KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

MANAJEMEN KOMUNIKASI PENGARAH ACARA PROGRAM SAHABATKU ELSHINTA TV

Jessica
jessica.2507@yahoo.com

Deavvy M.R.Y Johassan, S.Sos, M.Si
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Penelitian ini berbicara tentang manajemen komunikasi pengarah acara program sahabatku di Elshinta TV. Dalam penelitian ini komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang mengambil bagian besar dalam manajemen komunikasi. Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang terjadi didalam diri sendiri dan mengasilkan pemahaman serta pengenalan diri. Komunikasi intrapersonal akan selalu mengambil bagian dalam komunikasi dengan ranah lainnya yaitu interpersonal, *people in system*, serta kompetensi. Semuanya itu saling berkaitan di dalam manajemen komunikasi. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan narasumber yaitu pengarah acara Program Sahabatku Elshinta TV. Selain itu peneliti juga melakukan *Focus Group Discussion* (FGD), serta observasi aktif. Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa manajemen komunikasi pengarah acara menjadi penentu dalam melaksanakan tugasnya.

Kata Kunci : *Program director, intrapersonal communication, Focus Group Discussion*

ABSTRACT

This research talk about communication management of program director in “Sahabatku” Elshinta TV Program. In this research intrapersonal communication is a communication that took major part in the communication management. Intrapersonal communication is communication that occurs within your self and generating an understanding and self-knowledge. Intrapersonal communication will always take part in communication with other domains that is interpersonal, people in the system, and competence. All of them were related in the communication management. The method used by there searcher is a qualitative research method. Researchers conducted in-depth interviews with the program director of “Sahabatku” Elshinta TV program as the speaker. In addition, researcher also conducted Focus Group Discussion (FGD), and active on observations. Researcher used data analysis techniques Miles & Huberman models. The conclusion of this research that the management of communication be decisive for the program director in working out his duties.

Keywords : *Program director, intrapersonal communication, Focus Group Discussion*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masing-masing stasiun televisi berlomba-lomba menyuguhkan program yang menarik untuk ditayangkan, hampir seluruh stasiun televisi memiliki satu kesamaan yaitu sebagai sumber informasi. Baik dalam bentuk berita kuliner, politik, kriminal, pendidikan, maupun mengenai usaha atau pekerjaan. Tidak dapat dipungkiri televisi adalah media elektronik yang sudah

menjadi kebutuhan bagi masyarakat dari berbagai kalangan.Tidak hanya beragam berita, khalayak memiliki kebutuhan informasi yang beragam termasuk info seputar kesehatan. Program televisi yang menayangkan informasi tentang kesehatan memang tidak banyak, saat ini hanya beberapa stasiun televisi yang mulai menayangkan program mengenai kesehatan. Salah satu stasiunnya adalah Elshinta TV.

Elshinta TV memiliki dua program seputar kesehatan yaitu Dokterku dan Sahabatku. Peneliti melihat banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dari kedua program ini, dimana terdapat interaksi secara langsung dengan pemirsanya. Mengingat pentingnya kesehatan serta informasi mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan penyakit, para dokter ahli selaku narasumber akan menjawab pertanyaan dari pemirsa secara langsung. Tanya jawab pemirsa dengan para dokter ahli ini akan berlangsung melalui telepon interaktif. Mendapatkan informasi sekaligus berinteraksi langsung dengan menonton televisi merupakan manfaat yang dapat diambil dari program kesehatan di Elshinta TV.

Selain berbincang mengenai kesehatan hewan peliharaan, acara LIVE ini pun turut serta menghadirkan sosok hewan peliharaan seperti anjing, kucing, burung, dan ular untuk menemani jalannya perbincangan pembawa acara dengan para dokter hewan tersebut. Peran serta seluruh tim produksi dimulai dari pembawa acara, produser, pengarah acara, hingga juru kamera sangat diperlukan untuk menunjang keberlangsungan program Sahabatku Elshinta TV. Sahabatku Elshinta TV merupakan program dengan pelaksanaan yang cukup rumit karena menghadirkan hewan sungguhan didalamnya. Hewan peliharaan yang dilibatkan dalam proses produksi program akan duduk dipangkuan dokter atau pembawa acara secara LIVE dan dapat ditonton pemirsa selama tayangan dengan durasi 60 menit itu berlansung.

Program Sahabatku Elshinta TV dibuat, dijalankan, dan diawasi oleh seorang produser, dibantu oleh pengarah acara. Sahabatku merupakan program info kesehatan yang unik dan menarik karena merupakan satu-satunya program kesehatan untuk hewan peliharaan yang disiarkan secara langsung. Dengan kerumitannya, program Sahabatku tidak luput dari manajemen komunikasi anggota produksi siaran. Komunikasi antar orang-orang tersebutlah yang menjadi pondasi bagi kesuksesan suatu organisasi dalam memproduksi suatu program acara.

Meskipun posisinya memang sudah diatur dalam produksi program Sahabatku Elshinta Tv, namun pengarah acara memiliki karakter dan kreasi sendiri dalam menjalankan peranannya. Dari sinilah dapat dilihat bahwa seorang pengarah acara memang dituntut untuk memiliki manajemen komunikasi yang baik agar dapat menjalankan tugasnya dengan sebaik mungkin. Seorang pengarah acara harus memahami dirinya sendiri terlebih dahulu, agar dapat mencapai hal-hal yang ingin ia tuangkan untuk keberhasilan acaranya.

Manajemen komunikasi sangat penting dimiliki oleh masing-masing individu dalam tim produksi terlebih oleh pengarah acara, dimana seorang pengarah acara menjadi penanggung jawab penuh dalam proses produksi dimulai dari pencarian informan atau narasumber hingga evaluasi hasil kerja. Pengarah acara adalah seseorang yang ditunjuk untuk bertanggungjawab secara teknis pelaksanaan produksi satu mata acara siaran. Dapat dikatakan bahwa seorang pengarah acara memiliki posisi sentral dalam setiap produksi atau siaran. Bukan sekedar hanya menjadi "komandan" untuk mengkoordinir pelaksanaan tugas seluruh kru di dalam studio, melainkan juga menjadi jembatan penghubung untuk berhubungan dengan produser, *master control*, dan tim *live*. Pengarah acara akan memastikan kesiapan seluruh kru studio dan perlengkapan kerjanya serta memastikan seluruh kebutuhan siaran sudah terpenuhi, baik *rundown* dan naskah berita.Selain peranan secara teknis yang dimainkan oleh seorang pengarah acara, keterlibatannya dalam produksi siaran sebagai orang penting, pengarah acara juga harus memiliki kedisiplinan dalam hal waktu.

Peneliti akan melakukan penelitian pada bulan Maret hingga Mei 2014, untuk mengetahui secara lengkap bagaimana manajemen komunikasi pengarah acara serta kinerjanya dengan melihat dan meneliti evaluasi program, rating, *feedback.*

Untuk mendukung keseluruhan penelitian ini, peneliti menggunakan model Boneka Matouschka. Menurut Michael Kaye dalam bukunya *Communication Management*, Model boneka yang berasal dari Russia ini memiliki empat lapisan yang terdiri dari *self, interpersonal, people in system*, dan *competence.*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Jln. Yos Sudarso, Jakarta Utara
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Manajemen Komunikasi Pengarah Acara dalam Program Sahabatku di Elshinta Tv ?

C. Identifikasi Masalah:

1. Bagaimana komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku dalam tataran diri ?
2. Bagaimana komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku dalam tataran antar pribadi ?
3. Bagaimana komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku sebagai bagian dari sebuah sistem ?
4. Bagaimana komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku dalam tataran kompetensi ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku dalam tataran diri.
2. Untuk mengetahui komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku dalam tataran antar pribadi.
3. Untuk mengetahui komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku sebagai bagian dari sebuah sistem.
4. Untuk mengetahui komunikasi intrapersonal pengarah acara program Sahabatku dalam tataran kompetensi.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran teori dan menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan serta menjadi acuan untuk melakukan penelitian berikutnya, agar dapat lebih memahami mengenai manajemen komunikasi seorang pengarah acara dalam keberhasilan program, sehingga dapat membangun Industri Pertelevisian Indonesia.

Bagi peneliti lain, yang sekiranya akan meneliti manajemen komunikasi pengarah acara dalam keberlangsungan program, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai tambahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian sejenis di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk menambah wawasan mengenai manajemen komunikasi seseorang. Dalam hal ini, manajemen komunikasi seorang pengarah acara dalam keberhasilan sebuah program televisi.

F. PUSTAKA

Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung didalam hati dan pikiran seseorang, dirinya menjadi seorang pengirim dan juga sekaligus penerima pesan. Komunikasi dengan diri sendiri dalam kondisi apapun itulah yang dinamakan komunikasi intrapersonal. Seseorang dapat berkomunikasi pada dirinya sendiri menggunakan bahasa dengan apa yang ada dalam pikiran dan perasaannya tanpa ia beritahukan kepada orang lain, berbicara dengan dirinya sendiri, berdialog dengan dirinya sendiri, bertanya kepada dirinya sendiri, dan dijawab oleh dirinya sendiri. Dengan demikian, seseorang bisa menjadi pengirim pesan (komunikator) sekaligus penerima pesan (komunikan). Inilah yang disebut dengan komunikasi intrapersonal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pemaknaan lingkungan sekitar dapat terjadi setelah seseorang mengalami komunikasi intrapersonal. Perbicangan terhadap diri sendiri mampu memberikan beberapa perbedaan diantaranya adalah sudut pandang, persepsi, respon, dan pengambilan keputusan.

Menurut Michael Kaye (1994:10-11) lahirnya subdisiplin manajemen komunikasi tidak terlepas dari adanya tuntutan untuk lebih mengenali ilmu komunikasi dalam dunia nyata. Manajemen komunikasi lahir karena adanya tuntutan untuk menjembatani antara teori komunikasi dan praktek komunikasi. Para teoritisi menghadapi keterbatasan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang dimilikinya. Sementara para praktisi mengalami keterbatasan pada rujukan teori atau ilmu komunikasi.

Dalam bukunya, Michael Kaye menganalogikan model komunikasi dengan Boneka Matouschka Russia. Dimana terdapat empat lapisan yang terdiri dari :

a. *Self*

Boneka terkecil yang terletak pada lapisan pertama ini menjelaskan tentang komponen intrapersonal dari model manajemen komunikasi. Mengenali dan memahami diri merupakan sebuah langkah menuju manajemen diri yang efektif. Kesadaran diri dan analisis diri akan membawa seseorang dapat mempengaruhi orang lain melalui isi pembicaraan dan tindakan orang tersebut. Dalam hal ini berarti seseorang melakukan komunikasi intrapersonal yang mencakup sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

b. *Interpersonal*

Pada dasarnya manusia adalah makhluk komunikasi yang pada fitrahnya selalu melakukan aktivitas komunikasi dengan sesama. Unsur antarpribadi ini terfokus pada bagaimana diri sendiri berhubungan dengan orang lain, bagaimana individu tersebut berinteraksi dengan individu lainnya dalam melakukan proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membangun pengertian atau makna. Boneka lapisan kedua ini juga menjelaskan bagaimana *self* mempengaruhi orang lain. Boneka antarpribadi ini mengarahkan seseorang untuk memberi perhatian lebih pada cara berkomunikasi yang dapat mempengaruhi setiap hal yang membawa perubahan pada diri sendiri atau orang lain yang berinteraksi dengan orang tersebut.

c. *People in system*

Dalam sebuah sistem atau organisasi, akan terdapat orang-orang yang bekerja dan bernaung pada sistem tersebut. Boneka lapisan ketiga ini memberikan penjelasan tentang bagaimana orang-orang yang tergabung didalamnya tersebut berhubungan satu dengan yang lainnya.

Hal penting dari boneka ini adalah ketika seseorang melakukan aktivitas komunikasi dipandang oleh model manajemen komunikasi untuk memberikan perhatian besar agar mengerti dan mengatur sebuah kebudayaan dari sistem manusia atau organisasi. Seseorang yang tergabung di dalam organisasi yang besar harus dapat mengerti orang-orang disekitarnya dan juga harus memahami budaya mereka. Serta harus mengerti bagaimana membuat sistem tersebut berfungsi dengan baik.

d. *Competence*

Boneka keempat membungkus semua boneka yang ukurannya lebih kecil yaitu kompetensi, hal ini menjadi penting untuk dimengerti bahwa kompetensi tidak hanya terlihat pada bagian luar saja. Ketika seseorang berhasil menguasai dirinya dan memahami dirinya dengan baik maka orang tersebut akan menunjukan kompetensinya ketika berinteraksi dengan orang lain baik didalam satu organisasi yang sama maupun organisasi lainnya di dalam ranah yang sama.

Seseorang akan mampu membangun, mengklarifikasi, dan mengkoordinasi pengertian dalam interaksi antar pribadi. Selain itu menurut boneka lapisan keempat ini, seseorang dapat dinyatakan kompeten ketika ia memperlihatkan kemampuan untuk mengubah sistem yang ia jalankan atau orang lain dalam sistem yang ada atau dimiliki.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

METODE PENELITIAN

Subyek penelitian ini adalah pengarah acara yang menggunakan manajemen komunikasi intrapersonal dalam menjalankan tugasnya sebagai pengarah acara.Dimana pengarah acara tidak hanya sekedar melakukan komunikasi dengan rekan kerjanya saja, namun komunikasi intrapersonal pengarah acara juga menjadi dasar penting bagi dirinya untuk melaksanakan pekerjaannya dengan sebaik mungkin.

Objek penelitian ini adalah komunikasi intrapersonal yang terjadi pada pengarah acara dalam melakukan tugasnya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi intrapersonal seseorang berlangsung dalam manajemen komunikasi di dunia penyiaran. Oleh sebab itu betapa pentingnya komunikasi intrapersonal bagi seorang pengarah acara sebelum melakukan komunikasi dengan orang lain ataupun rekan kerjanya.

Desain penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif dengan paradigma interpretif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap sesuatu yang menjadi obyek penelitian. Penelitian Deskriptif ialah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Penelitian ini tidak menguji hipotesa atau tidak menggunakan hipotesa, melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti.Penelitian ini dilakukan di Kantor Elshinta Tv, Wisma Indocement Gedung Annex Lt.3 yang beralamat di Jl. Jendral Sudirman Kav.70-71, Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, dari Januari hingga Agustus 2014. Penelitian akan menggunakan pendekatan dengan wawancara yang mendalam (In-depth Interview) dengan pengarah acara yang bernama Adhi Eka. *In-depth Interview* adalah suatu penelitian yang melakukan wawancara dengan sifat terbuka dan juga observasi serta *focus group discussion.* Untuk melihat keabsahan dari data yang dikumpulkan, peneliti menggunakan triangulasi sumber dimana dengan satu subjek penelitian dengan menggunakan tiga teknik pengumpulan data yang dilakukan secara berulang hingga data yang didapatkan jenuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan manajemen komunikasi yang dikatakan oleh Michael Kaye (1994 : 10-11), Hal pertama yang dapat dilihat dari manajemen komunikasi seorang pengarah acara adalah komunikasi intrapersonal dalam tataran diri. Seorang pengarah acara memiliki tugas yang tidak dapat langsung dijelaskan hanya dari istilahnya saja, pekerjaan sebagai pengarah acara dalam suatu program telah menuntut banyak hal, serta bergantung pada jenis acara yang diarahkan. Dalam hal ini, peneliti melakukan penelitian terhadap subyek penelitian yaitu Adhi, Adhi membenarkan pentingnya memiliki manajemen komunikasi yang baik pada setiap bidang pekerjaan. Khususnya pekerjaan di bidang produksi televisi. Seorang pengarah acara bekerja sebagai kepala produksi bagi rekan-rekan kerjanya. Pengarah acara akan langsung bertindak dan memikirkan konsep dari sebuah tema yang ia dapatkan, untuk kemudian akan ia komunikasikan dengan semua orang yang terlibat dengan acaranya.

Setiap pengarah acara memiliki kesadaran bahwa bagaimana manajemen komunikasi dirinya menjadi acuan bagi rekan-rekan sesama anggota tim produksi. Ia bertugas mengendalikan jalannya tayangan sekaligus mengendalikan suasana baik di dalam studio maupun dalam ruang panel. Seorang pengarah acara bekerja dalam kompleksitas produksi dari tekanan-tekanan lingkungan yang kadang kala bisa menjadi kendala dalam proses produksi. Dalam proses produksi tersebut pengarah acara merupakan satu kesatuan kekuatan selama kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pasca produksi. Karena itu kelancaran produksi di lapangan menjadi tanggung jawab penuh seorang pengarah acara.

Seorang pengarah acara melakukan koordinasi dengan semua elemen, fasilitas dan orang-orang selama latihan dan produksi. Ia memandu dan memberikan instruksi penting dan rinci kepada kru baik di studio atau dilokasi termasuk tim produksi, kerabat teknik dan narasumber dan atau pengisi acara.

Dikatakan oleh Michael Kaye (1994 : 10-11) bahwa lapisan kedua manajemen komunikasi adalah komunikasi intrapersonal dalam tataran interpersonal. Pada dasarnya seorang pengarah acara juga merupakan seseorang yang pada fitrahnya selalu melakukan aktivitas komunikasi dengan orang lain. Pekerjaan sebagai pengarah acara tentu juga menuntut untuk bagaimana seseorang itu tidak hanya bertugas sebagai kepala produksi saja tapi juga berinteraksi dengan individu-individu lainnya untuk kepentingan produksi programnya.

Saat seseorang sudah menjalani proses komunikasi yang berlangsung didalam dirinya, tentu terdapat tujuan yang secara tidak langsung terbentuk. Tujuan dari seorang pengarah acara tentu tidak akan terwujud tanpa terjadinya komunikasi intrapersonal atau komunikasi antar individu. Salah satu tugas seorang pengarah acara adalah menyusun perencanaan untuk kemudian disampaikan kepada orang lain yang tergabung dalam satu tim produksi dengan dirinya. Dalam melakukan pekerjaan dibidang produksi, tentu saja seorang pengarah acara tidak bekerja seorang diri, namun ia bekerja dengan beberapa orang lainnya pada bidang masing-masing. Seorang pengarah acara memiliki pemikiran terhadap masing-masing anggota timnya. Ia juga mempunyai rencana dan rancangan bagi setiap anggota timnya dengan masing-masing bidang untuk kepentingan tayangan. Saat seorang pengarah acara menyadari adanya pihak-pihak lain yang terlibat dalam pekerjannya, maka komunikasi yang dilakukannya sudah berkembang kepada komunikasi antar individu.

Saat komunikasi dalam diri seseorang berlanjut dalam ranah antar individu disinilah dituntut untuk adanya keterbukaan dan pemahaman dalam memaknai setiap perkataan, perlunya memahami pribadi masing-masing individu lain. Seorang pengarah acara tidak dapat menutup mata tentang bagaimana kepribadian rekan-rekan kerjanya. Walaupun pekerjaannya memang ditentukan oleh banyak suara dari organisasi yang menaunginya pengarah acara tetap memiliki tanggung jawab untuk selalu menciptakan komunikasi yang baik pada setiap individu. Seseorang yang bekerja dengan sukarela dan tanpa paksaan akan terpancar dari hasil kerjanya. Komunikasi yang baru dibangun pada saat siaran berlangsung akan menjadi sia-sia, karena justru saat acara berlangsung disitulah realisasi dari komunikasi yang selama ini telah dibangun. Hubungan baik seorang pengarah acara dengan masing-masing anggota timnya bergantung dari bagaimana ia bersikap baik saat siaran berlangsung, maupun saat diluar siaran. Seorang pengarah acara tidak akan menjalankan tugasnya sendiri, ada banyak orang yang terlibat untuk menolongnya menjalankan acara. Bukan berarti seorang pengarah acara harus menjadi sosok sempurna untuk segala sesuatunya.

Adanya harmonisasi yang terjadi pada saat produksi program berlangsung tidak luput dari peranan pengarah acara dalam memanfaatkan komunikasi sebaik-baiknya kepada tiap-tiap rekan kerjanya. Komunikasi antar individu menjadi dasar saling memahami bagi pengarah acara dengan rekan kerjanya. Komunikasi antar individu mempengaruhi setiap aspek yang membawa perubahan pada diri pengarah acara maupun rekan kerjanya.

Dikatakan oleh Kaye, lapisan ketiga yaitu komunikasi intrapersonal dalam keterkaitannya sebagai bagian dari sebuah sistem. Setiap orang yang bekerja tentu secara tidak langsung melibatkan dirinya menjadi bagian dari sebuah sistem. Sama halnya dengan seorang pengarah acara yang bekerja sebagai bagian dari sebuah sistem. Dimana ia memiliki perangkat-perangkat dan orang-orang yang berada di sekelilingnya. Dalam hal ini Adhi sebagai seorang pengarah acara tidak bekerja sendiri untuk melangsungkan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Program Sahabatku.Ia disertai juga dengan rekan-rekan kerja dan juga peralatan yang mendukung dirinya dalam melakukan proses produksi.

Sistem dimana Adhi berada merupakan sebuah organisasi media yang menaunginya dengan segala aturan dan kerumitan yang ada. Pekerjaan Adhi sebagai pengarah acara juga memiliki tanggung jawab kepada seluruh pihak yang terkait dengannya.Bukan hanya Adhi yang dituntut untuk memiliki tanggung jawab pada Program Sahabatku, masing-masing anggota tim produksi juga dituntut memiliki tanggung jawab. Tanggung jawab dari masing-masing anggota yang terlibat kemudian dihimpun oleh Adhi demi keberhasilan acaranya. Kesuksesan sebuah acara tidak luput dari instropeksi masing-masing individu sebagai rekan Adhi dalam produksi Program Sahabatku. Salah satu cara yang dilakukan selain menjaga kualitas komunikasi antar individu adalah sebuah evaluasi. Evaluasi dapat dilakukan dengan berbagai cara dengan tujuan untuk mempelajari apa yang menjadi kekurangan ataupun kesalahan yang terjadi saat produksi berlangsung sehingga dapat dibenahi dengan baik.

Setiap pengarah acara memiliki caranya sendiri dalam menjalankan peranannya sebagai pengarah acara. Dalam menjalankan program yang memiliki banyak kebutuhan, penting bagi seorang pengarah acara untuk membina hubungan yang baik bukan hanya kepada setiap individunya saja, namun sudah berkembang kepada kerjasama sebuah tim. Kerjasama tentu tidak dilakukan oleh satu pihak saja namun memerlukan penggabungan dari beberapa pihak. Tidak sekedar penggabungan, namun ada elemen-elemen peting didalamnya yang harus saling mendukung. Seorang pengarah acara bekerja di dalam sebuah sistem.

Dalam sebuah sistem, terdapat orang-orang yang saling berhubungan satu sama lain. Sebuah tim yang solid terbentuk dari kecintaan yang sama akan suatu hal, memiliki sebuah padangan dan tujuan yang sama pula. Setiap stasiun televisi memiliki cita-cita terhadap tiap-tiap tayangan yang mereka sajikan. Selain menghibur, sebuah tayangan juga harus memiliki kualitas dan manfaat bagi masyarakat. Sebuah tim yang solid akan sulit dibangun apabila tidak memiliki visi dan misi yang sama. Tujuan dari kerjasama yang baik antara satu sama lain ini tidak lain untuk memajukan setiap program agar diterima oleh masyarakat. Sebuah kerjasama yang baik antar anggota tim produksi pada akhirnya akan diperkuat oleh seorang pengarah acara. Dapat dikatakan bahwa pengarah acara menjadi pemersatu tim produksinya. Seorang pengarah acara akan menjadi acuan bagi rekan-rekan tim produksinya. Saat sebelum produksi maupun saat proses produksi berlangsung, didalamnya terdapat perangkat-perangkat yang harus diharmonisasikan oleh seorang pengarah acara. Peranan seorang pengarah acara juga tidak hanya terbatas pada hal-hal teknis saja. Seorang pengarah acara turut serta bertanggung jawab dalam hal kekompakan tim yang ia miliki.

Setiap pengarah acara memiliki harapan timnya bisa menjadi tim yang memiliki inisiatif dan kreativitas demi membawa program mereka semakin dicintai oleh masyarakat. Sebagai pengarah acara Adhi menjelaskan pada peneliti bahwa dirinya harus dapat membaca situasi saat produksi berlangsung. Ia juga mengatakan kalau dirinya tidak boleh panik saat siaran berlangsung karena kalau ia panik maka secara otomatis rekan-rekannya pun menjadi panik.

Lapisan keempat yakni lapisan terakhir yang membungkus 3 lapisan sebelumnya adalah komunikasi intrapersonal dalam tataran kompetensi. Ketika seorang pengarah acara telah memahami dan mengerti apa yang ia kerjakan, maka ia akan menunjukan kompetensinya saat berinteraksi dengan orang lain yang berada satu organisasi dengannya maupun organisasi lainnya dalam ranah yang sama. Pada akhirnya sebuah manajemen komunikasi mempertemukan Adhi sebagai pengarah acara dengan kompetensinya. Bagaimana sikap Adhi dalam membangun, mengklarifikasi, dan mengkoordinasi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pengertian dalam interaksi antar individu serta bagaimana Adhi dapat mengubah sistem yang ia jalankan untuk mendapat pengakuan bahwa dirinya kompeten sebagai pengarah acara.Disinilah Adhi mendapatkan pembuktian atas hasil kerjanya. Dalam tataran kompetensi Adhi akan kembali diperhadapkan dengan komunikasi antar pribadinya.

Pada tahapan inilah aktualisasi Adhi atas keberhasilan manajemen komunikasinya pada semua anggota tim produksinya dalam Program Sahabatku. Seorang pengarah acara tentu saja memiliki sikap diri yang siap menerima pujian ataupun kritikan dari hasil kerjanya. Setiap stasiun televisi tentu memiliki keingintahuan mengenai pendapat atau *feedback* mengenai program-program yang mereka tayangkan guna dapat memperbaiki atau meningkatkan kinerja mereka. Program Sahabatku adalah program yang tergolong baru dalam dunia hiburan. Mulai tayang Januari 2014, Adhi menjelaskan bahwa pada awalnya ia tidak terlalu memahami program ini. Diakui oleh Adhi, jika dulunya manajer produksi memang mengadakan evaluasi. Evaluasi diadakan pada tiga bulan awal penayangan dan juga tidak selalu setiap minggunya. Karena itulah Adhi mengatakan dirinya mendapat *feedback* melalui laporan dari rekannya presenter Program Sahabatku. Laporan yang Adhi dapatkan berupa pujian yang mengatakan betapa bergunanya Program Sahabatku. Adhi menambahkan ia juga mendapat *feedback* melalui media sosial *twitter*.

Sesuai dengan penelitian dan analisis yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa diperlukan manajemen komunikasi dalam setiap aspek kehidupan. Dalam hal ini, seorang pengarah acara akan melakukan komunikasi terhadap tim produksinya baik secara individual maupun komunikasi langsung dengan 1 tim utuh. Program Sahabatku merupakan program dialog interaktif yang disiarkan secara *live*. Tayangan ini berlokasi di sebuah studio, menggunakan tiga buah kamera yang berfungsi mengambil *angle* masing-masing. Tayangan ini didukung oleh tiga orang yaitu juru kamera, pembawa acara, penata suara, *vt men*, dan grafis.

Pemikiran konsep yang pengarah acara lakukan melibatkan komunikasi intrapersonalnya untuk mencapai pemahaman yang kemudian akan membentuk sebuah sudut pandang dan persepsi terhadap konsep yang disusunnya. Pada saat yang bersamaan seorang pengarah acara juga memiliki tugas untuk mengkoordinir dan mengendalikan acara yang dipegangnya. Ia juga diharuskan mempunyai tanggung jawab terhadap kreativitas dan kualitas gambar. Selain harus mengerti tentang permasalahan teknik dalam proses produksi, pengarah acara juga harus memiliki keterampilan dalam berbagai bidang khususnya senirupa dan produksi tv. Melihat dari banyaknya peranan yang diambil oleh pengarah acara dalam suatu produksi program televisi dapat dilihat bagaimana komunikasi intrapersonal yang ia miliki menjadi pondasi awal bagi dirinya dalam memproses sebuah acara mulai dari pra, produksi, hingga pascaproduksi.

Pengarah acara memiliki tugas yang jauh lebih berat daripada pekerja produksi lainnya. Ia harus dapat mengendalikan semua elemen yang tergabung dalam produksi yang ia jalankan. Peneliti melihat adanya proses komunikasi yang terjadi terus menerus antara pengarah acara dengan masing-masing anggota tim produksinya. Dimulai dari saat persiapan sebelum acara berlangsung, peneliti menyaksikan bahwa pengarah acara melakukan penyusunan konsep disertai dengan diskusi kepada masing-masing kru yang bertugas. Dalam hal ini keputusan yang diambil melibatkan hasil dari komunikasi antara pengarah acara dengan masing-masing rekannya. Komunikasi intrapersonal yang dimiliki pengarah acara kemudian telah berlanjut pada komunikasi antar pribadi yang ia lakukan.

Ketika proses komunikasi berlangsung antar individu, disinilah peneliti melihat bagaimana pengarah acara mengendalikan dirinya untuk bersedia menerima pendapat serta masukan dari rekannya. Terlihat jelas saat proses komunikasi antar individu yang dilakukan pengarah acara dengan rekannya melibatkan komunikasi intrapersonal pengarah acara tersebut.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Manajemen komunikasi adalah pondasi penting bagi seorang pengarah acara dalam membangun sebuah kesuksesan. Komunikasi yang baik berawal dari dalam diri sendiri, bagaimana seseorang membangun pemikirannya dengan membentuk sebuah sudut pandang dari apa yang telah dialaminya, kemudian dilanjutkan pada pembentukan persepsi. Sebuah persepsi akan memunculkan suatu pendapat atau respon yang terjadi di dalam dirinya. Pada akhirnya, ketiga hal penting tadi akan berujung suatu akibat yang dinamakan pengambilan keputusan.

PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikasi intrapersonal pengarah acara dalam tataran diri merajuk kepada bagaimana pengarah acara melalui proses berpikir kemudian dilanjutkan dengan pembentukan sudut pandang dan persepsi terhadap suatu hal yang akan atau tengah dijalaninya

Dalam tataran interpersonal, komunikasi intrapersonal pengarah acara mulai mengalami pembentukan yang dinamakan respon. Respon merupakan hasil dari pemikiran pengarah acara yang mulai mengkomunikasikan sudut pandang dan persepsinya kepada individu lain. Disinilah kemudian pengarah acara dituntut untuk memanajemen komunikasinya lebih lagi, karena sudah menyangkut orang lain dengan masing-masing kepentingan.

Komunikasi intrapersonal pengarah acara dalam keterkaitannya sebagai bagian dari sebuah sistem juga merupakan hal yang cukup berat. Bagian dari sebuah sistem artinya kembali lagi pada responnya dari hasil komunikasi dengan dirinya sendiri. Jika dalam interpersonal seorang pengarah acara berkomunikasi dengan masing-masing individu sesama anggota timnya, maka menjadi lain ketika sudah berkaitan dengan sekumpulan orang di dalam sebuah sistem.

Komunikasi intrapersonal dalam tataran kompetesi merupakan hal yang tidak kalah penting dari semua tahapan-tahapan manajemen komunikasi. Posisi sebagai pengarah acara adalah sebuah posisi dengan alur komunikasi ke bawah dan keatas. Seorang pengarah acara memiliki tanggung jawab kepada atasannya yaitu produser ataupun manajer produksi, bahkan pada pemimpin-pemimpin yang berkaitan dengannya.

2. Saran

a. Saran Akademis

Peneliti berikutnya dapat meneliti penelitian serupa pada pekerja media lainnya seperti produser atau *floor director* dengan menggunakan teori dan model yang sama.

b. Saran Praktis

Seorang pengarah acara dipilih berdasarkan kompetensi dan kepribadiannya. Kompetensi dapat ditingkatkan melalui proses evaluasi secara berkala. Program Sahabatku sebaiknya melakukan proses evaluasi program secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku Teks

Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT. Rineka Cipta.
Bungin, Sulistyo. (2010). *Metode Penelitian*, Jakarta : Penaku.

Creswell, J.W. (2010). *Reseach Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
Daryanto. (2007). *Televisi sebagai Media Pendidikan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
Effendi, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
Furchan, A. (2004). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, Surabaya : Usaha Nasional
H.B. Sutopo. (2006).Penelitian *Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
Kaye, Michael. (1994). *Communication Management*, Sydney : University of Technology.
Maulana, Herdiyan dan Gumgum Gumelar. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, Edisi Ke-1, Jakarta : Akademia Permata.
Miles, Mattew B., dan A. Michael Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia.
Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
_____,(2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
Nasution, S. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung : Tarsito.
Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia.* Jakarta : LPSP3 UI
Soerjokanto. (2003). *Teori Komunikasi*, Jakarta : Erlangga
Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Penerbit Alfabets.
Suprapto, Tommy. (2013). *Berkarier di Bidang Broadcasting*, Edisi Ke-1, Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.
Trianto. (2010). *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif Progresif*, Jakarta: Kencana
West, R. dan Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi*, Edisi 3, Buku I, Jakarta : Salemba Humanika.
Zettl, Herbert. (2010). *Television Production Handbook : Broadcast and Production*, Edisi Ke-11, Belmont, CA: Wadsworth.

B. Internet

Hasminee Uma, T (2013), *Persepsi: Pengertian, Definisi, dan Factor yang Mempengaruhi*, diakses 9 Maret 2014, http://bahasa.kompasiana.com/2013/10/20/persepsi-pengertian-definisi-dan-factor-yang-mempengaruhi-600802.html

Herdino Ambargo, T (2013), *Definisi dan Dasar Pengambilan Keputusan*, diakses 10 Maret 2014, http://dhino-ambargo.blogspot.com/2013/05/definisi-dan-dasar-pengambilan-keputusan.html

Ratna Sari, T (2013), *Teori Komunikasi Intrapersonal*, diakses *9 Maret 2014*, http://raesharatnasaridewi.blogspot.com/2013/03/teori-komunikasi-intrapersonal.html

Sandra Pratama, T (2011), *Pengertian Respon*, diakses 10 Maret 2014, http://pratamasandra.wordpress.com/2011/05/11/pengertian-respon/

C. Skripsi/Thesis/Disertasi

Sandika Mahardika (2013), Skripsi : *Penerapan Metode Sologan Dalam Memahami Kitab Kuning Di Pesantren Salafiyyah*, Universitas Pendidikan Indonesia. http://repository.upi.edu/418/6/S_PAI_0705441_CHAPTER%203.pdf (diakses 9 Maret 2014)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dicky Aditya Putra (2010), *Peran dan Tugas Floor Director Pada Acara Music Live INBOX SCTV*, Universitas Negeri Sebelas Maret.
http://eprints.uns.ac.id/10521/1/154502108201003551.pdf
(diakses 9 Maret 2014)

Valui Aditya (2009), *Peran Kameramen Dalam Proses Penyampaian Berita Pada Program Berita di Global TV*, Universitas Negeri Sebelas Maret.
http://eprints.uns.ac.id/2190/1/99650209200910161.pdf
(diakses 9 Maret 2014)

Christy Liona (2011), Skripsi : *Pesan Komunikasi Non Verbal Floor Director, Studi Peran Tayangan Komunikasi Non Verbal Floor Director Tayangan Talkshow di Stasiun Televisi Trans 7*, Jurusan Komunikasi, Konsentrasi Broadcasting, Institut bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie 2011.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.