

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tayangan yang berkualitas sangat dibutuhkan masyarakat yang sudah stress dengan rutinitas kehidupan sehari-hari. Masyarakat setelah melakukan semua rutinitas tersebut pastilah membutuhkan hiburan, untuk dapat menyegarkan pikirannya. Salah satu hiburan di masyarakat adalah menonton televisi yang merupakan sebuah rutinitas bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Maka dari berkembang itu pula program-program dalam penyiaran televisi. Sejumlah stasiun-stasiun televisi dalam negeri berlomba-lomba untuk menyediakan informasi dan hiburan dalam berbagai bentuk program. Program-program yang dihadirkan terbagi atas dua jenis, yaitu program berita dan program hiburan. Berbagai jenis program itu dapat di kelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya, yaitu : 1) program informasi (berita) dibagi menjadi 2 jenis *hard news dan soft news* dan; 2) program hiburan (*entertainment*), dibagi menjadi musik, drama, permainan (*game show*) dan pertunjukan. (Morissan, M.A., 2008 : 218)

Pengelola stasiun penyiaran pada umumnya sangat peduli dengan peringkat atau *rating* dari suatu program yang ditayangkan di stasiun penyiarannya. *Rating* yang tinggi berarti penonton yang lebih banyak dan jumlah pemasang iklan yang lebih besar. Sedangkan untuk televisi lokal pengukuran

program tersebut melalui respon penonton melalui stasiun televisi tersebut baik melalui SMS dan telepon untuk program yang disiarkan secara langsung atau program interaktif.

Arah Dunia Televisi atau yang sering disebut ADiTV adalah salah satu televisi lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta disamping RBTv, TVRI Yogyakarta dan JogjaTV yang baru berdiri sekitar 5 tahun, tetapi bisa dilihat pada saat sekarang ini ADiTV dapat mengimbangi stasiun televisi lokal tersebut.

Visi ADi TV adalah "Menjadi TV Lokal Utama dan Unggulan di Yogyakarta yang menayangkan Program-program Mendidik dan Menarik bagi keluarga, Khususnya Anak dan Ibu (A-D-I) " ADiTV sejak tahun 2012 siarannya sudah 60% produksi in-house, maksudnya adalah 60% program yang ada di ADiTV itu sudah buatan ADiTV sendiri, bukan membeli dari pihak lain atau production house. Hal ini tentu saja berbeda sekali dengan beberapa stasiun televisi lain, yang rata-rata masih membeli program dari production house. ((<http://www.adity.com.visi-adity.htm>, diakses 12 Oktober 2013).

Dalam literatur psikologi, kreativitas termasuk kualitas mental. Maksudnya kreativitas itu bukan kecenderungan atau bakat yang berarti yang diberikan Tuhan secara berbeda-beda kepada orang yang berbeda. Kualitas mental itu adalah kapasitas yang melekat pada manusia dari sejak lahir dan diberikan kepada semua orang. Bedanya, ada yang mau meningkatkan kualitas dari kapasitas itu dan ada yang tidak mau itu saja (Hudaya, 2010:29).

Kreativitas dan mental tentulah sangat dibutuhkan sekali untuk membuat suatu program yang baik. Karena tanpa kreativitas dan kualitas mental yang baik

1. ... dan lain-lain membuat suatu program yang bagus dan berkualitas, karena

yang muncul dari reaksi kimia. (<http://www.anneahira.com,-hiburan-permainan-sulap.html>, diakses 15 Desember 2013).

Berdasarkan pemaparan di atas, mencoba menganalisis salah satu program andalan ADiTV yaitu program JEJAK JACK MAGICIAN (JMM). Penulis mencoba menganalisis program acara Jejak Jack Magician karena penulis beranggapan bahwa Program JMM adalah program sulap yang berbeda dengan sulap di televisi lain misalnya pesulap Demian, Dedy Combuser, karena JMM adalah program sulap yang mengandung unsur dakwah Islami serta membuka trik sulap yang dilakukan sehingga masyarakat dapat melakukannya sendiri. Selain itu Program JMM dapat bertahan diantara serbuan program baru yang ada. Hal ini tentulah bukan sesuatu yang mudah karena apabila sebuah program tayangan tidak mencapai target yang diinginkan maka program tersebut akan berhenti penayangannya.



Gambar 1.
Program Jejak Jack Magician

Format program Jejak Jack Magician (JJM) adalah *Variety Show*. *Variety show* merupakan tayangan atau program khusus yang disajikan kepada pemirsa karena banyak yang menggemari dan tidak membosankan.

Program JJM ditayangkan pada setiap hari Minggu pukul 20.30 WIB dan ditayangkan ulang pada Hari Sabtu pukul 14.30 WIB dengan durasi 30 menit dan 3 segmen serta dua *commercial break* yang dilakukan secara Roadshow yang mempunyai Target audience adalah Semua Umur. Jejak Jack Magician (JJM) merupakan program *entertainment* yang memiliki *genre street magic*. Program ini dipandu oleh Jack Sparrow dengan gayanya yang khas. Jejak Jack Magician sendiri mempunyai arti, yaitu Jejak dimana Jack Sparrow pernah berkunjung. Sedangkan Jack Sparrow yang berarti Jack (Setengah) pengertian dari plesetannya Sparrow. Program Jejak Jack Magician ini ingin memberitahukan kepada masyarakat, bahwa Magic yang dimaksud bukanlah kekuatan gaib ataupun klenik yang menyesatkan, tetapi hanyalah sebuah permainan, yang bisa dipelajari atau dimainkan siapa saja dengan maksud dan tujuan untuk menghibur masyarakat. Nuansa islami juga disisipkan dalam program Jejak Jack Magician ini. Jack Sparrow di setiap aksinya selalu menyisipkan kata-kata yang sifatnya memberikan pencerahan, ada pula sedikit pembahasan-pembahasan hadist atau arti dalam surat Al Quran (<http://www.aditv.com,-profil-program-Jejak-Jack-Magician-AdiTV>, diakses 11 Oktober 2013).

Menurut keterangan Bapak Inko Hernandes:

Jejak Jack Magician hanyalah program yang sifatnya menghibur tetapi juga punya pesan-pesan moral bagi pemirsanya. Di maksudkan arti Sempoyongan adalah siapa saja yang biasanya menyaksikan trik sulap selalu mempunyai rasa penasaran dan ingin tahu rahasianya, sehingga dengan sifat candaan hal tersebut bisa berarti sempoyongan. Bongkar Trik

memberitahukan kepada pemirsa bahwa sulap merupakan sebuah permainan, dan bisa di pelajari. (wawancara dengan Bapak Inko Hernandes Selaku Produser dan Tim Kreatif JJM, tanggal 13 Mei 2013)

Program JMM adalah program yang sudah lebih dari satu tahun dan sudah mempunyai banyak penggemar khususnya di wilayah DIY dan Jawa Tengah. Hal ini tentu saja bukan merupakan suatu hal yang tidak datang begitu saja. Tetapi merupakan sesuatu yang diraih dengan kerja keras dan ketekunan yang sungguh-sungguh ditengah persaingan industri pertelevisian baik nasional maupun industri pertelevisian di tingkat lokal.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini fokus pada strategi kreatif program Jejak Jack Magician (JMM) dan tidak pada efek khalayak penonton program Jejak Jack Magician di ADiTV Yogyakarta, sehingga rumusan masalahnya adalah: *Bagaimanakah strategi kreatif program acara Jejak Jack Magician (JJM) untuk menarik minat penonton di ADiTV Yogyakarta ?*

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi kreatif program acara Jejak Jack Magician (JJM) mulai dari perencanaan, produksi sampai pasca produksi dalam menarik minat penonton di ADiTV Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan menghambat pelaksanaan strategi kreatif program acara Jejak Jack Magician (JJM) mulai dari

(dalam Morissan, 2009:135) mendefinisikan strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Strategi juga menghubungkan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya dengan tantangan dan resiko yang harus dihadapi dari lingkungan perusahaan.

Stasiun publik memiliki strategi program yang jelas sebelum memproduksi program. Terdapat tiga faktor penting dalam menyusun strategi program, yaitu misi atau fungsi utama keberadaan stasiun publik; kebutuhan dan kepentingan masyarakat; dan upaya menggalang dana dari masyarakat (Pringle-Starr-McCavitt dalam Morissan, 2009:101).

Strategi dalam stasiun televisi sendiri dituangkan ke dalam susunan program acara, susunan program acara tersebut mesti yang berorientasi pada selera audiens sebagai sasaran penerima pesan, guna menjalankan fungsi televisi sebagai media penyiaran. Sehingga dalam membuat program yang kreatif diperlukan strategi kreatif agar dapat bersaing dengan program-program televisi dalam waktu yang lama.

Strategi kreatif itu sendiri pada dasarnya perencanaan dengan sebuah ide-ide atau gagasan yang menarik dan berbeda. Strategi kreatif merupakan orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif sebagai pedoman dalam membuat suatu program acara televisi. Bagi dunia penyiaran, "penyiaran adalah kreatifitas" (Wahyudi, 1994:40); pada

beberapa elemen ide-ide yang terpisah, selanjutnya ide atau gagasan tersebut dikembangkan dan diolah. Dalam hal ini proses kreatif dalam pembuatan suatu program televisi agar menjadi program televisi yang menarik, unik, dan inovatif.

Strategi kreatif dalam penyiaran juga memfokuskan pada apa yang akan disampaikan pada target *audience*, yang merupakan pengembangan dari proposisi brief menjadi program. Merencanakan sebuah program televisi bagi seorang produser berarti mengembangkan gagasan bagaimana materi produksi itu dapat menjadi suatu sajian yang bernilai dan memiliki makna.

Penciptaan strategi kreatif sebaiknya mempunyai rumusan yang dijadikan sebagai acuan dalam proses merumuskan strategi kreatif. Menurut Gilson dan Berkman (dalam Kasali, 1992:81-82) proses perumusan tersebut harus melalui tiga tahapan, antara lain:

- a. Tahapan pertama, yaitu mengumpulkan dan mempersiapkan informasi pemasaran yang tepat agar orang-orang kreatif dapat dengan segera menemukan strategi kreatif mereka. Dan sebaiknya sumber informasi tidak hanya berasal dari satu sumber saja, sumber yang beragam memungkinkan pengolahan perspektif atau wawasan yang luas.
- b. Tahapan kedua, di mana orang-orang kreatif harus memilih informasi yang ada dengan cermat, untuk menentukan tujuan kegiatan yang akan dihasilkan. Kedua hal ini dapat memberikan gambaran yang jelas kepada orang-orang kreatif mengenai cara yang paling efektif. Pada tahap inilah ide-ide yang merupakan jantung dari seluruh proses perumusan strategi kreatif dicetuskan dan dikembangkan, biasanya untuk memperoleh hasil karya yang optimal dilibatkan pula suatu diskusi yang sangat hati-hati diantara orang kreatif.
- c. Tahap ketiga, merupakan langkah terakhir yang dilakukan, yaitu melakukan presentasi kepada seluruh tim produksi agar mendapat persetujuan sebelum program acara ditayangkan.

Untuk merumuskan strategi kreatif harus berpikir kreatif yang dilakukan oleh orang-orang yang kreatif. Berpikir kreatif haruslah memenuhi tiga syarat menurut MacKinon; pertama, kreatifitas melibatkan respon atau gagasan yang baru, atau yang secara statistik sangat jarang terjadi. Kedua, kreatifitas dapat memecahkan persoalan secara realistis; dan yang ketiga, kreatifitas merupakan usaha untuk mempertahankan *insight* yang orisinal, menilai dan mengembangkannya sebaik mungkin (Rakhmat, 2005:75). Dari berpikir kreatif itu, awal terbentuknya strategi kreatif.

Proses kreatif yang diterapkan pada program hiburan dengan format magic sangat dibutuhkan, agar program yang disajikan tetap menarik, menghibur dan mendidik masyarakat dalam jangka waktu yang lama. Mengingat program hiburan yang ada lebih banyak mengacu pada hiburan semata, tanpa memperhatikan isi yang terkandung dalam pesan yang akan disampaikan pada masyarakat.

Saat ini, program-program yang ada di televisi tidak lagi mengacu pada kualitas namun lebih mengacu kepada kuantitas keuntungan yang diperoleh. Stasiun televisi sekarang lebih mengedepankan kepentingan bisnis media semata. Sehingga kebutuhan, hasrat dan harapan untuk memperdayakan kecerdasan, serta pencerahan bagi masyarakat kurang diakomodasi seutuhnya. Maka yang terjadi, semakin banyak program acara yang sejenis muncul dengan pengemasan yang berbeda. Berbeda dengan program Jejak Jack Magician dengan pengemasan yang menarik serta

pendidikan tentang trik sulap sesuai kepentingan dan kebutuhan masyarakat, menjadikan program ini tetap menarik dan disukai masyarakat hingga saat ini (Rakhmat, 2005:75).

Oleh sebab itu, jatuh bangunnya penyelenggaraan siaran televisi di samping sangat dipengaruhi oleh tingkat kepemirsaan yang berkaitan langsung dengan perolehan pendapatannya melalui iklan, sepenuhnya sangat bergantung pada kreatifitas pengelolaannya dalam mengembangkan kreatifitas penciptaan program siaran televisi. Untuk itu kita perlu berpikir yang baik untuk dapat menciptakan suatu program televisi yang kreatif.

Strategi kreatif penyusunan acara juga mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu acara, karena itulah program acara yang baik harus memiliki strategi penyusunan acara yang baik pula. Menurut Soenarto (2007:42-43), ada sepuluh analisis yang wajib diperhatikan dan diperhitungkan jika hendak menyusun acara televisi, antara lain :

- a. Acara siaran harus variatif
Ada dua cara yang dapat dijadikan pedoman untuk membuat susunan acara menjadi menarik. Pertama, terlebih dahulu mengumpulkan bahan-bahan acara siaran; kedua, dipilih dulu apa yang menarik pada senin hingga minggu ke depan.
- b. Acara siaran harus mengikat penonton
Beberapa cara agar penonton dapat terikat pada menu acara siaran antara lain :
 1. Stasiun harus memiliki identitas, seperti logo stasiun televisi, *jingle, tune (audio)* tetap pada acara-acara atau jam-jam tertentu, dan lain-lain.
 2. Stasiun televisi harus mempunyai "warna" sasaran dalam acara-acaranya.
 3. Diperlukan kegiatan mengikat penonton secara tidak langsung, seperti menjual barang, pakaian, stiker, atau bisa juga menyelenggarakan acara khusus dengan menghadirkan penonton

- c. Urutan acara siaran tidak langsung
Durasi atau masa jam tayang dalam rancangan harian disusun antara setengah jam atau satu jam. Penyusunan diusahakan tidak bertempo sama, serupa dan sejenis.
- d. Perlu kejutan acara
Pada waktu-waktu tertentu perlu ada kejutan mata acara, acara dimunculkan sebagaimana biasanya. Acara siaran kejutan bisa ditempatkan pada acara yang lemah.
- e. Pola acara siaran tidak berubah-ubah
Meskipun tidak ada keberatan dari penonton, sebaiknya menghindari mengubah-ubah pola acara. Yang bisa diubah adalah menggeser waktu siaran. Hal ini yang dikaitkan dengan reaksi positif penonton saat siaran dilangsungkan.
- f. Penyiaran promosi acara harus tepat waktu
Acara perlu dipromosikan, artinya acara perlu disampaikan pada penonton tentang kehebatannya. Namun, saat mempromosikan acara jangan sampai penonton atau calon penonton dibohongi. Promosi sangat penting untuk mengangkat program-program acara. Karena saat itu, waktu atau *tanning* yang tepat perlu diperhitungkan agar pesan promosi tersampaikan dengan baik.
- g. Sasaran acara siaran harus jelas
Suatu acara harus disesuaikan dengan target audiennya, baik itu tema dan isi siarannya harus disesuaikan. Begitu juga penempatan waktu siaran harus sesuai dengan target audien yang dituju.
- h. Tanggapan pada suara penonton
Penata acara harus tanggap terhadap suara penonton. Suara penonton bisa sebagai saran, bisa juga sebagai keluhan yang tidak mengenakan, bahkan bisa sebagai hujatan karena siarannya yang jelek.
- i. Dapat membentuk opini penonton
Sebaiknya penonton ditarik lebih lama terpaku menonton pada saluran televisi tertentu tanpa beralih ke saluran lain. Untuk mencapai tujuan tersebut, stasiun televisi bersangkutan harus bisa menyajikan acara-acara sebanyak keinginan penonton.
- j. Dapat bersaing dengan stasiun lain
Persaingan antara stasiun televisi merupakan hal yang wajar, tidak ada larangan untuk saling mengungguli acara. Dan yang beruntung tetaplah penonton, tanpa khawatir dikomplain, stasiun televisi akan melakukan "peniruan" acara pesaing yang cukup disukai penonton dan itu bisa dan biasa terjadi dalam persaingan.

Dalam membuat atau menciptakan program televisi yang kreatif diperlukan proses kreatif, yaitu proses persiapan mengenai latar belakang

Procedure) yang merupakan tata cara pelaksanaan kerja yang baku. SOP adalah langkah atau tahapan yang secara konseptual dirancang dalam perencanaan, karena kunci sukses dari program televisi ditentukan dalam proses perencanaan. Proses dalam mempersiapkan program televisi diuraikan dalam gagasan dan analisis yang dibentuk berupa format program, sehingga gagasan dalam format program merupakan proses yang mendorong terciptanya program yang baru atau kreatif (Wibowo, 2009:21). Proses kreatif dalam program Jejak Jack Magician yang memasukkan unsur Islami dalam sebuah program sulap dengan mengupas cara melakukan trik sulap. Proses kreatif dari berpikir kreatif untuk menciptakan program yang berbeda menjadikan program Jejak Jack Magician program yang kreatif, mengingat saat ini program sulap dengan unsur Islami, mendidik dan menghibur sangat jarang ditemui di televisi.

Setelah tahapan strategi kreatif tersebut dirumuskan kemudian dilanjutkan proses produksi untuk pencapaian akhir. Proses dalam menciptakan strategi kreatif program acara televisi menitikberatkan bagaimana kreatifitas seseorang itu sangat dibutuhkan untuk membuat program acara yang menarik dan berbeda dengan yang lain.

2. Program Acara Sulap di Televisi

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program acara yang sangat banyak dan jenisnya pun beragam. Pengelola stasiun

ini memiliki kreatifitas sebagai mungkin dalam

menghasilkan berbagai program yang menarik. Menurut Vane-Gross (dalam Morissan, 2008:208), menentukan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program. Daya tarik yang dimaksud adalah bagaimana suatu program mampu menarik audiennya.

Berbagai jenis program itu dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya yaitu program informasi (berita) dan program hiburan (*entertainment*). Program informasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Sementara program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, program drama sendiri ada dua macam, yaitu sinetron dan film; permainan, program permainan terdiri dari *quiz show*, ketangkasan dan *reality show*; musik, program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu video klip dan konser; pertunjukkan, terdiri dari sulap, lawak, tarian dan lain-lain (Morissan, 2008:213).

Pertunjukan sulap adalah program hiburan di televisi. Perjalanan seni sulap adalah sebuah kisah panjang, terhitung sejak sejarah mencatatnya di lembar-lembar papyrus bertahun 1700 SM, di Mesir. Hingga kemudian Jean-Eugene Robert (1805-1871), pesulap Prancis, menjadi pelopor seni sulap modern. Robert mendirikan Theatre of Magic, gedung pertunjukan yang mempertontonkan trik-trik sulap kreasinya. Sulap-sulap klasik seperti menghilangkan koin, memunculkan kelinci dari

Perkembangan sulap menjadi pertunjukan ilusi, dipelopori Buatier De Kolta (1847-1903) dan Servais Le Roy (1865-1953). Kolta menciptakan De Kolta Chair, kursi yang diduduki seorang wanita lalu ditutupi kain. Ketika kain dibuka, wanita itu sudah menghilang. Penonton bertepuk tangan. Le Roy juga membuat ilusi serupa. Tapi hebatnya, kursi ciptaan Le Roy bisa melayang. Dan ketika kain ditarik, asisten yang duduk di kursi itu seolah menghilang di udara. Bayangkan, trik-trik ilusi yang umurnya lebih dari seabad itu masih dipakai sampai sekarang.

Kolta atau Le Roy, mungkin tidak pernah mengira jika kelak sulap ilusi memberi napas tersendiri pada aksi-aksi sulap yang dipertontonkan di panggung hiburan, dan belakangan di televisi. Daya pikat ilusi seolah abadi, karena penonton terbawa pada imajinasinya. Sesuatu yang sesungguhnya cuma tipuan mata, kelihatan seperti nyata. Dalam setiap aksi pertunjukan sulap, ada rahasia yang disembunyikan dari penonton. Tapi seiring perkembangan seni sulap, tidak seluruh rahasia selalu berupa trik, dalam arti tipuan. Sulap yang awalnya banyak berupa silap mata, kini telah berkembang menjadi seni pertunjukan yang bersentuhan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sulap telah menjadi seni pertunjukan modern. Salah satu program sulap yang ideal adalah permainan sulap yang selalu menyita perhatian banyak orang. Beragam trik yang ditampilkan oleh pesulap selalu ditonton dengan penuh antusias. (<http://www.anneahira>

Salah satu program sulap yang menarik, berbeda, inovatif dan *fresh* adalah program acara *The Master* di RCTI, RCTI sebagai salah satu stasiun televisi swasta yang terkemuka dan sebagai televisi swasta pertama di Indonesia kini menghadirkan acara *The Master* sebagai salah satu program andalannya. Acara yang bergenre *reality show* ini merupakan suatu event pencarian bakat di bidang *magic* dimana dalam ajang ini akan ditentukan siapa yang akan dijadikan *The Master* yang dapat disejajarkan dengan pesulap yang lebih dahulu eksis di televisi. Acara yang ditayangkan setiap hari jumat pukul 21.00 WIB ini cukup banyak menarik perhatian pemirsa RCTI. Format acara yang menarik didukung oleh para juri yang berasal dari *magician* terkemuka menghadirkan nuansa tersendiri dalam acara tersebut. Acara *The Master* berhasil menarik perhatian masyarakat hal ini dibuktikan dengan episode *the Master* yang sudah memasuki sesion 5. (<http://www.rcti.tv/programs/view/498/the-master>, diakses 26 Desember 2013, jam 20.30 WIB)

Acara ini cukup spektakuler dan mampu menarik perhatian dan simpati masyarakat banyak. Dengan adanya acara ini maka terbuka peluang besar bagi para *magician* muda maupun *magician* yang telah lama bergelut di bidang sulap maupun hipnotis untuk tampil di televisi dan menjadi terkenal. Acara *The Master* ini juga menjadi wadah untuk mengekspresikan kemampuan dan bakat para pesulap dan *ilusionist* yang ada di Indonesia. Acara *the master* bertujuan untuk mengeksklusifkan

anggapan bahwa pesulap mengikuti sebuah aliran yang menyimpang (penganut setan dan sihir). Profesi pesulap dahulu hanya dipandang sebelah mata, pesulap dianggap tidak lebih dari bagian sebuah orkes badut, sirkus, dan serangkaian acara hiburan semata. (<http://www.rcti.tv/programs/view/498/the-master>, diakses 26 Desember 2013, jam 20.30 WIB)

AdiTV sebagai televisi lokal berusaha menghadirkan program acara sulap yang berbeda dengan sulap di televisi nasional dengan Program Jejak Jack Magician adalah program sulap yang mengandung unsur Islami yang akan membongkar sulap tersebut bagaimana cara melakukannya dan bagaimana trik-triknya sehingga masyarakat dapat belajar melakukan trik tersebut dan menanamkan kepada masyarakat bahwa sulap adalah sebuah trik dan bukan magic.

3. Proses Produksi Program Sulap di Televisi

Proses kreatif program siaran televisi berkembang melalui berlangsungnya proses imajinasi menjadi gagasan awal, proses perencanaan (penyusunan format dan kriteria program siaran), sampai pada proses produksi acara tersebut. Memproduksi program acara sulap prosedur kerjanya tidak jauh berbeda dengan program *variety show* lainnya yaitu menggunakan apa yang disebut dengan *Standard Operation Procedure* (SOP). Karena pada dasarnya program acara ini pementasan

iliki kemiripan dekat dengan program *talk*

show (Millerson, 1993:194). Ada pun tiga tahapan pelaksanaan produksi, yaitu :

3.1 Pra produksi

Pada tahapan ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan produksi program siaran. Dalam pra produksi ini juga terdapat beberapa tahapan, antara lain :

- a) Tahap penemuan ide, tahap ini merupakan proses mencari ide atau gagasan yang akan diangkat pada produksi. Jika sudah menemukan ide atau gagasan, maka langkah berikutnya adalah menuliskan naskah dari ide atau gagasan yang telah diriset sebelumnya.
- b) Tahap perencanaan, meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis atau *talent*, lokasi, *crew*, estimasi biaya dan lain sebagainya.
- c) Tahap persiapan, meliputi penyelesaian semua kontrak, perizinan dan surat menyurat. Latihan para artis atau *talent*, pembuatan *setting*, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan juga termasuk dalam tahapan ini. Persiapan sebaiknya diselesaikan menurut jangka waktu yang telah ada dalam *time schedule*.

(Wibowo, 1997:20)

Pada tahap pra produksi ini merupakan salah satu kunci

3.2 Produksi

Setelah melalui tahapan pra produksi seperti merencanakan waktu pembagian tugas kepada setiap *crew*, membuat *script* dan melakukan *reading* secara matang, maka tahap selanjutnya adalah tahap pelaksanaan produksi televisi. Dalam pelaksanaan produksi menurut Wibowo (2009:40-41), karakter produksi lebih ditentukan oleh karakter naskahnya. Sebab naskah merupakan hasil penuangan ide atau gagasan. Suatu produksi program televisi melibatkan banyak orang seperti artis, kru, tim produksi, lembaga penyelenggara dan orang-orang yang terkait di dalamnya.

Tahapan produksi ini sutradara bekerja sama dengan para *crew*, pemain atau *talent* yang berusaha mewujudkan semua rencana yang sudah dituangkan di *script* ke dalam susunan adegan serta *audio visual*. Sutradara juga menentukan jenis *shot* yang akan diambil di dalam adegan (*scene*), biasanya sutradara mempersiapkan suatu daftar *shot* (*shot list*) dari setiap adegannya.

Oleh karena itu dalam hal produksi terdapat dua macam sistem yang akan mempengaruhi pelaksanaannya yang disebut sistem produksi *ad lib* dan sistem produksi *blocking*. Sistem produksi *ad lib* (*ad libitum*) adalah sistem produksi yang naskahnya tidak mungkin ditulis secara lengkap, seperti pada wawancara langsung atau *talk*

... di dalam ... (Wibowo, 1997:25). Yang ditulis di dalam

naskah atau daftar pertanyaan hanyalah urutan sajian dengan garis besar uraian, yang dinamakan *rundown sheet*.

Dalam tahapan ini diperlukan juga kreatifitas seorang sutradara atau pengarah acara agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat atau *audiens*. Pengemasan program yang unik dan kreatif dapat dilakukan dengan format program yang menyegarkan masyarakat, program yang baru (*original*) dan juga dari pengurangan bahasa yang khas, menarik dan mudah dipahami. Agar isi pesan dapat dengan mudah diterima khalayak, penyajian sebuah program harus komunikatif.

Tahapan produksi ini tidak hanya terdapat pada sutradara saja untuk mewujudkan target keberhasilan produksi program televisi, namun memerlukan kerja sama oleh semua *crew* yang terlibat di dalam program itu. Karena melalui kerja sama seluruh *crew* akan berpengaruh terhadap kualitas program yang diproduksi. Maka produser, sutradara maupun *crew* harus mempersiapkan dan mengontrolnya dengan baik.

3.3 Pasca produksi

Pasca produksi adalah tahap terakhir dalam proses produksi program televisi, tahap *pasca* produksi dapat didefinisikan sebagai kegiatan setelah pengambilan gambar atau sampai materi itu

Tiga tahap *pasca* produksi (Wibowo, 1997:22-23) sendiri meliputi :

a) *Editing off line*

Editing off line ini berawal *script boy/girl* membuat *logging*, yaitu mencatat kembali semua hasil shooting berdasarkan catatan *shooting*, gambar beserta *time code*-nya. Kemudian berdasarkan catatan tersebut, sutradara akan membuat editing kasar yang disebut *editing off line* sesuai dengan gagasan yang ada dalam sinopsis dan *treatment*. Sesudah hasil *editing off line* itu dirasa sesuai dan memuaskan barulah dibuat *editing script*. *Editing script* ini sudah dilengkapi dengan uraian untuk narasi dan bagian-bagian yang perlu diisi dengan ilustrasi musik. Kemudian hasil *shooting* asli dan naskah *editing* diserahkan kepada editor untuk dibuat *editing on line*.

b) *Editing on line*

Berdasarkan naskah *editing*, editor mengedit hasil *shooting* asli. Sambungan-sambungan setiap shot dan adegan (*scene*) dibuat tepat berdasarkan catatan kode waktu dalam naskah *editing*. Demikian pula *sound* asli dimasukkan dengan level yang sempurna.

c) *Mixing*

Proses ini merupakan saat di mana narasi yang sudah

dimasukkan ke dalam pita hasil editing *on line* sesuai dengan petunjuk atau ketentuan yang tertulis dalam naskah editing. Keseimbangan antara *sound effect*, suara asli, suara narasi dan musik harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan terdengar jelas.

Membuat program acara yang kreatif dapat digunakan lima acuan dasar dalam merencanakan, memproduksi dan menyiarkan suatu acara bagaimanapun sifat dan bentuknya, antara lain :

a) Ide

Merupakan buah pikiran dari seseorang perencana acara siaran (produser), sesuai dengan teori komunikasi, ide ini berupa rencana pesan yang akan disampaikan kepada khalayak penonton melalui medium televisi dengan maksud dan tujuan tertentu. Oleh sebab itulah, dalam menuangkan sebuah ide harus selalu memperhatikan faktor penonton, agar apa yang akan disajikan dalam bentuk acara siaran dapat mencapai sasaran (Darwanto, 1994:48).

b) Pengisi acara siaran (artis)

Pengisi acara siaran dapat berupa seseorang pembaca berita, artis atau para cendekiawan yang dikenal oleh masyarakat. Namun karena produksi acara televisi memerlukan waktu yang panjang dan berliku dapat terjadi kesulitan dan kebosanan pada pengisi acara, maka perlu dijalin kerjasama agar dapat terjalin saling pengertian.

dapat menyusun kalimat yang menarik, komunikatif dan menyentuh perasaan (Darwanto, 1994:48).

c) Peralatan

Lampu-lampu dengan berbagai karakternya yang diperuntukkan agar dapat menghasilkan gambar-gambar yang baik dan berkualitas, mikrofon, dekorasi, *siklorama* yang berupa dinding studio, dengan peralatan komunikasi yang dapat menghubungkan antara satu kamar operasional dengan kamar operasional lainnya, di samping sebuah atau lebih pesawat monitor yang diperlukan untuk melihat proses gambar yang sedang diproduksi. Di samping itu untuk pengendalian proses produksi di studio, dibangun beberapa ruang operasioal yang dilengkapi dengan berbagai peralatan elektronis serta alat perekam gambar (Darwanto, 1994:49).

d) Kelompok kerja produksi

Merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara bersama-sama (kolektif) sampai hasil karyanya dinyatakan layak untuk disiarkan.

Kelompok kerja produksi dibagi menjadi empat satuan kerja yang terdiri dari :

- (1) Satuan kerja produksi/siaran
- (2) Satuan kerja produksi
- (3) Satuan kerja operator teknik

e) Penonton

Mereka adalah sasaran dari setiap acara yang disiarkan dan mereka merupakan faktor yang ikut menentukan berhasil tidaknya acara yang telah dibuat. Di samping sangat diharapkan bahwa khalayak penonton memberikan umpan baliknya setelah mengikuti acara tersebut, dari adanya umpan balik sudah menunjukkan suatu pertanda keberhasilan suatu acara. Selain itu, dengan adanya umpan balik tersebut merupakan suatu masukan yang sangat berarti dan dapat digunakan sebagai bahan pengkajian dalam rangka penyempurnaan (Darwanto, 1994:52).

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan di atas strategi kreatif sangatlah penting dalam dunia penyiaran, khususnya bagi program hiburan. Mengingat televisi bersifat terbuka dalam menyampaikan pesan melalui program, yang tidak hanya ditujukan untuk perorangan semata. Melalui strategi kreatif yang baik maka dapat menciptakan sebuah program kreatif yang bermanfaat dan tetap berkualitas, yaitu menarik, menghibur dan mendidik masyarakat.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, jenis penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menemukan informasi

(1994:73), metode deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain).

Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan apa yang saat ini berlaku. Ditambahkan pula menurut teori Mardalis (1993:34) yang menyatakan bahwa terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan. Jadi penelitian deskriptif yang dilakukan akan berusaha mendeskripsikan dan menggambarkan strategi kreatif program acara Jejak Jack Magician di ADiTV Yogyakarta dalam menarik minat penonton.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di ADiTV Yogyakarta Jl.Raya Tajem No 3 Wedomartani Sleman Yogyakarta.

3. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah acara program Jejak Jack Magician di ADiTV Yogyakarta.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya

Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, dan menggunakan instrumen *interview guide* yang diharapkan dapat mempermudah atau melancarkan proses wawancara. Informan yang diwawancarai dalam penelitian ini meliputi :

- (1) Perancang Program Jejak Jack Magician, karena dari perancang program inilah acara terbentuk. Proses di mana ide atau gagasan mengenai konsep program acara Jejak Jack Magician ini diolah dan didiskusikan dengan berbagai pihak kemudian menghasilkan program acara yang siap diproduksi.
- (2) Produser Pelaksana, sebab produser merupakan orang yang memegang pimpinan dalam sebuah produksi program siaran televisi (Darwanto, 2007:161). Produser juga selalu mengikuti setiap proses produksi suatu acara, mulai dari pra produksi, produksi dan *pasca* produksi, sehingga yang mengetahui mengenai seluk beluk acara Jejak Jack Magician adalah seorang produser.
- (3) Direktur program, sebab Direktur Program mempunyai tugas mengawasi jalannya kegiatan jajarannya beserta staff dalam lingkup perusahaan dan bertugas menjaga kelancaran tugas operasional perusahaan dan melakukan koordinasi dengan para koordinator masing – masing divisi.
- (4) Presenter program acara (host), sebab host penting karena host harus dapat menghidupan suasana suatu program acara dengan

kata-katanya dan melakukan improvisasi serta tidak menutup kemungkinan turut memberikan ide kreatif.

- (5) Penonton, adalah sasaran dari setiap acara yang disiarkan dan mereka merupakan faktor yang menentukan berhasil tidaknya acara yang telah dibuat. Disamping itu sangat diharapkan bahwa khalayak penonton memberikan umpan baliknya setelah mengikuti program acara tersebut, dari adanya umpan balik tersebut sudah menunjukkan suatu pertanda keberhasilan suatu acara. Selain itu dengan adanya umpan balik tersebut merupakan suatu masukan yang sangat berarti dan dapat digunakan sebagai bahan pengkajian dalam rangka penyempurnaan program Jejak Jack Magician

b. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Terdapat dua metode observasi, yaitu observasi berstruktur dan observasi tak berstruktur. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi tak berstruktur, karena pada metode ini peneliti tidak sepenuhnya melaporkan, prinsip utama adalah merangkumkan, mensistematiskan dan menyederhanakan representatif peristiwa. Peneliti dalam hal ini bebas mengamati peristiwa (Rakhmat, 1998:85).

Observasi dilakukan saat acara berlangsung, peneliti hanya

proses pra produksi, produksi dan *pasca* produksi program Jejak Jack Magician.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penggalian dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti otobiografi, berita koran, artikel majalah, brosur, catatan harian, buletin, dan foto-foto. Dokumen-dokumen ini dapat mengungkapkan bagaimana subjek mendefinisikan dirinya sendiri, lingkungan dan situasi yang dihadapinya pada suatu saat, dan bagaimana kaitan antara definisi diri tersebut dalam hubungan dengan orang-orang di sekelilingnya dengan tindakan-tindakannya (Mulyana, 2002:195). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa artikel dan jurnal di internet, gambar-gambar proses produksi dalam acara *Jejak Jack Magician* serta dokumen-dokumen dari pihak ADITV Yogyakarta.

5. Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan menggunakan metode kualitatif, di mana data yang diperoleh bukan berupa angka. Data yang didapat digunakan untuk menjelaskan atau melaporkan data dengan apa adanya, kemudian memberikan interpretasi terhadap data tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data sebagai

a. Pengumpulan data

Observasi, wawancara dan pengumpulan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian

b. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan atau penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Proses ini merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu, mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan.

c. Penyajian data

Penyajian data merupakan penyusunan, pengumpulan informasi ke dalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah dipahami, hal ini memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang sederhana dan mudah dipahami adalah cara utama untuk menganalisis data deskriptif kualitatif yang valid. Penyajian ini biasa dalam bentuk matrik, grafik, atau bagan yang dirancang untuk menghubungkan informasi.

d. Menarik kesimpulan

Bermula dari pengumpulan data peneliti mulai mencari makna dari data-data yang terkumpul. Selanjutnya peneliti mencari arti dan penjelasannya, kemudian menyusun pola-pola

dipahami dan ditafsirkan. Data yang terkumpul disusun ke dalam satuan-satuan, kemudian dikategorikan sesuai dengan masalah-masalahnya. Data tersebut dihubungkan dan dibandingkan antara satu sama lain sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari sikap permasalahan yang ada.

6. Uji Validitas Data

Uji validitas data adalah upaya untuk meminimalisir distorsi yang mungkin akan mengotori data yang dihimpun oleh peneliti (Moleong, 1998:115). Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Sebenarnya ada empat teknik pemeriksaan menggunakan triangulasi dalam menguji keabsahan data menurut Lexy (1998:118) yaitu “sumber, metode, penyidik dan teori”.

Triangulasi data adalah membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat

1. Validitas dalam metode kualitatif (Moleong, 1998:110)