rencanakan sebelumnya atau kita ikuti agenda yang sedang berjalan, *running* isu. Bahwasanya pemilihan tema itu berdasarkan topik yang kita temukan di masyarakat, apa yang kita lihat, yang kita dengar, dan kita menentukan *setting-an*, agenda yang sudah kita tentukan. Kita harus bisa menentukan kira-kira konten kita mau dibentuk seperti apa. Jadi dimulai dari perencanaan yang sifatnya memang kita *follow up* isu yang terjadi. Atau cara lain adalah kita sudah menentukan agenda yang kita buat. Itu dua hal yang menurut saya saling berjalan seiringan. Itu yang ga bisa terlepas. Misalkan, isu BBM. Pemerintah ingin menaikkan harga BBM, nah itu yang harus di jagain terus-menerus. Atau memang kita punya agenda tentang pupuk subsidi, misalkan.

9. Bagaimana proses pembuatan *rundown*?

Key Informan: Biasanya kita diskusi antara produser dan Executive Produser. Diskusi itu yang kira-kira menentukan prioritas berita mana yang harus ditayangkan di segmen pertama, segmen kedua, dan seterusnya, termasuk juga menentukan tema dialog dengan narasumber, menentukan ingin berdialog dengan siapa. Tentunya hasil diskusi itu yang menjadi rujukan menyusun sebuah *rundown* program. Diskusi itu yang sekaligus melihat menentukan isu ini menarik atau tidak, bagus atau tidak, layak atau tidak, sehingga itu yang menjadi *rundown* itu lebih kuat.

10. Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat *live* program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Menentukan narasumber itu sehari sebelum siaran ya. Jadi ditentukan dulu tema apa yang ingin dibahas untuk dialog dengan narasumber, lalu buat list siapa saja narasumber yang sesuai dengan topik dialog. Kalau produser ada seseorang yang sudah tahu ingin dijadikan narasumber dialog, ya langsung saja. Kalau enggak hubungi *guest booker* untuk dibantu mencari narasumber dialog.

11. Apakah program Zona Bisnis merupakan program sendiri (*in house*) atau program yang beli dari pihak lain?

Key Informan: Kita produksi sendiri ya, karena kru-nya semua dari SDM-nya Metro TV sendiri.

12. Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?

Key Informan: Saat waktu *live* tentunya harus bisa mengatur durasi materi ya, terus mengatur waktu berapa menit saat *live* di Bursa Efek Indonesia, berapa menit waktu untuk berdialog dengan narasumber. Lalu juga ketika siaran, patokannya ada di *rundown*, itu ibaratnya susunan *flow* acara yang akan kita buat. Apalagi kita kan

bersifat *live*, *live* itu kan kadang ada materi baru yang masuk lebih menarik yang lain bisa kita geser atau dimajukan. Karena terkadang sering kali kita bikin rundown misalkan kita *on air* jam 3 sore, nah di jam 2 ada informasi baru dan lebih menarik, jadi kita masukin itu. Artinya patokan utama tetap di rundown, kemudian kalau ada yang lebih menarik lebih kuat materinya kita mainkan. Jadi dinamis gitu, tetap kerangka utamanya penopangnya dirundown itu. Walaupun ada perubahan itu sifatnya dinamis dan sifatnya fleksibel. Bisa diatur jika memang bisa ditayangkan ya ditayangkan.

13. Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Kalau pasca-produksi kita ada evaluasi, secara konten secara tampilan, termasuk juga tampilan tema. Isu ini ditampilkan juga atau engga besok, itu dari sisi konten. Kemudian dari sisi tampilan, ada kekurangan misalkan tadi livenya ada bermasalah di live reportnya dari sisi teknis, nanti diperbaiki. Jadi, artinya pasca-produksi lebih kepada evaluasi konten, evaluasi tampilan, termasuk juga evaluasi terhadap presenternya serta krunya. Supaya nanti diberikutnya tidak terulang lagi.

14. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Kalau dibilang klasik, masalah SDM dengan kemampuan yang tidak merata. Dari segi kapasitas dan kemampuan. Selama ini kan kita atasi dengan mengisi padukan *live* reporter, *live* dari pasar modal, bahkan kita tambah dengan dialog. Tapi tetap preparasinya sama, *effortnya* kurang lebih sama bikin berita dengan dialog. Samanya adalah ketika membuat dialog, kita harus bisa mereset temanya apa, kemudian pertanyaannya seperti apa. Itu engga sederhana apa yang dibayangkan.

15. Bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program Zona Bisnis di Metro TV?

Key Informan: Strateginya adalah bagaimana kita menjaga konten tetap aktual, kualitas itu yang menjadi penting. Kualitas dan paham terhadap isu ekonomi dan bisnis itu menjadi syarat mutlak dari seorang produser ekonomi. Bahwasanya ketika dia menjadi seorang produser ekonomi, dia harus paham isu ekonomi apapun, karena sampai hari ini kita di Metro TV belum mengantut asas spesialisasi. Maksudnya, saya menguasai perbankan, si A menguasai pasar modal, si B menguasai energy, si C menguasai perdagangan, kayak gitu. Bahwasanya kita sampai saat ini bersifat general, maksudnya ekonomi iya, kalau ada isu tentang migas tentang energy, ya dia harus paham itu. Kalau ada isu tentang perbankan dia harus paham isu itu. Jangan kemudian dia seakan-akan engga ngerti karena memang dia engga mau belajar dan engga terbuka pikirannya. Saya berfikir bahwa pemahaman tentang isu ekonomi dan bisnis itu menjadi penting. Permasalahan-permasalahan yang terjadi di masyarakat, yang menjadi pembahasan di pemerintahan, itu juga menarik. Namanya ekonomi kan terkait dengan masalah masyarakat, dan juga perbincangan di pemerintahan. Jadi, saya pikir dengan dia memahami isu dan kualitas maka secara langsung akan menjadi kualitas program itu sendiri.

LAMPIRAN IX :

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN 1

Peneliti : Dhea Salsabila
Narasumber : Robert Parus
Jabatan : Executive Producer (EP) Program Zona Bisnis di Metro TV
Tanggal dan Waktu : Kamis, 15 Desember 2022, 12.33 WIB

1. Bagaimana awal mula berdirinya program Zona Bisnis?

Informan 1: Zona Bisnis ini nama belakangan baru dipakai, dulu sejak awal Metro ini namanya itu Market Review. Jadi, sejak awal Metro ini sebetulnya konten ekonominya itu cukup banyak. Seiring berjalannya waktu, lebih ikut politik akhirnya program ekonominya berkurang. Jadi, namanya berubah dari Market Review ke Metro Bisnis. Kemudian perkembangan jadinya menjadi bagian di program besar, di pagi dia menjadi bagian dari SPI, di sore menjadi bagian dari Newline. Nah, dari sini lah program ini dipisah dan muncul nama Zona Bisnis. Zona Bisnis ini sudah lama ada 2 tahun-an, tadinya Metro Bisnis. Jadi, ini nama ke-3, pertama namanya Market Review, kedua Metro Bisnis, ketiga Zona Bisnis.

2. Apa yang menjadi pembeda dari program Zona Bisnis dengan program lain?

Informan 1: Yang menjadi pembeda Zona Bisnis dengan program lain, karna Zona Bisnis fokus di ekonomi dan bisnis saja gitu. Nah, ini pun tidak semua berita ekonomi, ada berita ekonomi yang cukup spesifik. Jadi misalnya yaitu apakah terkait korporasi, bisnis-bisnis besar. Sementara berita ekonomi lain misalnya terkait harga cabai, nah itu kan di program reguler bisa. Ini karena khusus maka berita-berita spesifik seperti saham, kemudian kinerja korporasi atau kebijakan-

kebijakan terkait dengan industri. Selain itu, Zona Bisnis juga live langsung di Bursa Efek Indonesia atau BEI. Di sana kita menginfokan seputar IHSG, bursa Asia – Amerika – Eropa, komoditas seperti minyak dan emas, dan bagaimana pergerakan bursa saham atau pasar modal di dunia.

3. Apakah program Zona Bisnis menjadi unggulan di jam tayangnya?

Informan 1: Yaa kalau dari sisi jam memang bukan di *primetime* gitu. Nah, tapi di zona *primetime* pun memang engga ada zona ekonominya, jadi kita mengikuti pasar. Karena ini program ekonomi yang cukup spesifik, jadi kita mengikuti dinamika pasar. Jadi, pagi jam 09.00 pembukaan perdagangan di bursa saham, kemudian di jam 13.00 itu sudah mulai sesi 2, di jam 15.00 menjelang penutupan.

4. Siapa saja yang menjadi sasaran dalam program Zona Bisnis?

Informan 1: Yang jadi sasaran ya itu pelaku ekonomi khususnya industri, kemudian sekarang kan masyarakat biasa terutama anak-anak muda sekarang semakin suka juga main saham, invest pasar modal, atau main di pasar komoditas.

5. Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 1: Peran produser dalam program Zona Bisnis itu yang pasti bertanggung jawab ya. Dia harus mencari ide berita, isu-isu apa saja yang sedang terjadi seputar perekonomian dan bisnis nasional maupun internasional. Produser juga bisa jadi reporter, mencari berita langsung ke lapangan. Lalu, produser juga bertanggung jawab dalam hal teknis saat program tayang live. Kalau untuk teknisnya, produser nyiapin cg tema dan berkoordinasi dengan PA. Lalu, menjadi runner program agar durasinya sesuai dengan jam tayang serta berkoordinasi juga dengan PD selama program acara berlangsung.

6. Bagaimana strategi produser dalam menciptakan strategi awal dalam pembuatan program Zona Bisnis?

Informan 1: Strategi awal dalam program Zona Bisnis itu kita harus tahu kebutuhan dan keinginan audiens, segmentasi penontonnya siapa, harus dipastikan dalam penempatan jam tayangnya, pola siarannya bagaimana. Lalu, merencanakan rencana jangka pendek, menengah, jangka panjang seperti tadi.

7. Apa saja rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dari program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 1: Kalau jangka pendeknya harus tetap menjadi acuan pelaku bisnis ketika dia ingin tahu perkembangan ekonomi, perkembangan saham, rupiah, atau bagaimana kebijakan pemerintah dalam pembangunan ekonominya, itu kita tetap menjadi referensi orang. Kalau dia ingin mengikuti itu, yaa dia nonton Zona Bisnis gitu. Kalau dari jangka menengah dan panjangnya, Zona Bisnis tentu harus rutin bersiaran ya. Kita juga kan live dari Senin sampai Jumat, ini biar masyarakat tahu bahwa di channel televisi Metro TV ada program berita ekonomi dan bisnis, jadi biar masyarakat tertarik dengan program ini. Selain itu juga Zona Bisnis menjadi informasi dan dapat mengedukasi masyarakat seputar ekonomi bisnis terkait perdagangan saham pasar modal, kinerja kebijakan, dan sebagainya. Sekarang ini kan di Metro setengah jam lalu ada pengembangan lanjutannya di sore kita bikin Channel khusus di BN Channel ini. Cuma sekarang ini terbatas sumber daya manusia mangkannya dalam kondisi baru pulih dalam pandemi ini masih bertahan di dua jam itu. Satu di pagi jam 09.00 – 10.00 WIB, siang di jam 13.00 – 14.00 WIB, lalu yang sorenya itu tayang di Metro TV dan di BN Channel juga di jam 15.05 – 15.30 WIB.

8. Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 1: Ya kalau pra-produksi, produser diharapkan selalu mengikuti isu-isu ekonomi, kebijakan-kebijakan, perkembangan-perkembangan baru. Sehingga ini kan berpengaruh ke dalam perencanaan rundown besok ini mau diapain, nah itu kan mengandaikan bahwa produser itu dia mengikuti perkembangan isu sehingga dia bisa memperkirakan sesuatu yang akan menjadi konten rundownnya dia besoknya. Itu kan kita ada perencanaan konten rundown untuk besok itu yang kita order ke korlip, ada isu apa yang perlu di follow up gitu. Ketika hari ini ada pun proyeksi kemarin kita pastikan lagi di hari ini sehingga apa yang kita rencanakan itu memang terealisasi di program yang kita tayangkan hari ini.”

9. Bagaimana proses pembuatan *rundown*?

Informan 1: Rundown itu pertama perencanaan sehari sebelumnya, kira-kira isu apa sih yang sedang bergulir, yang perlu di follow up untuk besok. Nah, naskahnya itu nanti produser yang buat bersama reporter, lalu mereview lagi.

10. Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat *live* program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 1: Dilist dulu siapa saja narasumber yang cocok dengan tema yang dibahas, lalu produser bersama guest booker menentukan narasumber yang ingin berdialog. Jadi harus ada komunikasi antara produser dengan guest booker dalam menentukan narasumber.

11. Apakah program Zona Bisnis merupakan program sendiri (*in house*) atau program yang beli dari pihak lain?

Informan 1: Iya, Zona Bisnis program produksi sendiri (*in house*) bukan beli atau produksi di pihak lain. Karena semua peralatan, perlengkapan, serta SDM-nya kan dari kru Metro TV sendiri.

12. Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?

Informan 1: Produksi yang penting sebetulnya ya itu tadi. Jadi produser harus sudah mempersiapkan semuanya, harus *standby* juga saat siaran, jadi tinggal tayang saja. Kalau sudah di studio materi sudah disiapkan dari News Room, cg juga sudah dibikin, tinggal koordinasi dengan PD untuk tayang gitu. Produser juga jadi *runner* saat siaran, mengatur waktu biar pas dengan waktu program siaran, dan memastikan materi yang sudah disusun di rundown itu ditayangkan semua.

13. Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 1: Pasca-produksi pasti evaluasi kan, evaluasi saat penayangan. Kadang-kadang dinamika di saat tayang itu kan ada aja. Jadi misalkan kita sebetulnya harus *live* bursa, tiba-tiba ada kendala disitu yaa kita harus naikin dulu materinya atau apa. Nah kadang-kadang disitu kan produsernya juga butuh pertimbangan ini, mana yang harus didahulukan. Lalu, evaluasinya bisa terkait dengan produksi paketnya atau kinerja produsernya. Setelah itu juga membicarakan terkait isu atau materi apa saja nih yang ingin ditayangkan besok.

14. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 1: Kendala utama itu tadi, jadi karena tim liputan tidak ada yang khusus ekonomi. Ada SDM nya cuma belum dialokasikan, jadi sistem sekarang kan konvergensi yaa. Jadi tim liputan itu meliput untuk multiplatform, di medcom - media Indonesia – Metro TV – BN Channel gitu. Nah, memang disitu ada yang dibagi istilah deskekosobud gitu. Tapi ya itu tadi, kadang-kadang dalam pelaksanaannya yaa harus meliput tidak hanya khusus ekonomi tapi sosial budaya juga. Nah, itu padahal yang kita butuh itu orang khusus ekonomi aja. Jadi, setiap hari itu proyeksinya dari kita kemudian istilahnya pengayaan angle dari kita, dia

betul-betul ikuti ekonomi saja. Sehingga tidak menambah kerjaan buat produser yang harusnya istilahnya hanya untuk mengolah akhir saja. Tapi karena itu tadi, terpaksa bikin dari awal, jadi sebagai reporter lah, harus nulis dulu.

15. Bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 1: Menjaga kualitas paket-paket kita, *live*, dari segi kualitas, kemudian sisi *update* isu-nya gitu, itu yang harus tetap dijaga. Sehingga ini *trust* orang terhadap program kita itu ada. Tetap terjaga.



LAMPIRAN X :

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN 2

Peneliti : Dhea Salsabila
Narasumber : Fadilah Maulida
Jabatan : Production Assistant (PA) Program Zona Bisnis di Metro TV
Tanggal dan Waktu : Kamis, 8 Desember 2022, 15.36 WIB

1. Bagaimana peran produser dalam produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 2: Produser itu bertanggung jawab dari mencari materi atau ide berita ekonomi bisnis yang ingin ditayangkan, lalu membuat naskah untuk Presenter, membuat rundown berita, membuat cg untuk *live* program, mencari narasumber yang nantinya akan diundang untuk berdialog dengan presenter melalui *zoom*.

2. Bagaimana strategi produser dalam pra-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 2: Proses pra-produksi program Zona Bisnis itu pertama, kita menentukan ide berita mengenai soal ekonomi, yang kedua ada pembuatan naskah untuk ditampilkan di prompter yang akan dibaca oleh presenter, biasanya seperti itu.

3. Bagaimana proses pembuatan *rundown*?

Informan 2: Iya, diadakan rapat, berunding terlebih dahulu untuk menentukan tema berita yang akan diangkat. Biasanya rapat dengan kepala program, Executive Producer, produser-produser, dan presenter. Umumnya susunan *rundown* itu yang pertama, ada berut atau berita utama, lalu grand opening, lalu materi-materi berita.

4. Bagaimana produser menentukan narasumber untuk berdialog dengan presenter saat *live* program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 2: Produser menghubungi langsung narasumber untuk *live zoom*. Biasanya narasumber yang dihubungi merupakan narasumber yang sesuai dengan tema yang dibahas. Durasi dialog biasanya 5-8 menit.

5. Bagaimana strategi produser saat produksi atau siaran program Zona Bisnis di Metro TV berlangsung?

Informan 2: Kalau saat *live*, produser melakukan koordinasi dengan PD untuk menayangkan berita sesuai rundown segmen yang sudah disiapkan. Terus produser juga mengecek semua kru dalam persiapan *live*, mempersiapkan semua keperluan, mengecek persiapan *live* di Bursa Efek, dialog dengan narasumber. Produser juga berperan sebagai *runner* saat Zona Bisnis tayang agar materi yang ditayangkan sesuai dengan durasi program.

6. Bagaimana strategi produser dalam pasca-produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 2: Setelah *live* Zona Bisnis adanya evaluasi bersama tim yaitu kepala produksi dan bersama produser, disini kita membahas seputar *live* tadi dan mempersiapkan materi untuk hari selanjutnya.

7. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV?

Informan 2: Yang utama kendala SDM nya kurang ya, produser hanya dua dan asisten produksi satu. Lalu, biasanya kendala saat proses produksi yang dialami siaran langsung paling kendala teknis, karena monitor itu 24 nyala, tidak mati-mati nah itu mungkin bisa disebabkan gangguan teknis. Misalkan, monitor *switcher*

hang, monitor cg juga gabisa, gangguan audio. Durasi yang singkat juga jadi tidak tayangnya materi yang sudah disiapkan, jadi ditayangkan di hari selanjutnya.



LAMPIRAN XI :

LEMBAR OBSERVASI

Judul : Strategi Produser Dalam Proses Produksi Program Zona Bisnis Di Metro TV

Lokasi : Kantor stasiun televisi Metro TV – Jl. Pilar Mas raya kav. A-D Kedoya, Kebon Jeruk Jakarta Barat, 11520

Waktu : Jumat, 23 Desember 2022

Pada siang ini Jumat, 23 Desember 2022, peneliti melakukan observasi partisipan pada pelaksanaan proses produksi program Zona Bisnis. Peneliti ingin menganalisis bagaimana strategi produser dalam proses produksi program Zona Bisnis di Metro TV. Pada hari pertama peneliti melakukan observasi di News Room, peneliti melihat produser sedang merencanakan dan mempersiapkan materi-materi berita apa saja yang ingin ditayangkan, menentukan tema berita untuk sesi dialog dengan narasumber. Dalam merencanakan dan mempersiapkan materi berita serta menentukan narasumber, produser memiliki strategi khusus agar tayangan program Zona Bisnis terarah dan menjadi sebuah informasi serta edukasi bagi khalayak.

Peneliti melihat strategi yang dilakukan produser yaitu mencari tahu perkembangan isu terkait ekonomi makro di Indonesia dan internasional, termasuk perkembangan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), yang nantinya akan dijadikan bahan materi berita program Zona Bisnis. Lalu, produser menentukan narasumber yang memiliki kriteria sesuai dengan materi yang akan dibahas dalam sesi dialog. Hari ini produser memilih tema untuk sesi dialog di hari Senin yaitu, "Awal 2023 IHSG Melemah, Bagaimana Strategi Investor?". Produser langsung menentukan salah satu analisis pasar modal untuk nantinya diajak berdialog secara virtual di program Zona Bisnis.

LAMPIRAN XII :

LEMBAR OBSERVASI

Judul : Strategi Produser Dalam Proses Produksi Program Zona Bisnis Di Metro TV

Lokasi : Kantor stasiun televisi Metro TV – Jl. Pilar Mas raya kav. A-D Kedoya, Kebon Jeruk Jakarta Barat, 11520

Waktu : Senin, 26 Desember 2022

Siang hari Senin, 26 Desember 2022, peneliti melakukan observasi hari ke-dua di kantor Metro TV. Peneliti melihat produser sedang berada di studio ruang *control room* untuk memantau program Zona Bisnis yang sedang live atau siaran langsung. Strategi yang dilakukan produser saat itu adalah berkoordinasi dengan tim produksi untuk memastikan program acara berjalan baik, mengatur durasi waktu siaran agar tidak melebihi batas jam tayang. Setelah program Zona Bisnis selesai siaran, peneliti melihat produser bersama Executive Produser dan Production Assistant melakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui kendala apa saja yang terjadi saat siaran berlangsung, yang nantinya kendala tersebut akan diperbaiki dalam produksi selanjutnya, sehingga produser dapat meningkatkan kualitas isi berita program Zona Bisnis.

LAMPIRAN XIII : Dokumentasi



Foto bersama *Key Informan* Laela Zahra, selaku produser program Zona Bisnis di Metro TV.



Foto bersama *Key Informan* Fauzi Djamal, selaku produser program Zona Bisnis di Metro TV.



Foto bersama Informan 1 Robert Parus, selaku Executive Produser program Zona Bisnis di Metro TV.



Foto bersama Informan 2 Fadilah Maulida, selaku Production Assistant program Zona Bisnis di Metro TV.

LAMPIRAN XIV : Daftar Riwayat Hidup



DHEA SALSABILA

JAKARTA, 10 MARET 2000
+62 81510726127

INFORMASI

- Female / Single
- Jl. Kawi II No. 147
Depok, Jawa Barat - 16417
- @deyyss
- dheasalsabila566@gmail.com

PENDIDIKAN

- S1 - Ilmu Komunikasi, Jurnalistik
Universitas Nasional, Jakarta
(2019 - Saat Ini)
- Pemasaran - SMKN 3 Depok
(2015 - 2018)

SKILLS

- Kemampuan kerja sama tim dan individu
- Kemampuan menulis artikel dan berita
- Kemampuan menggunakan komputer
- Komunikatif

ORGANISASI DAN KEPANITIAAN

- Kru TV Kampus - UNAS TV (Februari 2019 - Februari 2022)
- Peserta Kegiatan Pelatihan Anggota Baru Lab TV UNAS Periode 2019/2020
- Panitia Kegiatan Pelatihan Anggota Baru Lab TV UNAS Periode 2020/2021
- Panitia Kegiatan Webinar Nasional "Studio Jurnalis 2.0" (2021)

PENGALAMAN KERJA DAN JURNALISTIK

- Kru TV Kampus - UNAS TV
(Februari 2019 - Februari 2022)
-Reporter
- Freelance Writer - Beautynesia
(Agustus 2021 - November 2021)
-Membuat tulisan artikel seputar *lifestyle, fashion, beauty, food*, tips dan trik.
- Internship Media Online - Mata Milenial Indonesia
(April 2022 - Juli 2022)
-Membuat tulisan artikel berita.
-Membuat tulisan artikel seputar tips dan trik.
- Internship Production Support - Metro TV
(September 2022 - Saat Ini)
-Mengoperasikan software VMix.

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

21 %
SIMILARITY INDEX

21 %
INTERNET SOURCES

6 %
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	3 %
2	kc.umn.ac.id Internet Source	2 %
3	docplayer.info Internet Source	1 %
4	123dok.com Internet Source	1 %
5	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
6	repositori.uin-alaududin.ac.id Internet Source	1 %
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
8	repository.isi-ska.ac.id Internet Source	1 %
9	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1 %