

# Mengaktualisasikan Nilai Luhur Peradaban Budaya Sunda Dalam Program Budaya Kandaga DI TVRI Jawa Barat

Istnaya Ulfathini<sup>#</sup>, Yanti Setianti\*, Lukiati Komala\*, Dian Wardiana<sup>#</sup>

<sup>#</sup> Program Studi Hubungan Masyarakat Fikom, Universitas Padjadjaran, Bandung, 45363  
E-mail: yantisetianti@gmail.com

---

**Abstrak.** Program budaya Kandaga TVRI Jawa Barat, merupakan sebuah program hiburan yang dibungkus rapi dengan informasi dan edukasi. Suguhan budaya dari Jawa Barat, yang tidak hanya satu macam, membuat program budaya Kandaga selalu diperbarui dan mengeksplor budaya – budaya yang akan dihadirkan dwiminggu demi dwiminggu. Bagaimana caranya, masyarakat Jawa Barat dapat menikmati dan terhibur dengan program acara budaya. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui: Latar belakang lahirnya program budaya “Kandaga” TVRI Jawa Barat sebagai pengaktualisasian peradaban Budaya Sunda. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian, berdasarkan fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program budaya “Kandaga” merupakan program budaya baru TVRI Jawa Barat. Program baru ini tayang setiap dua minggu sekali setiap hari Senin. Peran produser memegang posisi penting dalam pelaksanaan proses produksi budaya “Kandaga”. Setelah penulis melakukan pengamatan, dapat disimpulkan bahwa pengaktualisasian nilai luhur peradaban Budaya Sunda dalam produksi sebuah program sangatlah penting. Produksi televisi tidak akan berhasil tanpa peran produser yang profesional.

**Kata Kunci** — Peradaban, Sunda, Aktualisasi, Budaya, kandaga

---

## I. PENDAHULUAN

Program budaya Kandaga TVRI Jawa Barat, merupakan sebuah program hiburan yang dibungkus rapi dengan informasi dan edukasi. Suguhan budaya dari Jawa Barat, yang tidak hanya satu macam, membuat program budaya Kandaga selalu diperbarui dan mengeksplor budaya – budaya yang akan dihadirkan dwimingguan. Masyarakat Jawa Barat dapat menikmati dan terhibur dengan program acara budaya.

Suatu program televisi tidak lepas dari orang – orang yang berperan di dalamnya. Entah itu orang – orang yang berperan dalam pra produksi, produksi, ataupun pasca produksi suatu program. Sebagai contoh, seorang produser yang baik akan mengikuti dan mengawasi jalannya proses produksi dari awal sampai akhir, seorang editor yang baik akan mengedit dengan baik tanpa melewati batas *deadline*.

Media elektronik televisi baru ditemukan pada abad 19 akhir, dan berkembang pada awal abad 20. Televisi mendapat respon yang menarik bagi masyarakat yang menontonnya kala itu, karena informasi sudah bisa dinikmati dalam bentuk audio dan visual. Pada awal kelahirannya, televisi yang biasa disingkat TV, masih berwarna hitam putih. Di Indonesia, pada tahun 1962 merupakan tonggak sejarah yang terbesar di dalam dunia telekomunikasi penyiaran. Bertepatan pada tanggal 17 Agustus 1962, presiden pertama Republik Indonesia Ir. Soekarno, meresmikan suatu penyiaran pertama di

Indonesia. TVRI resmi didirikan pada tanggal 24 Agustus 1962.

Kelahiran TVRI pertama kali adalah pada event olah raga besar di asia, yaitu “Asian Games”. Bertolak dari event tersebut, tepat pada bulan Oktober 1963, dibentuklah suatu struktur kerja organisasi TVRI dengan status Yayasan yang selanjutnya TVRI bertanggung jawab pada Departemen Penarangan RI (Arifin, 2010: 38). Sejak saat itu, TVRI menjadi saluran televisi satu – satunya yang ditonton masyarakat Indonesia.

Pada tanggal 29 Agustus 1986 diizinkan tentang penggunaan antena parabola. Di Indonesia yang dikeluarkan oleh Menteri Penerangan, “ The Open Sky Policy”. Dengan fasilitas antena parabola, Indonesia dapat menikmati siaran langsung televisi luar negeri seperti CNN, MTV, ESPN, NHK. Tak lama, muncul SK Menpen no. 190A/Kep/Menpen tentang siaran saluran terbatas (SST) bagi TVRI. Pada tanggal 20 Oktober 1987, pada saat itu yang mendapat kepercayaan dari kebijakan pemerintah RI adalah PT. Rajawali Citra Televisi (RCTI) yang ditunjuk sebagai pelaksana siaran tersebut. Secara resmi RCTI sebagai televisi swasta yang bernilai siaran komersil, diresmikan oleh presiden Soeharto pada 14 Agustus 1989 di Kebon Jeruk Jakarta. Ini adalah pelopor kebangkitan *broadcasting* swasta lainnya seperti Surya Citra Televisi (SCTV) di Surabaya, Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) pada 9 November 1992, dan Andalas Televisi (ANTV) di Bandar Lampung (Arifin, 2010: 40 – 41).

Siaran secara nasional serentak yang dilakukan oleh televisi swasta, pada 24 Agustus 1990, diawali oleh RCTI, membuat beberapa pihak terpacu untuk membuat stasiun televisi swasta nasional lainnya. Munculah beberapa stasiun televisi baru seperti, Indosiar, Trans TV, TV 7 (sekarang Trans 7), Latifi (sekarang TV one), dan Global TV. Hal ini tentu saja membuat masyarakat Indonesia sebagai penonton dipaksa untuk “menelan” budaya yang sama dari tayangan televisi swasta, yang kebanyakan berkiblat pada budaya Jakarta. Dalam hal bahasa saja, Indonesia terkenal dengan berbagai macam suku bangsa dan bahasa. Apakah iya, masyarakat di timur Indonesia, “dicekoki” dengan sinetron yang anak mudanya berbahasa gaul *gue – elo*?

Kebutuhan informasi di setiap daerah di Indonesia pun berbeda-beda. Apakah masyarakat di Kalimantan harus menelan berita yang terjadi hanya di Jakarta dan sekitarnya? Semua serba dari ibu kota, sehingga lupa dengan kebutuhan informasi, edukasi dan hiburan di daerahnya masing – masing. Acara yang dapat menghibur orang Jakarta dengan orang Sulawesi berbeda, informasi yang dibutuhkan orang Maluku dan informasi yang dibutuhkan orang Jakarta pun tidak semua sama. Apakah iya, orang – orang di Sulawesi dihibur dengan acara Lenong Betawi? Atau orang – orang di Maluku menonton berita mengenai demo buruh sehingga membuat kemacetan di jalan protokol – protokol Jakarta?

Apakah sudah sampai di situ saja? Tentu tidak. Kebutuhan masyarakat akan informasi, edukasi dan hiburan harus dipenuhi oleh televisi sebagai media massa elektronik. Kita sebagai konsumen, hanya bisa menonton apa yang disajikan oleh televisi. Televisi lokal sebagai fungsi “penghibur” harus dapat menayangkan apa yang harus ditayangkan, yang sesuai dengan budaya dan kebiasaan masyarakat lokal. Apakah hanya menghibur saja? Tentu tidak, faktor lain harus mendukung agar “hiburan” itu dapat bermanfaat. Tentunya, “hiburan” harus dibungkus rapi dengan informasi dan edukasi. Namun, sebaliknya, fungsi “menginformasikan” dan “mendidik” tidak harus dibungkus dengan sesuatu yang “menghibur”.

## II. KERANGKA KONSEPTUAL

Blake & Haroldsen membagi proses komunikasi menjadi dua kategori, yakni komunikasi antarpersona dan komunikasi massa. Komunikasi massa, seperti bentuk komunikasi lainnya (komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok, atau komunikasi organisasi), memiliki sedikitnya 6 unsur, yakni komunikator (penyampai pesan), pesan, media, komunikan (penerima pesan), efek, dan umpan balik (Ardianto dkk, 2007: 2).

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yakni Gerbner. Menurut Gerbner:

*“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies* (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.”

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni:

*“Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people)”*

Komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun, komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa (Ardianto dkk, 2007: 3).

Pengertian media massa mulai menunjukkan batasan yang tidak jelas atau dianggap tidak jelas oleh sebagian orang dengan munculnya sejumlah media baru yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa yang sudah ada sebelumnya. Media massa baru atau lebih sering disebut dengan “media baru” (*new media*) ini bersifat lebih individual, lebih beragam (*diversified*) dan lebih interaktif. Salah satu contoh penting media massa baru saat ini adalah internet. Walaupun media baru menunjukkan pertumbuhan yang cepat, namun belum terlihat tanda – tanda bahwa media massa lama akan berkurang perannya dibanding sebelumnya. Perannya tetap bertahan dengan cara terus menerus menambah kemampuannya dalam upaya menghadapi tantangan yang dimunculkan media baru (Morissan, 2010: 1).

Media massa adalah alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja di masyarakat, dengan skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, internet dan lain – lain<sup>1</sup>. Mudah-mudahan, media massa dibagi dua kategori, yakni media massa cetak dan elektronik.

Media massa penyiaran terdiri dari beberapa media elektronik, yaitu: radio, televisi, film, internet.

<sup>1</sup> www.library.binus.ac.id diakses pada Senin, 25 Mei 2015 pukul 14.21 WIB

Pada penulisan tugas akhir ini, penulis hanya fokus pada satu media elektronik, yakni televisi.

Televisi telah menjadi fenomena besar di abad ke 20, harus diakui bahwa perannya sangat besar dalam membentuk pola dan pendapat umum, termasuk pendapat umum untuk menyukai produk – produk industri tertentu, hal ini disebabkan program siaran yang disajikan makin lama makin menarik dan dibiayai dengan dana yang cukup tinggi, sehingga tidak mengherankan dapat memaksa khalayak penontonnya betah duduk berjam – jam di depan layar televisi (Subroto, 1995: 20).

Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu” (Baksin, 2006: 16). Dalam (Morissan, 2004: 9) dinyatakan bahwa stasiun televisi adalah tempat kerja yang sangat kompleks yang melibatkan banyak orang dengan berbagai jenis keahlian. Juru kamera, editor gambar, reporter, ahli grafis, dan staf operasional lainnya harus saling berinteraksi dan berkomunikasi dalam upaya untuk menghasilkan siaran yang sebaik mungkin.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat diambil simpulan, televisi adalah media massa elektronik menyampaikan pesan – pesan komunikasi dalam bentuk audiovisual gerak, yang dapat mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindak perilakunya.

### **Karakteristik Televisi**

Menurut (Ardianto, dkk 2007: 137-140), televisi memiliki karakteristik, diantaranya:

- 1) **Audiovisual** : Televisi memiliki kelebihan dapat didengar (audio) dan dilihat (visual), karena sifat audiovisual ini, selain kata – kata televisi juga menampilkan informasi – informasi yang disertai gambar, baik gambar diam seperti foto, gambar peta, maupun film berita, yakni rekaman peristiwa.
- 2) **Berpikir dalam gambar.** Ada 2 tahap yang dilakukan dalam proses ini, pertama: visualisasi, yaitu menerjemahkan kata – kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar – gambar. Kedua: penggambaran, yakni kegiatan merangkai gambar- gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.
- 3) **Pengoprasian atau cara kerja yang kompleks.** Dibandingkan dengan media radio atau media lainnya, pengoprasian atau cara kerja media televisi lebih kompleks karena lebih banyak melibatkan orang untuk mengoprasikan alat – alat produksi.

*Programing* atau lengkapnya *broadcast programming* adalah pengorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan, atau dalam periode satu bulanan (Djamil, Fachruddin, 2011: 135).

Menurut (Djamil, Fachruddin, 2011: 136-138) membagi 10 macam strategi dalam merancang program yang digunakan oleh hampir semua stasiun penyiaran di dunia, yaitu:

- 1) **Dayparting.** Satu langkah dalam perencanaan yang membagi setiap hari dalam beberapa *slot* waktu yang dinilai cocok dan pas untuk diudarakan.
- 2) **Theming.** Penentuan tema tertentu yang diudarakan pada saat khusus seperti hari liburan, atau menentukan satu minggu dengan tema tertentu.
- 3) **Stripping.** Penayangan satu program sindikasi (program berjarangan yang ditayangkan tidak langsung, atau merupakan *delay programme*) jenis *series* setiap hari dalam seinggu
- 4) **Stacking.** Satu teknik yang digunakan untuk mempengaruhi audiensi dengan cara mengelompokkan bersama beberapa program dengan tema yang mirip dalam rangka melihat (*sweep*)penonton selama penayangan satu program dengan program berikutnya.
- 5) **Counter programming.** Langkah perancangan satu program tandingan terhadap satu program yang berhasil dari stasiun penyiaran lain pada satu periode tayang tertentu dengan tujuan menarik audiensi dari stasiun pesaing terberat.
- 6) **Bridging.** Digunakan bila satu stasiun penyiaran mencoba mencegah audiensi untuk berpindah kanal dalam satu jeda waktu, di mana semua stasiun penyiaran berhenti dengan programnya.
- 7) **Tentpoling.** Langkah perencanaan *slot* waktu bagi program acara yang baru, sebelum dan setelah satu program unggulan yang mempunyai audiensi cukup besar.
- 8) **Hammocking.**Langkah perencanaan *slot* waktu yang mirip dengan *tentpoling*, tetapi satu program baru atau *show* tersebut ditempatkan diantara dua program unggulan yang mempunyai audiensi cukup besar.
- 9) **Crossprogramming.** Pemilihan jenis program berikut dalam urutan jadwalnya dari penayangan satu program, yang mempunyai relevansi tema.
- 10) **Hotswitching.** Penentuan jeda komersial yang tepat oleh *programmer* pada satu program sedemikianrupa sehingga tidak menyebabkan audiensi mengubah kanal yang ditonton berpindah ke kanal televisi yang lain untuk menghindari jeda komersial.

## Program Televisi

Kata 'program' berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang – undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah 'siaran' yang didefinisikan sebagai pesan yang disajikan dalam bentuk. Namun, kata 'program'. Lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran Indonesia daripada kata 'siaran' untuk mengacu kepada pengertian acara (Morissan, 2005: 97).

## Jenis Program Televisi

Jenis – jenis program televisi menurut (Morissan, 2005: 100) secara umum terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) **Program informasi**, adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. *Talk show* termasuk program informasi. Program informasi dibagi menjadi dua bagian besar, berita keras (*Hard News*) dan berita lunak (*Soft News*).
- 2) **Program hiburan**, adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan.

Secara umum, program acara televisi dibagi menjadi tiga<sup>1</sup>, yakni:

- a) **Program acara drama (fiksi)**, sebuah format acara televisi yang diproduksi melalui imajinasi atau daya khayalan dengan proses perekayasaan dari peristiwa yang terjadi atau dikreasikan secara ulang, contohnya sinetron, drama seri.
- b) **Program acara non drama (non fiksi)**, sebuah format acara televisi yang diproduksi melalui imajinasi dari realitas kehidupan sehari – hari dan tanpa adanya perekayasaan, contohnya, kuis, *reality show*, *games*, dll.
- c) **Program acara berita dan olahraga**, sebuah format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dari fakta peristiwa kehidupan sehari – hari yang terjadi di masyarakat, contohnya, acara berita, acara olahraga, dll<sup>2</sup>

## Program Hiburan Televisi

Menurut (Morissan, 2005: 100–108) program hiburan dibagi dalam beberapa kategori, yaitu:

- 1) **Drama**. Pertunjukkan (*show*) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh) yang melibatkan konflik dan emosi. Sinetron dan film termasuk program drama.
- 2) **Permainan** Program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok

(tim) yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu.

- a) **Quiz Show**, program permainan yang paling sederhana di mana sejumlah peserta saling bersaing untuk menjawab sejumlah pertanyaan.
- b) **Ketangkasan**, permainan yang menunjukkan ketangkasan untuk melewati suatu halangan atau rintangan.
- c) **Reality Show**, program yang mencoba menyajikan suatu keadaan yang nyata (ril) dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa, namun tetap merupakan permainan. Tingkat realitasnya bermacam – macam, diantaranya:
  - 3) **Musik**. Program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yakni video klip dan konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Program musik di televisi sangat ditentukan artis menarik audien.
  - 4) **Pertunjukan**. Menampilkan satu atau banyak pemain yang berada di atas panggung yang menunjukkan kemampuannya kepada sejumlah orang atau hanya kepada audien televisi. Pertunjukan dapat berupa pertunjukkan lawak, sulap, wayang, ketoprak, srimulat dan lain – lain.

## III. METODE

Metode yang dipakai oleh penulis adalah metode dekriptif, yakni menggambarkan keadaan objek observasi berdasarkan fakta atau sebagaimana adanya. Penulis memutuskan untuk mengambil metode deksriptif, karena metode ini sangat tepat untuk penulisan tugas akhir ini. Metode ini sesuai karena penulis sebelumnya telah melakukan observasi atau pengamatan langsung pada Produksi program budaya Kandaga TVRI Jawa Barat. Segala jenis data dari hasil observasi penulis dapat diolah dan disusun secara sistematis untuk diambil simpulannya.

## Teknik Pengumpulan Data

Penulis melakukan observasi. Penulis terlibat langsung di dalam objek observasi, yakni dengan cara ikut bekerja langsung dalam program budaya Kandaga TVRI Jawa Barat selama 30 hari aktif kerja. Penulis melakukan observasi untuk mengetahui latar belakang program budaya Kandaga, mulai dari proses pra produksi, produksi sampai dengan pasca produksi hingga upaya mempertahankan program budaya Kandaga ini agar tetap eksis walaupun hanya tayang dua kali dalam seminggu.

Penulis melakukan wawancara. Pada proses ini, penulis mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab langsung dengan Produser program budaya Kandaga TVRI Jawa Barat, supaya data dan

<sup>2</sup> www.kbc310.weblog.esaunggul.ac.id diakses pada Jumat 29 Mei 2015, pukul 14.00 WIB



informasi yang penulis dapatkan sesuai dan cukup dengan yang penulis butuhkan.

Penulis melakukan studi pustaka. Penulis mengumpulkan data penunjang penulisan tugas akhir melalui buku – buku, tulisan – tulisan, catatan ilmiah, serta dokumen lainnya yang berkaitan dengan dunia ptelevisian dan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan objek observasi penulis.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kandaga adalah program baru di TVRI Jawa Barat. Umurnya masih sangat muda, karena program ini lahir sekitar pertengahan tahun 2014. Kandaga dalam bahasa sunda berarti “cawan” atau “wadah”. Sesuai dengan visi misi program, Kandaga diharapkan menjadi program yang mewadahi budaya – budaya di daerah Jawa Barat.

Budaya yang ditampilkan tidak melulu hanya tarian, mengingat jika kata “budaya” pasti masyarakat hanya terpaku pada tarian, sedangkan di Jawa Barat, budaya itu luas, tidak hanya tarian saja. Program ini dibungkus rapi dengan informasi dan edukasi untuk penontonnya. Tidak hanya menampilkan pertunjukan budaya, pada penayangannya, Kandaga selalu menyelipkan informasi – informasi mengenai budaya Sunda yang ditampilkan dengan mengadakan wawancara singkat.

Tidak terpaku syuting di dalam studio saja, Kandaga juga sering syuting di *outdoor* untuk mendokumentasikan acara – acara budaya di luar, seperti kegiatan budaya “Cirebonan” di istana kesultanan Cirebon dan masih banyak lagi. Tujuan dari program ini adalah :

- 1) Memberikan hiburan budaya Jawa Barat kepada masyarakat Jawa Barat khususnya,
- 2) Menjadi acara yang tidak hanya memberikan hiburan, tapi juga informasi dan edukasi,
- 3) Menjadi acara yang menyadarkan masyarakat akan pentingnya pelestarian budaya,
- 4) Menjadi salah satu alasan daya tarik masyarakat Jawa Barat untuk menonton TVRI Jawa Barat.

Program budaya Kandaga bercita – cita dapat menjadi program yang mewadahi budaya – budaya di Jawa Barat. “Mengangkat kearifan lokal” melalui program budaya, merupakan salah satu strategi TVRI Jawa Barat, supaya masyarakat Jawa Barat tertarik dan mencintai budaya lokal. Tidak hanya itu, Kandaga juga ingin menjadi sarana aktualisasi dan pendokumentasi budaya – budaya Sunda yang ada di Jawa Barat, lalu disiarkan untuk kepentingan hiburan dan informasi bagi masyarakat lokal<sup>3</sup>

Program budaya Kandaga masuk dalam kategori program yang bisa ditonton oleh segala umur (SU). Dalam P3SPS, dijelaskan, penggolongan

program siaran diklasifikasikan dalam lima kelompok berdasarkan usia<sup>4</sup>, yaitu:

- 1) Klasifikasi P: siaran untuk anak – anak usia Pra-Sekolah, yakni khalayak berusia 2 – 6 tahun,
- 2) Klasifikasi A: siaran untuk Anak – Anak, yakni khalayak berusia 7 – 12 tahun,
- 3) Klasifikasi R: siaran untuk Remaja, yakni khalayak berusia 13 – 17 tahun,
- 4) Klasifikasi D: siaran untuk Dewasa, yakni khalayak usia di atas 18 tahun,
- 5) Klasifikasi SU: siaran untuk Semua Umur, yakni khalayak di atas 2 tahun

Kandaga, masuk ke dalam program seni budaya, kategori seni pertunjukan. Menurut (Wibowo, 1997: 29), program seni budaya termasuk produksi karya artistik dalam produksi program televisi. Ada berbagai macam materi produksi seni budaya. Secara garis besar, materi produksi seni budaya dibagi menjadi dua, yaitu seni pertunjukan dan seni pameran. Proses pra produksi merupakan tahapan awal kegiatan produksi suatu program. Pada tahapan ini dibagi menjadi tiga bagian, yakni:

##### 1) Penemuan ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah dapat mengembangkan naskah menjadi naskah sesudah riset (Wibowo, 1997: 20). Pada proses penemuan ide di dalam pra produksi Kandaga, biasanya produser megumpulkan *crew* inti, yakni: penulis naskah dan *program director* untuk melaksanakan *production meeting*. “Hal – hal yang dibahas dalam *production meeting* adalah *brainstorming* mengenai tema apa yang akan diangkat dalam episode Kandaga berikutnya<sup>5</sup>”. Pada episode – episode awal Kandaga, tema yang diangkat hanya berasal dari produser semata, tanpa ada proses *brainstorming* dengan penulis naskah ataupun *program director*. Pada episode – episode awal Kandaga, tidak ada proses penemuan ide, karena kebetulan sedang ada beberapa acara budaya yang diselenggarakan di Jawa Barat.

“*Production meeting* juga tidak selalu dilakukan sangat kaku duduk di meja rapat di ruangan. Bertemu saat makan siang di kantin ataupun hanya mengobrol tidak sengaja mengenai tema apa yang akan didatangkan pada Kandaga episode berikutnya, saat jam istirahat, itu sudah termasuk dalam *production meeting*<sup>6</sup>”. Mengingat penayangan program budaya Kandaga hanya dua kali dalam sebulan, yakni (setiap Senin minggu pertama dan Senin minggu ketiga) dalam satu bulan, membuat sebuah *production*

<sup>4</sup> www.kpi.go.id

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan Dina G. produser Kandaga

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Ria PD Kandaga

<sup>3</sup> www.tvri.co.id

*meeting* tidak hanya membahas satu buah tema saja untuk satu episode, melainkan bisa langsung dua tema untuk dua episode. Jadi, biasanya *production meeting* yang membahas episode Kandaga selama bulan Juni bisa sudah dilaksanakan pada satu bulan sebelumnya, yaitu pada bulan Mei, atau bahkan pada dua bulan sebelumnya.

## 2) Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi dan *crew*. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rancangan alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati – hati dan teliti (Wibowo, 1997: 20). Pada tahap ini, produser langsung menyusun *crew* untuk produksi yang akan datang. Dalam program Kandaga, produser menetapkan *crew* tetap dan *crew* tidak tetap. *Crew* tetap adalah, yakni penulis naskah, *program director*, dan *floor director*. *Crew* tidak tetap seperti *camera person*, *make – up* artis, *sound man*, dan operator tergantung pada karyawan TVRI Jabar yang berdiar pada hari itu. Penyempurnaan naskah juga dilakukan produser bersama penulis naskah.

Tabel 1  
Running Order  
Acara : KANDAGA  
(paket 1) (RECORDING)  
Hari : Senin Tanggal : 27 April 2015  
Pukul : 13.00 – selesai

No	SOURCE	VIDEO	AUDIO
01		Opening tune Kandaga	On comp
02	Cam	Bubuka	Sto
03	cam, title	Opening MC Maya Karim	Sto
04		BRIDGING	On comp
05	Cam	Lagu 1 Tepang Asih	Sto
06	Cam	Lagu 2 Renggong Buyut	Sto
07	Cam	Lagu 3 Girimis Kasorenakeun	Sto
08	Cam	BRIDGING	On comp
09	cam, title	MC Dialog bersama Prof. Dr. Ir. Wisnu Cahyadi, M. Si.	Sto
10		BRIDGING	On comp
11	Cam	Lagu 4 Elekesekeng	Sto
12	Cam	Lagu 5 Anjeun	Sto
13		BRIDGING	On comp
14	cam, title	MC Closing	Sto
15	Cam	Lagu Penutup Jiro Jawa	Sto

catatan:

PD: Ria

Produser : Dina

Sumber : dokumen Produser

Produser dalam program Kandaga tidak mempunyai asisten, maka berunding mengenai tema, pemilihan artis, *rundown* dan *budgetting* bersama *program director* atau penulis naskah. Lalu, hasil rundingan diberitahu kepada semua *crew*. Sedangkan, untuk syuting program budaya yang ada di luar studio (pendokumentasian pertunjukan

budaya yang diselegrakan di daerah Jawa Barat) produser hanya menerima susunan acara dan mendiskusikannya bersama *crew*, susunan acara tersebut biasanya sudah dibuat oleh panitia yang menyelenggarakan pertunjukan budaya, lalu disempurnakan kembali dengan kebutuhan produksi mendatang.

## 3) Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perizinan dan surat menyurat. Latih para artis dan pembuatan *setting*, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan (Wibowo, 1997: 20).

Pada tahap ini, produser sudah menerima dana yang sudah di acc oleh kepala seleksi program melalui bagian keuangan. Lalu masuk pada tahap persiapan logistik, minimal satu hari sebelum produksi. Produser mengawasi berjalannya persiapan logistik untuk syuting yang dipimpin langsung oleh koordinator bagian properti, mulai dari menulis daftar logistik yang keluar, dan mendesain studio yang akan dipakai syuting bersama *crew* properti.

Mendesain studio untuk syuting, tidak bisa terlepas dari pengawasan produser, tapi jika syuting di luar studio untuk acara penyelenggaraan budaya, logistik yang keluar hanya logistik untuk keperluan merekam, seperti *camera*, reflektor, dsb. Jika syuting di luar studio, biasanya produser beserta *crew* ikut gladibersih yang dilakukan para pegisi acara, biasanya H – 1 atau H – 2 sebelum pertunjukan budaya.

Produser juga megecek lagi dan memfollow up daftar artis atau pengisi acara. Sebelum hari H produksi, biasanya produser ikut melihat latihan para pengisi acara, lalu melakukan *briefing* sebelum produksi dimulai. Untuk program Kandaga, *make up* artis biasanya tidak disediakan, jadi para pengisi acara membawa sendiri peralatan *make up* dan orang yang akan merias

“Episode dalam Kandaga dapat dibedakan menjadi dua kategori. Kategori pertama, tema didatangkan dari proses perencanaan ide bersama produser, biasanya syuting dilakukan di dalam studio, pemilihan artis dan *budgetting* diatur semua dalam pra produksi. Kategori kedua, tema datang karena ada acara budaya yang diselenggarakan di daerah Jawa Barat, di sini Kandaga hanya sebagai pendokumentasi budaya<sup>7</sup>”. Namun proses perencanaan dan persiapan dalam pra produksi tetap dilaksanakan.

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Dina G. produser Kandaga

## V. SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, membuat sebuah program budaya dan proses produksi *taping* “Kandaga” TVRI Jawa Barat, tidaklah mudah. Apalagi, mengingat program ini adalah program baru di TVRI Jawa Barat. Semuanya membutuhkan usaha yang cukup besar, karena program budaya di TVRI Jawa Barat tidak hanya Kandaga, sehingga untuk mempertahankan program baru tidaklah mudah.

Program budaya Kandaga masuk dalam program budaya kategori seni pertunjukan. Ini merupakan salah satu strategi TVRI Jawa Barat supaya bisa mengaktualisasikan budaya Sunda dan menimbulkan kecintaan masyarakat lokal terhadap budaya yang ada di Jawa Barat serta tertarik untuk menonton TVRI Jawa Barat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, Elviaro, Lukiati Komala, Siti Karlina.. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simniosa Rekatama Media. 2007
- [2] Arifin, Eva.. *Broadcasting (to be a Broadcaster)*. Jogjakarta: Graha Ilmu. 2010
- [3] Baksin, Askurifai. *Jurnalistik televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2006.
- [4] Djamal, Hidjanto dan Andi Fachruddin.. *Dasar – dasar Peyiaran, Sejarah Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011
- [5] Morissan.. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2004
- [6] Morissan. 2005. *Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- [7] Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Massa Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- [8] Subroto, Darwanto Sastro. 1995. *Televisi sebagai Media Pendidikan*. Jogjakarta:
- [9] Wibowo, Fred. *Dasar – Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. 1997

Sumber lain:

- [10] [www.tvri.co.id](http://www.tvri.co.id)
- [11] [www.kpi.go.id](http://www.kpi.go.id)
- [12] [www.library.binus.ac.id](http://www.library.binus.ac.id)
- [13] [www.repository.usu.ac.id](http://www.repository.usu.ac.id)
- [14] [www.kbc310.weblog.esaunggul.ac.id](http://www.kbc310.weblog.esaunggul.ac.id)