

## STRATEGI PRODUKSI DAN KREATIF MNC CHANNELS DALAM MENGEMAS PROGRAM LOKAL (STUDI KASUS ACARA JAN ENAK TENAN)

Aditya Rangga Prayoga<sup>1</sup>, M Jamiluddin Ritonga<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Esa Unggul, Jakarta

<sup>2</sup>Universitas Esa Unggul, Jakarta

[Panduerlangga56@student.esaunggul.ac.id](mailto:Panduerlangga56@student.esaunggul.ac.id)

### Abstract

*This study examines the production and creative strategies implemented by MNC Channels in packaging the local television program Jan Enak Tenan amid digital media competition in Indonesia. As a culinary program highlighting Javanese culture, it integrates entertainment, education, and cultural representation. Using an interpretive paradigm and a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Analysis followed the interactive model of Miles and Huberman, supported by source triangulation. Findings show that production strategies are systematically applied across pre-production, production, and post-production, emphasizing audience research, technical planning, on-site flexibility, and editorial quality control. Creative strategies include trend-based idea development from social media, culinary storytelling, exploration of Javanese cultural identity, strong host characterization, and engaging visuals. From Stuart Hall's encoding-decoding perspective, producers intentionally encode cultural and entertainment messages, while audiences engage in dominant and negotiated readings. The study concludes that integrating structured production management and adaptive creative strategies is essential to sustain the relevance and competitiveness of local television programs in the digital era.*

**Keywords:** Creative Strategy, Encoding-Decoding Theory, Local Television Program, MNC Channels, Production Strategy

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi produksi dan strategi kreatif yang diterapkan oleh MNC Channels dalam mengemas program televisi lokal Jan Enak Tenan di tengah persaingan media digital di Indonesia. Program kuliner ini mengangkat budaya Jawa dengan memadukan hiburan, edukasi, dan representasi budaya. Penelitian menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan studi kasus kualitatif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman dengan triangulasi sumber. Hasil menunjukkan strategi produksi dijalankan secara sistematis melalui tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan penekanan pada riset audiens, perencanaan teknis, fleksibilitas lapangan, dan kontrol kualitas editorial. Strategi kreatif meliputi pengembangan ide berbasis tren media sosial, storytelling kuliner, eksplorasi identitas budaya Jawa, penguatan karakter host, dan visual yang menarik. Berdasarkan teori encoding-decoding Stuart Hall, produser melakukan encoding pesan budaya dan hiburan, sementara audiens melakukan decoding dominan dan negosiasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi strategi produksi yang terstruktur dan strategi kreatif yang adaptif menjadi kunci menjaga relevansi dan daya saing program televisi lokal di era digital.

**Kata Kunci:** MNC Channels, Program Televisi Lokal, Strategi Produksi, Strategi Kreatif, Teori Encoding-Decoding

## PENDAHULUAN

Televisi sebagai media massa elektronik memiliki kekuatan audiovisual yang mampu menyampaikan pesan secara simultan melalui gambar dan suara, sehingga menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih hidup dibandingkan media cetak (Morissan, 2018). Program televisi pada dasarnya merupakan produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan minat khalayak, sehingga daya tarik, kreativitas, serta relevansi konten menjadi faktor utama dalam mempertahankan perhatian penonton.

Namun, industri penyiaran global saat ini mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi digital. Pergeseran dari sistem penyiaran linear menuju model berbasis on-demand telah mengubah pola produksi sekaligus konsumsi media. Platform digital seperti YouTube, Netflix, dan TikTok menjadi pesaing utama televisi konvensional, ditandai dengan menurunnya rata-rata waktu menonton televisi dan meningkatnya konsumsi video digital secara global (We Are Social, 2024). Kondisi ini memaksa stasiun televisi, termasuk televisi lokal, untuk beradaptasi melalui strategi produksi dan kreatif yang lebih inovatif.

Di sisi lain, arus globalisasi media juga memunculkan tantangan homogenisasi budaya, di mana konten global mendominasi ruang konsumsi publik dan berpotensi menggeser identitas lokal. Televisi lokal menghadapi dilema antara mempertahankan kearifan budaya daerah dan bersaing secara komersial dengan konten global (Haryati, 2013). Dalam konteks ini, kreativitas tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga strategis menjadi instrumen untuk mengemas nilai lokal agar tetap relevan dan kompetitif.

Konteks tersebut relevan dengan dinamika penyiaran di Indonesia pascamigrasi sistem analog ke digital. Digitalisasi membuka peluang perluasan jangkauan sekaligus meningkatkan intensitas persaingan antarstasiun dan antarplatform (Pamungkas, 2022). Televisi lokal sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya, lemahnya pembaruan strategi produksi, serta penurunan loyalitas audiens (Kristian & Sarifudin, 2025). Oleh karena itu, integrasi antara strategi produksi yang terstruktur dan strategi kreatif berbasis riset audiens menjadi kunci keberlangsungan media lokal.

Dalam ekosistem tersebut, MNC Channels sebagai bagian dari MNC Group memiliki peran strategis dalam menghadirkan program berbasis budaya lokal. Salah satu programnya, *Jan Enak Tenan*, yang tayang di Hanacaraka TV, mengangkat kuliner Jawa dan Nusantara dengan pendekatan hiburan yang santai namun informatif. Program ini tidak hanya menampilkan makanan, tetapi juga merepresentasikan nilai sosial dan budaya daerah melalui *storytelling* kuliner.

Seiring penerapan strategi kreatif yang lebih adaptif meliputi pengembangan konsep berbasis tren, episode tematik pada hari besar nasional, penguatan karakter host, serta riset audiens program ini menunjukkan upaya transformasi dari pola produksi konvensional menuju pendekatan yang lebih inovatif dan kompetitif. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan program televisi lokal tidak terlepas dari sinergi antara manajemen produksi, kolaborasi internal tim, dan eksplorasi kreatif yang kontekstual.

Meskipun demikian, kajian akademik mengenai strategi produksi dan proses kreatif di balik layar televisi lokal masih terbatas. Sebagian besar penelitian lebih menekankan aspek

manajerial atau ekonomi media, sehingga menyisakan celah penelitian terkait praktik kreatif dalam konteks budaya lokal. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis strategi produksi dan strategi kreatif yang diterapkan oleh MNC Channels dalam mengemas program Jan Enak Tenan. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, studi ini bertujuan mengungkap integrasi proses produksi, keputusan kreatif, dan nilai budaya dalam menghasilkan tayangan yang relevan serta berdaya saing di era digital.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif yang berpijak pada asumsi bahwa realitas sosial bersifat subjektif, majemuk, dan dibentuk melalui pengalaman serta interpretasi individu yang terlibat di dalamnya. Paradigma ini memandang bahwa makna suatu tindakan atau peristiwa tidak dapat dipahami hanya melalui pengukuran objektif, melainkan harus ditafsirkan melalui konteks, interaksi, dan pengalaman pelaku (Rahardjo, 2018).

Pendekatan interpretatif relevan untuk mengkaji strategi produksi dan strategi kreatif dalam program Jan Enak Tenan, karena proses produksi televisi merupakan aktivitas sosial-kreatif yang melibatkan pertimbangan ideologis, dinamika organisasi, serta negosiasi antar anggota tim. Dengan merujuk pada pandangan Denzin dan Lincoln (2011), paradigma ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana para pelaku produksi memaknai strategi, kreativitas, serta keputusan editorial yang mereka ambil dalam proses pengemasan program.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap proses, strategi, dan dinamika internal dalam produksi program televisi.

Pendekatan studi kasus digunakan untuk menelaah secara komprehensif satu kasus tertentu, yaitu program Jan Enak Tenan yang diproduksi oleh MNC Channels. Menurut Yin (2015), studi kasus tepat digunakan untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” terhadap fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari konteksnya. Program ini dipahami sebagai satu fenomena yang terkait dengan kebijakan perusahaan, budaya kerja, serta tuntutan audiens lokal.

Jenis studi kasus yang digunakan adalah studi kasus intrinsik, karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam atas keunikan dan karakteristik khusus program Jan Enak Tenan sebagai program kuliner berbasis lokalitas Jawa.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bertujuan menggambarkan dan menginterpretasikan secara mendalam strategi produksi dan strategi kreatif yang diterapkan dalam pengemasan program.

Menurut Creswell (2013), penelitian kualitatif bertujuan memahami makna yang diberikan individu terhadap suatu fenomena sosial. Sementara itu, Bungin (2012) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif berupaya menggambarkan kondisi dan dinamika sosial secara sistematis. Dengan demikian, penelitian ini tidak bertujuan melakukan generalisasi, melainkan memberikan pemahaman kontekstual mengenai praktik produksi program.

Unit analisis dalam penelitian ini bersifat non-individu, yaitu program Jan Enak Tenan sebagai produk media beserta keseluruhan proses produksi dan strategi kreatif yang melatarbelakanginya. Fokus analisis diarahkan pada struktur kerja, pola koordinasi, serta keputusan kreatif dalam organisasi media, bukan pada perilaku personal individu. Desain

penelitian yang digunakan adalah studi kasus tipe 2 (single case with embedded units), dengan satu kasus tunggal yang diteliti, yaitu program Jan Enak Tenan. Adapun sub-unit analisis mencakup strategi produksi (pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi), strategi kreatif serta pengembangan konsep, dan dinamika kerja tim dalam pengambilan keputusan editorial. Desain ini memungkinkan analisis mendalam pada setiap sub-unit tanpa menghilangkan pemahaman yang utuh terhadap keseluruhan kasus.

Informan penelitian dipilih berdasarkan keterlibatan langsung dalam proses produksi program dengan menggunakan teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan berdasarkan relevansi serta kontribusinya terhadap kebutuhan data penelitian. Informan utama (key informan) dalam penelitian ini adalah Producer dan Kepala Kreatif program Jan Enak Tenan. Selain itu, informan pendukung berasal dari anggota tim produksi yang terlibat dalam kegiatan teknis maupun kreatif guna memperkaya dan melengkapi data penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses produksi, mulai dari tahap perencanaan, penyusunan naskah, proses pengambilan gambar, hingga pasca-produksi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali perspektif, pengalaman, dan pemahaman informan terkait strategi produksi serta strategi kreatif program. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung seperti rundown, skrip acara, notulen rapat produksi, dan pedoman editorial guna melengkapi serta menguatkan data hasil observasi dan wawancara.

Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan serta mengkroscek data yang diperoleh dari wawancara dengan producer dan kepala kreatif, hasil observasi langsung proses produksi, serta dokumen pendukung seperti naskah, rundown, dan notulen rapat. Pendekatan ini bertujuan untuk meminimalkan bias sekaligus meningkatkan kredibilitas dan validitas temuan penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan tema strategi produksi dan strategi kreatif. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk naratif dan matriks untuk memudahkan identifikasi pola serta hubungan antar-tema. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menafsirkan pola dan temuan utama yang kemudian diverifikasi melalui proses triangulasi hingga diperoleh kesimpulan yang kredibel dan konsisten.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Subjek Penelitian**

MNC Media merupakan salah satu kelompok media terbesar di Indonesia yang berada di bawah naungan MNC Group. Dalam struktur bisnis tersebut, MNC Channels berperan sebagai unit penyedia layanan televisi berlangganan yang menghadirkan berbagai saluran tematik untuk memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, dan edukasi bagi segmen audiens tertentu.

MNC Channels mulai beroperasi pada 1 Maret 2006 atas inisiatif PT MNC Sky Vision Tbk dan dapat diakses melalui sejumlah platform televisi berbayar seperti MNC Vision, MNC Play, K-Vision, serta platform streaming digital Vision+. Sejak 2019, pengelolaan MNC Channels berada di

bawah MNC Vision Networks sebagai bagian dari restrukturisasi manajemen perusahaan.

Perkembangan MNC Channels ditandai dengan ekspansi kanal yang tersegmentasi secara jelas, mulai dari kanal berita, hiburan, musik, hingga olahraga dan gaya hidup. Ekspansi besar dilakukan pada 2012 dengan peluncuran 16 kanal baru yang mengudara 24 jam. Strategi segmentasi ini memungkinkan perusahaan menjangkau audiens secara lebih spesifik sekaligus meningkatkan daya tarik bagi pengiklan. Sebagai bagian dari ekosistem MNC Group yang juga menaungi stasiun televisi nasional seperti RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews, MNC Channels menempati posisi strategis dalam industri media nasional.

Program Jan Enak Tenan merupakan salah satu tayangan unggulan di Hanacaraka TV yang berada dalam jaringan MNC Channels. Judulnya berasal dari ungkapan bahasa Jawa yang berarti “sangat enak sekali,” merepresentasikan fokus acara pada eksplorasi kuliner tradisional, khususnya dari wilayah Jawa.

Secara format, program ini dikemas sebagai feature kuliner yang tidak hanya mengulas cita rasa makanan, tetapi juga menggali latar belakang budaya, sejarah, dan nilai sosial di balik setiap sajian. Penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa pengantar memperkuat kedekatan emosional dengan audiens lokal sekaligus menjadi bentuk pelestarian bahasa daerah. Dari sisi visual, pengambilan gambar menonjolkan detail makanan, proses memasak, serta aktivitas ekonomi di pasar tradisional dan warung lokal, sehingga menghadirkan kesan autentik dan natural.

Dalam konteks isi pesan, program ini mengandung nilai edukatif karena menyajikan informasi mengenai bahan baku, teknik pengolahan tradisional, hingga cerita turun-temurun yang melekat pada kuliner tersebut. Dengan demikian, Jan Enak Tenan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium transmisi budaya yang memperkuat identitas lokal di tengah arus modernisasi.

Subjek penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pengemasan program Jan Enak Tenan, khususnya pada aspek strategi produksi dan strategi kreatif. Penentuan subjek dilakukan secara purposive berdasarkan relevansi dengan tujuan penelitian.

Key informan dalam penelitian ini adalah Rhaditya Vikhantyassa (47 tahun) selaku Producer 1 dan Iyang Puspitasari (44 tahun) selaku Producer 2 sekaligus Senior Kreatif. Keduanya memiliki peran strategis dalam perumusan konsep, pengambilan keputusan kreatif, serta koordinasi tim produksi. Melalui wawancara mendalam dan observasi, diperoleh data mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program, termasuk dinamika kerja tim dan kendala yang dihadapi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi dan strategi kreatif dalam program Jan Enak Tenan dirancang secara terstruktur dan kontekstual, dengan menempatkan unsur budaya lokal sebagai kekuatan utama dalam membangun diferensiasi konten di tengah persaingan media digital.

## **Hasil Penelitian**

Bab ini memaparkan hasil penelitian mengenai strategi produksi dan strategi kreatif yang diterapkan oleh MNC Channels dalam mengemas program lokal Jan Enak Tenan di tengah persaingan media digital di Indonesia. Pemaparan ini disusun untuk menjawab rumusan masalah

penelitian, yaitu bagaimana strategi produksi dan strategi kreatif dirancang serta diimplementasikan dalam proses pengemasan program tersebut.

Penelitian ini menggunakan Teori Encoding–Decoding dari Stuart Hall sebagai landasan analisis. Dalam perspektif Hall, proses komunikasi terdiri atas tahap encoding, yaitu proses pengkodean pesan oleh pembuat media, dan decoding, yaitu proses pemaknaan pesan oleh audiens. Dalam konteks penelitian ini, proses encoding tercermin melalui strategi produksi dan strategi kreatif yang dilakukan tim produksi dalam merancang, menyusun, dan mengemas konten Jan Enak Tenan sejak tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Sementara itu, decoding dipahami sebagai cara audiens memaknai pesan budaya, hiburan, dan nilai lokal yang dikonstruksi dalam tayangan tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya mendeskripsikan tahapan teknis produksi, tetapi juga menganalisis bagaimana strategi tersebut menjadi bagian dari proses pengkodean pesan budaya lokal kepada audiens.

Tahap pra-produksi menjadi fondasi utama dalam pembuatan program Jan Enak Tenan. Berdasarkan wawancara, tahap ini merupakan proses perencanaan menyeluruh sebelum syuting, meliputi penentuan arah program, penyusunan konsep kreatif, serta persiapan teknis dan manajerial. Seluruh strategi dirancang sistematis sejak awal sebagai penentu keberhasilan produksi. Pra-produksi diawali dengan riset audiens, konten, dan lokasi kuliner untuk memahami preferensi penonton serta nilai budaya destinasi yang diangkat. Hasil riset menjadi dasar penyusunan konsep tiap episode, termasuk tema, alur cerita, dan gimmick sesuai karakter program.

Tim kreatif kemudian menyusun script sebagai panduan produksi. Perencanaan juga mencakup kebutuhan peralatan, kru, pembagian tugas, perizinan, jadwal syuting, dan logistik, disertai koordinasi intensif antar divisi.

Temuan menunjukkan bahwa pra-produksi tidak sekadar administratif, tetapi proses strategis dalam merancang pesan budaya lokal. Nilai budaya, identitas lokal, dan pendekatan komunikasi telah dikodekan sejak awal, sehingga tahap ini krusial bagi kelancaran produksi dan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens.

Berdasarkan pemaparan mengenai pentingnya tahap pra-produksi sebagai fondasi perencanaan program, maka langkah awal yang menjadi pijakan utama dalam merumuskan strategi produksi dan kreatif adalah pelaksanaan riset audiens, yang berfungsi untuk mengidentifikasi karakteristik serta kebutuhan penonton sasaran.

Riset audiens merupakan tahap awal yang menjadi dasar penentuan konsep, pesan, dan strategi penyajian program Jan Enak Tenan. Melalui riset ini, tim produksi memahami karakteristik penonton berdasarkan aspek demografis, budaya, kebiasaan menonton, serta preferensi terhadap konten kuliner.

Key Informan A menyatakan bahwa *“riset berisi segmentasi usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat ekonomi”*. Key Informan B menambahkan bahwa *“latar budaya serta ketertarikan terhadap kuliner Jawa juga menjadi perhatian”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa target utama adalah masyarakat bersuku Jawa, usia 40 tahun ke atas, dengan dominasi kelas ekonomi menengah ke bawah, baik di dalam maupun luar Pulau Jawa, termasuk diaspora.

Pendekatan demografis dipilih karena sesuai standar industri televisi yang berbasis rating dan share. Data diperoleh melalui laporan rutin AC Nielsen sebagai vendor MNC Group. Data tersebut kemudian diimplementasikan dalam konsep program, seperti penggunaan bahasa

Jawa, humor generasi 90-an, unsur nostalgia, serta pemilihan kuliner autentik.

Setelah karakteristik dan segmentasi audiens ditetapkan melalui riset demografis dan budaya, langkah selanjutnya dalam strategi pra-produksi adalah menentukan lokasi shooting yang sesuai dengan preferensi, nilai budaya, serta identitas audiens yang telah dipetakan sebelumnya.

Riset lokasi shooting dilakukan secara sistematis untuk memastikan kesesuaian konsep, nilai budaya, serta efisiensi produksi. Key Informan A menjelaskan bahwa *“kami riset restoran Jawa atau Nusantara di Jabodetabek, kemudian mengklasifikasikan berdasarkan jarak agar efisien.”* Sementara itu, Key Informan B menambahkan bahwa prioritas utama adalah *“makanan Jawa yang autentik, kemudian Nusantara non-Jawa, dengan fokus lokasi di Jabodetabek agar mudah diakses tim produksi.”*

Sumber riset lokasi diperoleh dari rekomendasi teman, media sosial, serta komentar audiens. Key Informan A menyatakan bahwa *“riset lokasi dipertimbangkan dari rekomendasi teman, beranda sosial media, dan komentar audiens di Instagram atau TikTok.”* Hal serupa disampaikan Key Informan B bahwa *“kami riset melalui YouTube, Google, dan bahkan informasi dari penonton melalui komentar akun Jan Enak Tenan.”* Temuan ini menunjukkan bahwa strategi produksi tidak hanya berbasis riset internal, tetapi juga melibatkan partisipasi audiens sebagai sumber referensi lokasi, sehingga menciptakan relasi interaktif antara media dan penonton.

Berdasarkan hasil pemetaan dan klasifikasi lokasi yang telah dilakukan, tahapan berikutnya dalam pra-produksi adalah membangun komunikasi serta kesepakatan kerja sama dengan pihak restoran sebagai lokasi shooting guna memastikan kelancaran dan efektivitas proses produksi.

Kerja sama dengan pihak restoran dilakukan melalui pendekatan persuasif dan profesional dengan tiga skema, yaitu non barter, semi barter, dan full barter. Key Informan A menjelaskan bahwa *“dalam sistem full barter tidak ada pembayaran uang, seluruh menu diberikan secara complimentary termasuk konsumsi kru.”* Skema ini menjadi pilihan dominan karena adanya efisiensi anggaran produksi. Ia juga menyatakan bahwa *“pada periode 2025–2026 terjadi penekanan biaya produksi sehingga full barter menjadi solusi rasional.”*

Key Informan B menambahkan bahwa *“kerja sama lebih mengedepankan hubungan saling menguntungkan dibanding hubungan komersial semata.”* Restoran memperoleh eksposur media dan potensi peningkatan kunjungan setelah tayangan ditayangkan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi produksi tidak hanya mempertimbangkan aspek teknis, tetapi juga membangun relasi sosial dan ekonomi yang mutual benefit.

Setelah lokasi shooting dan bentuk kerja sama dengan pihak restoran disepakati, tim produksi kemudian memasuki tahap kreatif berupa penyusunan naskah atau script sebagai pedoman utama dalam merealisasikan konsep program di lapangan.

Penyusunan naskah dilakukan setelah riset lokasi selesai dan menjadi pedoman utama produksi. Key Informan A menyatakan bahwa naskah dibuat untuk menentukan *“gimmick, opening, closing, dan makanan apa saja yang akan direview.”* Sementara Key Informan B menjelaskan bahwa script disusun agar *“sesuai dengan konsep yang diinginkan, termasuk unsur dagelan atau cerita ringan sebelum review makanan.”*

Ide kreatif banyak diperoleh dari media sosial. Key Informan B menyatakan, *“biasanya*

*kita lihat dulu dari sosial media, lagi ramai apa, orang-orang ngomongin apa, baru dari situ kita kembangkan jadi konsep liputan.”* Key Informan A menambahkan bahwa *“media sosial membantu memahami selera pasar dan potensi daya tarik suatu lokasi sebelum diproduksi.”*

Dengan demikian, naskah tidak bersifat kaku, melainkan fleksibel dan adaptif terhadap tren audiens, sekaligus tetap mempertahankan identitas budaya Jawa sebagai ciri khas program.

Dengan tersusunnya naskah sebagai panduan alur cerita dan gimmick program, langkah selanjutnya adalah melakukan perencanaan alat produksi guna memastikan bahwa seluruh konsep kreatif yang telah dirancang dapat diwujudkan secara teknis dan optimal saat shooting berlangsung.

Perencanaan alat produksi dilakukan secara kolaboratif antara tim kreatif dan teknis. Key Informan A menjelaskan bahwa peralatan yang disiapkan meliputi *“kamera utama dan cadangan, mikrofon host dan narasumber, lampu tambahan, tripod atau stabilizer, serta baterai dan storage.”* Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi kendala teknis di lapangan.

Key Informan B menegaskan bahwa *“pemilihan alat berhubungan langsung dengan keberhasilan konsep kreatif. Kalau alatnya tidak sesuai, gimmick yang sudah dirancang bisa tidak maksimal.”* Dengan demikian, perencanaan alat tidak hanya bersifat administratif, tetapi menjadi jembatan antara visi kreatif dan realitas teknis produksi.

Setelah kebutuhan teknis dan peralatan produksi dipetakan secara detail, tahap berikutnya yang tidak kalah penting adalah penyusunan jadwal crew agar seluruh unsur kreatif dan teknis dapat berjalan terkoordinasi sesuai dengan rundown produksi yang telah dirancang.

Penjadwalan crew disusun setelah lokasi dan konsep episode ditetapkan. Key Informan A menyatakan bahwa *“pengaturan waktu yang matang memungkinkan tim bekerja lebih efisien dan mengurangi gangguan terhadap aktivitas restoran.”* Sementara Key Informan B menekankan bahwa *“gimmick dan transisi antarsegmen butuh koordinasi waktu yang presisi supaya hasilnya maksimal.”*

Sistem floating crew dan floating driver digunakan untuk menjaga fleksibilitas produksi. Dengan sistem ini, pembagian tugas dapat disesuaikan dengan kebutuhan teknis dan kondisi lokasi. Penjadwalan yang terstruktur memastikan kesinambungan antara konsep kreatif, kesiapan teknis, dan efektivitas kerja di lapangan.

Dengan tersusunnya jadwal kru dan sistem kerja yang terstruktur, proses produksi kemudian dapat dilaksanakan secara terarah, sehingga seluruh strategi yang telah dirancang pada tahap pra-produksi dapat diimplementasikan secara konkret di lapangan.

Tahap produksi merupakan tahapan implementasi dari seluruh perencanaan yang telah disusun pada pra-produksi. Pada tahap ini, konsep kreatif, teknis, dan manajerial direalisasikan melalui kegiatan shooting di lokasi kuliner yang telah ditentukan. Produksi menjadi inti dari pembuatan program Jan Enak Tenan karena pada tahap inilah seluruh materi audio dan visual direkam sesuai dengan konsep yang telah dirancang sebelumnya.

Menurut Key Informan A, tahap produksi dipahami sebagai *“proses realisasi dari perencanaan pra-produksi yang dilakukan melalui kegiatan shooting di lokasi.”* Ia menegaskan bahwa produksi mencakup pengambilan gambar dan suara sesuai naskah dan gimmick yang telah disusun, namun pelaksanaannya tetap fleksibel karena dilakukan secara outdoor. Fleksibilitas tersebut diperlukan mengingat kondisi lapangan sering kali berubah, seperti faktor cuaca, situasi restoran, maupun kendala teknis lainnya. Meskipun demikian, target utama

produksi tetap harus tercapai, yaitu menyelesaikan jumlah episode sesuai jadwal.

Key Informan A juga menambahkan bahwa *“meskipun naskah dan gimmick telah disiapkan pada tahap pra-produksi, dalam praktiknya sering terjadi penyesuaian secara spontan di lapangan.”* Penyesuaian ini dilakukan agar proses shooting tetap efektif dan efisien, terlebih karena dalam satu hari produksi ditargetkan menyelesaikan dua episode sekaligus.

Sejalan dengan itu, Key Informan B menyatakan bahwa *“tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan teknis dan kreatif secara bersamaan, di mana seluruh elemen produksi bekerja secara terpadu.”* Ia menekankan bahwa peran produser, tim kreatif, production assistant, kameramen, audio, dan lighting menjadi sangat menentukan kelancaran proses shooting. Selain itu, Key Informan B menjelaskan bahwa *“tantangan utama produksi Jan Enak Tenan adalah faktor cuaca, kondisi lingkungan sekitar, serta situasi lokasi yang terkadang tidak sesuai rencana awal.”* Oleh karena itu, komunikasi yang baik, koordinasi solid, dan kemampuan mengambil keputusan cepat menjadi kunci keberhasilan produksi.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tahap produksi dalam program Jan Enak Tenan merupakan proses inti yang menuntut kesiapan teknis, koordinasi kru yang solid, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika lapangan. Fleksibilitas dalam pelaksanaan produksi menjadi faktor penting agar konsep kreatif tetap terealisasi secara optimal tanpa mengabaikan target penyelesaian episode.

Untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana perencanaan kreatif yang telah dirancang pada tahap pra-produksi direalisasikan secara konkret di lapangan, pembahasan berikut akan menguraikan proses realisasi konsep kreatif dan naskah dalam kegiatan shooting.

Realisasi konsep kreatif dan naskah pada tahap produksi merupakan proses penerapan ide, alur cerita, serta gimmick yang telah disusun dalam script ke dalam praktik shooting di lapangan. Naskah berfungsi sebagai pedoman utama dalam mengarahkan struktur segmen, interaksi host, serta penyampaian informasi kuliner kepada audiens. Namun, berdasarkan temuan penelitian, naskah dalam program Jan Enak Tenan tidak dipahami sebagai pedoman yang bersifat kaku, melainkan sebagai kerangka kerja yang fleksibel.

Key Informan A menyatakan bahwa *“kondisi produksi yang dilakukan di restoran aktif menuntut kru untuk menyesuaikan pelaksanaan naskah agar proses shooting tetap berjalan efektif tanpa mengganggu aktivitas restoran.”* Penyesuaian tersebut dilakukan dengan tetap menjaga esensi konsep program. Dengan kata lain, substansi pesan dan nilai budaya yang ingin disampaikan tetap dipertahankan meskipun terdapat perubahan teknis di lapangan.

Sejalan dengan itu, Key Informan B menegaskan bahwa *“fleksibilitas dalam penerapan naskah diperlukan untuk memastikan kelancaran produksi serta menjaga kualitas visual dan naratif tayangan.”* Dalam praktiknya, koordinasi antara produser, tim kreatif, host, dan kru teknis menjadi penentu utama keberhasilan realisasi konsep. Host juga diberikan ruang untuk melakukan improvisasi agar interaksi terlihat lebih natural dan kontekstual sesuai suasana lokasi.

Data observasi menunjukkan bahwa interaksi antara host dan narasumber berlangsung secara komunikatif dan natural, memperlihatkan bagaimana konsep kreatif yang telah dirancang dalam script diwujudkan melalui dialog yang mengalir dan tidak terkesan kaku. Selain itu, gimmick visual seperti aktivitas host di sekitar lokasi shooting menjadi bagian dari strategi kreatif untuk membangun suasana ringan dan dinamis. Gimmick tersebut berfungsi sebagai

pembuka maupun transisi antarsegmen yang memperkuat karakter program.

Dengan demikian, realisasi konsep kreatif dan naskah dalam tahap produksi menunjukkan adanya keseimbangan antara perencanaan dan improvisasi. Konsep yang telah dirancang tetap menjadi acuan utama, namun pelaksanaannya adaptif terhadap dinamika lapangan sehingga menghasilkan tayangan yang natural, informatif, dan menghibur.

Setelah memahami bagaimana konsep kreatif dan naskah direalisasikan secara fleksibel di lapangan, pembahasan selanjutnya akan mengkaji bagaimana koordinasi dan kerja tim produksi menjadi faktor penentu dalam menjaga kelancaran proses shooting.

Koordinasi dan kerja tim produksi pada tahap produksi Jan Enak Tenan merupakan proses pengaturan, komunikasi, serta pembagian peran antar kru yang terlibat dalam shooting. Produksi yang dilakukan secara outdoor di lokasi kuliner aktif menuntut adanya kerja sama tim yang solid dan responsif terhadap perubahan situasi.

Menurut Key Informan A, *“dinamika lapangan yang tinggi, seperti kondisi cuaca, keterbatasan ruang, hingga aktivitas pengunjung restoran, menuntut adanya kerja sama tim yang solid agar proses produksi tetap berjalan efektif.”* Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa koordinasi bukan sekadar pembagian tugas formal, melainkan proses kolaboratif yang adaptif terhadap kondisi nyata di lapangan.

Key Informan B menjelaskan bahwa *“produser berperan sebagai pengambil keputusan utama di lapangan, sementara tim kreatif bertanggung jawab menjaga alur cerita dan gimmick agar tetap sesuai naskah.”* Production assistant berfokus pada aspek teknis dan logistik, sedangkan kru teknis seperti kameramen, audio, dan lighting memastikan kualitas visual dan suara tetap optimal. Komunikasi dilakukan secara langsung dan situasional, memungkinkan setiap perubahan kondisi segera direspons secara cepat.

Observasi di lapangan menunjukkan bahwa koordinasi antar kru berlangsung secara dua arah dan fleksibel, tanpa bergantung pada struktur yang kaku. Ketika terjadi kendala, seperti perubahan gimmick akibat cuaca atau keterbatasan lokasi, keputusan diambil melalui diskusi singkat yang tetap mengacu pada konsep program. Host juga dilibatkan dalam proses koordinasi tersebut agar improvisasi yang dilakukan tetap selaras dengan visi kreatif.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa koordinasi dan kerja tim produksi merupakan elemen strategis yang menentukan keberhasilan tahap produksi. Kerja tim yang terintegrasi, adaptif, dan komunikatif memungkinkan proses shooting berjalan lancar, sekaligus memastikan kualitas visual dan naratif program tetap terjaga sesuai dengan visi kreatif yang telah dirancang.

Dengan terlaksananya realisasi konsep kreatif serta koordinasi tim produksi secara efektif, tahap produksi dalam program Jan Enak Tenan menunjukkan integrasi antara strategi perencanaan dan praktik lapangan. Selanjutnya, untuk memahami bagaimana hasil shooting tersebut diolah menjadi tayangan yang siap ditayangkan, pembahasan berikut akan menguraikan tahap pasca-produksi sebagai tahapan akhir dalam proses produksi program.

Tahap pasca-produksi merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan setelah seluruh proses shooting program Jan Enak Tenan selesai dilaksanakan. Pada tahap ini, seluruh materi hasil produksi diolah, disusun, dan disempurnakan menjadi tayangan yang siap disiarkan kepada audiens. Pasca-produksi tidak hanya berfokus pada pengolahan teknis gambar dan suara, tetapi juga pada penguatan alur cerita, ritme tayangan, serta kesesuaian konten dengan konsep kreatif

yang telah dirancang pada tahap pra-produksi. Dengan demikian, pasca-produksi berperan penting dalam menentukan kualitas akhir program, baik dari aspek visual, audio, maupun naratif.

Menurut Key Informan A, tahap pasca-produksi dipahami sebagai *“proses pengolahan hasil shooting yang bertujuan menyatukan seluruh elemen produksi menjadi satu kesatuan cerita yang utuh dan menarik.”* Ia menjelaskan bahwa proses ini mencakup editing gambar dan audio, pemilihan shot terbaik, penyusunan alur cerita sesuai naskah, serta penyesuaian durasi agar sesuai dengan slot program. Sejalan dengan itu, Key Informan B menyatakan bahwa *“pasca-produksi juga melibatkan penambahan elemen pendukung seperti grafis, teks, musik ilustrasi, dan mixing audio guna meningkatkan kualitas tayangan.”* Selain itu, dilakukan pula proses review oleh produser untuk memastikan kesesuaian dengan standar kualitas stasiun televisi.

Berdasarkan pemaparan kedua informan, tahap pasca-produksi dalam program Jan Enak Tenan bersifat strategis dan krusial karena menjadi ruang penyempurnaan akhir sebelum tayangan didistribusikan kepada audiens.

Untuk memahami bagaimana proses penyempurnaan tersebut dilakukan secara sistematis, pembahasan berikut akan menguraikan tahap awal pasca-produksi, yaitu pengelolaan dan penataan materi hasil shooting.

Pengelolaan dan penataan materi hasil shooting merupakan tahap awal dalam pasca-produksi yang berfungsi sebagai proses pengorganisasian, seleksi, dan klasifikasi seluruh file visual dan audio yang telah direkam. Tahap ini mencakup pemindahan data, pengelompokan berdasarkan episode dan segmen, serta penyusunan materi sebagai dasar proses editing. Dalam konteks ini, pengelolaan materi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menjadi fondasi dalam membentuk struktur naratif tayangan.

Key Informan A menjelaskan bahwa produksi Jan Enak Tenan menghasilkan berbagai variasi gambar, seperti gambar utama, insert, cutaway, dan ambience. Oleh karena itu, *“penataan materi yang sistematis diperlukan agar editor dapat dengan mudah mengidentifikasi footage yang relevan dan berkualitas.”* Hal ini juga bertujuan meminimalkan risiko kehilangan data serta kesalahan penggunaan materi.

Sementara itu, Key Informan B menegaskan bahwa *“penataan materi hasil shooting menjadi tahapan krusial dalam menjaga kesinambungan antara konsep kreatif pra-produksi dan hasil akhir tayangan.”* Materi diseleksi berdasarkan kesesuaian dengan naskah, kualitas visual, serta kekuatan narasi. Proses ini dilakukan secara kolaboratif antara produser, tim kreatif, dan editor agar konteks pengambilan gambar tetap dipahami pada tahap editing.

Berdasarkan hasil analisis, pengelolaan materi berperan sebagai jembatan antara tahap produksi dan proses editing, sekaligus menjaga efisiensi kerja serta konsistensi konsep program.

Setelah materi hasil shooting tertata secara sistematis dan siap digunakan, tahapan berikutnya dalam pasca-produksi adalah proses editing yang dilakukan melalui dua tahap, yaitu offline dan online editing.

Proses editing merupakan inti dari tahap pasca-produksi yang berfungsi menyusun dan menyempurnakan materi hasil shooting menjadi tayangan yang utuh. Editing offline dilakukan untuk membentuk struktur dasar episode melalui pemilihan footage utama dan penyusunan alur cerita sesuai dengan naskah.

Menurut Key Informan A, *“proses editing berfungsi sebagai sarana untuk menyatukan*

*seluruh elemen produksi agar membentuk narasi yang menarik.” Ia juga menambahkan bahwa editing memungkinkan perbaikan terhadap kekurangan teknis saat shooting. Sejalan dengan itu, Key Informan B menyatakan bahwa “editing memastikan pesan kuliner, unsur hiburan, serta identitas program dapat tersampaikan secara efektif dan sesuai standar kualitas.”*

Setelah struktur dasar terbentuk, proses dilanjutkan ke editing online yang berfokus pada penyempurnaan teknis seperti color correction, mixing audio, serta penambahan grafis. Tahap ini bertujuan meningkatkan kualitas estetika dan memperkuat identitas visual program. Editing dilakukan secara kolaboratif dan melalui proses preview sebelum dinyatakan final.

Berdasarkan hasil temuan, proses editing dalam Jan Enak Tenan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dalam membangun ritme, kesinambungan cerita, serta daya tarik visual program.

Setelah struktur dan kualitas teknis tayangan terbentuk melalui proses editing offline dan online, tahap selanjutnya adalah penguatan visual melalui penambahan elemen grafis dan efek kreatif yang mendukung narasi program.

Penambahan elemen visual dan efek kreatif merupakan bagian dari penyempurnaan tayangan yang bertujuan memperjelas informasi serta meningkatkan daya tarik visual. Elemen tersebut meliputi lower third, judul segmen, identitas lokasi, transisi, dan grafis pendukung lainnya.

Key Informan A menyatakan bahwa *“elemen visual membantu audiens memahami informasi secara cepat, seperti nama menu dan lokasi.”* Sementara itu, Key Informan B menjelaskan bahwa *“penambahan elemen visual juga memperkuat identitas program tanpa menghilangkan kesan ringan dan natural.”*

Penambahan grafis dilakukan secara selektif agar tidak mendominasi visual utama, terutama makanan sebagai fokus tayangan. Dengan demikian, elemen visual berfungsi sebagai pendukung narasi sekaligus penguat karakter program.

Selain penguatan visual, kualitas tayangan juga sangat ditentukan oleh kejelasan dan keseimbangan suara. Oleh karena itu, tahapan berikutnya dalam pasca-produksi adalah pengelolaan audio dan sound effect.

Pengelolaan audio dan sound effect merupakan proses penyempurnaan unsur suara agar sesuai dengan kebutuhan naratif dan teknis program. Audio yang dikelola mencakup dialog host, ambience lokasi, backsound musik, dan sound effect pendukung.

Key Informan A menjelaskan bahwa *“produksi outdoor memiliki tantangan audio yang tinggi sehingga pasca-produksi berperan membersihkan dan menyeimbangkan suara.”*

Sementara itu, Key Informan B menyatakan bahwa *“pengelolaan audio bertujuan menjaga kualitas tayangan agar tetap profesional dan nyaman dikonsumsi.”*

Proses ini meliputi pembersihan noise, penyesuaian level suara, serta penambahan sound effect secara selektif untuk mendukung ritme dan suasana. Dengan pengelolaan audio yang tepat, tayangan menjadi lebih komunikatif dan memiliki pengalaman audio-visual yang utuh.

Setelah seluruh unsur visual dan audio disempurnakan, tahapan terakhir dalam pasca-produksi adalah preview dan review oleh produser sebagai bentuk pengawasan akhir sebelum program ditayangkan.

Preview dan review oleh produser merupakan tahap kontrol kualitas akhir dalam pasca-produksi. Pada tahap ini, produser melakukan peninjauan menyeluruh terhadap hasil editing,

mencakup alur cerita, kualitas visual dan audio, serta kesesuaian dengan konsep kreatif program.

Key Informan A menyatakan bahwa *“tahap ini krusial karena produser harus memastikan pesan dan nilai program telah terealisasi secara optimal.”* Sementara itu, Key Informan B menjelaskan bahwa *“produser memberikan evaluasi terhadap ritme tayangan, transisi, dan efektivitas gimmick sebelum menyatakan tayangan final.”*

Jika ditemukan ketidaksesuaian, revisi dilakukan hingga tayangan memenuhi standar kualitas. Proses ini bersifat kolaboratif antara produser dan editor, serta menjadi mekanisme pengawasan akhir sebelum distribusi.

Berdasarkan hasil analisis, preview dan review oleh produser merupakan tahap strategis yang menjamin kualitas, konsistensi, serta profesionalisme tayangan Jan Enak Tenan sebelum disajikan kepada audiens.

## **Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini berfokus pada analisis strategi produksi dan strategi kreatif program Jan Enak Tenan dalam perspektif Teori Encoding–Decoding Stuart Hall. Teori ini memandang komunikasi media sebagai proses yang tidak bersifat linear, melainkan terdiri dari rangkaian produksi makna (encoding) oleh pembuat media dan pemaknaan kembali (decoding) oleh audiens. Stuart Hall menekankan bahwa pesan media tidak pernah netral, karena dibentuk melalui kerangka ideologis, nilai, serta asumsi tertentu dari pihak produksi. Dengan demikian, makna yang diterima audiens sangat dipengaruhi oleh bagaimana pesan tersebut dikonstruksi sejak awal proses produksi.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi produksi dan strategi kreatif dalam program Jan Enak Tenan menunjukkan adanya proses encoding yang berlangsung secara sistematis dan berkelanjutan sejak tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, tim produksi melakukan riset audiens, pencarian ide, penyusunan konsep, penentuan lokasi, serta perancangan naskah yang menekankan identitas budaya Jawa. Tahap ini tidak hanya berfungsi sebagai persiapan teknis, tetapi juga sebagai ruang konseptual dalam merancang makna yang ingin disampaikan. Nilai kebanggaan terhadap kuliner lokal, pelestarian budaya Jawa, serta pengemasan tayangan secara ringan dan menghibur telah dirancang sejak tahap awal. Dalam perspektif Stuart Hall, proses ini merupakan bentuk awal encoding, di mana makna dominan (preferred meaning) mulai dibentuk melalui perencanaan yang terstruktur.

Tahap produksi selanjutnya menjadi ruang aktualisasi dari konstruksi makna yang telah dirancang sebelumnya. Pada tahap ini, ide dan konsep diwujudkan melalui pengambilan gambar, interaksi host dengan narasumber, eksplorasi visual makanan, serta penyesuaian dengan kondisi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada representasi budaya yang autentik. Pemilihan angle kamera, framing makanan, ekspresi host, hingga dialog yang disampaikan tetap berada dalam kontrol tim produksi dan berperan dalam memperkuat pesan yang ingin dibangun. Dengan demikian, proses encoding terus berlangsung selama tahap produksi, karena setiap keputusan teknis dan kreatif turut membentuk persepsi audiens terhadap tayangan.

Tahap pasca-produksi kemudian berfungsi sebagai penyempurnaan dan finalisasi makna sebelum program disiarkan. Proses editing, penambahan grafis, backsound bernuansa

budaya Jawa, color grading, serta preview dan review oleh produser menjadi mekanisme kontrol untuk memastikan konsistensi pesan. Pada tahap ini, realitas yang telah direkam dikonstruksi ulang melalui proses seleksi dan penyusunan gambar sehingga menghasilkan alur cerita yang utuh dan terarah. Dalam kerangka teori Stuart Hall, pasca-produksi merupakan fase final dari encoding, karena makna yang akan diterima audiens diformulasikan secara utuh sebelum didistribusikan.

Jika dianalisis secara keseluruhan, seluruh tahapan produksi dalam program Jan Enak Tenan memperlihatkan integrasi antara strategi produksi dan strategi kreatif dalam membangun pesan budaya. Program ini tidak sekadar menyajikan informasi kuliner, tetapi secara sistematis membingkai kuliner sebagai representasi identitas budaya Jawa yang patut dibanggakan. Bahasa yang komunikatif, pendekatan humoris, visual makanan yang menarik, serta storytelling yang menonjolkan nilai lokal menjadi perangkat encoding yang dirancang untuk mengarahkan audiens pada posisi dominant-hegemonic reading, yaitu menerima pesan sesuai dengan makna yang telah dirancang oleh pembuat program.

Meskipun penelitian ini tidak secara langsung meneliti proses decoding oleh audiens, strategi yang diterapkan menunjukkan adanya asumsi dan pertimbangan terhadap preferensi penonton. Dengan demikian, penelitian ini lebih menitikberatkan pada analisis sisi produksi (encoding) dibandingkan resepsi khalayak (decoding). Namun, teori Encoding–Decoding Stuart Hall tetap relevan digunakan sebagai landasan analisis karena mampu menjelaskan bahwa konstruksi makna dalam media terjadi melalui praktik produksi yang terstruktur, profesional, dan sarat nilai.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa strategi produksi dan strategi kreatif dalam program Jan Enak Tenan merupakan proses encoding yang berlangsung secara berkesinambungan dari tahap perencanaan hingga finalisasi tayangan. Setiap tahapan produksi memiliki peran dalam membentuk, memperkuat, dan mengarahkan makna yang ingin disampaikan kepada audiens. Oleh karena itu, teori Encoding–Decoding Stuart Hall terbukti relevan dalam menjelaskan bagaimana program televisi lokal mengonstruksi pesan budaya melalui strategi produksi yang sistematis dan terarah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi produksi dan strategi kreatif dalam program Jan Enak Tenan melalui perspektif Teori Encoding–Decoding Stuart Hall, dapat disimpulkan bahwa proses konstruksi makna dalam program tersebut berlangsung secara sistematis dan berkesinambungan sejak tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Seluruh tahapan produksi tidak hanya berfungsi sebagai proses teknis pembuatan program, tetapi juga sebagai rangkaian strategis dalam membentuk dan mengarahkan pesan budaya yang ingin disampaikan kepada audiens.

Pada tahap pra-produksi, tim produksi telah melakukan proses encoding awal melalui riset audiens, perumusan konsep, pemilihan lokasi, serta penyusunan naskah yang menekankan identitas dan nilai budaya Jawa. Tahap ini menjadi fondasi dalam membangun preferred meaning, yaitu makna dominan yang ingin ditanamkan kepada penonton, khususnya terkait kebanggaan terhadap kuliner lokal dan pelestarian budaya daerah.

Tahap produksi selanjutnya merealisasikan konstruksi makna tersebut melalui

representasi visual dan audio. Pengambilan gambar, interaksi host dengan narasumber, eksplorasi visual makanan, serta pendekatan komunikasi yang santai dan humoris menjadi bagian dari strategi encoding yang memperkuat pesan budaya. Sementara itu, tahap pasca-produksi berperan sebagai proses finalisasi makna melalui editing, penambahan elemen audio-visual, serta kontrol kualitas oleh produser guna memastikan konsistensi pesan dengan konsep awal program.

Secara keseluruhan, strategi produksi dan strategi kreatif dalam program Jan Enak Tenan menunjukkan adanya integrasi yang kuat dalam membangun representasi kuliner sebagai bagian dari identitas budaya Jawa. Program ini tidak hanya menyajikan informasi kuliner, tetapi juga mengonstruksi nilai budaya secara terarah melalui praktik produksi profesional. Dengan demikian, Teori Encoding–Decoding Stuart Hall terbukti relevan sebagai landasan analitis dalam penelitian ini, khususnya dalam menjelaskan bagaimana proses encoding dilakukan oleh tim produksi untuk membentuk makna dominan sebelum pesan tersebut diterima dan dimaknai oleh audiens.

Penelitian ini berfokus pada aspek encoding dalam ranah produksi media, sehingga kajian mengenai decoding oleh audiens belum dianalisis secara empiris. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji resepsi khalayak guna mengetahui bagaimana audiens memaknai tayangan tersebut, apakah berada pada posisi dominan, negosiasi, atau oposisi sebagaimana dijelaskan dalam teori Stuart Hall. Dengan demikian, pemahaman mengenai proses komunikasi media dalam program lokal dapat diperoleh secara lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1998). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Allyn & Bacon.
- Bungin, B. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer* (9th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Edison, E., & Ahmad, A. (2025). Transformasi programming TV di era digital: Menyelaraskan konten dengan kebiasaan menonton multiplatform. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 25–36. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7614/pdf>
- Haryati. (2013). Televisi lokal dalam representasi identitas budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11, 20.
- Heriyanto. (n.d.). Admin (pp. 50–61). Retrieved December 6, 2025, from <https://ojs.mmtc.ac.id>
- Herbert Zettl. (2011). *Television production handbook* (11th ed., M. Garvey, Ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2012). *Pedoman perilaku penyiaran (P3) dan standar program siaran (SPS)*. Komisi Penyiaran Indonesia.
- Kristian, D. (2025). Penyiaran digital vs televisi lokal: Perang yang mengancam eksistensi. [Nama Jurnal], 7(2). <https://www.ejurnal.stikpmedan.ac.id>
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio & televisi* (Edisi pertama). Prenadamedia Group.
- Mortelmans, D. (n.d.). *Doing qualitative data analysis with NVivo*. Springer.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson.
- Pamungkas, A. T. (2022). Strategi bersaing stasiun jaringan NET TV Yogyakarta di era digital.

*Jurnal Komunikasi*, 17(1), 117–136. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss1.art8>

Rahardjo, M. (2018). *Paradigma interpretif*. (Data penerbit belum tersedia).

Shabana, & Nuraeni. (2025). Strategi kreatif produksi program acara musik di televisi melalui pengemasan konten (Studi kasus atas program musik "Soundcore" di Nusantara TV). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8, 4.

Wahyuti, T. (2015). Strategi kreatif dan proses pembuatan program televisi. [*Nama Jurnal*], 1(2).

Yan Bastian, & Wulandari, Y. F. (2019). Manajemen komunikasi kreatif tim program "EPL" di MNCTV. [*Nama Jurnal*], 9, 168.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.