

- Programming &
- Program Siaran

Programming

A. PROGRAMMING

- *Proggraming* atau lengkapnya *broadcast programming* adalah pengorganisasian program radio dan televisi dalam periode harian, mingguan, atau dalam periode satu bulanan.
- Dalam bahasa Indonesia *programming* adalah penjadwalan program yang diudarkan (*to be aired*) yang mempunyai sinonim dengan *schedulling*.
- Stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan *audience*.

- Terdapat sepuluh macam strategi dalam merancang program yang digunakan , yaitu:

- 1) *Day parting*

Satu langkah dalam perencanaan yang membagi setiap hari dalam beberapa *slot* waktu yang dinilai cocok dan pas untuk diudarkan. Program ini sangat memperhatikan target audiensi pada slot waktu tertentu.

- 2) *Theming*

Yaitu penentuan tema tertentu yang diudarkan pada saat khusus

- 3) *Stripping*

Yaitu penayangan satu program sindikasi jenis series setiap hari dalam seminggu.

4) *Stacking*

Satu teknik yang digunakan untuk mempengaruhi audiensi dengan mengelompokkan bersama beberapa program dengan tema yang mirip dalam rangka melihat (*sweep*) penonton selama penayangan satu program dengan program berikutnya.

5) *Counterprogramming*

Langkah perancangan satu program tandingan terhadap satu program yang berhasil dari stasiun penyiaran lain pada satu periode tayang tertentu dengan tujuan menarik audiensi dari stasiun pesaing tersebut.

6) *Bridging*

Digunakan bila satu stasiun penyiaran mencoba mencegah audiensi untuk berpindah kanal dalam jeda waktu (*the main evening breaks*) di mana semua stasiun penyiaran berhenti dengan programnya.

7) *Tentpoling*

Langkah perencanaan *slot* waktu bagi program acara yang baru, sebelum dan setelah satu program unggulan yang mempunyai audiensi cukup besar.

8) *Hammocking*

- Langkah perencanaan *slot* waktu yang mirip dengan *tentpoling*, tetapi satu program baru atau *show* tersebut ditempatkan di antara dua program unggulan yang mempunyai audiensi cukup besar. Penempatan program baru ini membuat audiensi berkesempatan melihat tayangan cuplikannya

9) *Crossprogramming*

Yaitu pemilihan jenis program berikut dalam urutan jadwalnya dari penayangan satu program yang mempunyai relevansi tema. Langkah ini dapat diperoleh dengan cara mengevaluasi jalan cerita dari dua episode atau dua program yang berbeda.

10) *Hotswitching*

Penentuan jeda komersial yang tepat oleh programmer pada satu program sedemikian rupa, sehingga tidak menyebabkan audiensi mengubah kanal yang ditonton berpindah ke kanal televisi yang lain untuk menghindari jeda komersial tersebut.

B. PENGADAAN PROGRAM SIARAN

- **Produksi Studio**

Dalam pencahayaan memiliki standar atau syarat studio 3.200°K (di luar studio di butuhkan 5.700°K) unutm *color temperature*-nya dan sekitar $1.500\text{-}2.000$ *lux* untuk level intensitasnya

- **Produksi Luar Studio**

Pada produksi luar studio dapat berbentuk *indoor* maupun *outdoor*

C. UMPAN BALIK

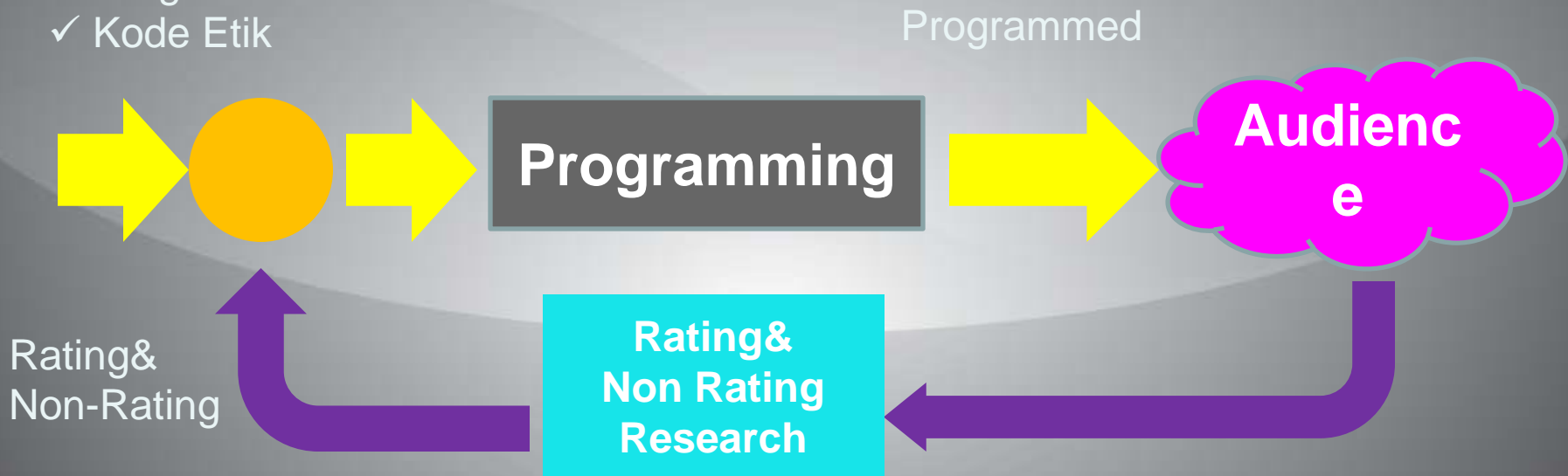
■ Umpan Balik

- ✓ Proses evaluasi hasil produksi merupakan langkah yang harus dilakukan agar dapat diketahui kekurangan yang terdapat pada produksi. Hal ini dilakukan pada program demi program guna mengetahui minat *audience*.
- ✓ Umpan balik dapat diperoleh melalui beberapa cara termasuk tanggapan dari audience yang dikirim lewat sms atau menelepon ke stasiun penyiaran. Namun umpan balik tersebut tidak sistematis, sehingga diperlukan riset sistematis yang dilakukan oleh lembaga riset media atau lembaga pembuat peringkat (*rating*) acara.
- ✓ Menurut Head Sterling, membagi penelitian menjadi dua model 1) riset rating, 2) riset non rating

- ✓ Penelitian dari lembaga riset dapat membantu pengelolaan stasiun penyiaran
- ✓ Wiener (1950) mendefinisikan umpan balik sebagai: "*The control of a system by reinserting into the system the result of its performance*" (kontrol atas suatu sistem dengan cara memasukkan kembali ke dalam sistem hasil atau kinerja dari sistem itu). Demikian menurut Wiener umpan balik didefinisikan sebagai kontrol atas suatu sistem dengan cara memasukkan hasil kerjanya ke dalam sistem itu. Umpan balik bersifat sirkuasi (berputar) dan terus-menerus.

Diagram Kesisteman Proqraming

- ✓ Ide
- ✓ P3 (Pedoman Perilaku Penyiaran) dan SPS (Standar Program Siaran)
- ✓ Program Stasiun Lain
- ✓ Kode Etik



Program Siaran

A. PENGERTIAN

- Program stasiun dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan.
- Siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran ini menempati *slot* waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya.

B. KARAKTERISTIK PROGRAM SIARAN

- Program siaran mempunyai dampak yang sangat luas bagi audiensi. Hal tersebut berarti bahwa program siaran mempunyai karakteristik tertentu yang dapat mempengaruhi, memprovokasi dalam hal positif maupun negatif dan mampu mengubah sikap seseorang dari pediam menjadi agresif.
- Salahsatu karakteristik adalah sifat persuasif seperti terdapat pada siaran iklan.
- Pengaruh Siaran tidak mengenal usia pemirsa, dan tidak mengenal lokus pemirsa.

C. JENIS PROGRAM SIARAN

- **Jenis Program siaran** dapat dibagi menjadi tiga, yaitu: hiburan, informasi, dan berita.
- Terdapat juga **klasifikasi jenis program** yang hanya mengelompokkan dua pokok besar yaitu: program karya artistik dan program karya jurnalistik
- **Program Karya Artistik**
 - Sumber
Ide gagasan dari perorangan/ tim kreatif
 - Proses produksi
Mengutamakan keindahan dan kesempurnaan sesuai perencanaan

– Jenis

Drama/sinetron, musik, lawak/akrobat, quiz, informasi (iptek, pendidikan, pembangunan, kebudayaan), informasi hasil produksi termasuk iklan dan *public service*, informasi flora fauna, informasi sejarah/dokumenter, informasi yang bersifat non politis

■ Program Karya Jurnalistik

– Sumber

- Masalah hangat (peristiwa dan pendapat)

– Proses produksi

- Mengutamakan kecepatan dan kebenaran

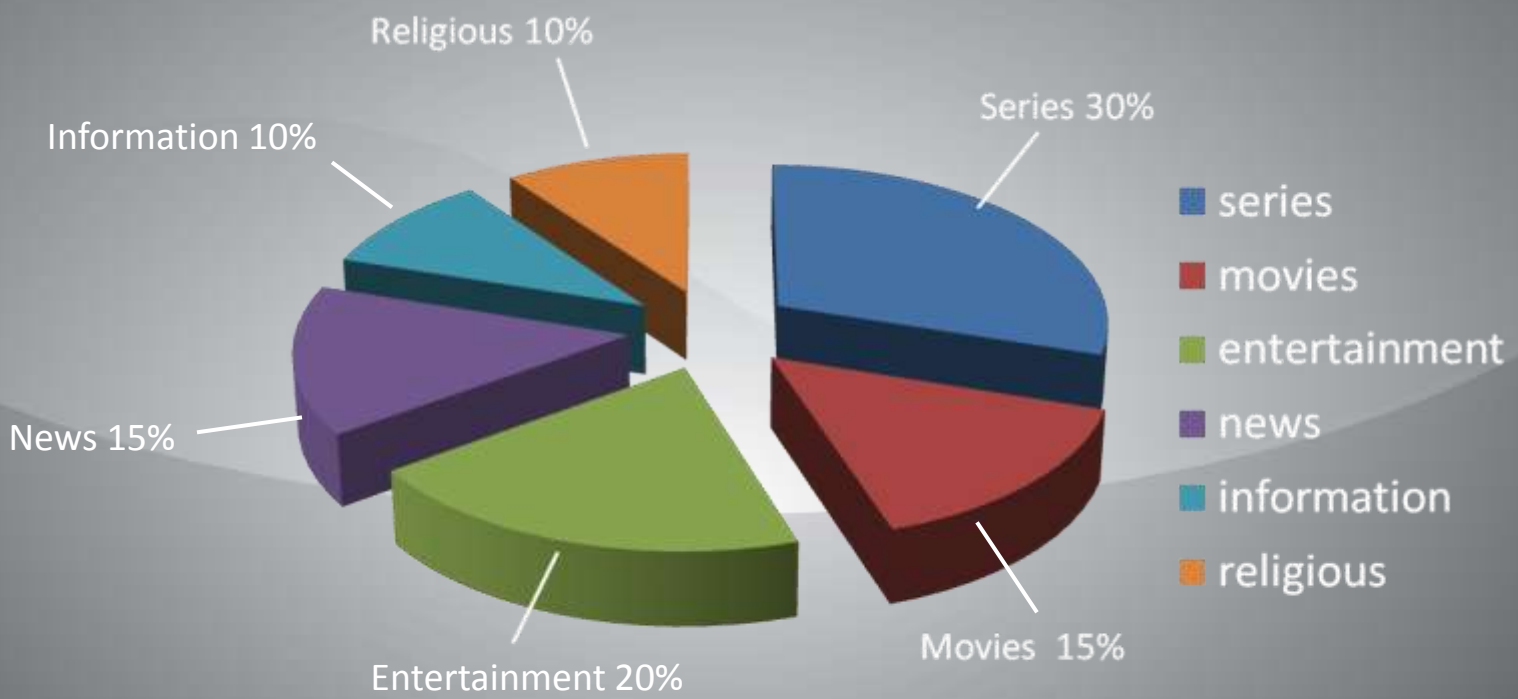
– Jenis

1. Berita aktual (siaran berita)
2. Berita non-aktual (*feature*, majalah udara)
3. Penjelasan tentang masalah hangat (dialog, monolog, panel *diskusi*, *current affairs*)

Ada klasifikasi jenis program yang membagi menjadi enam pokok program :

- *Series*, diantaranya program sinetron (kejar tayang)
- *Movie*, terdiri dari berbagai program film layar lebar
- *Entertainment*, berisi berbagai hiburan ringan
- *News (hard news)*, terdiri dari berbagai reportase berita
- *Information (soft news)* diantaranya berbagai macam wisata kuliner
- *Religious* (Realigi = realita religi), berisi berbagai pembahasan keagamaan

Prosentase Program Acara



Fungsi Program menurut Pringle Starr Mc Cavitt

- Memproduksi dan membeli atau akusisi program yang dapat menarik audien yang dituju
- Menyusun jadwal penayangan program atau scheduling program untuk menarik audien yang diinginkan
- Memproduksi layanan publik dan promosi serta produksi iklan lokal
- Produksi dan akusisi program-program lainnya untuk memuaskan ketertarikan publik
- menciptakan keuntungan bagi pemilik media penyiaran

Beberapa pertimbangan merencanakan program

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

Jenis Program

▪ Program Informasi

- Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien.
- Program informasi yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*)
- Program *hard news* yaitu: *straight news*, *feature*, dan *infotainment*
- Program *soft news* yaitu: *current affair*, *magazine*, *dokumenter*, dan *talkshow*

Hard News

- Harus ada peristiwa terlebih dahulu
- Peristiwa harus aktual (baru terjadi)
- Harus segera disiarkan
- Mengutamakan informasi terpenting
- Tidak menekankan sisi *human interest*
- Laporan tidak mendalam (singkat)
- Teknik penulisan piramida tegak
- Ditayangkan dalam program berita

Soft News

- Tidak mesti ada peristiwa terlebih dahulu
- Tidak mesti aktual
- Tidak bersifat segera (*timeless*)
- Menekankan pada detail
- Sangat menekankan segi *human interest*
- Laporan bersifat mendalam
- Teknik penulisan piramida terbalik
- Ditayangkan dalam program lainnya

Jenis Program

▪Program Hiburan

- Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan.
- Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik, dan pertunjukan.
- Drama: Sinetron , film
- Permainan: quiz show, ketangkasan, reality show, musik



D. JENIS PROGRAM SIARAN RADIO

- Format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah:
 - Kepribadian (personality) penyiar dan reporter
 - Pilihan musik dan lagu
 - Pilihan musik dan gaya bertutur
 - Spot atau kemasan iklan, jingle, dan bentuk-bentuk promosi acara radio

Program
Radio

Musik

Adult contemporary

Album oriented rock

Beautiful music

classical

country

jazz

Middle of road

nostalgia

oldies

urban contemporary

All news

All talk

News talk

Informasi

Khusus

Etnik

Agama

campuran

D. FORMAT PROGRAM TELEVISI

- Program televisi harus berdasarkan landasan kreativitas dan desain produksi yang terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut

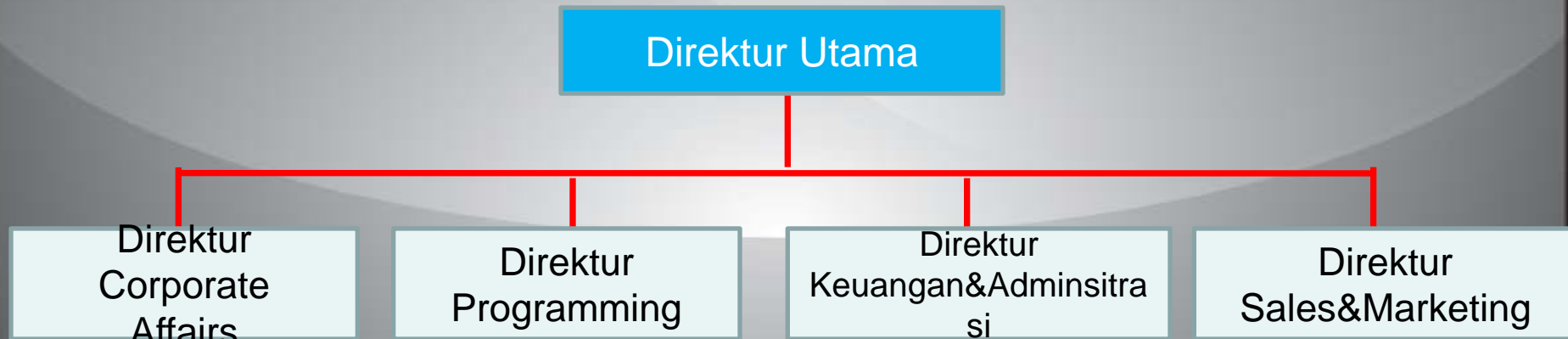


- Format acara televisi:

1. Drama/fiksi (*timeless dan imajinatif*): tragedi, aksi, komedi, cinta/romantisme, legenda, horor
2. Nondrama (*timeless dan faktual*): musik, *magazine show*, *talkshow*, *variety show*, *repackaging*, *gameshow*, *talent show*, *competition show*
3. Berita/ *news* (aktual/faktual) : berita, *current affairs program*, *sport*, *magazine news*, *features*

E. PEMASARAN PROGRAM SIARAN

- Operasional pemasaran dari stasiun penyiaran dilakukan dibawah manajemen direktorat sales&marketing (stasiun televisi memiliki berbagai istilah televisi komersial-direktorat marketing, televisi publik-direktorat pengembangan&usaha)



■ Marketing

- Biasanya dilakukan *marketing gathering* yang bertujuan untuk mempromosikan program-program dan kebijakan yang telah diperbaharui atau hal-hal yang bersifat pelayanan kepada klien menjaga hubungan baik, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas sehingga terjalin kerja sama untuk saling menghargai.
- Penawaran dalam *marketing gathering* berupa program yang biasanya unggulan, dan nilai atau *rate card* per detik *slot program* atau *spot iklan* yang ditawarkan .
- Satu *spot* berdurasi 30 detik, sehingga setiap iklan dapat membuat materi iklan dengan berbagai variasi sesuai dengan strategi iklan.

- Dunia penyiaran di Indonesia saat ini membuat *rate card* program dan iklan berdasarkan *daypart* (pembagian waktu dalam sehari)
- Adapun pemasaran dapat dilakukan dengan media brosur dan katalog yang dikirimkan ke perusahaan agen periklanan dan produsen calon pemasang iklan

Day Part

| No | Waktu | Part | Dominan Audiensi | Jumlah Audiensi |
|-----|-------------|--------------------|--------------------------|-----------------|
| 1. | 02.00-04.59 | Early Morning | Kls A,B (laki-laki) | Sedikit |
| 2. | 05.00-08.59 | Morning Time | Kls A,B (semua umur) | Tinggi |
| 3. | 09.00-11.59 | Daytime | Kls C,D,E (anak, wanita) | Cenderung turun |
| 4. | 12.00-15.59 | Noon Time | Kls C,D,E (anak,wanita) | Menurun |
| 5. | 16.00-17.59 | Evening Time | Kls A-E (anak,wanita) | Mulai naik |
| 6. | 18.00-18.59 | Early Prime Time | Kls A-E (semua umur) | Tinggi |
| 7. | 19.00-20.59 | Central Prime Time | Kls A-E (semua umur) | Tinggi sekali |
| 8. | 21.00-22.59 | Late Prime Time | Kls A-B (semua umur) | Tinggi |
| 9. | 22.30-23.59 | Night Time | Kls A-B (laki-laki) | Cenderung turun |
| 10. | 00.00-01.59 | Midnight | Kls A-B (laki-laki) | Menurun |

▪ Sales

– Sales adalah kegiatan akhir satu proses komersial, yaitu penaja memperoleh uang dari penjualan produknya atau dalam bentuk kompensasi yang lain. Jadi penjualan merupakan kelanjutan dari marketing yang telah terjadi antara stasiun penyiaran dan pemasang iklan.

– Tugas unit operasional pemasaran dan penjualan, sebagai berikut:

1. Merencanakan strategi pemasaran dan penjualan dengan target tertentu
2. Mengundang semua pihak yang terkait dengan tayangan iklan (klien) dalam *marketing gathering*
3. Membuat dan mempersiapkan materi produk serta rate card dalam *marketing kit* sebagai bahan presentasi
4. Melakukan dan memproses perjanjian (MoU)
5. Melayani kebutuhan dan menjaga hubungan baik dengan klien

■ Ad ¹⁴ Monitoring

- Penanganan lalu lintas periklanan dilakukan oleh unit kerja trafik. Tugas lain yang dilakukan unit trafik ialah meng-*upload* semua materi iklan (dari materi betacam digital, DVC Pro 50, betacam SP) yang diterima dari kantor agen periklanan ke *server/automation* iklan
- Penentuan slot waktu atau yang dikenal sebagai jeda waktu iklan komersial atau *sponsorship*. Jeda waktu iklan ini mempunyai durasi dalam kisaran tiga menit hingga delapan menit yang bergantung pada periode waktu tayang, *prime time* atau waktu yang lain .
- UU No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran (Pasal 46 ayat 8) menentukan *slot* waktu siaran 20% untuk lembaga penyiaran swasta dan 15% untuk lembaga penyiaran publik

▪ Mekanisme Pemasangan Iklan

- Tata cara atau mekanisme pemasangan iklan di Indonesia diatur oleh suatu aturan perundang-undangan diantaranya peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No 25/PER/M.KOMINFO/5/2007 tentang Penggunaan Sumber Daya Dalam Negeri untuk Produk Iklan yang disiarkan melalui Lembaga Penyiaran.
- Rumusan etika beriklan yang dituangkan dalam Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang disusun pada 2005 oleh pihak-pihak yang berkaitan dengan periklanan yaitu PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia), SPS (Serikat Penerbit Surat Kabar), ATVSI (Asosiasi TV Swasta Seluruh Indonesia), ATVLI (Asosiasi TV Lokal Indonesia, Yayasan TVRI)

The image features a dark grey background with a film strip motif. At the top and bottom, there are two rows of eight white, rounded rectangular sprocket holes. In the center, a large, light grey rectangular frame is positioned. Inside this frame, the word "TERIMAKASIH" is written in a bold, black, sans-serif font, centered horizontally and vertically. The overall aesthetic is clean and modern, with a cinematic feel.

TERIMAKASIH

PERKEMBANGAN MEDIA PENYIMPANAN TELEVISI

- Media penyimpanan data (data storage) sejak komputer tercipta mengalami perkembangan sangat signifikan.
- Perbandingan yang menyolok dimana 1 DVD setara dengan 90.000.000 punch card

- Punch card sejak tahun 1972 telah dirancang sebagai media untuk menyimpan data yang diperkenalkan oleh seorang tokoh bernama Basile Bouchon menggunakan sebuah kertas berforasi untuk menyimpan pola yang digunakan pada kain



- Selanjutnya dipatenkan oleh Herman Hollerith untuk penyimpanan data sejak 23 September 1884
- Piranti penyimpanan mencakup dua bagian, media penyimpanan itu sendiri dan piranti untuk membaca atau menulis ke media tersebut

Herman Hollerith

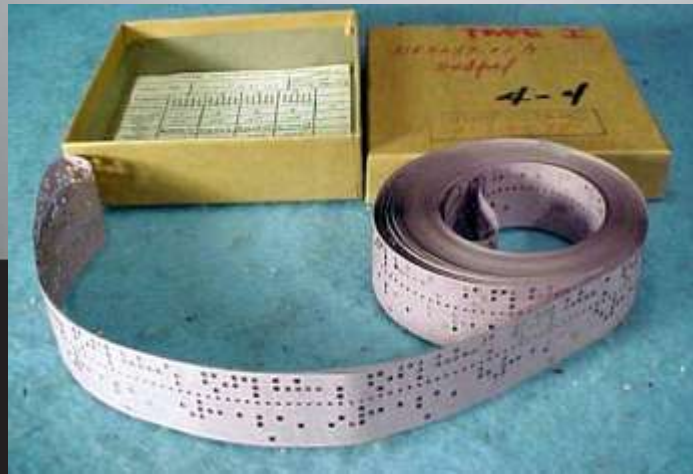


Herman was born on Feb. 29, 1860 in Buffalo, New York. Herman went to Columbia University School of Mines. Herman changed the computing world when he invented the mechanical tabulator, which counted results from a punch card. The mechanical tabulator was used to count the census reports in a faster, more efficient way. Hollerith then found his own agency, Computing Tabulating Recording Corporation. This company then merged with Thomas Watson's IBM. Herman Hollerith died Nov. 17, 1929 at the age of 69.

Beberapa Jenis Media Penyimpanan

1. Punch Tape

Alexander Bain merupakan orang yang pertama kali mengetahui penggunaan paper tape yang biasanya digunakan untuk mesin faksimili dan mesin telegram.



2. Selectron Tube

Pada tahun 1946 RCA mulai mengembangkan selectron tube yang merupakan awal format memori komputer dan selectron tube terbesar berukuran 10 inci dapat menyimpan 4096 bits. Harga sebuah tabung sangat mahal dan umurnya dipasaran sangat pendek



3. Magnetic Tape

- IBM yang pertama kali menggunakan magnetic tape pada tahun 1950-an untuk menyimpan data. Ketika itu rol magnetic tape dapat menyimpan data setara dengan 10.000 punch card, membuat magnetic tape sangat populer sebagai cara menyimpan data komputer hingga pertengahan tahun 1980-an



Bentuk Media Penyimpanan

- Pita Magnetik
- Umatic
- VHS & S-VHS
- Betacam
- Betamax
- Film
- DV (Mini DV & DVC Pro)

- Magnetik
- Hardisk
- Disket
- Zip Drive
- Optic
- CD
- DVD
- Blue Ray
- Digital
- Memory Card
- Linier Tape Open (LTO)

- Bisnis penyiaran merupakan industri yang padat modal dan berkaitan erat dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat perubahannya
- segala sesuatu yang menimbulkan persaingan keras akan menuntut produk yang efisien dan efektif

- Stasiun televisi menghasilkan output program siaran yang dinikmati oleh audien sebanyak-banyaknya, sedangkan pada tingkat persaingan yang ketat akan menjadikan fokus audien yang khusus menjadi realistis
- Salah satu produk jasa penyiaran televisi adalah mengenai media penyimpanan dan perekaman produk itu sendiri

- Persaingan televisi komersial di Indonesia juga akan mengacu pada perkembangan teknologi perangkat keras dan perangkat lunak televisi yang beredar didunia

- bagaimanakah suatu stasiun televisi memanfaatkan media penyimpanannya yang efektif agar biaya yang dibutuhkan dapat ditekan, namun tidak mengurangi kualitas dari hasil tayangan didalamnya baik secara audio maupun video

- kelanggengan data/dokumentasi tersebut dapat terjamin keutuhannya dalam waktu yang cukup lama, termasuk efektifitas bagi siapapun yang membutuhkannya dalam waktu yang sangat singkat, akurat dan mudah digandakan pada media lainnya

- Media penyimpanan yang efektif dan efisien juga berdampak pada kepedulian akan pelestarian lingkungan hidup manusia yang harus dijaga
- Sampai saat ini para ahli dalam berbagai ilmu, terus mengkampanyekan akan pentingnya produk apapun yang memperhitungkan kesadaran ramah lingkungan

- Sehingga produk jasa penyiaran televisi yang begitu besar, harus dipertimbangkan akan disimpan dalam bentuk yang sedemikian rupa, sehingga tidak lagi menggunakan bahan-bahan plastik yang banyak atau bahkan dapat didaur ulang kembali penggunaannya

TERIMAKASIH

- Source:
- Andi Fachruddin&Hidajanto Djamal. 2011. Dasar-Dasar Penyiaran. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Riswandi. 2009. Dasar-Dasar Penyiaran. Graha Ilmu. Jakarta.