

## STRATEGI DENAI TV DALAM PRODUKSI PROGRAM SIARAN JENDELA INSPIRASI

Silviana Ramadhani, Marhen

Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar  
silvianaramadhani19@gmail.com, marhen@iaimbatusangkar.ac.id

DOI: 10.31958/kinema.v3i2.14035

---

### ARTICLE INFO

---

**Article history**

Received: 02-11-2024

Revised: 13-11-2024

Accepted: 20-11-2024

---

**Keywords:**

Denai TV, Produksi,  
Program Siaran

---

### ABSTRACT

---

The main issue addressed in this thesis is the strategy used by Denai TV in packaging the Jendela Inspirasi broadcast program. The aim of this discussion is to find out how Denai TV's programming strategy in packaging the Jendela Inspirasi broadcast program and to understand the management of the packaging of the Jendela Inspirasi broadcast program. The type of research used is qualitative research with descriptive analysis. To obtain data on the issues studied, the data collection techniques used are observation, interviews and documentation. Data analysis is done descriptively, then elaborated and classified on certain aspects of the problem and presented through effective sentences. The research findings show that the packaging management of the Jendela Inspirasi broadcast program starts from the Program Planning it was found that the strategy used by Denai TV in packaging the Window of Inspiration broadcast program, namely anchoring the scheduling stage in the placement of program scheduling, leading-in the placement of weak programs to attract viewers, hommoking and special scheduling stunting to maintain audience retention, have all worked well. OK, in improving the program broadcast strategy, the team has tried to present interesting shows for each episode, how to maintain the quality of the shows, and also broadcast platformthe online platform, namely the Denai TV YouTube channel.

---

### PENDAHULUAN

Industri penyiaran di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat belakangan ini. Berbagai media penyiaran saat ini dimungkinkan untuk dibuka. Industri penyiaran telah dan akurasi informasi. Sesuai dengan Pasal 1 Ayat (4) Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tahun 2002 Tentang Penyiaran (Indonesia),

“Televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.” televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan”. Keberadaan televisi membawa pengaruh yang signifikan. Kelebihan

televisi dalam memengaruhi perilaku khalayak, yaitu menurut pandangan-pandangan tersebut, berkat watak keteknikannya bercirikan gejala-gejala berikut ini:

- a. Bersifat lihat-dengar (audiovisual);
- b. Cepat mencapai khalayak yang relatif tidak terbatas jumlahnya;
- c. Televisi menghimpun dalam dirinya gejala komunikasi radio, film (gambar hidup), komunikasi tertulis, potret diam, serta kode analogik dan kode mediator lainnya; dan
- d. Televisi memiliki ciri-ciri personal yang lebih besar dari media massa lainnya, atau menyerupai komunikasi tatap muka (Unde, 2014).

Mencapai tingkat persaingan yang tajam sehingga dibutuhkan strategi yang baik untuk memenangkan persaingan. (Morissan, 2011:5)

Menurut (Effendy,2008) strategi program siaran adalah kombinasi dari perencanaan (planning) dan manajemen (management) yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan. Namun, strategi program siaran tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk arah, melainkan juga harus menguraikan taktik operasional yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam konteks ini, strategi berfungsi lebih dari sekadar memberikan panduan; ia harus menjelaskan langkah-langkah konkret yang harus diambil.

Sebagai contoh, sebuah stasiun televisi perlu merencanakan semua aspek yang berkaitan dengan keberhasilan programnya. Ini mencakup pemilihan konten, pengaturan jadwal tayang, dan strategi promosi. Dengan demikian, strategi yang efektif mencakup perencanaan yang matang dan manajemen yang baik untuk memastikan bahwa semua elemen berfungsi secara sinergis demi mencapai hasil yang diinginkan.

Televisi merupakan media massa yang digemari dan dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat dan dijadikan patokan dalam memperoleh dan akurasi informasi. Sesuai dengan Pasal 1 Ayat (4) Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tahun 2002 Tentang Penyiaran (Indonesia),

Bila dilihat dari sudut pandang islam, televisi juga memegang peran sebagai media yang mengajarkan kebaikan. Segolongan orang dianjurkan untuk menjadi seorang yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah QS. Ali Imran ayat 104:

Terjemahan :

*“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebijakan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”*

Pada hakikatnya media televisi sebagai media komunikasi pandang dan dengar mempunyai tiga fungsi utama (Heru Efendy: 2008) yaitu (1) fungsi informasi (*The Information Function*), (2) fungsi Pendidikan (*The Education Function*) dan (3) fungsi hiburan (*The Entertain Function*)

Media televisi merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikasi dalam jumlah yang amat banyak dan tempat yang relative jauh. Bukan hanya berfungsi sebagai media yang dapat menyebarkan nilai informasi saja, televisi juga dapat berfungsi sebagai media pendidikan yang bersifat memotivasi seseorang yang terus bersabar dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Semua itu tergantung pada bagaimana sebuah program itu dirancang, dibuat dengan sedemikian kreatifnya dengan melihat dari berbagai aspek agar dapat menjadikan sebuah tontonan yang menarik dan layak untuk dijadikan sebagai pelajaran hidup dalam masyarakat.

Salah satu tayangan yang bersifat memotivasi khalayak yang menggunakan media massa sebagai alat untuk menyampaikan informasi adalah DENAI Tv. DENAI Tv merupakan stasiun televisi lokal yang berada di kota Payakumbuh, dimana stasiun televisi lokal ini menyajikan beberapa tayangan yang menarik yang dikhususkan untuk wilayah kota Payakumbuh dan kabupaten 50 kota, beragam program yang menarik yang disajikan baik

berita maupun non berita. seperti berita seputar sumbar,life musik,liputan khusus,salam bagurau dan tayangan jendela inpirasi.

Saat ini DENAI Tv mempunyai peran penting dalam menanyangkan informasi berita dan tayangan yang menarik untuk masyarakat yang berada disekitaran kota Payakumbuh dan kabupaten 50 kota. DENAI Tv terus berkreasi membuat berbagai macam program acara yang sesuai dengan kebutuhan khalayak, salah satunya adalah "Program Jendela Inpirasi"

Berdasarkan wawancara dan observasi awal yang peneliti lakukan pada bulan oktober saat berlangsungnya kegiatan magang di Denai Tv dengan produser dari Program Jendela inpirasi ini mengungungkapkan bahwa Program jendela inspirasi merupakan salah satu program unggulan yang ada di Denai Tv dibuktikan dengan jumlah tayang lebih banyak dari program lainnya, program ini tayang 2 kali seminggu dengan jam tayang setiap hari senin dan kamis jam 19.30-20.00 Wib. untuk ditayangkan pada Denai Tv dan Chanel YouTube DENAI TV, program ini menceritakan tentang seseorang yang berusaha merintis karirnya dari awal hingga sukses, kisah-kisah hidup yang ditampilkan mampu membuat orang bangkit dari rasa putus asa sehingga dapat melanjutkan hidup dengan lebih optimis. Usaha sederhana yang dibuat dapat memperoleh keuntungan lebih tinggi hingga usaha tersebut dapat dikenal oleh banyak orang, tidak hanya diperjual belikan didalam negeri saja namun juga dijual sampai keluar negeri. selain itu daya tarik dari tayangan ini terletak pada kisah yang disajikan yang menyangkut dengan kehidupan seseorang dimana penonton yang melihat tayangan ini menjadi termotivasi untuk selalu berusaha dan bekerja keras.

Sehingga dari pengamatan dan wawancara yang telah peneliti lakukan pada program siaran jendela inspirasi ini memperlihatkan bahwa tayangan ini diawali dengan berbagai pertanyaan yang dilontarkan kepada pemilik usaha dan menceritakan bagaimana seseorang tersebut memulai sebuah usahanya sampai dikenal oleh banyak orang diluar sana, program tayangan ini memperlihatkan dari proses pembuatan sampai diperjual belikan kepada orang banyak, seperti tayangan yang berjudul "Motivasi Usaha dari Orang tua" yang ditonton lebih dari 578 orang di akun Chanel youtube DENAI Tv, pada tayangan ini menceritakan tentang seorang anak muda yang berumur 18 tahun yang termotivasi dari perjuangan orang tuanya yang lebih memilih membuka usaha sendiri dibandingkan melamar pekerjaan diluar sana, disinilah dia mencoba buka sebuah usaha yaitu caffe dimana tempat ini yang paling banyak dikunjungi anak muda sekarang, dengan usaha tersebut dia berhasil mendapatkan omset 8 juta/bulannya, dia menceritakan bahwa lebih baik mencoba membuka usaha sendiri karena dari usaha yang dijalankan dengan baik dan sungguh-sungguh bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Program jendela inpirasi ini menjadikan tayangan tersebut sebagai hiburan dan motivator untuk seluruh penonton agar bisa diterapkan dalam kehidupannya sehari-hari. Kisah-kisah inspiratif dalam tayangan Program Jendela Inspirasi ini dapat membantu anak muda sekarang agar lebih kreatif dalam berproses untuk memulai usahanya sehingga dengan tayangan tersebut dapat menciptakan sebuah usaha yang bisa memberikan keuntungan. tanggapan dan tindakan nyata ini yang dapat membantu orang-orang untuk merubah mainset hidup untuk tidak menyerah dalam menjalani kehidupannya dan tayangan ini banyak memberikan informasi penting kepada masyarakat.

Oleh karena itu peniliti tertarik ingin melihat lebih lanjut Bagaimana proses yang dilakukan DENAI Tv dalam mengemas program Jendela inpirasi, yang membuat orang termotivasi dan tertarik untuk menonton tayangan tersebut, Maka dari itu peneliti mengambil judul "Strategi DENAI Tv dalam mengemas Program Jendela Inspirasi".

## KAJIAN PUSTAKA

### Strategi Programming

Strategi *programming* merujuk pada perencanaan dan pengorganisasian program siaran di media, baik radio maupun televisi, untuk menarik perhatian audiens dan mencapai tujuan tertentu. Konsep ini melibatkan beberapa elemen penting, termasuk pemilihan waktu tayang yang tepat, tema program, dan pengelolaan audiens.

Dalam kamus Bahasa Indonesia strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Quinn (1991:5) manajemen strategi mengatakan bahwa *a strategy is the pattern or plan that integrates an organization's major goals, policies, and action sequences into a cohesive whole*. (Strategi dalam konteks organisasional mencakup perencanaan dan pola tindakan yang terintegrasi dengan tujuan utama dan kebijakan, membentuk sebuah kerangka kerja kompak. Pendekatan keseluruhan strategi melibatkan pengembangan gagasan, perencanaan yang matang, dan pelaksanaan kegiatan organisasi dalam suatu periode waktu tertentu.

Jenis strategi *programming* menurut (Eastman & Ferguson, 2011) dalam jurnal andi putra yang menyebutkan bahwa yang digunakan dalam strategi program siaran ada 4, adalah *Anchoring, Leading-in, promoting, dan Stunting*.

- a. *Anchoring* yaitu pemilihan program dimana menentukan jam tayang program disesuaikan dengan target audiens, menetukan jadwal tayang program berdasarkan kepada diskusi dan keputusan Bersama.
- b. *Leading-in* yang sangat terkait dengan jangka acara, yaitu menempatkan program yang kuat terlebih dahulu sebelum program yang lemah sebagai lompatan untuk menarik perhatian audience. ingin langsung mendorong masyarakat untuk mengetahui informasi yang dan menginspirasi masyarakat.
- c. *Promoting* yaitu mempromosikan program untuk menarik perhatian pada acara baru dan episode baru yang dapat membantu permirsa menemukan dimana program siaran ini ditayangkan. Strategi ini dapat membantu meningkatkan program-program yang lemah, hal ini jelas mudah untuk membantu untuk manikkan rating penonton.
- d. *Stunting* yaitu menampilkan beberapa iklan berbayar untuk menarik perhatian dari masyarakat, seni dalam sebuah penjadwalan yang sangat sepesial menggunakan sebuah bintang tamu, memiliki kebiasaan seperti pada seri promosi dan sebaliknya program yang reguler pada menit terakhir.

Strategi *programming* dalam dunia penyiaran merupakan suatu pola yang direncanakan dengan tujuan menarik sebanyak mungkin audiensi dan bersaing efektif dengan semua pesaingnya. Fokus utama dari strategi programming adalah menciptakan program-program yang tidak hanya menarik, tetapi juga mempertahankan pemirsa untuk menjadi penonton setia.

### Produksi Program

Produksi adalah pengubahan bentuk naskah menjadi bentuk audio dan visual, sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku bagi pertelevision. Produksi program televisi memiliki berbagai macam format dan materi. Beberapa diantaranya terkadang memiliki prosedur atau tata laksana kerja yang berbeda. Setiap materi program mendapatkan perlakuan khusus berdasarkan karakteristik dan spesifikasinya. Produksi siaran merupakan salah satu bagian dari organisasi penyiaran yang bertugas menangani produksi mata acara atau program acara..

Untuk memproduksi program televisi ada standar kerja yang disebut dengan Standard Operational Procedur (SOP) yang berfungsi sebagai acuan dalam tahapan proses produksi. SOP adalah standar kerja yang berlaku untuk semua pelaksanaan produksi program siaran untuk program hiburan maupun informasi, tetapi terkadang untuk program informasi tidak

selalu membutuhkan SOP, khusus pada jenis program hard news yang materinya update, actual, factual karena membutuhkan penyanjian. Latief (2020:146).

Selain itu, menurut Wahyudi (1996:146) produksi program televisi yaitu tahapan produksi yang dibagi menjadi tiga, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Secara garis besar, tahap perencanaan adalah proses dimana pembuat program melakukan langkah-langkah sistematis mulai dari pencarian ide, pembuatan proposal perencanaan budget, pembuatan naskah, hingga jadwal perencanaan shooting. Sedangkan tahap produksi adalah tahapan dimana semua kru yang terlibat melakukan kegiatan syuting yang dilakukan di dalam ruangan (*indoor*) atau di luar ruangan (*outdoor*), baik secara langsung (*live*) maupun rekaman (*taping*).

Proses akhir dari tahapan produksi adalah pasca produksi. Pada tahap ini, ada dua hal penting yang dilakukan oleh kru produksi yaitu proses editing video dan evaluasi terhadap program yang sudah ditayangkan.

Menurut Fred Wibowo (1997:24) ada lima cara dalam merencanakan sebuah produksi program televisi yaitu:

a. Materi produksi

Semua komponen yang diperlukan untuk melaksanakan dan merealisasikan konsep atau ide menjadi program televisi yang siap disiarkan.

b. Alat produksi

Peralatan perekam suara, dan unit peralatan pencahayaan. Kepastian adanya peralatan itu mendorong kelancaran seluruh persiapan produksi.

c. Biaya produksi

Dalam hal ini, seorang produser dapat memikirkan sejauh mana produksi itu kiranya akan memperoleh dukungan financial dari suatu pusat produksi atau stasiun televisi.

d. Organisasi pelaksanaan produksi

Suatu produksi program televisi melibatkan banyak orang, misalnya artis, crew, dan fungsionaris lembaga penyelenggara, polisi, aparat setempat dimana lokasi shooting dilaksanakan, dan pejabat yang bersangkutan paut dengan masalah perijinan.

Proses produksi program siaran yang dapat peneliti uraikan beberapa bentuk proses produksi program televisi seperti pra produksi, produksi dan pasca produksi. Diantaranya penulis kutip dari beberapa referensi sebagai berikut:

a. Pra Produksi

Pra produksi program adalah tahap awal dalam proses pembuatan sebuah program televisi atau film yang melibatkan berbagai kegiatan perencanaan dan persiapan sebelum pengambilan gambar atau perekaman dimulai.

Menurut Utud dalam buku siaran televisi non drama (2017:148) mendefenisikan Pra produksi (preproduction) adalah tahapan pelaksanaan pembahasan dan pencarian ide, gagasan, perencanaan, pemilihan pengisi acara (*talent*), lokasi, dan kerabat kerja (*kru*). Pada tahapan ini yang bertanggung jawab adalah eksekutif produser, produser, director (program director), dan kreatif.

b. Produksi

Produksi siaran adalah tahap dalam pembuatan program televisi atau radio di mana semua elemen yang telah direncanakan selama pra produksi diimplementasikan. Proses ini mencakup beberapa aktivitas utama, seperti melakukan *syuting*, pemilihan lokasi, pengarahan, koordinasi crew dan dokumentasi.

Menurut Wahyuti (2015:151) mendefenisikan Tahap produksi merupakan tahapan yang melibatkan seluruh kru dalam kegiatan syuting baik yang dilakukan di studio maupun di luar studio. Pada tahap ini, seluruh kru yang terlibat memainkan peran dan fungsinya masing-masing. Pada program siaran langsung (live), biasanya dilakukan General Rehearsel (GR) atau gladi resik atau latihan untuk memastikan bahwa proses syuting yang akan dijalankan nanti dapat berjalan sesuai rencana.

### c. Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahap terakhir dalam proses pembuatan program televisi, film, atau siaran. Tahap ini berlangsung setelah pengambilan gambar atau perekaman selesai, dan melibatkan serangkaian aktivitas untuk menyempurnakan materi yang telah direkam.

Menurut Zet (dalam Wahyuti, 2015:151), tahapan pasca produksi dibagi menjadi tiga bagian yaitu editing video, evaluasi dan feedback, serta penyimpanan dokumen. Tahap editing video merupakan suatu proses penyuntingan dan penggabungan gambar serta memasukan efek dan audio sesuai kebutuhan program. Pada tahap ini, dibagi menjadi dua proses yaitu proses offline dan online.

### **Jendela Inspirasi**

Menurut Yulianti, (2013: 53) Reality show adalah suatu jenis program televisi yang menayangkan kehidupan seseorang dalam dunia nyata, bukan menampilkan tokoh yang "buatan" yang diperankan oleh seorang aktor atau aktris. Tayangan Jendela inspirasi memperlihatkan tentang kehidupan seseorang yang bukan selebriti (orang awam), lalu disiarkan melalui jaringan Denai TV, sehingga bisa dilihat masyarakat.

Tayangan ini tidak sekedar mengekspos kehidupan orang, tetapi juga ajang kompetisi untuk memotivasi banyak orang, sama halnya dengan tayangan Reality show secara istilah berarti pertunjukan yang asli (real), tidak direkayasa, dan tidak dibuat-buat. Kejadiannya diambil dari keseharian, kehidupan masyarakat apa adanya, yaitu realita dari masyarakat.

Dalam penyajiannya acara reality show terbagi menjadi 3 jenis, yaitu Docusoap (documenter dan soap opera) yaitu gabungan rekaman asli dan plot. Disini penonton dan kamera menjadi pengamat pasif dalam mengikuti orang-orang yang sedang menjalani kegiatan sehari-hari mereka, baik yang professional maupun pribadi. Dalam hal ini produser menciptakan plot sehingga enak ditonton oleh pemirsa.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang sesuai untuk mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam konteks ini, pendekatan penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menonjolkan karakteristik alami (natural setting) sebagai sumber data langsung, fokus pada deskripsi, dan memberikan penekanan lebih pada proses dari pada hasil akhir. Dengan demikian, penelitian ini akan lebih mendalam dalam memahami fenomena atau konteks yang diteliti, dengan memperhatikan detail dan konteks secara holistik. Pendekatan kualitatif sering digunakan untuk eksplorasi, pemahaman mendalam, dan interpretasi yang lebih kompleks dari suatu fenomena. (Moleong 2002:3)

Pemilihan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini disebabkan oleh keyakinan bahwa metode ini lebih tepat untuk menjelajahi dan mendeskripsikan masalah secara nyata. Tujuannya adalah untuk menemukan dan menganalisis masalah-masalah yang muncul, mengidentifikasi kendala dengan merujuk pada teori dan fakta yang ada. Lebih lanjut, penelitian ini akan mendeskripsikan manajemen pengemasan program siaran "Jendela Inspirasi" dan strategi programming yang diterapkan oleh Denai TV untuk program tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Programming

Strategi produksi program siaran adalah bagian dari perencanaan program televisi yang bertujuan untuk menarik dan menjaga ketertarikan audiens. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dilakukan dapat diperoleh bahwa beberapa strategi yang dapat digunakan oleh Denai TV dalam produksi program siaran jendela inspirasi yaitu penggunaan tema yang menarik, sesuai dengan program siaran jendela inspirasi yang bertema tentang inspirasi kehidupan yang dapat memotivasi khalayak saat menonton. Penggunaan strategi pendahuluan yang kuat Menyajikan program pada segmen awal waktu siaran untuk mendapatkan sebanyak mungkin audiens. Penggunaan strategi penyiaran yang tepat menyajikan program siaran jendela inspirasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens pada program siaran jendela inspirasi. memiliki kebiasaan seperti seri promosi, dan sebaliknya program reguler pada menit terakhir. Semua strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik program siaran.

Strategi menurut James and Quin membahas konteks organisasi yang mencangkup kepada perencanaan dan pola tindakan yang terintegrasi dengan tujuan utama kebijakan, membuat kerangka kerja yang kompak dalam sebuah program siaran tersebut. Strategi dalam hal ini merujuk kepada bagaimana sebuah perusahaan menjadi tujuan utama dalam meningkatkan tayangan dengan menciptakan hal baru dalam sebuah program televisi, kinerja yang baik dari tim dan didukung oleh masyarakat, ini menjadi sebuah hal yang dapat mengapresiasi terhadap kinerja dari perusahaan televisi tersebut.

Namun strategi *programming* menurut Frinces (2006:167) mengatakan bahwa strategi adalah rencana yang mengintegrasikan tujuan organisasi, kebijakan, dan urutan tindakan yang menjadi segmentasi yang efektif terhadap audiens, target persaingan dengan stasiun TV lokal lainnya. Strategi, dalam konteks ini, dapat diartikan sebagai kebijakan dari tim bagaimana tayangan program jendela inspirasi ini bisa diterima oleh khalayak atau tidak, keberadaan atau pengakuan terhadap suatu identitas atau program. Dalam hal program siaran jendela inspirasi strategi merujuk pada keberadaan dan pengakuan terhadap program siaran tersebut di mata penonton. Keberadaan ini tercermin melalui respon yang diterima dari orang di sekitar kita, menunjukkan bahwa program tersebut diakui dan memiliki dampak pada penonton.

Dari kedua pendapat tersebut dapat diartikan bahwa Perbedaan diantara dua pendapat tersebut terletak pada pendekatan dan fokus strategi dalam konteks penyiaran televisi. James and Quin menekankan bahwa strategi melibatkan perencanaan dan tindakan terintegrasi untuk mencapai tujuan utama kebijakan dalam sebuah program siaran. Mereka menyoroti pentingnya menciptakan hal baru dalam program televisi untuk meningkatkan tayangan, dengan kinerja yang baik dari tim dan dukungan masyarakat sebagai faktor kunci yang dapat mengapresiasi kinerja perusahaan televisi tersebut.

### Proses Produksi Program Siaran Jendela Inspirasi

Pra produksi atau Persiapan dalam memproduksi program Siaran Jendela Inspirasi merupakan hal paling utama Produksi program yaitu proses pembuatan program siaran yang melibatkan berbagai tahapan mulai dari konseptualisasi hingga penyiaran. Tahapan produksi program berita umumnya meliputi pengembangan ide atau konsep, penulisan naskah, pemilihan wartawan dan produksi shooting.

Dalam proses pembuatan program jendela inspirasi, tahap pelaksanaan produksi menjadi elemen inti yang menentukan kualitas tayangan. Pada tahap ini, fokus utama adalah memastikan segala aspek teknis, mulai dari naskah hingga pengambilan gambar, berjalan lancar agar pemirsa mendapatkan pengalaman yang memuaskan.

Pelaksanaan produksi bukan hanya tentang menyajikan informasi, tapi juga melibatkan penggunaan elemen visual yang kuat. Tim koordinator lapangan harus bekerja sama dengan wartawan, termasuk kameramen, untuk mendapatkan sumber informasi secara konkret.

Peran kameramen sangat penting dalam menciptakan gambar dan rekaman visual berkualitas tinggi. dipersiapkan, produser akan segera berkoordinasi dengan tim Denai TV untuk pengambilan rangkuman isi cerita yang dijawab oleh narasumber melalui pertanyaan yang dilakukan. Pra-produksi merupakan tahap kunci dalam proses produksi televisi, memberikan landasan yang kuat sebelum produksi dimulai. Temuan dari penelitian dan wawancara pribadi menunjukkan bahwa dalam program tersebut, pra-produksi dilakukan secara internal setiap hari. Tahap pertama pra-produksi terdiri dari tiga bagian.

Pertama, penemuan ide, dimana tim Denai TV menerima daftar tugas dari berbagai sumber termasuk dari Direktur Denai TV tersebut. Kedua, perencanaan, di mana tim Denai TV berperan mengumpulkan bahan pendukung sekaligus rangkuman dari tahap syuting, termasuk pengambilan visual dan rilis. Ketiga, persiapan, yang mencakup persiapan pertanyaan dan persiapan alat liputan. Persiapan pertanyaan melibatkan koordinasi dengan produser program, yang memimpin tim Denai TV untuk mengambil gambar dan melemparkan beberapa pertanyaan kepada narasumber.

Persiapan alat melibatkan tim liputan yang ditunjuk oleh Koordinator lapangan. Alat-alat yang digunakan termasuk camera, tripod, clip-on microphone, dan memory card. Camera digunakan untuk merekam kegiatan, tripod memberikan stabilitas pada video, clip-on microphone memastikan rekaman audio yang jelas, memory card menyimpan file video. Keseluruhan, tahap pra-produksi ini sangat penting untuk memberikan landasan yang kuat bagi kelancaran proses produksi program "Jendela Inspirasi" dengan melibatkan koordinasi, perencanaan, dan persiapan yang matang.

Secara keseluruhan, tahap pasca produksi menjadi momen penentu keberhasilan program dengan kombinasi penyuntingan cermat, peran tim Denai TV dalam Produksi yang menjaga kualitas teknis. Dengan demikian, program "Jendela Inspirasi" dapat mempertahankan daya tariknya di mata penonton. Dengan memperhatikan semua

hal ini, produser memiliki peluang untuk meningkatkan kesan positif yang diterima oleh pemirsa dan membangun citra program yang berkualitas. Dengan fokus pada penyuntingan yang cermat, pengaturan konten yang baik, dan pembawaan narasumber yang menarik, program dapat memberikan pengalaman yang memikat dan memberi dampak positif pada penonton. Ini merupakan langkah penting dalam menciptakan citra positif dan meningkatkan kredibilitas serta daya tarik program di mata pemirsa.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan Penelitian yang peneliti lakukan di Denai TV Payakumbuh, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Strategi *programming* yang dilakukan Denai TV dalam produksi program siaran jendela inspirasi adalah Denai Tv menerapkan *anchoring* tahap penjadwalan dalam penempatan penjadwalan program siaran, *Leading-in* penempatan program yang lemah untuk menarik penonton, *Hommoking* penjadwalan dengan bintang tamu yang menarik dan *promoting* yang dilakukan setelah tahapan proses pra produksi, produksi dan pasca produksi pada program siaran jendela inspirasi sudah selesai dilakukan dengan penyebaran link tayangan tersebut kepada penonton semua telah berjalan dengan baik, Dalam meningkatkan strategi penyiaran program, tim sudah berupaya menyajikan tayangan menarik setiap episodenya, cara menjaga kualitas tayangannya, serta juga menayangkan melalui platform online yaitu Youtube Denai TV promosi yang efektif membantu memperkuat posisi program di tengah persaingan industri media.

## REFERENSI

- Agustinus S. Wahyudi. (1996), Manajemen Strategik; *Pengantar Proses berpikir strategik*, Jakarta : Binarupa Aksara.

- Effendy, Heru. 2008. *Industri Pertelevision Indonesia*, Sebuah Kajian. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Fred Wibowo, 1997. *Teknik Produksi Program Televisi*. Jakarta. Penerbit Grasindo
- Gulo, W. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Grasindo Anggota IKAPI
- Hendry Mintzberg and James Brian Quinn., *The Strategy Process:Concept, Contest, Cases* (New Jersey: Prentice-Hall, 1991), h. 5.
- Jauch, Lawrence R. dan William F. Glueck, (1998), "Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan", Edisi ketiga, Erlangga, Jakarta.
- J.B Wahyudi. 1996. *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. PT. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia 2007. *Edisi Ketiga. Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa*. Jakarta: Balai Pustaka. h. 11)
- Latief, R. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Non Drama*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Rusman latief dan yustiatiie utud. 2018 *Produksi Program TV Non-Drama : Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah / Anton Mabruri KN*, Jakarta : Grasindo
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuti, T. (2015). *STRATEGI KREATIF DAN PROSES PEMBUATAN PROGRAM TELEVISI*. Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 1(2), 145-159.