

Kebinekaan Dan *Mini Talkshow* Di Metro TV

Rona Marina Nisaasari, Filosa Gita Sukmono

Program Studi Ilmu Komunikasi; Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ronamarinanisaasari@gmail.com ; filosa2009@gmail.com

Diterima 10 November 2019 / Disetujui 8 Desember 2020

Abstract

This article discussed about diversity and the production management of an annual event program in order to welcome the Christmas and New Year 2018 – 2019. The program called the Christmas and New Year Pre Event program 2018 – 2019 with the theme of "Sharing Love in Diversity". This research uses a descriptive method with a qualitative approach and is supported by a constructivist paradigm. The creation of a good production management is one of the benchmarks to decide the success of an event program. At this stage the research used four main functions of production managements: (1) the planning function. (2) The organizing function in the preproduction process. (3) The directing function which influence the production process. (4) The supervisory function in the post production process based on the field observations. Based on the research, it shows that the production management program of Christmas and New Year Pra Event 2018 - 2019 only implemented some of the standard of operations (SOP) whilst the rest was not conducted such as rehearsal. However, the processes could run very well and relate with the diversity theme. The management also implemented the four functions of production management in every step of the project. The main team which consisted of four people in this program always did sudden evaluation and fixed the weaknesses as soon as possible. The team consequently experienced some obstacles. However, the team could achieve the success in the end.

Keywords : *Metro TV; Mini Talk-show; Sharing Love in Diversity*

Abstrak

Artikel ini membahas mengenai kebinekaan dan manajemen produksi sebuah program *event* yang terjadi setahun sekali dalam rangka menyambut peringatan Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 yang dipersembahkan oleh Metro TV dengan *background* televisi berita pertama di Indonesia yakni program *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV dengan tema “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan didukung oleh paradigma konstruktivistik. Terciptanya manajemen produksi yang baik adalah salah satu tolak ukur berhasilnya sebuah program acara, pada tahapan ini penelitian menggunakan empat fungsi utama manajemen produksi yaitu fungsi perencanaan dan fungsi pengorganisasian pada proses pra produksi, fungsi pengarahan dan memberikan pengaruh pada proses produksi serta fungsi pengawasan pada proses pasca produksi berdasarkan observasi dilapangan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa manajemen produksi program *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 menggunakan standar SOP yang tidak semuanya dilakukan, seperti *rehearsal* tetapi prosesnya berjalan lancar sesuai dengan tema yaitu tentang keberagaman dan menerapkan keempat fungsi manajemen produksi pada setiap prosesnya. Tim inti pada program ini juga selalu melakukan evaluasi dadakan dan segera memperbaiki kekurangan meskipun hanya terdiri dari empat orang yang beberapa kali mengalami kewalahan, namun dibalik itu semua mampu mencapai keberhasilan.

Kata Kunci : Berbagi Kasih dalam Kebinekaan; Metro TV; *Mini Talkshow*

PENDAHULUAN

Metro TV adalah televisi berita pertama di Indonesia. Sebagai televisi berita, Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain muatan berita, Metro TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni budaya, dan lain sebagainya guna mencerdaskan bangsa. Metro TV terdiri dari 70% berita (*news*), yang ditayangkan dalam tiga bahasa, yaitu Indonesia, Inggris dan Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita (*non news*) yang edukatif.

Ada berbagai macam konsep yang televisi berikan untuk pemirsanya. Maka dari itu, dalam rangka menyambut hari Natal 2018 dan pergantian tahun 2019, Metro TV menayangkan sebuah *event* tahunan yaitu *Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 dengan dilengkapi tayangan pra *event-nya* yang mengusung tema besar “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan”. Tayangan pra event ini sendiri mempunyai format mini *talkshow* dengan menghadirkan narasumber yang beragam agar dapat dinikmati oleh semua kalangan mulai dari golongan muda hingga tua, tujuannya untuk menghilangkan kesan kaku dimata penonton karena *background* Metro TV adalah televisi berita. Selain itu, tujuan dari tema ini adalah untuk menghangatkan kembali suasana pada pergantian tahun 2018 ke 2019 dengan adanya berbagai macam bencana yang silih berganti hingga permasalahan politik yang ada di Indonesia.

Adanya tayangan yang baik dan kesuksesan sebuah perusahaan besar, tentunya karena manajemen produksinya juga baik dalam pengelolaannya. Tindakan manajemen akan berhubungan dengan pembuatan keputusan atas rancangan/desain dan pengawasan produksi termasuk semua aktivitas/proses untuk mewujudkan suatu produk sesuai dengan tujuan yang telah disepakati (Mabruri, 2013, p. 21). Selain itu, (Mabruri, 2013, p. 27) mengemukakan bahwa manajemen produksi program televisi terdiri dari Pra Produksi – Produksi – Pasca Produksi.

Penelitian ini dianalisa dengan merujuk pada penelitian sebelumnya mengenai manajemen produksi tayangan televisi dengan metode tapping yaitu penelitian yang dilakukan oleh Patricia Robin dengan judul Analisis Produksi Program *Fashion “I Look”* NET TV dalam jurnal Visi Komunikasi Volume 13. Nomor 01. Mei 2014, Universitas Bunda Mulia tentang pemanfaatan bidang *fashion* dalam industri pertelevisian, segi konten haruslah

menghibur dan informatif, sedangkan dari segi teknis mampu memberikan tampilan berbeda dan berkelas yang di produksi dengan format *magazine* atau majalah televisi. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Yuni Ekawati dan Moch. Djauhari dengan judul Strategi Manajemen Produksi Program “Campursari Tambane Ati” di TVRI Jawa Timur yang dimuat dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 4. Nomor 2. 2016, Universitas Airlangga yang berisi tentang TVRI Jawa Timur menyajikan program yang betul – betul dekat dengan masyarakat. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Budi Setiawan dengan judul Analisis Manajemen Produksi Program *Talkshow* Redaksi 8 di Stasiun Tepian TV dalam jurnal Ilmu Komunikasi Volume 4. Nomor 3. 2016: 374-388 ISSN 2502-597x, Universitas Mulawarman. Penelitian tersebut menganalisis tentang salah satu televisi lokal di Samarinda yang menayangkan program “Redaksi 8” berdurasi 60 menit dengan mengangkat isu politik serta hiburan dan ketiga program ini tayang seminggu sekali secara berkala.

Sedangkan penelitian pada manajemen produksi *mini talkshow* di Metro TV, berfokus pada satu tema mengenai kebinekaan yang hanya disepakati oleh pihak Metro TV sendiri tanpa bantuan pihak lain mulai dari perencanaan, jalannya proses *taping* wawancara tokoh hingga penayangan, program ini memilih tujuh orang narasumber yang sudah ditetapkan dari awal yaitu dengan penayangan yang hanya terjadi sekali menjelang akhir tahun 2019 dengan tema konsep yang tidak akan berulang. Hal lain yang membuat penelitian ini menarik untuk diteliti adalah manajemen produksi tayangan – tayangan *pra event* natal dan tahun baru sendiri memilih jenis *interview by appointment* dalam (Fachruddin, 2012, p. 129) yaitu jenis wawancara yang dilakukan dengan kesepakatan terlebih dahulu di kediaman orang yang akan diwawancarai. Maka dari itu, dalam penelitian ini akan membahas Bagaimana Manajemen Produksi *Mini Talkshow* di Metro TV tentang (Studi Deskriptif Kualitatif pada Tayangan *Pra Event* Natal dan Tahun Baru dengan Tema Berbagi Kasih dalam Kebinekaan)?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan didukung oleh paradigma konstruktivistik. Di dunia pertelevisian pesan yang dimaksud bukan hanya sekedar teks tertulis, tetapi semua yang ada dalam layar kaca televisi mulai dari teks, audio, video bahkan grafis semuanya memiliki maksud dan tujuan tertentu sesuai dengan keinginan komunikator agar dapat menyamakan persepsinya dengan komunikan. Pengkonstruksian pesan berhubungan dengan faktor – faktor yang ada di balik layar dan memengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan isi media. Teori yang digunakan adalah

teori manajemen produksi televisi yang dibalut dengan teori multikulturalisme, yakni tayangan yang dibuat mengandung unsur kebinekaan. Data diperoleh dari hasil observasi partisipatif yang dilakukan peneliti langsung di lokasi penelitian, serta didukung dengan hasil wawancara secara mendalam dan hasil dokumentasi melalui proses yang sudah di reduksi atau digabungkan, display data atau pembentukan data menjadi narasi dengan alur yang jelas dan triangulasi data atau memperkuat penafsiran pada bukti yang sudah tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Seperti halnya dengan media masa lainnya, televisi mempunyai tiga fungsi, seperti fungsi penerangan yang menyajikan tayangan peristiwa ketika sedang berlangsung sesuai dengan kenyataan. Lalu ada fungsi pendidikan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai satu atau lain hal. Kemudian terakhir fungsi hiburan yang menampilkan sesuatu yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Fungsi – fungsi tersebut dimanfaatkan oleh Metro TV dengan membuat tayangan yang disesuaikan dengan keadaan Indonesia pada saat itu dengan menghadirkan narasumber yang menghibur sekaligus dapat mewakili kaum millennial hingga orang tua.

Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara bersama Bli Made, PIC dari program Mini Talkshow Pra Event Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV yaitu pemutusan tema “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan” ini tentang keberagaman dengan berpatokan pada Dasar Negara Indonesia, Pancasila. Lalu, Azelia, Wakil PIC program Mini Talkshow Pra Event Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV yaitu pemutusan tema “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan” menambahkan setiap orang punya otak yang berbeda, punya pemikiran yang berbeda, konsep yang berbeda. Disitulah tantangannya, bagaimana kita bisa saling menghormati, kita nggak bisa memaksakan bahwa mereka harus sama dan memutuskan kalau yang ini atau itu lebih benar. Disini, media berperan memberi ruang untuk menampilkan hari – hari penting selain agama atau hal – hal yang mayoritas. Jadi televisi nasional bahkan televisi berita juga ikut berperan dalam suatu perayaan yang memiliki kesan santai tapi menghibur.

Tabel 1. Segmentasi Penayangan Program

No.	Narasumber	Kategori	Tema	Tanggal tayang
-----	------------	----------	------	----------------

1.	Enggartiaso Lukita (Menteri Perdagangan Republik Indonesia)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	17-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)
2.	Kevin Hendrawan (Youtuber)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	18-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)
3.	Merry Riana (Motivator)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	19-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)
4.	Daniel Mananta (Presenter, Aktor)	Bincang Tokoh (durasi 5 menit)	Inspirasi Natal	20-12-2018 (segmen 9 pada program Selamat Pagi Indonesia)
5.	Franz Magnis Suseno (Budayawan)	Bincang Tokoh (durasi 5 – 7 menit)	Menjaga Kebinekaan	26-12-2018 (segmen 2 pada program Selamat Pagi Indonesia)
6.	Mahfud MD (Mantan Ketua Mahkamah Konstitusi RI)	Bincang Tokoh (durasi 5 – 7 menit)	Menjaga Kebinekaan	28-12-2018 (segmen 2 pada program Selamat Pagi Indonesia)
7.	Jusuf Kalla (Wakil Presiden RI)	Bincang Tokoh (durasi 5 – 7 menit)	Menjaga Kebinekaan	29-12-2018 (segmen 2 pada program Selamat Pagi Indonesia)

Pada tabel diatas sudah tertera beberapa narasumber yang mewakili untuk tayangan Mini Talkshow di Metro TV dalam rangka menyambut Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019

yang mana membahas tentang natal bagi mereka dan seperti apa toleransi dimata mereka yang kemudian digarap dengan melalui proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

Pembahasan

Program Pra Event Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 Metro TV

Program pra *event* natal dan tahun baru 2018 – 2019 di Metro TV adalah program tahunan yang diselenggarakan dengan konsep tertentu yang telah disepakati bersama dengan format mini *talkshow*. Program tahunan ini menggunakan tema besar yaitu “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan”. Program ini muncul di hadapan pemirsa dengan maksud memberikan pengumuman untuk menyambut natal dan tahun baru. Seperti yang dikemukakan oleh Peter Pringle (1991) dalam (Robin, 2014, p. 275) yaitu, pengelolaan stasiun televisi menargetkan suatu *audiens* umum dan berupaya untuk memberikan *respons* atas kesukaan atau preferensi dari orang – orang yang tengah menonton.

Program pra *event* ini menghadirkan tujuh orang narasumber dengan mengerucutkan tema besar yang sudah dibagi dua menjadi “Inspirasi Natal” dengan narasumber Enggartiasto Lukita (Menteri Perdagangan Republik Indonesia) tayang pada tanggal 17 Desember 2018, Kevin Hendrawan (Youtuber) tayang pada tanggal 18 Desember 2018, Merry Riana (Motivator) tayang tanggal 19 Desember 2018, serta Daniel Mananta (Presenter, Aktor) tayang pada tanggal 20 Desember 2018. Kemudian untuk tema kecil “Menjaga Kebinekaan” menampilkan Franz Magnis Suseno (Budayawan) yang tayang pada tanggal 26 Desember 2018, Mahfud MD (Mantan Ketua Mahkamah Konstitusi RI) tayang pada tanggal 28 Desember 2018, dan Jusuf Kalla (Wakil Presiden RI) tayang pada tanggal 29 Desember 2018. Secara keseluruhan tayangan ini masuk pada segmen – segmen tertentu program *news bulletin* Selamat Pagi Indonesia Metro TV.

Program Televisi tentang Kebinekaan di Indonesia

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang unik di dunia. Ditilik dari keragaman pulau yang ada, kini tercatat tidak kurang dari 18.110 pulau dengan ukuran besar dan kecil di Indonesia. Adanya masyarakat multikultur seperti di Indonesia ini, tentunya ada perwujudan dari multikulturalisme itu sendiri yaitu media massa televisi yang mempersembahkan berbagai macam program acara. Salah satunya adalah “Jejak Petualang” yang disiarkan oleh Trans 7. Tayangan ini identik dengan karakter perempuan yang tangguh dengan memperkenalkan fenomena seputar alam, kearifan lokal, kebudayaan dan eksplorasi alam Indonesia dengan format tayangan dokumenter (Rizqi, 2016). Lalu kemudian ada NET

TV yang menyajikan program “Indonesia Bagus” yaitu tayangan yang mengangkat tentang kekayaan dan persoalan alam budaya Indonesia langsung dari tangan pertama, yaitu penduduk setempat. Menurut (Widiastuti, 2013) tayangan tersebut berhubungan dengan adanya fenomena menarik tentang keragaman di Indonesia.

Poin – poin penting hasil dari penelitian ini disajikan berdasarkan konsep manajemen produksi dalam dunia *broadcasting*. Hasil penelitian mencakup data mentah dari hasil wawancara dilapangan dengan narasumber yang menggunakan konsep teori manajemen produksi program televisi untuk membuat pertanyaan – pertanyaan mulai dari proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi.

Seperti halnya dengan media masa lainnya, televisi mempunyai tiga fungsi, seperti fungsi penerangan yang menyajikan tayangan peristiwa ketika sedang berlangsung sesuai dengan kenyataan. Lalu ada fungsi pendidikan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai satu atau lain hal. Kemudian terakhir fungsi hiburan yang menampilkan sesuatu yang dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Pada akhir tahun 2018 – 2019, untuk memperingati natal dan tahun baru, Metro TV menghadirkan program *special* dengan tema “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan” berbentuk *mini talkshow* pada tayangan *pra event* nya. Disini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada narasumber, lalu mengkonfirmasi data yang diperoleh dari narasumber dengan data yang ditemukan di lapangan dan melihat kondisi yang terjadi melalui observasi langsung. Berdasarkan pemaparan dari PIC dan Wakil PIC sekaligus Produser sebuah program khusus di Metro TV yaitu program *Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 mengangkat tema yang berkaitan dengan keberagaman (multikulturalisme) karena pluralitas dan heterogenitas yang tercermin pada masyarakat Indonesia diikat dalam prinsip persatuan dan kesatuan bangsa yang kita kenal dengan semboyan “*Bhinneka Tunggal Ika*”, yang mengandung makna meskipun Indonesia ber*bhinneka*, tetapi terintegritas dalam kesatuan. Akhirnya diputuskan bahwa Pancasila adalah satu – satunya falsafah serta ideologi bangsa dan negara yang melandasi, membimbing, dan mengarahkan bangsa. Kreativitas berpikir warga sangat diperlukan untuk membangun esensi perbedaan dalam berdemokrasi, kemampuan atau kemauan untuk mengelola konflik tanpa kekerasan (Suryana & Rusdiana, 2015, p. 111). Maka dari itu, fungsi manajemen untuk sebuah tayangan program televisi tentunya sangat diperlukan.

Ada empat fungsi manajemen dalam membuat program televisi, diantaranya adalah fungsi perencanaan dalam program *pra event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV terjadi pada tahapan pra produksi. Pada tahapan ini, orang yang sudah ditunjuk sebagai

Ketua PIC dan Wakilnya akan merencanakan berbagai macam diskusi untuk tema yang sudah mereka buat ditemani dengan dua orang Asisten Produsernya atau juga bisa disebut sebagai staf produksi. Lalu ada fungsi pengorganisasian, ini termasuk dalam proses pra produksi juga karena para PIC mengkoordinir tim yang harus bertugas sesuai dengan *jobdesk* nya masing – masing. Selanjutnya ada fungsi pengarahan dan memberikan pengaruh. Pada fungsi ini, PIC dan Wakilnya memberikan pengarahan seperti apakah kesesuaian segala macam aspek yang akan mempengaruhi hasil dari tayangan program tersebut. Fungsi pengarahan ini terjadi pada tahapan produksi hingga pasca produksi. Terakhir adalah fungsi pengawasan yang ada pada tahapan produksi hingga pasca produksi. Proses ini yang akan menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan yang sudah dicapai. Seperti mengontrol waktu dan *crew* ketika bertugas dilapangan.

Manajemen produksi program Natal dan Tahun Baru Metro TV 2018 – 2019 dengan tema “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan” ini memiliki tema yang tidak akan pernah sama dengan tema – tema pada Natal dan Tahun Baru sebelumnya dan tidak akan pernah terulang kembali. Tema “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan” diangkat karena melihat bagaimana keadaan Indonesia menjelang tahun baru 2019 yang memanas dengan adanya berbagai macam bencana alam hingga masalah politik. Selain itu, proses produksi tayangan *pra event*-nya berbeda dari tayangan di televisi lain. Pada tayangan – tayangan *pra event*-nya, menampilkan tokoh – tokoh yang dapat mewakili kaum *millennial* (anak muda) hingga orang tua dengan proses produksi *taping* dan metode wawancaranya adalah *interview by appointment* yaitu proses produksinya, berlokasi di kediaman narasumber dan waktunya sesuai dengan permintaan narasumber.

Ada beberapa tahapan yang dilakukan dari manajemen produksi suatu tayangan yaitu, mulai dari proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Proses tersebut dilakukan oleh *crew event* khusus di Metro TV ini agar memperoleh hasil yang maksimal.

Kebinekaan dalam Mini Talkshow

Banyak sekali hal – hal disekitar yang dapat diangkat menjadi tema suatu tayangan produksi televisi. Salah satu hal yang melekat dan ada disekitar adalah sebuah keberagaman atau kebinekaan. Keberagaman berarti multikultural. Perwujudan multikulturalisme tersebut salah satunya dapat berupa tayangan yang direpresentasikan di media massa, seperti televisi. Dalam konteks ini, televisi memiliki andil dalam membingkai komunikasi multikultural melalui tayangan yang disajikan kepada khalayak. Hal ini tidak terlepas dari fungsi media massa termasuk televisi yaitu menyediakan informasi mengenai kondisi lingkungan dalam

arti menjadi alat untuk mengawasi lingkungan, menghubungkan bagian – bagian dalam masyarakat, mengirimkan warisan sosial, dan memberikan hiburan, Laswell dalam Littlejohn (2005).

Kesadaran untuk membangun multikulturalisme dalam sebuah negara seperti Indonesia yang dikemukakan oleh (Shofa, Juli 2016) bukanlah upaya yang mudah. *Bhinneka Tunggal Ika* sebagai teks ideal yang diharapkan dapat menyelesaikan persoalan multikultural di Indonesia, ternyata mengalami penafsiran yang berbeda – beda dalam setiap orde pemerintahan pasca kemerdekaan.

Akhirnya diputuskan bahwa Pancasila adalah satu – satunya falsafah serta ideologi bangsa dan negara yang melandasi, membimbing, dan mengarahkan bangsa untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran karena negara demokratis selalu memiliki ruang untuk mencari jalan tengah dalam memecahkan persoalan yang dihadapi warganya (Suryana & Rusdiana, 2015, p. 111).

Maka dari itu, semangat nasionalis seperti perwujudan multikulturalisme ini dikemas dalam bentuk tayangan *Mini Talkshow* oleh Metro TV dengan menyajikan tayangan yang membicarakan mengenai toleransi dan seperti apa natal di mata narasumber yang sudah dipilih. Selain itu, dalam membuat suatu tayangan, tentunya melewati proses manajemen produksi televisi. Proses tersebut dari pra produksi yang bermula dari timbulnya ide atau gagasan dari produser. Lalu, produser bekerjasama dengan pengarah acara atau PD (*Program Director*), serta penulis naskah. Namun, pada program ini, penulis naskah itu adalah PIC dan Wakilnya yang juga dibantu oleh Asisten Produser. Meskipun tidak ada istilah penulis naskah, tetapi program ini berjalan sesuai alur karena kerjasama tim yang kompak dalam melakukan riset, koordinasi pada setiap rapat yang diadakan sebelum terjun kelapangan.

Kemudian proses produksi adalah mevisualisasi konsep naskah atau *rundown* acara agar dapat dinikmati pemirsa, dimana sudah melibatkan bagian lain yang bersifat teknis (*engineering*). Konsep tersebut harus menggunakan peralatan (*equipment*) yang dioperasikan atau lebih dikenal dengan *production services*. Maka dari itu, dari *rundown* dan konsep yang sudah ada, mengenai tema yang memiliki arti keberagaman ini, dapat dijadikan penuntun sekaligus sebagai pengingat oleh para PIC dan asisten produsernya untuk menyelesaikan tugas dilapangan bersama para *crew*. Sebelum dimulai proses produksinya pun, dilakukan *rehearsal* singkat terlebih dulu untuk menentukan *angle* yang tepat dengan memperhatikan hal yang penting sebelum memulai *shooting* atau liputan seperti membuat atau menentukan *blocking* kamera, menentukan *set*, *lighting*, kamera, *audio* dan jalan cerita yang seperti apa untuk menghadirkan hal – hal yang juga berkesinambungan dengan topik keberagaman.

Selain itu, dalam produksi program *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 ini, mempunyai tujuan teknis ketika mengikuti subyek untuk bergerak yaitu seperti *Long Shot* digunakan untuk memperlihatkan aktivitas subyek dan juga *Medium Shot* untuk memperlihatkan subyek agar tetap didalam *frame* gambar dengan maksud memperlihatkan reaksi atau informasi secara rinci. Produk televisi mendukung sekaligus didukung oleh penokohan (*personality*) untuk memperlihatkan kualitasnya. Konsep tentang tokoh itupun juga mengacu pada para pelaku (*performances*) televisi yang dilekati oleh *audiens* dengan sifat – sifat khusus dan menarik.

Terakhir adalah proses pasca produksi proses terakhir dari pembuatan tayangan pada suatu program di dunia *broadcasting*. Disini, PIC dan Wakilnya yang juga seorang produser berperan untuk melakukan pengawasan. Proses ini bisa dikatakan singkat berdasarkan kesepakatan tim inti saja yaitu PIC, Wakil PIC dan dua orang Asisten Produsernya. Istilahnya adalah *finishing* dari keseluruhan proses produksi yang akhirnya masuk ke proses *editing* untuk siap ditayangkan. Pasca produksi ini memiliki tiga langkah diantaranya, *editing offline*, *editing online* dan *mixing*. Langkah yang dilewati pada proses produksi tayangan *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV ini adalah *editing offline* yaitu editor mengedit hasil *shooting* asli, lalu menyambungkan beberapa potongan *shoot* untuk membentuk jalan cerita agar berkesinambungan dengan topik yang dibicarakan. Lalu yang kedua adalah *mixing* yang menyeimbangkan suara antara narasumber dengan presenter dan memberi *sound effect* yang pas agar kesan kebinekaannya tersampaikan. Proses pasca produksi yang dijalani oleh tim *Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV ini, mempertimbangkan hal – hal apa saja yang diperlukan agar tayangan dapat terlihat menarik, tidak membosankan, tidak terkesan kaku dan memperlihatkan bentuk keberagaman serta kedamaian. Selain itu, untuk menambah kesan yang identik mengenai profil narasumber dengan menambahkan *filler* (cuplikan pembuka dan penutup *talkshow*) pada awal tayangan.

SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis bagaimana suatu bentuk perwujudan multikulturalisme di kemas dalam proses produksi suatu tayangan di televisi dengan menyesuaikan teori yang ada yaitu manajemen produksi televisi dengan memadukan teori seperti multikulturalisme untuk kesesuaian isi tayangan atau tema yang dibuat. Berikut uraian kesimpulannya:

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa diangkatnya tema besar “Berbagi Kasih dalam Kebinekaan” dalam bentuk mini *talkshow* ini setelah mempertimbangkan dan melihat keadaan Indonesia menjelang tahun

baru 2019 yang memanas dengan adanya berbagai macam bencana alam hingga masalah politik karena multikulturalisme bertujuan untuk merayakan perbedaan. Adapun konsep multikulturalisme adalah sebuah pandangan dunia yang pada akhirnya diimplementasikan dalam kebijakan tentang kesediaan menerima kelompok lain secara sama sebagai kesatuan, tanpa memedulikan perbedaan budaya, etnik, gender, bahasa ataupun agama. Multikulturalisme menuntut masyarakat untuk hidup penuh toleransi, saling pengertian antarbudaya dan antarbangsa dalam membina suatu dunia baru.

Selain itu, proses produksi tayangan *pra event*-nya ini berbeda dari tayangan di televisi lain. Pada tayangan – tayangan *pra event*-nya, menampilkan tokoh – tokoh yang dapat mewakili kaum *millennial* (anak muda) hingga orang tua dengan proses produksi *taping* dan metode wawancaranya adalah *interview by appointment* yaitu proses produksinya, berlokasi di kediaman narasumber dan waktunya sesuai dengan permintaan narasumber. Program *mini talkshow* dengan tema topik untuk mengedukasi *audiens* ini adalah hal yang membedakan antara *Pra Event* Natal dan Tahun Baru di Metro TV dengan televisi – televisi lain yang menayangkan sinetron, film layar lebar, *box office movie*, kartun atau konser musik, terutama televisi dengan *background* televisi *intertainment*.

Pada tahapan pra produksi pada program *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV, produser berperan untuk *menghandle* proses perencanaan dengan diawali riset, pertukaran ide hingga melakukan beberapa kali rapat dengan pimpinan redaksi, *manager* hingga produser – produser seluruh program untuk menentukan tema, *rundown* dan lain sebagainya.

Selanjutnya tahapan produksi adalah tahapan eksekusi dilapangan dimana seluruh crew yang bertugas turun ke lapangan untuk memvisualisasikan konsep yang telah dibuat. Pada proses produksi program *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 ini, menggunakan teknik *interview by appointment* yaitu wawancara dengan menyesuaikan waktu dan lokasi di kediaman narasumber dan sesuai dengan keinginan narasumber. Selain itu, dalam menyusun alur ceritanya, teknik penataan kamera (*angle*) menggunakan teknik *Long Shot*, *Medium Shoot*, *Close Up* dan *Panning* untuk memperlihatkan aktivitas, aksi reaksi dan ekspresi narasumber bersama presenter atau reporter.

Tahapan terakhir adalah pasca produksi. Tahapan ini adalah *finishing* dimana hasil produksi masuk kedalam proses *editing* yang sebelumnya sudah dievaluasi terlebih dahulu. Proses *editing* adalah menyatukan potongan – potongan *shoot* dan mengatur *sound* sesuai dengan tema yang sudah disepakati.

Meskipun langkah – langkah manajemen produksi televisi sudah sesuai SOP, namun tidak semua dilakukan. Seperti misalnya, *rehearsal* yang secara menyeluruh tidak dilakukan, hanya saja persiapan sebelum *shooting* memang ada. Terlepas dari itu, proses produksinya tetap berjalan lancar sesuai dengan tema tentang keberagaman dan menerapkan keempat fungsi manajemen pada setiap proses produksinya. Keterbatasan jumlah tim inti pada program khusus ini juga tidak membuat tim lengah tanpa evaluasi dan perbaikan pada setiap prosesnya walaupun sempat beberapa kali kewalahan.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan pengalaman peneliti dalam mengobservasi manajemen produksi program *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV, peneliti dapat memberikan saran untuk penelitian selanjutnya diantaranya adalah diharapkan agar peneliti selanjutnya melakukan riset *audiens* tentang penerimaan penonton yaitu bagaimana masyarakat yang menonton itu akan memiliki cara pandang yang berbeda berdasarkan tayangan yang mereka lihat, kemudian juga seperti riset *teks* tentang semiotika dimana *audiens* akan menemukan tanda atau simbol – simbol di dalam sebuah tayangan program acara yang dapat mewakili apa yang sedang disajikan. Sehingga dapat lebih maksimal dalam proses pra produksi, produksi hingga pasca produksinya.

Kemudian, diharapkan juga untuk produser dan *crew* pada program ini, lebih cepat tanggap lagi dalam mengobservasi keinginan narasumber. Menerapkan sikap tepat waktu dan bergerak cepat ketika dilapangan, observasi, melakukan riset serta pada saat mengikuti rapat agar dapat menangkap seluruh materi untuk kemudian dikerjakan sebelum proses produksi, seperti jumlah tim inti yang sangat minim, tidak dilakukannya *rehearsal* secara keseluruhan sebelum *shooting* berlangsung.

Berdasarkan pembahasan dan pengalaman peneliti juga tentang bagaimana proses produksi program *Pra Event* Natal dan Tahun Baru 2018 – 2019 di Metro TV, peneliti menyarankan kepada pihak Metro TV agar melakukan persiapan, pemilihan PIC dan Wakilnya dilakukan lebih dari dua bulan sebelum produksi agar lebih *efisien* dan lebih maksimal untuk kesiapan materi, *rundown*, alat dan sebagainya. Selain itu, jumlah *crew* inti dalam program tahunan yang sangat padat ini, bisa dikatakan kurang. Seharusnya bisa ditambahkan satu sampai dua orang lagi untuk bagian membantu *menghandle editing* dan bagian untuk menghubungi atau mencari narasumber. Lalu, lebih diperjelas lagi tentang format *Pra Event* ini sejak awal mulai pra produksi, agar seluruh *crew* mengerti apa yang sama – sama dibutuhkan untuk penayangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darwanto, S. S. (2007). *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dwita, D. (2016). Televisi dan Kepentingan Pemilik Modal dalam Perspektif Teori Ekonomi Politik Media. *Jurnal Ipteks Terapan Volume 8 Nomor i4*, 252-254.
- Effendy, O. U. (1993). *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar - Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, & Teknik Editing*. Jakarta: Kencana.
- Hofmann, R. (1999). *Dasar - Dasar Apresiasi Program Televisi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Mabruri, A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Non-Drama, News, and Sport*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Muntadliroh. (2018). Komunikasi Multikultural di Media Televisi Indonesia: Kontrol Pemerintah Atas Imperialisme Budaya. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Volume 22 Nomor 1*, 1-15.
- Robin, P. (2014). Analisis Produksi Program Fashion “ILook” di NET TV. *Jurnal Visi Komunikasi Volume 13 Nomor 01*, 123-124.
- Setyobudi, C. (2006). *Teknologi Broadcasting TV*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soelaeman, M. (2001). *Ilmu Budaya Dasar Suatu Pengantar*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suryana, Y., & Rusdiana, A. (2015). *Pendidikan Multikultural: Suatu Upaya Penguatan Jati Diri Bangsa, Konsep, Prinsip, dan Implementasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- TV, P. R. (1999). *Metro TV (PT. Media Televisi Indonesia)*. Jakarta: Menteri Penerangan Republik Indonesia.
- Wibowo, F. (1997). *Dasar - Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Widiastuti. (2013). Analisis SWOT Keberagaman di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Widya, Volume 1 Nomor 1*, 8.
- Wiryanawan, H. (2007). *Dasar - Dasar Hukum Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.