

## STRATEGI PRODUSER PROGRAM “ACARA ANAK INDONESIA” DI TVRI KALTIM

Wilman<sup>1</sup>, Sugandi<sup>2</sup>

### *Abstrak*

*Wilman (1402055129) Strategi Produser Program “Acara Anak Indonesia” Di Tvri Kaltim, dibawah bimbingan dosen yang saya hormati Bapak Drs Sugandi,M.Si sebagai pembimbing.*

*Dilatar belakangi rasa ingin tahu dari penelitian tentang strategi kerja produser program acara anak Indonesia yang menghadirkan tema dan ide yang menarik sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat terutama anak-anak sehingga rasa penasaran penonton terjawab dan selalu menunggu program anak Indonesia. Konsep yang digunakan adalah konsep fungsi manajemen penyiaran. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan produser dalam menentukan tema dan isi dengan melihat situasi atau keadaan sekitar masyarakat melalui tahapan perencanaan pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Pada program anak Indonesia, kesimpulan dalam penelitian ini adalah produser untuk menentukan ide cerita yang diterapkan dibutuhkan kepekaan seorang produser terhadap dunia sekitar. Agar menciptakan sebuah ide kreatif dan menarik yang dituangkan dalam sebuah naskah agar menjadi sebuah tayangan program acara yang menarik untuk ditonton, dikemas senatural mungkin, dan seindah mungkin agar pesan yang diangkat tersampaikan.*

**Kata Kunci Strategi, Produser, Anak Indonesia**

### **Pendahuluan**

Media massa merupakan media komunikasi serta informasi yang melaksanakan penyebaran secara merata serta secara masal. Lewat media massa dalam bentuk cetak ataupun elektronik, serta digital seluruh program ataupun informasi secara gencar dikemas secara menarik, media massa ini lah yang jadi sumber kebutuhan warga disaat ini. Disaat ini media massa menyajikan bermacam ragam informasi lewat media cetak, serta elektronik, warga lebih gampang menerima informasi yang disampaikan media elektronik yaitu TV. TV memiliki banyak keunggulan, awal pesan yang disampaikan TV menggunakan audio dan visual yang berbeda dengan radio yang hanya menyajikan hanya audio (lewat pendengaran) tanpa adanya visual. TV pula lebih unggul dalam

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: Wilman.unmul@gmail.com

<sup>2</sup>Dosen Pembimbing, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

membangun daya tarik, persepsi atensi serta imajinasi dalam mengkontruksi kenyataan.

TV ialah salah satu kategori media elektronik yang masih jadi sumber warga dalam mencari informasi serta hiburan. Disamping jangkauannya yang luas, mudah dijumpai di mana saja. TV tersendiri bersifat realtime serta disiarkan secara langsung serta disediakanya meliputi faktor audio serta visual. Terdapat berbagai keunggulan tv yang bisa jadi suatu daya tarik, persepsi atensi serta imajinasi dalam mengkontruksi kenyataan. Dilihat dari sisi aktualitas tv dapat membagikan data secara kilat kepada para penonton serta pula bisa menjangkau ratusan ribu penonton. Dampak kulturalnya juga lebih besar dan dampak yang dihasilkan dari media massa yang lain dengan program - program yang menarik.

Memberikan program TV yang baik, menarik perhatian khalayak buat menyaksikan, diperlukan sesuatu program kegiatan TV yang diproduksi dengan strategi- strategi serta ide- ide kreatif dalam meningkatkan kualitas program kegiatan TV. Salah satu program kegiatan yang terdapat di TVRI Kalimantan Timur ialah Anak Indonesia . yang bertujuan untuk menggali potensi anak agar bisa lebih kreatif lagi dan memberikan edukasi kepada tumbuh kembang anak. Anak Indonesia sendiri merupakan salah satu program acara TVRI yang menampilkan konsep tentang bagaimana aktifitas keseharian anak saat bermain, menampilkan keceriaan anak-anak dan menyatu dengan alam dengan kearifan lokal. Selain itu program anak Indonesia juga mengangkat keanekaragaman budaya dan mengkaji tentang kesenian tradisional serta aktifitas masyarakat lokal.

Pengemasan program anak Indonesia dibuat semenarik mungkin agar menarik minat penonton, oleh karna itu produser memiliki peran penting untuk merancang dengan konsep dan tema yang menarik agar bisa menarik minat khalayak untuk menontonnya. Setiap melakukan produksi produser terlebih dahulu menetapkan tahapan yakni tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap praproduksi atau tahap persiapan biasanya produser merekrut pemain/talent dan kru, memilih lokasi dan membuat naskah. Tahap produksi produser biasanya melakukan perekaman dan syuting gambar sesuai dengan naskah dan pascaproduksi merupakan tahap dimana editor menambahkan gambar, suara dan efek visual. Produser akan melakukan pengoreksian dan penyelesaian produksi program tersebut.

Penelitian ini diambil karena melihat dalam setiap tahapan produksi suatu program, prosesnya tidak selalu berjalan dengan lancar karena factor teknis maupun non teknis. program anak Indonesia yang merupakan program yang sampai saat ini masih eksis dan dikemas secara menarik di TVRI kaltim. Hal itu ditidak lepas dari stratergi produser program anak Indonesia agar tetap bisa dinikmati oleh setiap halayak luas dan diminati oleh setiap penontonnya dengan harapan agar anak-anak di Indonesia bisa berkembang memiliki moral, ahlak agar tumbuh kembang anak bisa lebih baik kedepannya dengan program acara anak Indonesia ini maka produser berperan penting bagaimana strategi produser program acara anak Indonesia dalam minat penonton di TVRI Kalimantan timur.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Komunikasi Masa***

Komunikasi massa yang sangat simpel dikemukakannya oleh Bittner( Rakhmat, 2003: 188), di dalam Ardianto Elvinaro. dkk( 2007: 3) ialah: menyatakan bahwasanya komunikasi massa ialah sebuah pesan yang dikomunikasikannya lewat media massa di beberapa orang besar. Arti dari komunikasi massa yang jauh lebih mendalam lagi dikemukakannya oleh seorang pakar komunikasi lain yakni seseorang bernama Gerbner. Bagi Gebner( 1967), didalam Ardianto Elvinaro, dkk( 2007: 3) ialah:“ mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial societies”. Komunikasi massa merupakan penciptaan serta pendistribusian yang berlandaskannya teknologi serta juga kelembagaan dari arus pesan yang berlanjut dan sangatlah luas dipunyai oleh orang dalam warga industri.

### ***Agenda Setting***

Menurut McCombs dan Shaw, “*we judge as important what the media judge as important.*” Kami menempatkan nilai tinggi pada sesuatu yang penting bagi media seperti halnya media massa. Jika media menganggap suatu topik penting, kami akan menganggapnya penting juga. Di sisi lain, jika isu tersebut tidak dianggap penting oleh media, itu akan menjadi tidak relevan bagi kita juga, bahkan mungkin tidak terlihat. Denis McQuail (2000: 426) mengutip definisi Agenda-Setting sebagai “*process by which the relative attention given to items or issues in news coverage infulences the rank order of public awareness of issues and attribution of significance. As an extension, effects on public policy may occur*”. Walter Lipmann pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara “*the world outside and the pictures in our heads*”. McCombs dan Shaw juga sependapat dengan Lipmann. Menurut mereka, ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa yang menjadi agenda publik.

### ***Televisi***

Menurut dari Effendy (2002 : 21 ) televisi ialah media dan jaringan komunikasi dangan ciri khas yang di miliki sebuah komunikasi massa, yakni berlangsungnya dengan hanya satu arah saja, komunikatornya berlembaga, pesan ataupun informasinya memiliki sifat yang umum serta targetnya memunculkan kesamaan serta memiliki sifat yang heterogen.

### ***Strategi***

Menurut Meter. A. Morissan ( 2008: 144): Strategi merupakan program universal buat pencapaian dari berbagai macam target atau tujuan organisasi perihal penerapannya suatu misi. Kata “program” dalam artinya itu menyangkut

pada sesuatu peran yang aktif, rasional serta sadar yang manajer mainkan perihal formulasi rencana dari sebuah organisasi. Rencana memberikan arahan terpadu untuk suatu organisasi serta bermacam-macam target maupun tujuan organisasi, serta memberikan referensi atau pedoman perihal pemanfaatannya sumber energi organisasi yang dipergunakan buat menggapai sebuah target maupun tujuan.

### ***Produser***

Seorang produser televisi berperan untuk mengkoordinasikan serta mengontrolkannya seluruh aspek dalam hal produksi, dari pembuatannya gagasan maupun ide hingga casting, serta melakukannya semua pemeriksaan yang diperlukan selama praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Seseorang produser wajib mampu berpikir serta memberikan idenya kedalam kata-kata untuk menulis proposal. Perihal demikian ini dilakukannya guna menarik perhatiannya para sponsor agar layanan program televisi dapat didanai. Ia juga mampu untuk memimpin serta bekerjasama dengan semua unit yang ada didalam produksi. Sudah menjadi tugas bagi produser secara umum bertanggung jawab atas kualitas apakah suatu acara tersebut diminati atau tidak.

### ***Strategi Produser***

Produser menjaga komunikasi dan koordinasi yang efektif dengan tim, serta ide dan konsep terkini dan menarik. Produser memulai metode pemilihan tema mereka dengan formasi untuk mengidentifikasi subjek terbaru yang merupakan kesulitan saat ini atau topik hangat dimasyarakat. Dari segi konsep, cara produser dalam menentukan tema sejalan dengan tahapan produksi dan didasarkan pada fungsi manajemen siaran (*Planning, Organizing, Directing, Controlling*).

### ***Fungsi Manajemen siaran***

Fungsi manajemen adalah Urutan tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi untuk mengelola atas dasar kegunaan dari tiap-tiap aktivitas dengan mengikutinya tahap-tahap khusus perihal melakukan suatu aktivitas. (Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, 2005:8)

### ***Strategi Program***

Dalam Meter. A. Morissan (2008: 274) Kementerian program serta manajer program stasiun penyiaran mempunyai peran yang sangat strategis dalam mendukung keberhasilan stasiun penyiaran. Strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen ataupun kerap pula diucap dengan manajemen startegis (management strategic) program siaran ialah, Perencanaan program.

### ***Definisi Konsepsional***

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba merumuskan definisi konsepsional, yaitu batasan konsep dan ide yang dapat dikembangkan dengan menggunakan beberapa

literatur yang dirujuk dalam sub-bab teori dan konsep. Berikut ini adalah definisidefinisinya:

TVRI Kaltim menggunakan program sebagai metode untuk menarik pemirsa. Strategi TVRI Kaltim adalah setiap program yang diproduksi harus memiliki segmentasi penonton berdasarkan usia, pendidikan, dan jenis kelamin. Orientasi kepada masyarakat juga merupakan bagian dari program. Selain itu, disediakan informasi yang independen, netral, dan mencerminkan identitas dan budaya lokal.

Produser menjaga komunikasi dan koordinasi yang efektif dengan tim, serta ide dan konsep terkini dan menarik. Produser memulai metode pemilihan tema mereka dengan formasi untuk mengidentifikasi subjek terbaru yang merupakan kesulitan saat ini atau topik hangat di masyarakat. Dari segi konsep, cara produser dalam menentukan tema sejalan dengan tahapan produksi dan didasarkan pada fungsi manajemen siaran (*Planning, Organizing, Directing, Controlling*).

## **METODE PENELITIAN**

### ***Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana peneliti menekankan pada bagaimana proses serta makna dalam objek dan subjek penelitian.), pendekatan kualitatif diartikan sebagai sebuah ketentuan dalam penelitian yang nantinya akan menghasilkan data berupa deskriptif yaitu kata-kata dalam uraian tertulis. Maupin lisan dari aspek-aspek yang ingin diteliti.

### ***Fokus Penelitian***

Adapun fokus penelitian yang dimaksudkan dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi masalah, dengan adanya pembatasan tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam pengolahan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan dan untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan sebuah program siaran yang meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi yang menjadi fokus penelitian dengan cara bagaimana Bagaimana Strategi yang diterapkan produser dalam program acara anak ? Indikator – indikator dalam fokus penelitian ini adalah :

1. Perencanaan (*planning*)
2. Pengorganisasian (*organizing*)
3. Eksekusi atau (*directing*)
4. Pengawasan (*controlling*)

### ***Sumber dan Jenis Data***

Sumber data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yakni data yang diambil langsung dari responden. Pemilihan informan didasarkan pada subjek yang banyak memiliki informasi yang berkualitas dengan permasalahan yang diteliti dan bersedia memberikan data.

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Dalam penelitian ini, digunakan beberapa cara dalam memperoleh dan mengumpulkan data, yaitu : wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

#### ***Perencanaan***

Pada tahap pra produksi merupakan tahap awal yang dilakukan untuk memulai produksi suatu program karna semakin baik persiapan akan mempermudah nantinya untuk melakukan proses produksi. Pada tahap ini, Pertama diadakannya rapat produksi yang dihadiri oleh produser eksekutif, produser pelaksana serta tehnik yang terlibat dalam pembuatan program acara anak Indonesia. Rapat ini bertujuan untuk memastikan sebuah kelancaran dalam proses produksinya. Mulai dari menentukan tema, ide cerita, kru, membuat naskah , Menyusun RAB, mencari *telent*, *property* yang digunakan, menentukan jadwal *syuting*, dan menentukan lokasi. Semua itu dilakukan sebelum masuk proses produksi biasanya produser dan produser pelaksana merancang dan mengkonsep dengan persiapan yang matang dan dibantu oleh pengarah acara agar pada saat pembuatan program acara anak Indonesia berjalan dengan baik sesuai rencana. Berikut tahap yang di lakukan saat pra produksi program acara anak Indonesia:

- a. Pencarian ide Program acara anak Indonesia dalam menentukan ide dibutuhkan kepekaan seorang produser terhadap dunia sekitar terutama tentang lingkungan sosial, budaya sekitar dan alam semesta. Seperti membuat program acara Anak Indonesia yang merupakan karya film berdasarkan realita atau fakta prihal pengalaman hidup seseorang atau mengenai peristiwa dan tidak lepas dari penerapan protocol Kesehatan sesuai dengan arahan dari pemerintah.
- b. Naskah Pada langkah awal menawarkan ide, produser perlu menyusun sebuah naskah rancangan atau draf sebelum melakukan produksi pembuatan program anak Indonesia. Menulis sebuah naskah bukan seperti menulis sebuah catatan kecil, akan tetapi harus menuliskan semua informasi dan data riset agar saat merampungkannya pada tahap produksi dapat dijabarkan secara rinci dalam susunan shot dan adegan akan lebih jelas alur ceritanya.
- c. Melakukan survey Dalam melakukan sebuah produksi Produser dan kru melakukan riset terlebih dahulu mengumpulkan data serta informasi melalui opservasi mendalam mengenai subjek, perwisata serta lokasi sesuai tema yang akan ditegakkan.

- d. Estimasi Dana Untuk dana produksi pada program acara Anak Indonesia diperoleh dari anggaran Tvri tanpa ada sponsor dari pihak manapun. Permintaan anggaran disesuaikan dari berapa lamanya produksi dilakukan, berapa banyak kru yang digunakan, property apa saja yang digunakan serta talent yang ikut serta dalam pembuatan program anak Indonesia Herlina menjelaskan selaku unit meneger.
- e. Format acara Format acara televisi merupakan sebuah perencanaan awal dari suatu konsep program televisi yang menjadi landasan kreativitas dan desain produksi terbagi dalam beberapa kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa program tersebut. Format yang digunakan pada program acara Anak Indonesia yaitu non drama.

### ***Pengorganisasian Struktur***

Organisasi Pada tahap mengatur struktur organisasi produser mengatur strategi dengan memilih kruw terbaik agar mendapatkan hasil produksi yang baik dengan begitu apa yang sudah dikonsepskan pada saat perencanaan bisa sesuai.

### ***Eksekusi/Directing***

- a. Produksi Dalam memproduksi sebuah program acara Anak Indonesia harus dipersiapkan secara matang untuk meminimalisir kesalahan dalam melakukan produksi agar menghasilkan suatu program acara yang berkualitas dan dapat diminat penonton. Pada tahap ini dimana semua materi yang sudah dirancang pada tahap pra produksi yang masih mentah dan diolah dengan cara pengambilan gambar maupun suara. Jika perencanaan sudah matang mulai produser memberikan tugas untuk produser pelaksana untuk mengawasi dan di bantu dengan pengarah acara untuk memberi arahan kepada cameramen untuk mengambil gambar sesuai dengan naskah yang sudah dipersiapkan. Pada tahap ini juga produser mengarahkan pengarah acara untuk mengarahkan acara sesuai dengan naskah dan memberi arahan kepada audioman untuk pengambilan suara, mulai dari *telent* , efek suara dan atmosfer alam sekita atau keadaan di sekitar lokasi.
- b. Pengawasan dan Evaluasi Program Ditahap ini Produser Anak Indonesia menyelesaikan langkah terakhir dari pemantauan dan penilaian program. Karena pada titik ini produser dapat mengetahui maksud dan tujuan yang telah dicapai oleh tayangan televisi yang ia pimpin untuk stasiun penyiaran. Produser dan tim produksi saling mengawasi secara horizontal dengan saling mengawasi didalam tim, baik melalui media sosial WhatsApp maupun melalui rating dan share tim riset dan pengembangan. Selain itu, Ketika kesalahan teknologi terjadi selama produksi, pengawasan horizontal juga dilakukan oleh satu tim. Dalam skenario ini, evaluasi program Anak Indonesia mengacu pada rating dan share serta

kode etik penyiaran yang ada, memastikan bahwa konten yang disiarkan tidak hanya terkini tetapi juga memenuhi standar kualitas tayangan yang sesuai. Menurut pertanyaan penelitian tentang bagaimana membuat sebuah program yang dapat berjalan untuk jangka waktu yang lama dengan tetap menjaga kualitasnya, memungkinkan penonton untuk menerima konten program. Kualitas program *reality show* ditentukan oleh produksi dan kontrol dari organisasi yang dibentuk, dan kualitas program mempengaruhi pemenuhan tuntutan informasi dan hiburan masyarakat. Ketika produser menggunakan taktik penyiaran yang konsisten dan inventif, publik akan melihat program Anak Indonesia memiliki fitur pembeda yang akan membentuk identitasnya. Hasilnya, program Anak Indonesia akan terus ditayangkan dan diterima oleh publik, dan publik akan lebih mengetahuinya. Di tahap ini juga produser Anak Indonesia melakukan Pengawasan pada saat penyusunan gambar pada saat editing sesuai dengan naskah yang tersedia. Melalui kutipan wawancara dengan produser pelaksana yang terjun langsung kelapangan pada saat produksi Pak Fredi menjelaskan.

## **PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeksripsikan strategi apa saja yang dilakukan oleh produser untuk menarik minat penonton sebagai Lembaga Penyiaran Publik. Jumlah pertanyaan yang diajukan pada saat wawancara penelitian berjumlah 9 pertanyaan kepada Produser Program Acara Anak Indonesia, 5 pertanyaan kepada produser pelaksana, 4 pertanyaan kepada unit meneger dan 4 pertanyaan kepada pengarah acara, dimana berhubungan langsung dengan Strategi produser program acara anak Indonesia di TVRI Kaltim.

Pada penelitian ini masalah yang akan dibahas adalah Strategi produser untuk menarik minat penonton. Dari hasil peneltian yang telah disajikan sebelumnya bahwa strategi yang dilakukan oleh produser adalah dengan meningkatkan kualitas produksi dari program acara serta memberikan ide dan tema yang menarik agar menjadi tontonan yang dapat mengedukasi anak – anak diseluruh Indonesia.

Menurut Syukran selaku produser TVRI Kaltim sudah berupaya dalam melakukan strategi untuk menarik minat penonton dengan meningkatkan kualitas produksi, karena dengan meningkatkan kualitas produksi, strategi otomatis akan mengikuti. Serta pihak TVRI Kaltim melibatkan masyarakat itu sendiri dalam produksi program acara anak indonesia, sehingga masyarakat juga merasakan TVRI Kaltim benar – benar memberikan pelayanan untuk kepentingan masyarakat yang mendidik dan beredukasi tentunya dapat menarik minat penonton.

Dalam menghadapi perkembangan media penyiaran seperti sekarang ini menjadikan banyaknya kompetitor, dimana persaingan dengan media lain, maka



produser TVRI Kaltim harus semakin memacu kreativitas dan meningkatkan strategi program acara anak Indonesia, agar dapat menarik minat penonton terhadap program acara anak Indonesia di TVRI Kaltim yang masih dirasa minim yang disebabkan berbagai factor.

Untuk itu diperlukannya strategi produser program di TVRI Kaltim sebagai salah satu elemen keberhasilan program acara terpadu, agar dapat mengoptimalkan ide cerita dan tema yang menarik, serta menghadapi ancaman dalam persaingan program acara anak Indonesia distasiun TVRI lainnya . Strategi tersebut ialah bagaimana produser merencanakan program yang meliputi Perencanaan (*planning*), Pengorganisasian (*organizing*), Eksekusi atau (*directing*), Pengawasan (*controlling*) sebagai indikator untuk keberhasilan suatu program acara yang menarik, sehingga dengan adanya strategi tersebut diharapkan program acara anak Indonesia di TVRI Kaltim dapat menghasilkan program acara yang tidak kalah menarik dengan TVRI lainnya.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Strategi yang diterapkan oleh produser khususnya untuk menentukan ide cerita yang diterapkan dibutuhkan kepekaan seorang produser terhadap dunia sekitar terutama tentang lingkungan sosial, budaya sekitar dan alam semesta. Agar menciptakan sebuah ide kreatif dan menarik yang dituangkan dalam sebuah naskah agar menjadi sebuah tayangan program acara yang menarik untuk ditonton, dikemas senatural mungkin, dan indah mungkin agar pesan yang diangkat tersampaikan.

1. Fungsi organisasi sangat baik karena ketika tim terbentuk, sudah ada divisi yang dibagi menjadi dua kategori : non-teknis dan teknis. Produser dapat berhubungan langsung dengan penanggung jawab bidang masing-masing melalui divisi teknis, yang meliputi koordinator dari masing-masing bidang dan memilih kru yang terbaik untuk menghasilkan sebuah karya yang dapat diterima dimasyarakat.
2. Meskipun ada masalah tertentu disektor produksi dalam hal sumber daya individu atau kemampuan telent, mereka masih dapat diatasi secara efektif melalui kerja tim. Agar program dapat berjalan dengan lancar, hubungan antara produser dengan kru produksi, serta pengarah acara dalam mengarahkan produksi harus baik.
3. Fungsi pengawasan telah berjalan dengan baik, terlihat dari pekerjaan produser dan koordinator produksi yang masing-masing memegang peranan penting dalam pengawasan. Produser mengevaluasi kinerja kru secara teknis untuk mendukung dan memaksimalkan program Anak Indonesia, dan koordinator produksi mengawasi dengan meninjau kinerja kru secara langsung sesuai dengan SOP yang sesuai.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat peneliti sarankan beberapa hal yaitu:

1. Menurut peneliti, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah fungsi manajemen siaran (Morissan) yang cukup representatif dalam mengetahui suatu objek berdasarkan pengalaman masing-masing orang. Namun, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memastikan bahwa temuan penelitian ini menjadi sempurna.
2. Untuk bidang broadcast journalism, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswa tentang bagaimana mengembangkan program anak Indonesia, serta pemahaman masyarakat tentang taktik yang digunakan selama tahap perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pemantauan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadi, Rulam. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. AR-Ruzz Media, Yogyakarta.
- Ardianto, Elvinaro. Dkk 2007. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Basrowi Dan Suwandi, *Produser Penelitian Dan Penelitian Suatu Praktek*, Jakarta : Bhinneka Cipta, 1996
- Effendi , Onong Uchjana, *Dimensi – Dimensi Komunikasi*, Bandung : PT, Alumni ,1986
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. PT.Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Fajar, Marhaeni. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Graha Ilmu, Jakarta
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Sosial, Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Erlangga, Jakarta
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta .
- Mufid, Muhamad. 2007. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Morrisan. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Media Grafika, 2009.
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi, Teori Dan Studi Kasus*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.