

Manajemen Produksi *Variety Show* dan Sinetron dalam Memenuhi Kepentingan Publik

Intan Ikhtiarti Wilti^{1*}, Harmonis²

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

**1Koresponden: intanikhtiarti@gmail.com*

Abstrak

Stasiun-stasiun televisi berlomba dalam mengemas suatu acara melalui kreativitas demi merebut kemenangan dalam persaingan serta memikat perhatian audience. Di kegiatan pelaksanaan penyiaran suatu lembaga penyiaran dibutuhkan keahlian dalam bidang manajemen, yakni manajemen penyiaran. Program *Variety Show* yang tayang di televisi menyuguhkan hiburan dan mampu menarik hati pemirsa. Sinetron membentuk penggabungan dan pemendekan dari sinema dan elektronika. Paket sinetron televisi ialah salah satu bentuk dalam mendidik masyarakat agar berperilaku selaras dengan tatanan norma dan nilai budaya. Secara otomatis, isi pesan yang terlihat secara simbolis dalam paket sinetron berwujud kritik sosial serta kontrol sosial tentang penyimpangan yang sedang ada di masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses manajemen produksi *variety show* dan sinetron di televisi. Penelitian ini menggunakan teori manajemen media. Metode penelitian ini adalah kualitatif dan tipe penelitian ini bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan teknik wawancara. Hasilnya ialah kedua informan memberikan pendapat dan penilaiannya terkait *variety show* dan sinetron saat ini di televisi. Mereka menyampaikan bahwa ada beberapa program *variety show* dan sinetron yang sebenarnya tidak memenuhi kepentingan publik.

Kata kunci: Manajemen Media, Media Penyiaran

Abstract

Television stations compete in packaging an event through creativity in order to win the competition and attract the attention of the audience. In the implementation of broadcasting activities, a broadcasting institution requires expertise in the field of management, namely broadcasting management. *Variety Show* programs that air on television provide entertainment and are able to attract the hearts of viewers. Soap operas form an amalgamation and shortening of cinema and electronics. Television soap opera packages are one form of educating people to behave in harmony with the order of cultural norms and values. Automatically, the message content that is seen symbolically in the soap opera package is in the form of social criticism and social control about deviations that are currently in the community. The purpose of this study was to determine the production management process of *variety shows* and soap operas on television. This research uses media management theory. This research method is qualitative and this type of research is descriptive. Research data collection techniques using interview techniques. The result is that the two informants gave their opinions and assessments regarding the current *variety shows* and soap operas on television. They said that there were several *variety shows* and soap operas that did not actually fulfill the public's interest.

Keywords: Media Management, Broadcast Media

PENDAHULUAN

Salah satu pendukung agar pengelolaan media berjalan dengan baik dan efisien maka diperlukan manajemen untuk mengatur segala sesuatunya yang berkaitan dengan pengelolaan media. Pada dasarnya, manajemen erat kaitannya dengan organisasi (Zuhad, 2014). Schoderbek, Cosier dan Aplin memberikan definisi manajemen sebagai (*A processing of achieving organizational goal through others*) suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain. Stoner, memberikan definisi manajemen sebagai proses perencanaan, pengarahan, dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah diciptakan. Howard Carlisle (1987) mengemukakan pengertian manajemen yang lebih menekankan pada pelaksanaan fungsi manajer yaitu (*directing, coordinating and influencing the operation of an organization so as to obtain desired results and enhance total performance*) mengarahkan, mengoordinasikan, dan mempengaruhi operasional suatu organisasi agar mencapai hasil yang diinginkan serta mendorong kinerjanya secara total (dalam Hidayat, 2015).

Manajemen media berdiri terpisah sebagai subbidang manajemen yang berbeda untuk dua alasan utama. Pertama dari segi ekonomi, produk yang dihasilkan oleh media perusahaan cukup berbeda dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan di industri lain. Media perusahaan memproduksi konten untuk didistribusikan kepada audiens dan audiens untuk didistribusikan ke pengiklan. Kedua, produk konten dan audiens memiliki sejumlah karakteristik ekonomi khusus yang secara efektif membedakan media industri dari industri lain di Amerika Serikat dan ekonomi global. Akibatnya, pengelolaan yang beroperasi di konten dan pasar audiens memerlukan pelatihan khusus dan pemahaman khusus tentang dinamika unik dari pasar tempat mereka beroperasi untuk membuat keputusan strategis dan manajerial yang efektif (Albarran, 2006).

Media tidak dapat dipisahkan dari hubungan antara konglomerat (pemilik media) dan ruang publik. Media mempunyai peranan yang sangat penting di masyarakat sehingga tidak menjadi hal aneh jika industri media banyak dilirik oleh konglomerat. Karena bagi mereka, jika bisa mengendalikan media maka bisa mengendalikan publik. Kemajuan teknologi terkait media tidak hanya memberikan perubahan pada proses penerimaan informasi yang semakin cepat, seperti proses pemberitaan dan penyampaian informasi pada saat ini. Kemajuan tersebut nyatanya memberikan tantangan baru yaitu perihal media yang menyediakan ruang yang layak bagi publik sehingga memberikan dorongan kepada media dalam menjalani fungsinya secara aktif menjadi perantara dan penyedia berbagai kemungkinan dalam memenuhi kepentingan publik. Seiring dengan semakin terfragmentasinya pasar media, pengelolaan media harus menjadi semakin agresif dalam upaya mereka untuk menarik penonton untuk tetap layak secara ekonomi, dan upaya ini mungkin tidak sesuai dengan artikulasi prinsip kepentingan publik baik sebagai keharusan etis atau mandat peraturan. Namun, dengan seiring majunya industri media global saat ini, media tidak lagi diposisikan sebagai penyedia ruang yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk berhubungan satu sama lain. Ketika media semata-mata dipandang sebagai bisnis belaka, komodifikasi terhadap informasi, berita dan kapitalisasi konten telah terjadi, dan hal ini telah melemahkan masyarakat. Cara kerja media arus utama pada umumnya justru melanggengkan kepasifan, *voyeurism*, dan sinisme, ketimbang menjunjung nilai-nilai kewarganegaraan dan partisipasi. Pada akhirnya, hal ini memposisikan penonton/ pembaca/ pendengar semata-mata sebagai konsumen (yang hanya dapat memilih program apapun yang disajikan kepada mereka), bukan sebagai warga negara (yang memiliki hak). Kondisi ini menghambat cita-cita akan ruang publik yang mendukung terciptanya partisipasi publik dalam konteks demokrasi (Nugroho et al, 2013).

Siaran atau tayangan program di berbagai stasiun televisi dalam beberapa konteks mengabaikan prinsip kepentingan publik. Keadaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor tentang pola industri, kepemilikan media dan minimnya literasi media bagi publik. Media televisi masih terperangkap dalam lingkaran kepentingan bisnis. Kekhawatiran yang sebanding mengenai hubungan antara kondisi pasar dan kepentingan publik meluas ke ranah konten hiburan juga. Salah satu kunci sebagai bagian dari kepentingan publik dalam media hiburan secara tradisional telah menjadi perhatian anak-anak khususnya, melindungi anak-anak dari paparan konten berorientasi dewasa seperti program kekerasan atau seksual eksplisit. Salah satu contohnya ialah tayangan lamaran selebriti yang harusnya menjadi urusan pribadi menjadi tayangan yang disiarkan secara massal dengan durasi panjang. Penelitian ini ingin melihat bagaimana manajemen produksi *variety show* dan sinetron dalam memenuhi kepentingan publik?

Manajemen Penyiaran Televisi

Penyiapan suatu program televisi bisa dilihat melalui aspek manajemen atau disebut juga manajemen strategis (*management strategic*) program penyiaran, yaitu :

1. Perencanaan program

Pelaksana suatu program televisi harus bisa memahami terkait siapa saja *audiens* yang menonton program televisi di waktu tertentu. Umumnya, setiap jam mempunyai komposisi audiens yang tidak sama. Memahami siapa saja *audiens* televisi saat waktu tertentu sangat penting ketika memilih program mana yang akan ditayangkan. Perencanaan program menyertakan beragam keputusan, tidak hanya perihal program itu tetapi juga beragam aspek yang terlihat seperti halnya nama program, secara penyajian program (kemasan) dan hal apapun yang terhubung tentang pelayanan kepada audiens dan pemasang iklan.

Pengelola program stasiun butuh untuk mengerti perihal kekuatan dan kelemahan program stasiun pesaing di setiap waktu siaran yang melingkupi jumlah penonton yang dapat ditarik dan ciri-ciri demografis audiens yang ada pada setiap bagian waktu siaran. Pada setiap waktu siaran memiliki dua pilihan dalam menayangkan program, yakni :

- a) berupaya memikat audiens yang sedang menonton program pada stasiun pesaing dengan menayangkan program yang serupa, dan
- b) menyuguhkan program yang tidak sama dengan program stasiun pesaing sebagai upaya memenuhi keinginan program audiens yang belum terpenuhi.
- c) Produksi dan pembelian program

Kunci untuk memproduksi atau membuat program ialah ide atau gagasan. Sehingga setiap program kerap dimulai dari ide atau gagasan. Hal tersebut kemudian diterapkan melalui produksi. Ide atau gagasan dapat berasal dari manapun dan dari siapapun. Namun nyatanya gagasan dalam membuat program bisa juga bersumber lewat media massa, misalnya lewat siaran radio, surat kabar dan lainnya. Media massa memberi ide untuk pembuatan suatu program.

Melalui asal mula program televisi, kita bisa melihat dan meninjau siapa yang memproduksi program, sehingga kita dapat membagi program sebagai berikut:

- a) Program yang dibuat sendiri (*In House Production*), umumnya ialah program berita (*news progamme*) dan program yang berhubungan dengan informasi, contohnya : laporan khusus, *infotainment*, laporan kriminalitas, fenomena sosial, *talk show*, biografi tokoh, *feature*, film

dokumenter. Program yang memakai studio, misalnya seperti *game show*, kuis, musik, *variety show* juga termasuk program yang dibuat sendiri.

- b) Program yang dibuat pihak lain terutama jenis program hiburan seperti program drama (film, sinetron, telenovela), program musik (videoklip), program *reality show*, dan lain-lain.

Ada tiga bagian utama dalam proses produksi, yaitu:

- a) Langkah pra produksi atau perencanaan ialah segala bentuk kegiatan mulai dari pembahasan ide di awal sampai dengan pelaksanaan pengambilan gambar (*shooting*). Perencanaan ini terjadi proses interaksi antara kreativitas manusia dengan peralatan pendukung yang ada.
- b) Tahap produksi merupakan seluruh kegiatan pengambilan gambar (*shooting*) baik di studio maupun diluar studio. Proses ini biasanya dilakukan secara taping. Pemeriksaan ulang sangat baik dilakukan setelah kegiatan pengambilan gambar selesai. Jika ditemui kesalahan pengambilan gambar dapat diproses kembali.
- c) Tahap *pasca* produksi adalah kegiatan pelaksanaan dalam pengambilan gambar sampai materi dianggap selesai dan siap diselesaikan atau diputar kembali. Kegiatan yang termasuk dalam *pasca* produksi antara lain editing, memberi ilustrasi, musik, efek dan lainnya.

2. Eksekusi program

Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan sehingga akan berhasil. Kegiatan menata program yaitu menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah dijadwalkan. Pengelola program harus cermat dalam merancang program dengan melakukan teknik penempatan acara sebaik-baiknya demi menghasilkan hasil yang optimal. Suatu program akan menjadi sia-sia Ketika penempatan acara yang kurang baik. Pelaksana program juga harus memperhatikan segala peraturan yang berlaku ketika menata programnya. Setiap segmen mempunyai sifat audiens yang berbeda. Strategi agar audiens tidak berpindah saluran ialah dengan menayangkan cuplikan dari suatu acara yang bersifat paling dramatis, memiliki unsur ketegangan, menggoda dan memikat rasa penasaran yang hanya bisa terselesaikan jika mengikuti saluran tersebut.

3. Pengawasan dan Evaluasi Program

Pengawasan dilakukan didasari hasil kerja atau kinerja yang bisa diukur sehingga fungsi pengawasan dapat terlaksana dengan baik. Contohnya yaitu jumlah dan komposisi audiens yang menonton atau menyimak program stasiun penyiaran bersangkutan dapat diukur dan diketahui melalui laporan riset *rating*. Jika jumlah audiens yang tertarik dan mengikuti program stasiun penyiaran lebih rendah dari yang ditargetkan, maka proses pengawasan mencakup kegiatan pengenalan terhadap masalah dan memberikan pengacahan untuk dilakukan diskusi agar mendapat solusi. Hasil diskusi bisa saja berbentuk perubahan rencana seperti revisi yang lebih rendah dari ekspektasi sebelumnya atau tindakan lain yang akan dilakukan untuk mencapai target semula.

Dengan begitu manajemen penyiaran televisi merupakan perencanaan program yang dibentuk untuk bisa mencapai tujuan agar audiens tertarik untuk mengikuti sasaran yang dipancarkan oleh stasiun penyiaran. Setiap program televisi saling berkompetisi dalam mendapatkan rating dan *share*. Sehingga dibutuhkan sebuah perencanaan dan evaluasi agar mendapatkan tujuan dan unggul dalam perolehan rating dan *sharenya* (Morrisan,2013).

Produksi

Program televisi tidak bisa terlepas dari hubungan kerjasama oleh tim produksi yang merangkai dan menggambarkan ide cerita atau skenario ke dalam bentuk audio dan video. Sebuah proses produksi diperlukan beberapa materi untuk mencapai keseimbangan dalam hasil yang maksimal. Materi tersebut antara lain ialah produksi, biaya produksi, sarana produksi serta organisasi pelaksanaan produksi (Fred Wibowo: 2007).

1. Materi produksi

Fred Wibowo menyatakan bahwa materi produksi dapat diuraikan menjadi berbagai macam faktor seperti kejadian, benda, binatang, pengalaman ataupun hasil karya lain yang dapat diolah menjadi sebuah produksi yang berkualitas. Proses produksi suatu acara dapat ditentukan oleh pendidikan, pengalaman dan pemikiran kritis yang dimiliki oleh produser acara tersebut. Keberadaan visi dari seorang produser turut serta dalam mempengaruhi hasil dari program yang ia produksi karena berpartisipasi membantu dalam pemilihan materi produksi yang selektif dan kritis.

2. Sarana Produksi

Fred Wibowo menyatakan bahwa sarana yang dipakai untuk proses produksi demi terwujudnya hasil nyata melalui ide yang dipunyai ialah sarana produksi. Tiga hal yang dimiliki saat proses produksi antara lain berupa unit peralatan perekam suara, unit peralatan perekam gambar serta peralatan pencahayaan.

3. Biaya Produksi

Biaya produksi banyak diperlukan selama produksi program acara apapun. Biaya produksi bisa memberikan pengaruh secara langsung dari program acara yang di produksi, seperti jumlah episode maupun kualitas yang dimiliki dari acara tersebut. Seorang produser baiknya mempunyai pemikiran dan bisa menimbang dengan matang untuk mendapatkan serta memakai biaya produksi yang acara tersebut miliki. Biaya yang dimiliki oleh program acara tertentu dapat didasarkan pada *financial oriented* atau *quality oriented*.

4. Organisasi Pelaksanaan Produksi

Organisasi pelaksanaan produksi tergantung dengan tim serta karyawan yang ikut dalam operasional alat dan proses produksi dari sebuah program acara. Seharusnya suatu tim produksi bisa menjalin kerjasama dan kinerja yang dapat dikelola sesuai tujuan yang dipunya produser.

Herbert Zettl memberikan pernyataan terkait tahapan produksi program televisi (Fred Wibowo:2007) :

a. Pra produksi

Langkah ini merupakan bagian sangat penting karena melibatkan begitu banyak persiapan yang dilakukan untuk bisa memproduksi suatu acara. Tahapan pra produksi terbagi menjadi tiga tahapan, yakni :

- a) Penemuan ide: Menemukan suatu gagasan atau ide yang setelahnya dilakukan sebuah riset untuk selanjutnya mengembangkannya menjadi sebuah naskah.

- b) Perencanaan: proses penentuan waktu produksi, pemilihan lokasi serta artis dan *crew* yang nantinya digunakan dan menetapkan naskah yang digunakan.
- c) Persiapan: pembentukkan *setting* tempat, pemeriksaan dan melengkapi peralatan yang akan digunakan.

a. Produksi

Proses produksi terbagi menjadi beberapa tahapan penting, yaitu :

- a) *Organizing*: proses penentuan menyusun dari struktur organisasi yang berdasarkan kepada kesediaan sumber daya dan lingkungan tempat organisasi, yang kemudian diselaraskan sesuai tujuan dari adanya komunikasi tersebut.
- b) *Actuating*: sebuah tindakan pengorganisasian kepada para anggota dari struktur organisasi yang memiliki tujuan dalam memberikan motivasi serta petunjuk agar tercapainya kinerja yang maksimal. Adanya proses tersebut diharapkan kinerja dari tim bisa berjalan dengan baik dan sesuai seperti tujuan serta target yang akan dicapai oleh organisasi.
- c) *Controlling*: proses pengawasan terhadap kinerja yang dihasilkan oleh organisasi, kinerja dilihat dari bentuk pencapaian dalam tujuan yang ingin dicapai. Selanjutnya yang dapat dilakukan ialah seperti evaluasi dan koreksi dalam kinerja sebelumnya untuk memperoleh hasil yang bagus ke depannya. Hasil bisa disesuaikan dengan naskah yang sudah dibuat.

b. Pasca Produksi

Suatu proses evaluasi terkait hasil proses produksi yang telah berlangsung, evaluasi bisa dilakukan melalui editing *online*, *offline* serta *mixing*.

Televisi

Menonton televisi merupakan sebuah budaya yang sudah melekat pada bangsa. Hadirnya media elektronik seperti televisi dan banyaknya stasiun pertelevisian swasta yang menyuguhkan hiburan diantaranya :

- a. *Infotainment*, sebuah penayangan yang berciri khas gosip dan mempersoalkan problematika terhadap para artis dan pola kehidupan yang condong mewah dan ala sosialita merupakan salah satu hal yang memikat. Masyarakat bisa mempunyai 'impian' untuk melihat dan menghayati kehidupan artis tersebut.
- b. *Games*, acara ini mengarah pada malam hari. Dari macam-macam bentuk konsep dan format.
- c. *Sinetron*, ialah sebuah acara televisi yang sekarang dikuasai oleh tayangan sinetron yang penayangannya hampir di seluruh stasiun televisi swasta.
- d. *Reality show*, acara ini merupakan bintang tayangan televisi. Seperti playboy kabel, minta tolong, dan lainnya.
- e. Acara dan tayangan yang berunsur mistis, goyang dangdut dan lainnya.

Media televisi secara tidak langsung berperan penting dan mempunyai hubungan baik dengan kehidupan sosial dan budaya yang ada di masyarakat. Seperti menggambarkan bahwasannya realita yang ada di masyarakat, maka hal tersebut yang tergambar di media. Televisi mempunyai manfaat bagi masyarakat yakni :

a. Sebagai hiburan

Televisi menyuguhkan berbagai macam tayangan hiburan, seperti dari film, musik, berita, komedi dan semua jenis hiburan yang menjadi penghibur penonton.

b. Sebagai Pendidikan

Banyak acara-acara televisi yang memberikan penyangan terkait pendidikan, seperti bagaimana cara membuat sesuatu, atau pendidikan soal alam liar dan sekitarnya. Sehingga pemirsa menonton acara yang berbobot, tentu saja hal tersebut sangat baik sebagai bentuk untuk mendidik para penonton, khususnya untuk anak-anak yang sedang tumbuh kembang.

c. Agar tidak ketinggalan informasi

Televisi sudah menyiarkan informasi *terupdate* terkait apa yang sedang terjadi di luar sana. Gosip artis, bencana alam, kasus kejahatan serta informasi lain yang dimuat dalam berita dan juga acara lainnya.

d. Relaksasi dan menghilangkan stress

Saat kita merasa lelah, tertekan dan merasakan stress, baiknya mencoba untuk menonton. Berbagai macam tayangan dan acara di televisi mempunyai banyak unsur hiburan dan berdampak baik dalam relaksasi dan kita akan merasakan santai, sehingga bisa lepas dari rasa tertekan, stress dan juga depresi.

e. Memilik pengetahuan terkait perkembangan ekonomi, olahraga, sosial dan lainnya.

f. Memperdekot rasa persaudaraan, melalui ini maka rasa persaudaraan dan kekeluargaan berjalan dengan baik, yaitu seperti momen ketika semua orang berkumpul di suatu ruangan untuk menonton televisi bersama.

Namun televisi juga memberikan dampak, sebagai berikut :

1. Efek duplikat atau peniruan, dimana para *audiens* dihadapkan gaya aktual yang ditayangkan televisi. Seperti model pakaian dan model rambut para artis.
2. Efek informatif, sebuah keahlian seseorang dalam mengerti acara yang ditayangkan televisi dan meningkatkan pengetahuan bagi *audiens*.

Program Televisi

Program merupakan segala hal yang disuguhkan stasiun penyiaran untuk melengkapi kebutuhan public (Kristanty, 2017).

Dari berbagai macam program yang disajikan stasiun penyiaran jenis-jenis program terbagi menjadi dua bagian yaitu (Sinatra, 2019) :

1. Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberitahukan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak *audience*.
 - a) Berita keras (*Hard News*) adalah segala bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui oleh khalayak *audience* secepatnya.
 - b) Berita lunak (*Soft News*) adalah informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan.

2. Program Hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audience* dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, musik, dan permainan (*game*).
 - a) Drama adalah pertunjukan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang diperankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi.
 - b) Permainan atau *game show* adalah suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu atau kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu.
 - c) Musik, program ini merupakan pertunjukan yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio. Program musik di televisi sangat ditentukan oleh artis untuk menarik *audience*, tidak saja dari kualitas.

Karakteristik Program Televisi

Karakteristik suatu program televisi selalu mempertimbangkan agar program acara tersebut itu digemari atau dapat diterima oleh *audience*. Berikut ini empat hal yang terkait dalam karakteristik suatu program televisi :

1. *Product*, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai *audience* yang dituju.
2. *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif bagi pemasang iklan yang berminat memasang iklan pada program bersangkutan.
3. *Place*, artinya kapan waktu siaran yang tepat program itu. Pemilihan waktu siaran yang tepat bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan program yang bersangkutan.
4. *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor.

Variety Show

Secara etimologis, kamus bahasa inggris menuliskan variety berarti variasi atau beragam. Sedangkan show berarti pertunjukan. Jadi variety show adalah variasi pertunjukan atau dikenal juga sebagai seni atau hiburan berbagai tindakan, pertunjukan terutama musik dan komedi sketsa, dan biasanya diperkenalkan oleh seorang pengantar (pembawa acara) atau host. Karena bentuknya yang bebas dan beragam, pertunjukan dapat terdiri dari pertunjukan sihir, binatang dan sirkus, akrobat, junggling dan berbicara dengan perut. Antje Schwarzmeier dalam jurnalnya yang berjudul Planning and Designing a Variety show menjelaskan bahwa dalam sebuah variety show terdapat banyak ruang yang leluasa untuk memasukan konten program. Luasnya durasi yang dimiliki variety show memungkinkan segala bentuk format acara dapat dipadukan menjadi sebuah variety show yang menarik. Sehingga perlu perencanaan yang seksama dalam menciptakan struktur acaranya. Variety show dapat dihasilkan dari unsur pencampuran topik yang sedang hangat dibicarakan, menciptakan kedekatan penonton dan bintang tamu dan musik dengan tempo panjang dan gaya presenter yang disesuaikan dengan karakter program (Nurfatihah, 2015).

Sinetron

Sinetron ialah sebuah penyatuan dan pemendekan dari sinema dan elektronika. Elektronika dalam hal ini tidak hanya mengarah kepada pita kaset yang mempunyai proses berdasarkan kaidah-kaidah elektronis. Elektronika dalam sinetron mengarah pada mediumnya. Yaitu televisi dan visual, yang menjadi medium elektronik selain siaran radio. Sinetron diartikan juga sebagai

televise *play*, sama seperti teledrama, sandiwara ataupun sama seperti lakon televisi. Inti dari kecocokkan ini yaitu sama-sama ditayangkan di media audio visual yakni televisi. Ada factor-faktor yang menjadi dasar sinetron diminati yakni :

- a. Isi pesan selaras dengan realita sosial khalayak.
- b. Isi pesan merupakan gambaran dari kebiasaan leluhur dari budaya masyarakat.
- c. Isi pesan sangat banyak menyuguhkan topik terkait persoalan yang sedang terjadi di kehidupan masyarakat.

Mengajari masyarakat dalam bertindak selaras dengan aturan norma dan nilai budaya setempat ialah pengertian pake sinetron televisi. Secara spontan, isi pesan yang dibahas secara simbolis merupakan bentuk kritik dan kontrol sosial terkait penyelewengan yang ada di masyarakat. Kemunculan sinetron di Indonesia, secara tidak langsung merupakan bentuk akibat dari mencoloknya industri televisi saat ini. Kehidupan masyarakat mampu dipengaruhi oleh televisi yang baru muncul melalui ragam acara yang disuguhkan untuk masyarakat. Hal tersebut tentu merupakan bagian dari penerapan dari banggunya industri televisi Indonesia ialah stasiun televisi harus bisa memilah mana tayangan program yang akan bisa mendapatkan perhatian dari audiens.

Macam-macam Sinetron

Terlihat melalui segi penayangannya, sinetron terdiri dari tiga macam yaitu :

1. Cerita yang berada dalam satu paket (judul besar) yang ditayangkan per *episode* terkandung judul kecil dan langsung tamat. Seperti Azab, Pintu Berkah, Maha Kasih dan Rahasia Ilahi.
2. Ceritanya bersambung pada setiap episodnya. Seperti kiamat sudah dekat.
3. Cerita yang berada dalam satu paket (judul besar), di setiap penayangannya terkandung judul kecil tetapi di setiap episodnya bersambung. Seperti lorong waktu.

Sinetron memiliki beberapa aspek yang berpotensi menyeleweng dari didikan agama, yaitu:

1. Aspek moralitas, hal ini yang menyangkut nilai positif dan negatif yang dilaksanakan oleh seseorang.
2. Aspek seksualitas yang dapat dilihat melalui cara berbusana pemain yang memfokuskan pada daya tarik seksual dengan tujuan untuk menunjukkan ekspresi cinta diantara mereka yang condong vulgar.
3. Aspek kekerasan, aktris atau aktor ditunjukkan untuk mengatasi persoalan melalui kekerasan seperti memukul, menendang serta sampai membunuh.
4. Aspek perilaku, yang tampak bebas dari peraturan sekolah. Hal tersebut dikarenakan para siswa berani memperlihatkan tatto, rambut yang dicat dengan warna menyolok, serta bertindak seolah preman.
5. Aspek bahasa, banyak variasi bahasa yang ada di setiap penayangan sinetron Indonesia. Setiap tayangan sinetron masih terdengar kata-kata yang tidak pantas untuk dipertontonkan.

Dampak Sinetron

Dampak Positif :

1. Berani Bermimpi

Banyak sinetron yang mengisahkan tentang orang kampung yang bisa sukses menjadi orang kaya dikarenakan sikap tidak pantang menyerahnya untuk bekerja.

2. Perilaku Baik

Peran di sinetron, tentu ada peran protagonis yaitu tokoh yang selalu berperilaku baik. Ketika *audiens* menonton, secara tidak langsung perilaku tersebut berpengaruh pada *audiens*.

3. Memperluas wawasan serta cara berbaur.

Dampak Negatif :

1. Bisa menghancurkan akhlak seseorang dikarenakan alur cerita yang disuguhkan dalam sinetron itu, dalam penayangannya selalu muncul kalimat kasar, kehidupan glamor, model busana yang kurang pantas.
2. Mengakibatkan malas, hal ini sebabkan *audiens* sering menonton sinetron dibandingkan menyelesaikan pekerjaan rumah serta lainnya. Individu bisa terpengaruh memiliki sifat materialis dan suka berkhayal.

Kepentingan Publik

Cepatnya pertumbuhan televisi sekarang sudah menjadikan televisi sebagai industri, sehingga produk televisi saat ini tidak dapat dikesampingkan dari keuntungan bisnis. Hal lainnya, didominasinya media televisi oleh orang yang tidak hanya mempunyai dalam bidang usaha namun juga politikus, membentuk produk saat ini tidak akan lari dari keuntungan politik. Ada dua hal yakni bisnis dan politik yang memang sedikit demi sedikit sudah menyingkirkan peran televisi terkait kepentingan publik.

McQuail menyatakan secara umum, bahwasannya ada tiga teori tentang kepentingan publik : kepentingan publik sebagai penjumlahan kepentingan pribadi (*preponderance theory*), kepentingan umum (*common interest theory*) dan kesatuan (*unitary theory*). Pertama, kepentingan publik sebagai penjumlahan kepentingan pribadi (*preponderance theory*). Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa kepentingan publik adalah penjumlahan dari kepentingan-kepentingan individu. Kepentingan publik karenanya tidak bertentangan dengan kepentingan individu, karena kepentingan publik pada dasarnya adalah agregat dari berbagai macam kepentingan-kepentingan perseorangan. Teori ini kerap juga disebut teori mayoritarian, karena kepentingan publik digambarkan sebagai kumpulan pendapat dari banyak orang. Kepentingan publik di sini menekankan pada “apa yang diinginkan oleh orang banyak”. Kepentingan publik di sini bisa dicerminkan dan diketahui dari hasil *polling*, rating dan berbagai data lain yang menunjukkan apa yang diinginkan oleh banyak orang. Kritik terhadap teori ini berkaitan dengan hak dari kelompok minoritas. Khalayak pemirsa televisi yang menyukai program acara kesenian tradisional (wayang, ketoprak) tidak akan mendapatkan tayangan tersebut, karena acara kesenian tradisional tersebut dinilai bukan acara yang berhubungan kepentingan publik yang disukai banyak orang.

Kedua, kepentingan publik sebagai kepentingan bersama (*common interest*). Teori ini didasarkan pada gagasan-gagasan J.J. Rousseau mengenai kehendak umum. Dalam teori ini, kepentingan publik dikaitkan dengan kepentingan bersama. Selain kepentingan pribadi, setiap orang pada dasarnya mempunyai kepentingan bersama. Sistem keuangan, listrik, transportasi adalah contoh-contoh kepentingan bersama. Teori ini menekankan adanya barang-barang publik

(*public good*) yang tidak dimiliki oleh pribadi atau individu. Kepentingan publik bukanlah penjumlahan dari pendapat individu, karena posisi dari kepentingan umum itu sendiri berbeda dengan kepentingan pribadi. Acara sinetron atau hiburan di suatu televisi, bukanlah program yang berkaitan dengan kepentingan publik dalam teori ini. Acara ini meski ditonton oleh banyak orang hanya mencerminkan selera atau keinginan orang. Sebaliknya acara yang berkaitan dengan informasi politik, berita mengenai korupsi yang dilakukan oleh pejabat negara adalah contoh dari program yang berkaitan dengan kepentingan publik. Acara-acara ini berkaitan dengan masalah-masalah bersama warga atau komunitas. Teori ini tidak melihat kepentingan umum dalam konsepsi mayoritarian. Teori ini percaya bahwa ada kepentingan bersama (*common interest*), dan ini tidak berkaitan dengan selera atau pendapat dari individu-individu. Salah satu ilustrasi dari penerapan teori ini adalah adanya aturan mengenai kewajiban media (dalam masa kampanye pemilu) untuk memberikan kesempatan yang sama kepada partai politik. Atau kewajiban agar media memberikan perhatian lebih kepada kelompok minoritas dan marjinal perempuan, buruh dan penyandang cacat. Dalam konsepsi teori penjumlahan *preponderance theory*, upaya ini tidak berkaitan sama sekali dengan kepentingan publik. Jika konsumen media (dibuktikan lewat survei atau rating televisi) memang tidak menginginkan menonton berita-berita tersebut, tidak ada kewajiban media untuk memberitakan kelompok tersebut. Tetapi dalam konsepsi teori kepentingan bersama (*common interest*), masalah yang berkaitan dengan kelompok minoritas atau marjinal adalah masalah bersama sebagai warga. Media hanya memberi tempat kepada mereka, biarpun berita mengenai kelompok ini tidak disukai oleh khalayak penonton.

Ketiga, kepentingan publik sebagai kesatuan (*unitary theory*). Dalam teori ini, kepentingan publik dikaitkan dengan standar nilai atau moral atau nilai tertanam dan moral yang menjadi rezim yang berkuasa di dalam kehidupan publik. Dalam masa modern, kepentingan publik dari teori ini berkaitan dengan sistem politik dan hukum dari suatu masyarakat atau negara. Kepentingan publik dipahami sebagai bagian dari sistem politik, sistem inilah yang menentukan mana yang dianggap sebagai kepentingan publik dan mana yang tidak. Teori ini membedakan antara pilihan (preferensi) dengan kepentingan. Pilihan preferensi berkaitan dengan “apa yang diinginkan oleh orang banyak”, sementara kepentingan berkaitan dengan apa yang ditentukan oleh standar moral, hukum dan sistem sebagai kepentingan publik. (dalam Ahmad, 2012).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kualitatif dan tipe penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian ini ingin memberikan deskripsi atau gambaran tentang manajemen produksi *variety show* dan sinetron dalam memenuhi kepentingan publik (*public interest*). Dalam menyusun penelitian ini, peneliti melakukan penelusuran berbagai macam literatur baik yang berbentuk buku, jurnal, makalah, maupun artikel-artikel yang terkait dengan tulisan yang dibahas pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara. Data-data tersebut kemudian dipelajari dan dianalisis untuk menjawab pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini didapatkan oleh peneliti melalui proses wawancara melalui beberapa informan yaitu masyarakat sebagai penilai apakah manajemen produksi *variety show* dan sinetron sudah memenuhi kepentingan atau kebutuhan publik atau tidak. Meskipun telah ditemui beberapa

program variety show melanggar beberapa pasal Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (PPSPS). Tentu hal ini menjadi persoalan karena penayangan variety show yang bersifat pribadi merupakan kegiatan yang sebenarnya bersifat privat atau pribadi, namun ditayangkan dengan durasi panjang.

a. Wawancara Anissa A. (informan 1)

Informan pertama dalam penelitian ini adalah Anissa A, berumur 24 tahun dan kini bekerja di salah satu perusahaan. Sebagai seorang pekerja, Anissa sering menonton televisi dalam kesehariannya. Anissa mengungkapkan bahwa menonton televisi dalam kesehariannya tidak hanya untuk mengisi waktu senggang, melainkan ia juga sebagai sarana untuk mencari hiburan dan mendapatkan informasi terbaru sesuai dengan situasi terkini.

Anissa menonton televisi dalam hari kerja selama 1-2 jam setiap harinya dan dihari weekend atau libur bisa 3-5 jam perhari.

‘Menurut aku program variety show dan sinetron sekarang itu belum tentu bermanfaat bagi aku sebagai penonton, karena yang aku liat sekarang variety show itu bukan yang tujuan buat menghibur mba tetapi sekarang sepertinya diliat dulu kira-kira banyak gak nih penontonnya atau mungkin ngeliat followers artis itu sendiri mba buat variety show nya, beda sama dulu kan mba, kalau dulu ya dibikin dulu terus gimana nanti masyarakat ngasih tanggapan.’

Anissa juga menyampaikan secara spesifik tentang penilaiannya terhadap program variety show apakah sudah memenuhi kebutuhan atau kepentingan publik saat ini.

‘Aku menilainya stasiun televisi sekarang ada beberapa yang membuat program variety shownya gak sepenuhnya buat kepentingan publik mba, tetapi lebih kearah gimana bisa dapat keuntungan dari variety show itu, seperti kehidupan kehidupan selebriti yang bagi aku gak penting itu buat aku tonton, tetapi gak tau juga ya mba bagi pengikut atau pengagum artis itu, mungkin bagi mereka butuh.’

Anissa juga menyampaikan penilaiannya terhadap sinetron saat ini,

‘ Kalau buat program sinteron-sinetron sekarang itu bagi aku campur aduk ya mba. karena ada sinetron yang memang menurut aku itu murni buat hiburan tapi ada juga yang sebenarnya gak baik buat ditonton. Seperti ada unsur kekerasan, adegan-adegan dewasa sama hal-hal lain yang gak patut buat ditonton menurut aku. Seperti sinetron yang kemarin heboh ya mba terus distop penayangannya tentang sinetron SHI : Z. Menurut aku itu sama sekali tidak memenuhi kepentingan public ya mba, jadi aku berharap semoga kedepannya sinetron-sinetron yang ditayangkan itu murni buat hiburan masyarakat buat pelepas penat tanpa ada unsur kekerasan dan lainnya, atau bahkan lebih baik diselipin nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan menurut aku mba.’

b. Wawancara Alfira (informan 2)

Informan kedua dalam penelitian ini adalah Alfira, berumur 22 tahun dan baru saja meluluskan pendidikannya di Strata 1. Sebagai seorang mahasiswa yang baru menyelesaikan studinya, Alfira cukup sering menonton televisi dalam kesehariannya. Alfira mengungkapkan bahwa menonton televisi dalam kesehariannya untuk mengisi waktu senggang.

Alfira menonton televisi dalam hari kerja selama 2-3 jam setiap harinya dan dihari weekend atau libur bisa 4 jam perhari.

“ Bagi aku variety show dan sinetron sekarang ada beberapa yang dipertontonkan ke publik karena ramainya di youtube ya mba. Misalkan artis X lagi banyak penontonnya di youtube terus karna lagi ramai, akhirnya tv ngangkat kesehariannya jadi variety show mba. Sinetron juga sebenarnya menurut aku membuat aku dilema ya mba, kalau aku liat sinetron itu gak bagus buat di tonton tetapi masyarakat kita tetep nonton sinetron itu mba, kecuali kalau sinetron itu udah ditentang banyak masyarakat dan di boikot, barulah sinetron itu berhenti mba.”

Alfira juga menyampaikan pendapat dan penilaiannya terhadap program variety show dan sinetron apakah sudah memenuhi kebutuhan atau kepentingan publik saat ini.

“ Variety show dan sinetron sekarang bagi aku masih belum sepenuhnya buat memenuhi kebutuhan publik ya mba, karena beberapa program tersebut sebenarnya layak buat gak ditayangkan tetapi justru ditayangkan mba. Aku mungkin gak tau ya mba, alesan atau faktor apa yang ngebuat stasiun itu membuat program itu, karena di mereka pasti punya jajaran yang harus ngelewatin proses sebelum tayang ya mba, tetapi nyatanya itu lolos dan tayang ya mba. Bagi aku ada beberapa program variety show dan sinetron yang sebenarnya gak usah tayang apalagi buat anak-anak yang masih dibawah umur ya mba, yang masih belum sepenuhnya mengerti dan yang ditakutkan itu dari penayangan program sinetron misalkan yang kurang bagus dan jadi mempengaruhi pemikiran anak tersebut. Takutnya justru dijadikan contoh beneran dalam kehidupan anak ini kedepannya.”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, kedua informan memberikan pendapat dan penilaiannya terkait *variety show* dan sinetron saat ini di televisi. Mereka menyampaikan bahwa ada beberapa program *variety show* dan sinetron yang sebenarnya tidak memenuhi kepentingan publik. Menurut Undang-Undang Penyiaran dan PPPSPS, turunan dari undang-undang tersebut yaitu pasal 4 undang-undang menyebutkan fungsi media penyiaran, yaitu sebagai media informasi, edukasi, hiburan, kontrol sosial, perekat sosial, ekonomi, dan kebudayaan. Pada Pasal 11 Pedoman Perilaku Penyiaran sangat jelas menyatakan, “Lembaga Penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik”, lalu Pasal 13 ayat 2 Standar Program Siaran menyatakan, “Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik”.

Salah satu fungsi media penyiaran adalah memberikan hiburan, tetapi tetap dengan tidak meninggalkan unsur pendidikan. Hiburan yang disajikan harus yang sehat tontonan yang mengandung unsur edukasi dan menginspirasi. Dalam hal ini, dalam penayangan program, tentulah harus melihat, apakah acara tersebut mendidik dan nilai-nilai atau inspirasi apa yang bisa diambil dari acara tersebut.

Banyak cara untuk membentuk media penyiaran menjadi sehat juga profesional. Sehat, mengacu kepada isi berita yang sarat akan nilai edukasi maupun dengan mementingkan aspek PICON (*Public's Importance, Convenience and Necessity*) demi terciptanya media yang berorientasi pada publik dan memiliki tanggung jawab sosial didalamnya. Kemudian profesional, mengacu kepada keindependensian media terhadap suatu berita maupun kepatuhannya terhadap

hukum-hukum penyiaran. Terlepas dari segala bentuk pelanggaran, tentunya masih ada media penyiaran yang benar-benar berakuntabilitas dan mengedepankan prinsip keindependensian.

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwasannya manajemen produksi variety show dan sinetron dalam memenuhi kepentingan publik nyatanya masih dianggap dan dinilai kurang efisien. Hal ini bisa terlihat dari beberapa penayangan program televisi yang harus dibenahi demi memenuhi kepentingan publik seperti penayangan program yang mengandung nilai-nilai kehidupan yang bersifat privat atau pribadi. Majemen program *variety show* dan sinetron dalam memenuhi kepentingan publik dapat dilakukan lebih baik yaitu dengan cara membentuk media penyiaran yang sehat dan profesional. Dalam hal ini, media diasumsikan tidak hanya memiliki efek tertentu terhadap masyarakat tetapi juga mengabdikan kepada tujuan sosial kemasyarakatan atau kepentingan publik (*public interest*).

DAFTAR PUSAKA

- Alan B. Albarran. (2006). *Handbook Of Media Management And Economics*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kristanty S. (2017). Pengemasan *Talk Show* Dalam Perspektif Manajemen Penyiaran Televisi (Studi Kasus pada Program “Polemik On TV” di iNews TV, Jakarta Untuk Meningkatkan Rating dan Share). *Inter Komunika Jurnal Komunikasi*. Vol. 2. No. 1 : 47-60
- McQuail, Denis. (2000). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publication. Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana
- Morissan, M.A. (2013). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Nyarwi Ahmad. (2012). Media Massa, Kepentingan Publik dan Kekerasan Atas Nama Agama. Vol. XI. No. 2
- Retno Puspita Anggraini. (2017). Manajemen Penyiaran TV Kutim Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Kabupaten Kutai Timur. *eJournal Ilmu Komunikasi*. Vol. 5. No. 3 : 308-322
- Rizki Hidayat. (2015). Analisis Manajemen Penyiaran Di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). *E-Journal Universitas Paramadina*. Vol. 01. No. 01 : 1-19
- Sinatra Y. (2019). Program Televisi Dalam Moment Keagamaan. *e-Journal Komunikasi*.
- Siti Nurfatihah. (2015). *Produksi Program Televisi*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten
- Sulvinajayanti. (2018). *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*. Penerbit Aksara Timur
- Suprpto, Tommy. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. Yogyakarta: CAPS
- Surochiem. (2014). *Regulasi Media Pro Publik Di Tengah Himpitan Industri dan Kekuasaan*. Universitas Trunojoyo Madura
- Yanuar Nugroho, Dinita Andriani Putri, Shita Laksmi. (2013). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: CIPG, HIVOS dan MANCHESTER 1824.