



Analisis Proses Produksi Program Citraloka di DAAI TV Pada Episode "Markisa Yang Melegenda"

At DAAI TV In The Legendary Markisa Episode

Andini Nurbahri¹, Ayu Sawitri², Fariz Rizwan Siregar³, Khafita Aini⁴, Ramadhani Nanda Amelia⁵, Syahrul Afriansyah⁶

¹²³⁴⁵⁶ Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi penulis : sawitriayu66@gmail.com

ABSTRACT. *This program is one of the interesting programs on DAAI TV Medan. And it is not surprising that this program has received various awards from the North Sumatra KPID. So that researchers want to examine the production process of the Sumatra Frame program which has been trying to improve the corporate image of DAAI TV Medan. The purpose and benefits of this research are to find out the production process of the Citraloka program in building the image of DAAI TV Medan and I hope this research can be useful for readers. The research used is a descriptive qualitative approach. The theoretical description in this study uses mass communication, communication processes, agenda setting theory, and program production processes. The results of this study are the production process carried out by DAAI TV Medan in making news regularly from pre-production, production and post-production. The pre-production stage here begins with a projection meeting by gathering ideas according to the vision and mission, and related to inspirational values. Production activities, namely a reporter doing live coverage of the field. Then in post-production the process of editing and merging the coverage results into one news package. The Citraloka program has an inspiring value as a means of education for the community. Its consistency as a broadcasting media broadcasting useful news is quite good. DAAI TV Medan has carried out its social responsibility so that it has a good image in the community, and does not look at the ratings that have been achieved, but looks at how useful the broadcasts are.*

Keywords: *Citraloka Program, DAAI TV, Production Process*

ABSTRAK. Program ini adalah salah satu program yang menarik di DAAI TV Medan. Dan tidak heran bahwa program ini telah mendapat berbagai penghargaan oleh KPID Sumatera Utara. Sehingga peneliti ingin meneliti proses produksi program Bingkai Sumatera yang selama ini berupaya untuk meningkatkan citra perusahaan DAAI TV Medan. Tujuan dan manfaat penelitian adalah untuk mengetahui proses produksi program Citraloka dalam membangun citra DAAI TV Medan dan semoga penelitian ini dapat berguna bagi pembaca. Penelitian yang dipakai dengan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Uraian teoritis dalam penelitian ini memakai komunikasi massa, proses komunikasi, teori agenda setting, dan proses produksi program. Hasil dari penelitian ini adalah proses produksi yang dilakukan DAAI TV Medan dalam membuat suatu berita dibuat secara teratur mulai dari praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap praproduksi disini diawali dengan rapat proyeksi dengan mengumpulkan ide sesuai visi misi, dan berkaitan nilai inspiratif. Kegiatan produksi yakni

seorang reporter melakukan liputan langsung kelapangan. Kemudian pascaproduksi proses editing dan penggabungan hasil liputan menjadi satu paket berita. Program Citraloka memiliki nilai inspiratif sebagai sarana edukasi bagi masyarakat. Konsistennya sebagai media penyiaran yang menyiarkan berita bermanfaat sudah cukup baik. DAAI TV Medan sudah melakukan tanggung jawab sosial agar citranya baik di masyarakat, dan tidak melihat rating yang sudah dicapai, namun melihat seberapa bermanfaatnya tayangan yang disampaikan.

Kata Kunci : Program Citraloka, DAAI TV, Proses Produksi

PENDAHULUAN

Media massa sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Dari tayangan yang di tampilkan, khalayak bisa menetapkan apa yang baik dan tidak baik berdasarkan informasi dari media massa. Diperlukan mengandalkan media massa sebagai pihak ketiga. Bahkan, masyarakat tidak akan bisa berpartisipasi dalam kehidupan tanpa bantuan media massa. Dengan kata lain, tanpa media massa manusia akan mati. Di dunia di mana polarisasi dan fragmentasi khalayak media meningkat dan rezim teknologi dan peraturan baru menantang status penyiaran layanan publik, ada kebutuhan mendesak untuk lebih memahami kondisi sosial produksi media. (Lindell, Jakobsson, and Stiernstedt 2020)

Dalam beberapa tahun terakhir, tampaknya ada perubahan mendasar dalam cara penyampaian program dan acara televisi kepada pemirsa. Selama beberapa dekade, acara televisi ditayangkan kepada pemirsa melalui jaringan (mis., ABC, NBC, FOX, dll.) dan saluran kabel (AS, ESPN, dll.) melalui penyedia kabel. Acara akan disiarkan dalam slot waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Lebih penting lagi, penayangan diukur melalui sampel pemirsa dan peringkat untuk setiap program televisi akan dipublikasikan dan tersedia untuk umum melalui layanan seperti Nielsen. Kepemirsaaan adalah ukuran pemirsa, yaitu berapa banyak orang dalam pemirsa pemirsa, khususnya televisi, baik secara umum maupun jenis program tertentu dan merupakan gabungan dari dua ukuran: Rating dan Share. Peringkat pada dasarnya adalah persentase Dewasa 18-49 adalah demografis utama yang menetapkan tarif iklan untuk program hiburan, jadi ini yang paling sering dilaporkan (satu poin dalam demo itu sama dengan 1,28 juta orang). Berbagi adalah persentase kelompok tertentu yang sedang menonton TV pada saat itu dan menonton program tertentu. Sedangkan total pemirsa adalah jumlah rata-rata orang yang menonton suatu program dalam satu menit tertentu selama program tersebut ditayangkan. Peringkat TV memberikan wawasan berharga tentang berapa banyak orang yang mengonsumsi konten, serta bagaimana dan kapan mereka melakukannya. (Malik, Shakshuki, and Yasar 2021)

Mendekati pemirsa suatu program penting untuk jaringan siaran dan kabel (TNT, AMC, AS, dll.), karena mereka mendapat untung dengan menjual ruang iklan selama pemrograman (penayangan acara) sementara kabel dan streamer premium membalas dengan berlangganan. Dengan demikian, semua saluran menggunakan analitik pemirsa untuk memutuskan apakah suatu acara TV menguntungkan dan layak untuk dipertahankan dalam jadwal mereka. Juga, peringkat TV membantu menghitung berapa banyak jaringan dapat membebaskan biaya kepada pengiklan untuk airtime selama program tertentu. Salah satu data terpenting yang digunakan untuk menentukan harga iklan adalah pangsa peringkat orang dewasa 18-49. Dengan munculnya dan meningkatnya popularitas layanan streaming seperti Netflix dan Amazon Prime Video, model penyediaan konten televisi kepada pemirsa telah berubah secara mendasar. Sekarang, pemirsa membayar langganan layanan streaming untuk streaming program televisi dari perpustakaan besar. Dengan kata lain, acara televisi tidak lagi ditayangkan pada slot waktu yang telah ditentukan sebelumnya, tetapi ditonton oleh konsumen “sesuai permintaan”. (Malik, Shakshuki, and Yasar 2021)

Perkembangan dunia informasi memberikan manfaat yang cukup besar bagi dunia kesehatan. Melalui media, penyebaran informasi kesehatan oleh praktisi kesehatan dapat dilakukan lebih mudah dan cepat. Media informasi kesehatan masyarakat yang baik adalah media yang bisa menyampaikan informasi kesehatan atau pesan kesehatan yang sesuai dengan minat, kebutuhan, dan tingkat penerimaan sasaran, sehingga dapat memengaruhi sasaran untuk merubah perilaku sesuai dengan pesan yang diterimanya. Salah satu media informasi yang sering digunakan dalam masyarakat yaitu televisi yang dianggap telah memiliki posisi sendiri dalam masyarakat. (Rahmadani Ansori and Perdini Putri 2021)

Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan menjadi targetnya, dan efeknya terhadap mereka. Media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku dan film. Dalam proses komunikasi terdapat beberapa tahap dimana suatu gagasan dikirimkan dari sumbernya, yang disebut dengan pengirim atau komunikator. Sampai gagasan tersebut dijalankan melalui media, dan menjadi sasaran komunikasinya adalah penerima atau komunikan. Di media tersebut terdapat media massa yang akan menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas.

Saat ini di Indonesia sudah mengudara beberapa stasiun televisi, mulai dari stasiun televisi negeri dan swasta. Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi yang

menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu. Jumlah individu ini menjadi relative besar tergantung terhadap isi pesan disajikan melalui media televisi. Saat ini, berkat dukungan teknologi satelit komunikasi, siaran televisi yang dibawa oleh gelombang elektromagnetik, tidak mungkin lagi dihambat oleh ruang dan waktu. Bahkan khalayak sasarannya, tidak lagi bersifat local, nasional, dan regional, tetapi sudah bersifat internasional atau global. (Febrianti 2019)

Berbagai stasiun televisi tidak akan lepas dengan namanya program siaran televisi. Pada saat membuat program televisi seluruh profesi produser, jurnalis, sutradara, dan editor harus mengikuti prosedur/persyaratan yang biasa dilakukan agar menghasilkan program televisi yang berkualitas. Membuat program televisi akan melewati tahapan yang sulit atau rumit dan melibatkan banyak orang. Tetapi hasil siarannya membuat audience mengerti bahkan terhibur. Tingkat kesulitan juga bervariasi berdasarkan beban kru produksi, peralatan, pengisi acara dan lokasi pelaksanaan produksi. Adapun panjangnya proses produksi televisi berdasarkan teamwork atau kerjasama tim yang solid. (Allem et al. 2022)

Berbagai stasiun televisi tidak akan lepas dengan namanya program siaran televisi. Pada saat membuat program televisi seluruh profesi produser, jurnalis, sutradara, dan editor harus mengikuti prosedur/persyaratan yang biasa dilakukan agar menghasilkan program televisi yang berkualitas. Membuat program televisi akan melewati tahapan yang sulit atau rumit dan melibatkan banyak orang. Tetapi hasil siarannya membuat audience mengerti bahkan terhibur. Tingkat kesulitan juga bervariasi berdasarkan beban kru produksi, peralatan, pengisi acara dan lokasi pelaksanaan produksi. Adapun panjangnya proses produksi televisi berdasarkan teamwork atau kerjasama tim yang solid. (Hasanah 2018)

Berbagai stasiun televisi tidak akan lepas dengan namanya program siaran televisi. Pada saat membuat program televisi seluruh profesi produser, jurnalis, sutradara, dan editor harus mengikuti prosedur/persyaratan yang biasa dilakukan agar menghasilkan program televisi yang berkualitas. Membuat program televisi akan melewati tahapan yang sulit atau rumit dan melibatkan banyak orang. Tetapi hasil siarannya membuat audience mengerti bahkan terhibur. Tingkat kesulitan juga bervariasi berdasarkan beban kru produksi, peralatan, pengisi acara dan lokasi pelaksanaan produksi. Adapun panjangnya proses produksi televisi berdasarkan teamwork atau kerjasama tim yang solid. (Febrianti 2019)

Sejak awal berdirinya DAAI TV merupakan sebuah media penggerak partisipasi masyarakat. Program yang diusungkan pun lebih ke bidang kemanusiaan yang menyangkan program tentang pelajaran dan perjuangan hidup dalam masyarakat, pendidikan, kesehatan, amal sosial, budaya kemanusiaan, dan pelestarian lingkungan. Sehingga DAAI TV pun mempunyai slogan “Televisi Cinta Kasih”. Isi dari setiap tayangan sarat akan pesan moral dan cinta kasih, memberi inspirasi, dan juga bersifat kreatif edukatif. DAAI TV telah mengudara secara terestrial di Jakarta dan Medan. Terkhusus di daerah medan, DAAI TV mempunyai peran penting dalam mengubah sikap dan perilaku masyarakatnya. Hingga kini DAAI TV Medan merupakan stasiun produksi DAAI TV pusat. Kota Medan merupakan pilihan dari perusahaan pusat, dikarenakan kota ini termasuk kota terbesar ketiga di Indonesia.

DAAI TV Medan berusaha untuk meningkatkan citranya, agar masyarakat setia terus melihat stasiun televisi tersebut. Salah satunya yang dapat mempengaruhi dalam pembentukan citra adalah dalam pengemasan suatu program. Program yang diusungkan lebih mengangkat tentang suatu prestasi komunitas atau pribadi, kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, atau perjuangan kehidupan seseorang. Stasiun televisi ini merupakan lembaga penyiaran swasta. Walaupun stasiun televisi ini merupakan stasiun tv swasta, namun bagi masyarakat dapat memberikan nilai positif di setiap programnya. Sebagai stasiun televisi keluarga, DAAI TV Medan selalu berusaha mengangkat cerita nyata yang digali dari kisah perjuangan hidup dan jalinan kasih antar manusia untuk memberikan inspirasi serta mencerminkan keindahan dan kehangatan kehidupan.

Program Citraloka di DAAI TV pada episode “Markisa yang Melegenda” adalah sebuah program yang menampilkan kisah tentang budidaya dan pengolahan markisa di Desa Cibodas, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Program ini mengungkapkan bagaimana markisa menjadi buah yang melegenda di desa tersebut dan bagaimana masyarakat setempat memanfaatkan markisa untuk meningkatkan kesejahteraan. Program ini juga mendapatkan penghargaan anugerah jurnalistik pertamina 2022 sebagai best of the best.

KAJIAN TEORI

Tinjauan Komunikasi Media Massa Komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Kemudian media massa yakni saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca. (Rahmadani Ansori and Perdini Putri 2021)

Televisi atau yang sering disebut dengan TV merupakan salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. TV adalah paduan radio (broadcast) dan film (moving picture). Para penonton dirumah-rumah tak mungkin menangkap siaran TV, kalau tidak ada unsur unsur radio. Tidak mungkin dapat melihat gambar-gambar yang bergerak pada layar pesawat TV, jika tidak ada unsur-unsur film. Suatu program TV dapat dilihat dan didengar penonton. Oleh karenanya telah dipancarkan oleh pemancar. Jika pemancarnya mati atau tidak di udara, maka mereka tidak bisa melihat apa-apa. Dalam segi ini prinsip pemancaran oleh pemancar TV dan prinsip penangkapan oleh pesawat TV adalah sama dengan prinsip radio.(Atifi and Marcoccia 2017)

Sebagai perangkat TV, TV sosial menggabungkan dua fenomena media: (1) pemirsa TV memiliki kesempatan untuk bereaksi terhadap suatu program dengan memposting tweet, SMS atau pesan Facebook, dan (2) pesan digital ini adalah diintegrasikan ke dalam program TV. Integrasi ini dapat terjadi dalam dua bentuk: (a) beberapa pesan pemirsa ditampilkan di layar selama program berlangsung atau (b) beberapa pesan pemirsa disampaikan oleh pembawa acara TV, yang membaca atau mengubah kata-katanya. 1. Perkenalan Dengan demikian, TV sosial dimaksudkan untuk memungkinkan pengguna berkontribusi dalam diskusi publik dan memfasilitasi pembentukan transmedia dan agora digital yang menggabungkan media lama dan baru serta media massa dan digital. Di Indonesia, misalnya, program TV politik semakin memungkinkan pemirsa TV untuk bereaksi secara online (dengan Twitter atau Facebook atau di forum diskusi). Program-program ini mengusulkan jenis diskusi paralel online dan/atau mengintegrasikan beberapa elemen diskusi digital ini ke dalam program TV. Misalnya, pilihan pesan digital pemirsa mungkin ditampilkan di layar. (Atifi and Marcoccia 2017)

DAAI TV Medan berusaha untuk meningkatkan citranya, agar masyarakat setia terus melihat stasiun televisi tersebut. Salah satunya yang dapat mempengaruhi dalam pembentukan citra adalah dalam pengemasan suatu program. Program yang diusungkan lebih mengangkat tentang suatu prestasi komunitas atau pribadi, kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, atau perjuangan kehidupan seseorang. Stasiun televisi ini merupakan lembaga penyiaran swasta. Walaupun stasiun televisi ini merupakan stasiun tv swasta, namun bagi masyarakat dapat memberikan nilai positif di setiap programnya. Sebagai stasiun televisi keluarga, DAAI TV Medan selalu berusaha mengangkat cerita nyata yang digali dari kisah perjuangan hidup dan jalinan kasih antar manusia untuk memberikan inspirasi serta mencerminkan keindahan dan kehangatan kehidupan.

Citraloka adalah program televisi yang diproduksi oleh DAAI TV. Program ini mengangkat tema-tema budaya dan lingkungan yang berfokus pada kearifan lokal Indonesia. Citraloka hadir sebagai wadah untuk memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan keberlanjutan hidup. Citraloka telah tayang sejak tahun 2005 dan masih terus diproduksi hingga saat ini. Beberapa episode Citraloka yang terkenal antara lain "Markisa yang Melegenda", "Kain Tenun dari Flores", dan "Kuliner Nusantara".

Program Citraloka di DAAI TV pada episode "Markisa yang Melegenda" adalah sebuah program yang menampilkan kisah tentang budidaya dan pengolahan markisa di Desa Cibodas, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Program ini mengungkapkan bagaimana markisa menjadi buah yang melegenda di desa tersebut dan bagaimana masyarakat setempat memanfaatkan markisa untuk meningkatkan kesejahteraan. Program ini juga mendapatkan penghargaan anugerah jurnalistik pertamina 2022 sebagai best of the best.

Pada episode "Markisa yang Melegenda" dalam program Citraloka di DAAI TV, program ini mengangkat tema tentang keunikan dan manfaat buah markisa. Program ini menampilkan kebun markisa di daerah Jawa Tengah dan mengajak penonton untuk mengenal lebih dekat tentang buah markisa, mulai dari sejarah, manfaat, hingga cara mengolahnya menjadi berbagai hidangan yang lezat. Selain itu, program ini juga menampilkan kearifan lokal masyarakat sekitar kebun markisa dalam menjaga kelestarian lingkungan dan memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan. Episode "Markisa yang Melegenda"

menjadi salah satu episode Citraloka yang populer dan berhasil menarik perhatian masyarakat untuk lebih mengenal kekayaan alam Indonesia.

Episode "Markisa yang Melegenda" dalam program Citraloka di DAAI TV mengangkat tema tentang buah markisa. Berikut adalah cerita atau konten yang dibahas dalam episode tersebut:

- Sejarah dan asal-usul buah markisa
- Manfaat dan khasiat buah markisa bagi kesehatan
- Cara mengolah buah markisa menjadi berbagai hidangan yang lezat
- Keunikan dan kearifan lokal masyarakat sekitar kebun markisa dalam menjaga kelestarian lingkungan dan memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan.

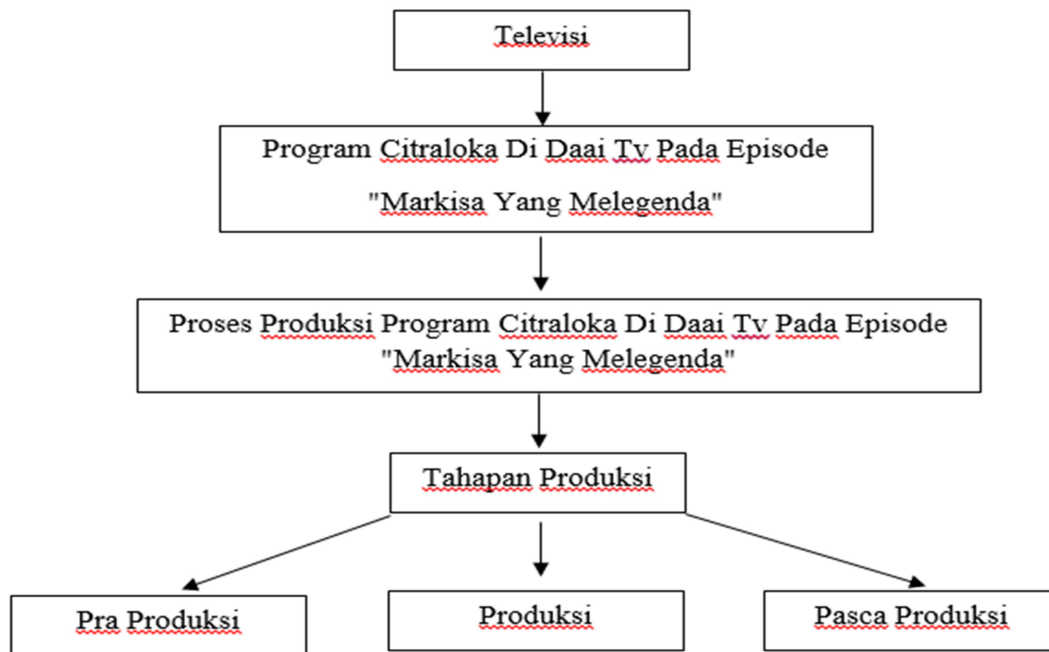
Dalam episode ini, Citraloka menampilkan kebun markisa di daerah Jawa Tengah dan mengajak penonton untuk mengenal lebih dekat tentang buah markisa. Selain itu, program ini juga menampilkan kearifan lokal masyarakat sekitar kebun markisa dalam menjaga kelestarian lingkungan dan memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan. Episode "Markisa yang Melegenda" menjadi salah satu episode Citraloka yang populer dan berhasil menarik perhatian masyarakat untuk lebih mengenal kekayaan alam Indonesia. Dalam episode "Markisa yang Melegenda" di program Citraloka di DAAI TV, terdapat beberapa pesan atau nilai yang ingin disampaikan kepada penonton, antara lain:

- Pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan memanfaatkan sumber daya alam secara berkelanjutan.
- Kekayaan alam Indonesia yang berlimpah dan perlu dijaga agar tetap lestari.
- Keunikan dan manfaat buah markisa sebagai salah satu buah lokal Indonesia yang memiliki potensi besar.
- Kearifan lokal masyarakat sekitar kebun markisa dalam memanfaatkan sumber daya alam secara bijak dan berkelanjutan.
- Pentingnya mengenal dan melestarikan budaya lokal Indonesia sebagai bagian dari identitas bangsa.

Dalam episode ini, Citraloka ingin mengajak penonton untuk lebih mengenal kekayaan alam dan budaya Indonesia, serta mengajak untuk menjaga kelestarian lingkungan dan memanfaatkan sumber daya alam secara bijak dan berkelanjutan. Pesan-pesan tersebut

diharapkan dapat menginspirasi penonton untuk lebih mencintai Indonesia dan berkontribusi dalam menjaga kelestarian alam dan budaya Indonesia.

KERANGKA TEORI



METODEOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, yang memaknai sebuah fenomena yang terjadi dan dikerjakan dengan menggunakan metode yang sudah ada. Metode ini bermaksud untuk memahami suatu fenomena yang ada di masyarakat dengan menggunakan sebuah teori yang telah ada sebelumnya secara mendalam dan dapat menemukan perspektif baru tentang hal-hal yang sudah banyak diketahui. Fenomena yang sudah ditemukan dalam penelitian ini juga diteliti dengan menggunakan Studi kasus eksploratif.

Studi Kasus eksploratif merupakan sebuah studi yang bertujuan mendapatkan gambaran mengenai suatu tema atau topik penelitian yang akan diteliti lebih jauh. Dengan kata lain pendekatan eksploratif dapat membantu peneliti dalam meneliti suatu tema dan

memahami tema tersebut lebih jauh. Studi Kasus eksploratif ini digunakan untuk mencapai beberapa tujuan, Diantaranya :

- Untuk menjawab rasa ingin tahu dan memahami suatu tema lebih mendalam
- Untuk uji kelayakan suatu topik dalam sebuah penelitian
- Untuk merencanakan suatu metode yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan studi kasus eksploratif karena studi kasus ini dapat menjawab keingintahuan peneliti terhadap topik penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses produksi acara Citraloka di Daai TV episode Markisa Legendaris dapat dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Praproduksi

Tahap praproduksi melibatkan perencanaan dan persiapan untuk produksi program. Ini termasuk meneliti topik, menulis naskah, dan mengembangkan papan cerita. Dalam kasus episode Markisa Legendaris, produser meneliti sejarah pohon Markisa dan signifikansinya dalam budaya India. Mereka juga menulis naskah yang menceritakan kisah pohon dengan cara yang informatif dan menghibur. Papan cerita digunakan untuk memvisualisasikan adegan dalam program dan untuk membantu kru merencanakan logistik pembuatan film.

2. Produksi

Tahap produksi adalah saat program benar-benar difilmkan. Ini termasuk menyiapkan kamera, pencahayaan, dan peralatan suara. Ini juga termasuk melatih para aktor dan syuting adegan. Dalam kasus episode Markisa Legendaris, para kru mengatur peralatan mereka di hutan. Mereka juga menyewa aktor untuk memerankan karakter dalam cerita. Adegan difilmkan selama beberapa hari.

3. Pasca produksi

Tahap pasca produksi adalah saat program diedit dan diselesaikan. Ini termasuk mengedit footage, menambahkan musik dan efek suara, dan membuat urutan judul. Dalam kasus Legendaris Markisa episode, editor menghabiskan beberapa minggu untuk mengedit rekamannya. Mereka juga menambahkan musik dan

efek suara untuk menciptakan pengalaman yang lebih imersif bagi penonton. Urutan judul dibuat untuk memperkenalkan program dan memberi pemirsa gambaran tentang program tersebut.

Proses produksi program Citraloka di Daai TV merupakan pekerjaan yang rumit dan memakan waktu. Namun, hasil akhirnya adalah program berkualitas tinggi yang dapat mendidik dan menghibur pemirsa. Episode *Legendary Markisa* adalah contoh bagus dari program berkualitas tinggi yang diproduksi oleh Daai TV. Selain tiga tahapan utama produksi, ada juga sejumlah tugas lain yang perlu diselesaikan, seperti:

- **Penjadwalan:** Tim produksi perlu menjadwalkan semua tugas yang terlibat dalam produksi program, seperti pembuatan film, pengeditan, dan pascaproduksi.
- **Penganggaran:** Tim produksi perlu membuat anggaran untuk program, yang mencakup biaya peralatan, kru, dan pengeluaran lainnya.
- **Pemasaran:** Tim produksi perlu memasarkan program kepada pemirsa potensial, seperti dengan membuat cuplikan dan mengiklankannya di media sosial.

Produksi program televisi merupakan proses yang kompleks dan menantang, tetapi bisa sangat bermanfaat bila produk akhirnya sukses. Program Citraloka di Daai TV adalah contoh program televisi berkualitas tinggi yang diproduksi dengan hati-hati dan memperhatikan detail.

Pada episode "*Markisa yang Melegenda*" dalam program Citraloka di DAAI TV, terdapat beberapa proses produksi yang dilakukan untuk menghasilkan program tersebut. Berikut adalah analisis dari beberapa proses produksi yang dilakukan:

1. Pra-produksi

Pra-produksi adalah tahap awal dalam proses produksi program Citraloka di DAAI TV. Pada tahap ini, dilakukan persiapan-persiapan seperti perencanaan, penulisan naskah, pemilihan lokasi, pemilihan talenta, dan lain sebagainya. Pada episode "*Markisa yang Melegenda*", proses pra-produksi meliputi:

- Penulisan naskah oleh tim penulis Citraloka
- Pemilihan lokasi di kebun markisa di daerah Jawa Tengah
- Pemilihan talenta yang akan menjadi narator dan pengisi suara

2. Produksi

Setelah tahap pra-produksi selesai, dilanjutkan dengan tahap produksi. Pada tahap ini, dilakukan pengambilan gambar dan suara di lokasi yang telah dipilih. Pada episode "Markisa yang Melegenda", proses produksi meliputi:

- Pengambilan gambar di kebun markisa dengan menggunakan kamera dan peralatan pendukung lainnya
- Pengambilan suara narator dan pengisi suara di studio Citraloka

3. Pasca-produksi

Setelah tahap produksi selesai, dilakukan tahap pasca-produksi. Pada tahap ini, dilakukan pengolahan gambar dan suara yang telah diambil pada tahap produksi. Pada episode "Markisa yang Melegenda", proses pasca-produksi meliputi:

- Pengeditan gambar dan suara oleh tim editor Citraloka
- Penambahan efek suara dan musik latar oleh tim audio Citraloka
- Penyelesaian subtitle dan keterangan lainnya oleh tim penulis Citraloka

Dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa proses produksi program Citraloka di DAAI TV pada episode "Markisa yang Melegenda" melibatkan beberapa tahap produksi, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Setiap tahap produksi memiliki peran dan fungsi yang berbeda-beda, namun saling terkait satu sama lain untuk menghasilkan program yang berkualitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan yang sudah diuraikan dan dijelaskan sebelumnya mengenai "Proses Produksi Program Citraloka Di Daai Tv Pada Episode "Markisa Yang Melegenda"" peneliti telah membuat kesimpulan bahwa: Pertama, Proses Pra Produksi yang dimulai dari menentukan tema untuk episode berikutnya yang akan dibuat melalui ide/gagasan dari tim, selanjutnya ada perancangan materi, yang nantinya akan ditujukan untuk membuat segment-segment program Markisa yang Melegenda ini diminati oleh masyarakat dari pemelihan materinya. Kemudian bukan hanya itu dari segi narasumber pun mengundang dokter-dokter spesialis dalam bidangnya serta pemilihan presenter pun menjadi daya tarik penonton.

Kedua, Produksi yakni tahap editing mulai dari penyusunan naskah, editing gambar, video, dubbing, hingga masuk ke ruangan MCR (Master Room Control) untuk proses Live di studio. Ketiga, Pasca Produksi yakni proses penayangan secara live di televisi. Peran MCR sangatlah penting pada saat melakukan proses siaran langsung, ia harus bisa menjalankan mesin mixer di ruang MCR agar tidak terjadi kesalahan pada saat live. Karena jika terjadi kesalahan saat live, tidak bisa di perbaiki seperti pada saat typing. Kesalahan pada saat live sangat terlihat kepada para penonton. Dan para crew MCR juga sangat di butuhkan ketelitian dan ke fokusannya dalam bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Allem, Jon Patrick et al. 2022. "E-Cigarette Imagery in Netflix Scripted Television and Movies Popular among Young Adults: A Content Analysis." *Addictive Behaviors Reports* 16(June).
- Atifi, Hassan, and Michel Marcoccia. 2017. "Exploring the Role of Viewers' Tweets in French TV Political Programs: Social TV as a New Agora?" *Discourse, Context and Media* 19: 31–38. <http://dx.doi.org/10.1016/j.dcm.2017.03.002>.
- Febrianti. 2019. *Proses Produksi Program Bingkai Sumatera Dalam Membangaun Citra DAAI TV Medan* .
- Hasanah, Aswatun. 2018. "Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produksi Siaran Program Berita Wajah Aceh Siang Di Metro TV Aceh Edisi Oktober-Desember 2017)."
- Lindell, Johan, Peter Jakobsson, and Fredrik Stiernstedt. 2020. "The Field of Television Production: Genesis, Structure and Position-Takings." *Poetics* 80(September): 101432. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.101432>.
- Malik, Haroon, Elhadi M. Shakshuki, and Ansar Ul Haque Yasar. 2021. "Approximating Viewership of Streaming T.V Programs Using Social Media Sentiment Analysis." *Procedia Computer Science* 198(2021): 94–101.
- Rahmadani Ansori, Depi, and Idola Perdini Putri. 2021. "Analisis Produksi Program Televisi Di Tvone (Proses Produksi Program Televisi 'Ayo Hidup Sehat' Di Pt. Lativi Media Karya Pulo Gadung Jakarta Timur)." *e-Proceeding of Management* 8(5): 6701–7.