



Production and Marketing Process of Radio and Tv Media Programs

Proses Produksi dan Pemasaran Program Media Radio dan Tv

Winda Kustian¹, Khafita Aini², Maisarah³, Muridayani⁴, Syahrul Afriansyah⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ² Khafitaaini5@gmail.com ; ³ smay6354@gmail.com ⁴); muridayani28@gmail.com; ⁵ syahrulafriansyah21@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [4 Juni 2022]

Revised [16 Juni 2022]

Accepted [4 Juli 2022]

KEYWORDS

Modern era, Information,
Mass media, Production,
Marketing

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Jelas dalam masyarakat modern saat ini bahwa, manusia sangat bergantung pada informasi. Manusia membutuhkan informasi yang cepat, akurat, dan dapat dipercaya. Hal ini tentu saja, sangat berinteraksi dengan media, baik cetak maupun elektronik. Televisi dan Radio merupakan salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat. Televisi dan Radio hingga masih dianggap sebagai media informasi dan komunikasi yang disukai masyarakat karena berperan penting dalam penyampaian informasi yang berimbang dan dapat diterima masyarakat. Masyarakat memanfaatkan televisi dan radio sebagai media pendidikan, hiburan, kontrol, dan perekat sosial. Akibatnya, produksi dan pemasaran program yang efektif diperlukan bagi televisi dan radio untuk mempromosikan siaran mereka. Pemasaran tidak hanya diperlukan untuk produk dengan manfaat nyata. Lebih dari itu, pemasaran juga dibutuhkan oleh produk yang tidak terlihat, yang manfaatnya tidak dapat dirasakan secara langsung tetapi dapat dirasakan kemudian hari. Pemasaran Program melalui media Televisi dan terdiri dari berbagai rangkaian kegiatan seperti periklanan, pemasaran online, acara, merchandising, podcast dan pendanaan. Kegiatan pemasaran ini mencoba untuk mendapatkan keuangan atau pendanaan yang digunakan selama periode pra-produksi, produksi, dan pasca produksi untuk mendukung kinerja pemasaran dan produksi. Dapat disimpulkan dari urutan kegiatan bahwa pemasaran online melalui media televisi dan radio sangat relevan saat ini dalam komunikasi pemasaran terpadu dengan media promosi lainnya, berdasarkan tindakan yang telah dilakukan.

ABSTRACT

It is clear in today's modern society that human beings rely heavily on information. Humans require information that is quick, accurate, and trustworthy. This, of course, has a lot to do interacting with the media, both print and electronic. Television and Radio are one of the media that present information quickly. Television and Radio are still considered to be public-favored information and communication media because they play a significant role in the delivery of balanced and acceptable information in society. People use Television and Radio as information media for education, entertainment, control and social glue. Therefore Television and Radio need proper Program Production and Marketing to promote its broadcasts. Marketing is not only needed by products whose benefits can be directly felt. More than that, marketing is also needed by invisible products whose benefits cannot be felt directly but can be felt later. Program Marketing through television media and consists of a wide range of activities such as advertising, online marketing, events, merchandising, podcasts and funding. To support marketing and production performance, this marketing activity aims to obtain funds or funding used during the pre-production, production and post-production periods. From the series of activities that have been carried out, it can be concluded that online marketing through Television and Radio media is considered very relevant for use today in marketing communications that are integrated with other promotional media.

PENDAHULUAN

Di era modern informasi dan media komunikasi massa merupakan bagian terpenting di dalam kehidupan bermasyarakat. Kehadiran sarana dan media baru pada komunikasi massa di berbagai tempat menjadi cerminan perkembangan media informasi pada era sekarang ini. Untuk saat sekarang ini masyarakat kita tengah memasuki era dimana disebut masyarakat informasi, dimana seluruh bagian dari masyarakat menjadikan informasi sebagai kebutuhan utama. Dengan demikian media massa memegang peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya seorang pimpinan perusahaan dapat memesan barang melalui iklan yang tertera pada iklan media massa tanpa harus pergi ke toko terlebih dahulu, selain itu juga dapat menjual kembali melalui media massa dengan jasa periklanan. Televisi dan radio dapat digolongkan sebagai media massa yang mendominasi ruang, mudah dicerna dan diterima pendengar atau pemirsanya, namun dibatasi oleh waktu. Apalagi aliran media yang disiarkan secara langsung tidak dapat diulang oleh penonton dan pendengarnya. Berbeda dengan media cetak yang dapat dibaca ulang namun memiliki ruang terbatas karena akan sulit untuk dibawa kemana-mana.

Memajukan integrasi nasional sebagai tujuan dari adanya penyiaran, selain itu ada beberapa tujuan lain antara lain yaitu membentuk karakter dan ciri khas bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan memajukan kesejahteraan umum. Dalam rangka mengembangkan masyarakat Indonesia yang otonom, demokratis, adil, dan makmur, serta untuk memperluas industri penyiaran Indonesia. Dengan akses yang begitu luas dan tidak terbatas, media

penyiaran saat ini memanfaatkannya untuk memproduksi melalui audio dan visual. Kegiatan media massa akhir-akhir ini tidak hanya menggunakan televisi sebagai alat penyiaran, karena saat ini internet hadir dalam perkembangan siaran televisi. Siaran televisi harus memiliki peran sebagai lembaga pencerahan publik. Televisi memberikan informasi yang mendidik pemirsa dan mencerdaskan kehidupan masyarakat. Dari segi isi dan penyajian, sebuah program hiburan belum sepenuhnya mencerminkan pedoman yang baik dan layak untuk diikuti. Banyak siaran hiburan yang mengutamakan bagaimana agar penonton tetap tertarik dan terhisap perhatiannya secara terus menerus dan mengesampingkan tugasnya sebagai sumber informasi publik.

LANDASAN TEORI

Proses produksi adalah proses pembuatan acara Program pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Dimulai dengan munculnya sebuah ide yang akan memandu program ke arah mana ia akan memimpin. Kegiatan industri kreatif termasuk menciptakan, mentransformasi, mengembangkan, dan meniru telah menjadi bagian dari bidang kreatif program. Penulis menggunakan istilah program, yang didefinisikan sebagai program siaran yang dihasilkan oleh produksi, untuk menggambarkan strategi yang diikuti untuk mencapai tujuan. Program akan digabungkan dengan program lain yang disebut siaran, karena produksi tidak dapat dilakukan sendiri, diperlukan tim untuk menjadi bagian dari pekerjaan produksi sehingga dapat menciptakan layanan program yang dapat memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat.

Penyiaran diartikan sebagai keluaran dari suatu organisasi penyiaran, baik melalui radio maupun televisi. Media penyiaran memiliki tujuan yang sama dengan bentuk media massa lain, yaitu: mendidik, menginformasikan, menghibur, dan mempromosikan nilai-nilai budaya. Setiap acara direncanakan, diorganisir, dan disajikan dengan pesan edukatif, instruktif, persuasif, dan komunikatif kepada audiens dan pendengar. Konsep bahwa "penyiaran memiliki kemampuan besar untuk membangun masyarakat" mendasari manajemen penyiaran, khususnya pemrograman. Sebuah siaran memiliki kapasitas penetrasi yang tinggi di antara individu, kelompok, dan komunitas, sehingga dapat memberikan dampak yang besar bagi masyarakat. Siaran adalah produk yang dapat digunakan untuk alasan ideal dan praktis. Penyiaran, baik radio maupun televisi, telah berkembang menjadi komoditas dengan pelanggan sebagai target audiens. Penyiaran memiliki sejarah yang panjang, karena dimulai dengan pembentukan sistem kerja oleh suatu organisasi yang menggunakan teknologi dan media yang dapat diakses, misalnya radio dan televisi. Pada awalnya, Radio dibubarkan dan beralih ke perkembangan baru yang hanya dapat digunakan untuk komunikasi elektronik. Militer dan pemerintah adalah yang pertama menggunakan radio untuk menyebarkan informasi dan berita. Banyak penguasa mendengarkan radio karena alasan ideologis dan politik. Pada awalnya pengenalan televisi mendapat banyak tanggapan dari penduduk. Saat itu, televisi masih mahal dan hanya ada sedikit program untuk dipilih. Pada saat itu, presenter TV bahkan mempertanyakan kelangsungan hidup media. Mereka meragukan kemampuan televisi untuk beradaptasi dengan cepat.

Konsep Pemasaran dan Produksi dalam Penyiaran Televisi dan Radio

Sejarah media penyiaran di dunia terbagi menjadi dua bagian: inovasi teknologi dan evolusi media penyiaran sebagai sebuah industri. Awal mula sejarah media penyiaran dunia dimulai dengan ditemukannya gelombang radio, yang berujung pada penemuan radio sebagai primadona di dunia militer dan pemerintahan. Satu per satu stasiun radio bermunculan, akhirnya digantikan oleh radio jaringan yang dipelopori oleh National Broadcasting Company (NBC). Pada tahun 1930-an diciptakannya radio FM dengan kualitas suara yang lebih jernih dan indah. Tidak lama dari itu terbit format siaran radio pertama yaitu Top 40. Sedangkan konsep Televisi lahir di tahun 1884 oleh orang Jerman Paul Nipkow. Konsep ini kemudian disempurnakan dengan munculnya penemuan komputer dan elektronik oleh Vladimir Zworykin yang dapat merubah gambar optik menjadi sinyal elektro. Pada tahun 1939 Pesawat Televisi hadir untuk pertama kali dan mengalami banyak perkembangan. Pada tahun 1950-an Televisi berwarna mulai bermunculan dan semakin berkembang. Penyiaran di Indonesia, dimulai dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM. Aktivitas radio dihentikan selama pendudukan Jepang. Televisi dan radio memiliki sejumlah ciri yang membedakannya dari media cetak. Saat disiarkan, radio dapat didengar; itu murah, listrik, dan memiliki berbagai frekuensi. Televisi agak mahal, tetapi menyediakan banyak pilihan program dan dapat ditonton dan didengarkan secara bersamaan.

Ada beberapa stasiun Televisi berlangganan yang penggunaannya menggunakan Operator DBS yaitu: Stasiun penyiaran terdiri dari stasiun komunitas, stasiun swasta, stasiun publik, stasiun asing dan stasiun. Pemanfaatan Operator DBS menggunakan program sumber program itu sendiri. Ada empat hal yang harus diperhatikan dalam penyiaran publik, yaitu event, taktik, pembelian, penjadwalan. Diperlukan manajemen dalam penyiaran untuk mencapai tujuan, menjaga keselarasan, mencapai efisiensi dan



efektifitas. Setiap media penyiaran harus mengetahui kebutuhan khalayaknya. Media penyiaran juga harus melakukan riset siaran. Penelitian televisi terdiri dari penelitian sistematis, penelitian rating dan penelitian non-rating. Penelitian radio terdiri dari penelitian tentang pilihan musik dan analisis gaya hidup. Pemasaran acara dilakukan oleh bagian pemasaran yang berhubungan dengan pihak periklanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi melainkan *social situation* (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fungsi Siaran Radio

Fungsi penyiaran radio adalah untuk berkomunikasi secara nirkabel dari stasiun pengirim ke semua stasiun penerima. Radio pertama kali ditemukan sebagai hasil penemuan James C. Maxwell tentang teori gelombang elektromagnetiknya, yang kemudian dilanjutkan oleh Henrich Hertz pada tahun 1887. Kemudian muncullah penemuan transmisi ucapan nirkabel oleh Marconi, yang diikuti oleh pengembangan berbagai rangkaian nirkabel oleh Nicola Tesla. Kemudian David Sarnoff mengemukakan gagasan untuk memproduksi stasiun secara massal dan menggunakannya sebagai peralatan rumah tangga, sebanding dengan piano atau fonograf, mengirimkan musik ke rumah secara nirkabel. Pada tahun 1919, impian Sarnoff menjadi kenyataan ketika radio ditemukan dan tersedia untuk umum. Radio saat ini dapat dibeli dengan harga murah dan dalam ukuran yang ringkas.

Jenis informasi penyiaran Radio

Ada berbagai bentuk informasi yang dapat ditransmisikan melalui radio. Namun, ada tiga macam informasi yang dikirimkan melalui media penyiaran radio secara umum:

Program musik

Kecuali radio berita, semua stasiun radio memiliki acara musik. Program musik biasanya mencakup pemutaran ulang lagu-lagu yang dipilih, serta informasi ringan atau kuis yang diselengi di antara lagu-lagu tersebut. Itu juga sering bercampur dengan komentar terkait lagu.

Talkshow

Pembicara atau tamu istimewa biasanya muncul dalam acara diskusi untuk membahas peristiwa atau topik terkini.

Program Berita (acara berita)
Produk Siaran Radio
Copy (Berita pendek)

Durasinya 15-20 detik. Biasanya terdiri dari berita-berita penting yang perlu segera dilaporkan dan diberikan di sela-sela siaran (breaking news) atau sebagai sisipan berita dalam program biasa (news insert). Ini dapat, misalnya, ditransmisikan sebagai Berita

Voicer (Laporan Reporter)

Laporan reporter di tempat kejadian, yang mungkin berisi rekaman suara dan/atau wawancara langsung, serta perkenalan dengan penyiar (isyarat) di studio.

Paket

Durasinya hanya 2 sampai 8 menit. Program ini mencakup campuran naskah berita dan ekstrak wawancara.

Feature (Durasi 10-30 menit)

Perpaduan antara berita, wawancara, evaluasi editorial, musik latar, dan penangkapan lingkungan (wild tracking). Membahas beberapa topik yang memiliki komponen human interest.

Vox Pop (vox populi atau suara rakyat).

Terdapat rekaman suara opini populer tentang suatu topik atau acara.

Teknik Siaran Radio

1. Siaran langsung adalah siaran di mana seluruh proses produksi, dari awal hingga akhir, berlangsung pada waktu yang sama (real time). Beberapa perlengkapan, termasuk mikrofon, mixer audio, amplifier, tape recorder/perekam kaset, pemutar kaset, dan pemancar dengan antena, harus dibawa untuk pertunjukan langsung. Satu atau dua reporter harus berada di sana selama siaran langsung untuk melaporkan ekspresinya. Wartawan akan menulis tentang apa yang mereka saksikan.
2. Siaran tidak langsung adalah siaran yang proses produksinya diselesaikan terlebih dahulu dan kemudian ditransmisikan kemudian. Akibatnya, seluruh proses manufaktur berlangsung di studio rekaman hingga produk penyimpanan audio selesai. Satu-satunya peralatan yang diperlukan untuk transmisi tidak langsung adalah pemancar. Rekaman akan dibawa ke studio di mana itu akan disetel dengan baik.

Penyiaran Televisi

Jenis Program Televisi

1. Fungsi Informasi (The Information Function). Televisi digunakan sebagai sumber informasi untuk menjalankan fungsinya. Sarana informasi yang dimaksud meliputi tidak hanya siaran tatap muka, atau berita yang dibacakan oleh penyaji dan disertai dengan foto-foto faktual, tetapi juga siaran dalam berbagai format seperti ceramah, percakapan, dan komentar. Akibatnya, televisi dianggap sebagai bentuk media massa yang bila dibandingkan dengan bentuk media lainnya mampu memuaskan pemirsa.
2. Fungsi Pendidikan (The Education Function). Televisi merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pendidikan kepada masyarakat luas. Selanjutnya, Televisi menyiarkan acaranya dengan jadwal yang teratur dan dapat diprediksi. Banyak program pendidikan informal, seperti drama, legenda, dan lain-lain, disiarkan di televisi.
3. Fungsi Hiburan (The Entertainment Function). Bagi negara yang masyarakatnya masih agraris, televisi menjadi sumber hiburan. Siaran televisi juga tampak semakin dominan.

Lembaga Penyiaran pada Televisi

Lembaga Penyiaran Publik

Publik memiliki dua pengertian yang berbeda, yaitu: sebagai penonton atau pendengar dan sebagai partisipan aktif. Lembaga Penyiaran Publik yang didirikan oleh negara yang independen, netral, tidak komersial dengan tujuan memberikan pelayanan kepada masyarakat.

1. Lembaga penyiaran swasta. Badan Hukum Indonesia mendirikan Lembaga penyiaran swasta dengan tujuan untuk menyiarkan radio atau televisi untuk sebagai fungsi komersial. Secara umum, siaran swasta dapat diterima secara gratis melalui sistem terestrial.
2. Lembaga penyiaran berlangganan. Badan Hukum Indonesia mendirikan Lembaga penyiaran Berlangganan dengan tujuan untuk menyelenggarakan jasa penyiaran untuk fungsi komersial. Program siaran yang dapat dipilih oleh pelanggan penyiaran ini menggunakan sistem satelit, kabel atau terestrial.
3. Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK). Lembaga penyiaran ini didirikan oleh komunitas tertentu, yang bersifat independen, nonkomersial, dengan bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada komunitasnya.

Karakteristik Program Televisi

Produksi Siaran Program Televisi biasa disebut dengan broadcasting. Produksi Siaran Program Televisi merupakan proses pengiriman sinyal ke berbagai lokasi secara bersamaan. Proses ini dapat dilakukan melalui satelit, radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan sebagainya. Dalam program televisi memiliki beberapa karakteristik tersendiri yaitu:

Audiosial

Dibandingkan dengan media penyiaran lain, Televisi memiliki kelebihan yakni dapat didengar dan dilihat. Jika pendengar radio siaran hanya bisa mendengar penyiar, maka pendengar televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Hal ini menjadikan televisi sebagai media massa elektronik audio visual. Berpikir dalam gambar



Ada dua tahap pada proses ini yaitu:

1. Visualisasi (visualitation). Visualisasi merupakan proses menerjemahkan kata-kata yang didalamnya mengandung ide yang menjadi gambar secara individual.
2. Penggambaran (picturization). Penggambaran adalah proses menyatukan gambar individu sedemikian rupa sehingga mereka memiliki signifikansi.

Pengoperasian lebih kompleks

Jika dibandingkan dengan radio jarak jauh, operasi siaran televisi lebih canggih, tetapi juga melibatkan lebih banyak individu. Peralatan yang lebih sering digunakan. Operasi secara signifikan lebih sulit, hal ini menyebabkan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Iklan Pemasaran Program Radio dan TV

Periklanan adalah alat pemasaran modern yang operasinya didasarkan pada prinsip komunikasi untuk membantu bisnis berhasil. Berikut ini beberapa faktor utama yang harus diperhatikan agar komunikasi radio dan televisi yang efisien dapat menjangkau khalayak yang dituju: Bagaimana iklan mempengaruhi minat pendengar, komunikasi, dan proses pengambilan keputusan, serta khalayak sasaran. Dalam pemasaran program radio dan televisi terdapat berbagai macam bentuk iklan, antara lain:

Layanan Masyarakat

Khususnya, iklan yang menawarkan pesan untuk kebaikan masyarakat yang lebih besar dan tidak terkait langsung dengan kepentingan sponsor. Kesadaran lingkungan, pendidikan, dan kesehatan dan keselamatan masyarakat.

Iklan Komersial

Iklan komersial adalah jenis pemasaran yang mencoba menjual produk, seperti barang atau jasa. Konsumen tertarik untuk memperoleh produk yang dipamerkan melalui iklan komersial. Misalnya, iklan minuman dan produk susu, serta iklan permen dan cokelat.

Manajemen Pemasaran Program Radio dan TV

Untuk menarik perhatian pendengar dan penonton program. Radio dan TV wajib menunjukkan kredibilitasnya. Dalam konteks periklanan, kerja jurnalistik seringkali diadu dengan tujuan komersial. Menyiarkan berita untuk mengesankan sponsor iklan, mengakibatkan fondasi program runtuh. Sponsor tidak memiliki wewenang untuk mengontrol atau mempengaruhi isi berita. Dalam situasi ini, manajer bertanggung jawab untuk menetapkan aturan yang menguraikan ketentuan berita dan hubungan penjualan yang harus diikuti. Buku pegangan ini mencakup sinyal yang menunjukkan jenis pekerjaan berita mana yang boleh atau tidak boleh diiklankan. Kedua belah pihak telah menyiapkan dan menandatangani pedoman tersebut. Pengelola berkewajiban menyamakan persepsi ini antara kedua pihak, yaitu pengelola program dan sponsor iklan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam hubungan kerjasama antara berita dan

Apa dampak dan konsekuensi jangka pendek dan jangka panjang dari keputusan program untuk membangun atau tidak membangun struktur dan prosedur untuk hubungan pemasaran berita? Bagaimana pandangan pendengar ketika mereka mendengar sponsor atau iklan dalam pemberitaan, termasuk advetorial.

Bagaimana manajer menjelaskan kepada pendengar, penyiar, dan karyawan berita tentang keputusan untuk mengizinkan advetorial dan sponsor berita dalam program?

Akankah manajer program mencantumkan parameter pelaporan dan hubungan pemasaran, termasuk aturan advetorial dan sponsorship, secara tertulis?

Ada 4 fungsi dasar manajemen yang harus dipahami dalam penyiaran program radio dan TV yaitu:

1. *Planning* (Perencanaan). Perencanaan mencakup penetapan tujuan media penyiaran dan pengembangan rencana dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Penting untuk merencanakan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang akan melaksanakannya. Kegiatan perencanaan dalam hal ini meliputi perencanaan siaran, yang meliputi perencanaan produksi dan pengadaan materi isi atau isi program yang direncanakan, yang kemudian dirancang menjadi rangkaian program radio dan televisi yang sesuai dengan misi, fungsi, dan tujuan yang harus dipenuhi. Setiap program harus melalui perencanaan strategis karena akan membuat proses produksi dan penyiaran berjalan lebih lancar.

2. *Organizing* (Pengorganisasian). Tidak ada standar untuk mengatur stasiun penyiaran secara umum, dan bentuk organisasi stasiun penyiaran mungkin berbeda satu sama lain. Alasan mendasar dari disparitas antara masing-masing stasiun penyiaran adalah skala bisnis atau ukuran stasiun penyiaran. Pengorganisasian adalah proses menyusun struktur organisasi yang sejalan dengan tujuan organisasi, sumber daya, dan lingkungan sekitarnya.
3. *Actuating* (Pengerakan). *Actuating* adalah proses mengubah rencana untuk teknik dan dukungan manusia menjadi serangkaian operasi dunia nyata. Pada titik ini, keterlibatan manajer sangat penting; ia harus mampu menggerakkan semua elemen sesuai dengan peran dan tanggung jawabnya. Pencapaian tujuan tidak hanya tergantung pada perencanaan dan pengorganisasian, tetapi juga mobilisasi dan pengawasan juga harus baik. Adanya gerakan yang terarah pada tujuan tertentu hanya dimungkinkan berkat perencanaan dan pengorganisasian yang matang. Tanpa perencanaan yang tepat, gerakan tidak akan efektif.
4. *Controlling* (Pengawasan). Salah satu kegiatan yang tidak boleh diabaikan oleh manajemen adalah penyiaran. Pengawasan diperlukan agar kru dapat bekerja sama dengan baik menuju maksud dan tujuan organisasi.

Aktivitas memperoleh, menghasilkan, membuat, dan menyajikan berita dikenal sebagai jurnalisme. Jurnalisme terjadi secara bertahap, hal ini dibuktikan dalam salah satu definisi inti jurnalisme: tindakan memperoleh, memproduksi, dan menyajikan berita. Dalam Praktiknya jurnalisme terdiri dari proses pengumpulan, pengembangan, penciptaan, dan penyajian berita dan informasi.

Persiapan berita

Akan ada pertemuan editor atau pertemuan perkiraan pada tahap ini. Ini adalah fase pertama dalam proses penulisan berita di media. Tema, subjek, atau masalah yang disepakati, serta pembagian tugas dan detail lainnya, akan ditentukan pada tahap ini.

Wawancara narasumber

Wawancara dengan narasumber langsung akan dilakukan pada tahap ini, serta penelitian data untuk mengumpulkan fakta dan informasi penting tentang peristiwa yang terjadi (nyata, faktual, signifikan, dan menarik). Informasi yang Anda berikan harus membahas 5W+1H, misalnya:

Apa yang terjadi

Siapa yang terlibat dalam insiden itu

When: Kapan peristiwa itu terjadi?

Kapan dan di mana: Kapan dan di mana peristiwa itu terjadi?

Mengapa: Apa yang menyebabkan ini?

Bagaimana: Mengolah informasi yang dikumpulkan dan kemudian diorganisasikan (ditulis) menjadi sebuah cerita dalam bahasa jurnalistik.

Penulisan skrip

Sistematika dalam penulisan skrip sebagai berikut:

Judul

Date Line, memuat lokasi peristiwa atau berita, serta nama media;

Lead (Teras), merupakan paragraf pertama yang berisi informasi penting atau menarik;

Body (Konten), meliputi deskripsi dan penjelasan di luar apa yang tertera di lead.

Pengeditan Berita

Pada tahap ini makalah harus direvisi baik dari segi editorial (tata bahasa) dan substantif (kebenaran isi/isi/data). Wartawan akan mengubah skrip mereka sendiri, kemudian akan disempurnakan oleh editor.



Publikasi berita

Setelah proses a-d telah selesai dan baik. Berita akan dipublis pada media massa dan dicetak untuk media cetak, serta disiarkan melalui media penyiaran (radio/televisi), setelah itu diposting untuk media online (website berita).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari uraian Proses Produksi dan Pemasaran Program Media Radio dan TV dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses produksi adalah proses pembuatan acara program mulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dimulai dengan munculnya sebuah ide yang akan memandu program ke arah mana ia akan memimpin. Kegiatan industri kreatif termasuk menciptakan, mentransformasi, mengembangkan, dan meniru telah menjadi bagian dari bidang kreatif program. Program adalah suatu rencana yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan, dalam hal ini penulis menggunakan istilah program yang dimaksudkan sebagai program siaran yang dibentuk oleh tim produksi. Program akan digabungkan dengan program lain yang disebut siaran, karena produksi tidak dapat dilakukan sendiri, diperlukan tim untuk menjadi bagian dari pekerjaan produksi sehingga dapat menciptakan layanan program yang dapat memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat.
2. Stasiun penyiaran terdiri dari stasiun swasta, stasiun komunitas, stasiun asing, stasiun publik dan stasiun berlangganan operator DBS. Operator DBS akan memanfaatkan sumber program seperti program sendiri, televisi lokal, televisi khusus, televisi berbayar, dan saluran bayar per program.
3. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam manajemen penyiaran publik, yaitu event, taktik, pembelian, penjadwalan.
4. Untuk mencapai tujuan, menjaga keseimbangan mencapai efisiensi dan efektifitas, maka diperlukan adanya Manajemen. Media penyiaran harus mengetahui kebutuhan khalayaknya.
5. Aktivitas memperoleh, menghasilkan, membuat, dan menyajikan berita dikenal sebagai jurnalisme. Jurnalisme terjadi secara bertahap, hal ini dibuktikan dalam salah satu definisi inti jurnalisme: tindakan memperoleh, memproduksi, dan menyajikan berita.

Saran

Proses persiapan atau pra produksi sangat penting dalam pembuatan program siaran Radio dan TV, hal ini menyangkut persiapan teknis maupun materi program. Riset mendalam adalah hal utama dan hal yang penting dalam membuat sebuah program siaran.

Program harus memiliki karakteristik yang unik dan menarik dalam produksinya untuk menarik simpati penonton. Program yang ditayangkan sebaiknya tidak hanya monoton dan sama dengan program lain yang sejenis. Hal ini dapat menambah nilai program dan menarik pemirsa.

Perencanaan harus dibuat dengan sedetail mungkin, konsep program disusun secara sistematis dan berbeda.

Program yang berbicara tentang budaya dan seni di Indonesia sangat kekurangan, diharapkan kedepannya banyak yang memproduksi program-program seperti itu

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, H. (n.d.). PRODUKSI SIARAN TELEVISI.
Djamal, H. (2012). Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi. Pustaka Media.
Fachrudin, A. (2017). Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing. KENCANA.
MAULANA, A. (2020, November 11). PROSES PRODUKSI PROGRAM SIARAN TAHSIN.

- MORISSAN, M. (2008). MANAJEMEN PENYIARAN MEDIA Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: KENCANA.
- Sartono, F. S. (2008). TEKNIK PENYIARAN DAN PRODUKSI PROGRAM RADIO, TELEVISI DAN FILM. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Wibisono, C. (1991). Pengetahuan Dasar Jurnalistik. Media Sejahtera.