

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kromatis yang merupakan singkatan Keroncong Romantis adalah acara musik yang menyajikan musik – musik lawas maupun baru yang diiringi oleh musik keroncong. Tayang setiap hari senin pada pukul 20.00 –21.00 WIB di TVRI Jawa Tengah. Program Kromatis (Keroncong Romantis) bukan hanya sekedar program acara hiburan kepada masyarakat, namun lebih dari itu acara Kromatis (Keroncong Romantis) menjadi salah satu cara untuk melestarikan budaya daerah khususnya musik keroncong.

Program Kromatis (Keroncong Romantis) dapat dinikmati semua kalangan, karena program acara tersebut mengusung seni dan budaya. Program ini disiarkan secara live dari studio TVRI satu minggu sekali. Pilihan program Kromatis (Keroncong Romantis) sebagai objek penelitian disini atas dasar pertimbangan, yaitu Program Kromatis (Keroncong Romantis) sebagai salah satu program TVRI yang dikategorikan sebagai program yang mengangkat konten–konten budaya lokal.

Selama ini rating acara Kromatis (Keroncong Romantis) terbilang rendah yaitu antara 60-75 % saja. Hal ini disebabkan karena kurang diminatinya acara musik keroncong. Selain itu acaranya pun dikemas dengan menampilkan penyanyi-penyanyi senior atau tua-tua dan pemilihan lagu-lagu yang ditampilkan

rata-rata lawas atau lagu lama, sehingga acara tersebut kurang diminati oleh anak muda zaman sekarang.

Musik Keroncong merupakan jenis musik khas Indonesia meskipun instrumen musiknya bernada diatonis Barat. Musik keroncong berkembang dengan berbagai corak sebagai akibat perpaduan dengan berbagai jenis musik. Dan musik keroncong sangat erat kaitannya dengan musik kerakyatan yang timbul dan berkembang di masyarakat.

Musik keroncong berkembang di zamannya, tetapi dengan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, musik ini juga semakin hilang keberadaannya. Saat ini yang berkembang hanya musik–musik populer saja, seperti jenis musik pop, rock, dangdut, hip hop maupun percampuran antar jenis musik tersebut. Seniman–seniman musik tradisional seakan–akan tidak mempunyai tempat untuk mempertahankan eksistensinya. Mereka harus berjuang melawan kepopuleran jenis–jenis musik yang sedang berkembang saat ini. Industri musik juga semakin menutup diri untuk musik–musik yang tidak komersial. Pada akhirnya musik–musik tradisional seperti keroncong hanya menjadi musik “tuan rumah” bagi masyarakat sendiri.

Situasi seperti ini, walaupun kecil lingkupnya dapat merapuhkan tiang budaya yang lain. Bangsa yang besar adalah bangsa yang mengenal budayanya, dengan kata lain untuk membangunkan dan membesarkan bangsanya, seluruh masyarakat seharusnya juga mengenal budaya yang dimiliki bangsanya. Keroncong sebagai manifestasi budaya Indonesia, seharusnya dapat dikenal dan

disukai oleh seluruh masyarakat Indonesia. Keroncong Indonesia belum mati, hanya saja eksistensinya perlu ditanyakan.

Maka dari itu stasiun TVRI sebagai salah satu televisi lokal yang mengangkat sebuah program acara tentang budaya, budaya lokal yang patut diapresiasi salah satunya yaitu musik keroncong yang memberikan hiburan sekaligus melestarikan budaya. Serta memperkenalkan group musik yang ada di Jawa Tengah khususnya di Semarang. Acara tersebut juga memberikan pengetahuan tentang musik keroncong sekaligus melestarikan budaya lokal. TVRI Jawa Tengah telah memproduksi acara-acara andalan guna menjalankan perannya sebagai media massa yang antara lain mencakup fungsi pendidikan, hiburan, informasi dan kebudayaan.

TVRI Jawa Tengah yang konsisten dengan konten-konten budaya lokal Jawa Tengah yang sampai saat ini masih bisa memproduksi program-program yang memuat budaya lokal tersebut sehingga TVRI Jawa Tengah menjadi sangat hangat di kalangan masyarakat lokal. TVRI juga masih menampilkan hiburan-hiburan yang mengedepankan kelestarian budaya lokal, hal ini sesuai dengan visi dan misi TVRI yang ingin menyajikan dengan mengoptimalkan potensi dan kebudayaan daerah.

TVRI Jawa Tengah dalam menayangkan program acara musik daerah memiliki banyak tantangan, salah satu tantangan tersebut adalah kurang diminatinya musik keroncong di kalangan anak muda, karena keroncong identik dengan musik kuno atau tidak kekinian. Selain kurang diminatinya acara tersebut,

tantangan lainnya adalah segmen yang terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan kreativitas–kreativitas yang membuat acara tersebut semakin menarik dan diminati oleh khalayak atau penonton.

Maka dari permasalahan diatas diperlukan strategi kreatif agar acara Kromatis bisa diminati oleh semua kalangan, dan dekat dengan masyarakat serta masih mempertahankan kelestarian musik keroncong khususnya di Jawa Tengah. Sekarang ini banyak acara TV yang lebih menentingkan hiburan belaka, tanpa memperhatikan kelestarian budaya daerah lokal. Oleh karena itu, Kromatis (Keroncong Romantis) hadir sebagai sebuah acara yang bertujuan menghibur sekaligus melestarikan kebudayaan lagu–lagu jawa yang ada di Jawa Tengah. Sebagai sebuah program acara televisi yang memiliki banyak program harus tampil lebih kreatif. Program acara Kromatis (Keroncong Romantis) terus berinovasi dan menerapkan berbagai startegi kreatif. Hal tersebut dilakukan demi menghibur semua pemirsa. Dimana program tersebut tidak hanya sebagai acara hiburan, tetapi juga sarana pelestarian budaya.

Strategi kreatif merupakan cara dalam perencanaan dan pelaksanaan produksi program acara. Keberhasilan program musik ini tak lepas dari peran seorang produser yang menjadi pemimpin dalam proses produksi. Hal ini juga diterapkan dalam program Kromatis (Keroncong Romantis), karena produser memiliki strategi kreatif berupa perencanaan dan pelaksanaan produksi yang baik sehingga program ini dapat bertahan sampai sekarang.

Sebuah program yang menarik menjadi alasan bagi masyarakat untuk menikmati hasil produksi sebuah stasiun televisi. Dalam memproduksi program para produser televisi mempunyai inovasi yang berbeda-beda dalam mengemas program, agar tidak monoton dan mempunyai daya tarik tersendiri.

Apalagi sekarang ini, televisi swasta yang ada di tanah air menuntut paket-paket acara yang memiliki *rating* dalam menjalin hubungan kerjasama dengan rumah – rumah produksi (*Production House*). Karenanya persaingan yang terjadi bukan hanya menyangkut hasil akhir sebuah produksi, melainkan juga menyangkut teknik produksi yang baik. Jadi, bagaimanapun proses produksi baik secara teknis maupun non teknis, yang penting semua program, baik itu yang berformat pendidikan, berita atau hiburan, harus bernilai seni dan bisa mempengaruhi penonton dalam membentuk pikiran serta pembentukan sikap, kepribadian dan perilaku hingga perubahan sosial.

Televisi sebagai salah satu media hiburan dalam kategori audiovisual dan dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan atau kedua-duanya. Banyak program hiburan yang mulai bermunculan. Dari mulai televisi lokal hingga nasional berlomba-lomba memproduksi program hiburan dengan sajian yang berbeda-beda. Setiap stasiun televisi mempunyai ciri khas dalam menyajikan tayangannya.

Menurut Naratama (dalam Andi Fachruddin.2011:168), kunci keberhasilan suatu program televisi ialah penentuan format acara televisi tersebut. Definisi format acara televisi Menurut Naramata adalah sebuah perencanaan dasar dari

suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi dalam berbagai kriteria dengan tujuan dan target pemirsa atau khalayak.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menjadikan alasan untuk meneliti lebih dalam tentang strategi kreatif dalam produksi program sebagai salah satu media hiburan dan menyusunnya dalam sebuah skripsi yang berjudul : Staregi Kreatif Dalam Produksi Program Acara Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian kualitatif rumusan masalah yang merupakan fokus penelitian masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk lapangan atau situasi sosial tertentu (Sugiyono, 2014:210).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimanakah Strategi Kreatif dalam produksi Program acara Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini difokuskan untuk mengetahui Strategi Kreatif Dalam Produksi Program Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian sebagai berikut:

#### **1.4.1 Secara Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya tentang Strategi Kreatif Dalam Produksi Program Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah.

#### **1.4.2 Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada stasiun televisi khususnya dalam memproduksi Kromatis (Keroncong Romantis) agar selalu tampil baru dan mempertahankan ciri khas sebuah penyanangan produksi program tentang budaya lokal yang diharapkan.

#### **1.4.3 Secara Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak pengetahuan dan wawasan kepada stasiun TVRI Jawa Tengah serta masyarakat luas dalam memahami Produksi Program Acara Kromatis (Keroncong Romantis) agar lebih ditingkatkan lagi apresiasinya untuk melestarikan budaya lokal.

### **1.5 Kerangka Teori**

#### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah sistem keyakinan dasar sebagai landasan untuk mencari jawaban atas pertanyaan apa itu hakikat realitas, apa hakikat hubungan antara penelitian dan realitas, dan bagaimana cara peneliti mengetahui realitas.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma *konstruktivisme* atau disebut juga *interpretatif* karena peneliti ingin melihat bagaimana produser, pengarah acara dan tim kreatif dalam membentuk strategi program acara yang mereka produksi sebagai hasil dari kemampuan berfikir seseorang hingga program acara tetap berkembang terus. Penelitian kualitatif berdasarkan paradigma *konstruktivisme* yang berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada subjek dan bukan pada objek, hal ini berarti bahwa ilmu pengetahuan bukan hasil pengalaman semata, tetapi merupakan juga hasil konstruksi oleh pemikiran (Arifin,2012:140).

Paradigma Konstruktivisme juga memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Kenyataan ini bersifat ganda, dapat dibentuk dan merupakan satu keutuhan. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang. Pengetahuan hasil bentukan manusia itu tidak bersifat tetap, tetapi berkembang terus.

Paradigma *konstruktivisme* merupakan paradigma yang memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tapi terbentuk dari hasil konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma *konstruktivisme* adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam



studi komunikasi, paradigma *konstruktivisme* ini sering disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna.

### 1.5.2 *State Of The Art* (Penelitian Sebelumnya)

*State of the art* bertujuan untuk memperlihatkan persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian di skripsi ini.

Dalam penelitian ini meninjau laporan penelitian lain yang berkaitan dengan objek kajian penelitian. Laporan penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 1** *State of the Art*

No	Judul	Nama, Tahun & Universitas Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Peneliti Penulis
1	<i>Strategi Produksi Program Dakwah Islam Pencerahan Hati Di TVRI Jawa Tengah</i>	Nur Cahya Muslimah tahun 2015 dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Fakultas Dakwah Dan Komunikasi	Menunjukkan bahwa pada program dakwah islam ada Tahap proses Pra Produksi yang dilakukan oleh Tim Produksi yaitu rapat internal untuk menyusun tema, honor pembawa acara dan narasumber, Tahap Produksi dilakukan	Yang membedakan adalah : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek penelitian</li> <li>• Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis SWOT</li> <li>• Teknik pengumpulan data wawancara dengan</li> </ul>

			<p>langsung (live) yang berdurasi 1 jam dengan sajian qasidah dilanjutkan dialog antar pembawa acara bersama narasumber, selanjutnya tanya jawab interaktif dengan pemirsa di rumah dan yang di studio. Tahap Pasca Produksi tim melakukan evaluasi dengan mengevaluasi kesalahan yang terjadi disaat siaran. Strategi yang digunakan dengan mendatangkan Ustadzah Anis yang dapat memberikan dakwah tidak monoton sebagai narasumbernya.</p>	Kameramen.
--	--	--	---	------------

2	<p><i>Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Di Stasiun ADITV</i></p>	<p>Canggih Bekti Pratiwi tahun 2013 dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi,</p>	<p>Menunjukkan bahwa hasilnya menggunakan 13 Elemen strategi kreatif Naratama diterapkan oleh produser Tamu Istimewa dalam upaya mempertahankan eksistensi program Tamu Istimewa ditambah dengan beberapa strategi khusus lainnya yang belum pernah peneliti jumpai sebelumnya</p>	<p>Yang membedakan adalah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek penelitian</li> <li>• Menggunakan 13 Elemen startegi kreatif milik naratama</li> </ul>
3	<p><i>Strategi Kreatif Pengarah Acara Dalam Produksi Program Campursari Tambane Ati Di TVRI Jawa Timur</i></p>	<p>Doma Saski Pratyarsi tahun 2014 dari Institut Seni Indonesia Surakarta Fakultas Seni Rupa dan Desain</p>	<p>Menunjukkan bahwa strategi kreatif pengarah acara dalam produksi program <i>Campursari Tambane Ati</i> dibagi menjadi tiga tahapan. Pada tahap praproduksi meliputi</p>	<p>Yang membedakan adalah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek penelitian</li> </ul>

			<p>penentuan tema yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari, melakukan audisi secara langsung, penataan artistik, strategi memunculkan <i>gimmick</i> dan pemilihan <i>shot</i>. Dalam tahap produksi yaitu pergerakan kamera yang dinamis dan pelibatan penonton di studio sebagai bagian dalam proses produksi. Pada tahap pascaproduksi adalah dengan penyutingan secara <i>linier</i>. Pergantian gambar dengan menggunakan teknik <i>cut to cut</i>,</p>	
--	--	--	--	--

			<p><i>dissolve</i>, dan <i>fade</i> secara langsung melalui switcher. Beberapa strategi tersebut dilakukan PA <i>Campursari Tambane</i> <i>Ati</i> agar program menjadi tayangan yang baik.</p>	
--	--	--	---	--

Dari ketiga penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian Strategi kreatif dalam produksi program acara Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah yang akan penulis lakukan, yaitu sama-sama meneliti strategi kreatif dalam produksi program acara.

Dan perbedaan yang diambil dari penelitian ini dari penelitian-penelitian sebelumnya adalah dapat dilihat dari objek penelitian, disini peneliti mengambil program televisi sebagai objek yang akan diteliti.

Meskipun demikian penelitian yang akan penulis lakukan menggunakan kajian teori yang berbeda dengan yang dilakukan penelitian lainnya yang tidak menggunakan kajian teori.

### 1.5.3 Landasan Teori

#### 1.5.3.1 Teori Proses Kreatif

Kreativitas menurut Werner Reinartz dan Peter Saffert (dalam buku Andi Fachruddin,2015:1), merupakan pemikiran yang berbeda berbentuk kemampuan menemukan solusi yang tidak biasa terhadap suatu problem. Menurut Creative Education Foundation, pengertian kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (atau sekompok orang ) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan–pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya. Kreativitas berarti menemukan hal baru yang mengubah sesuatu secara signifikansi (kita bisa terus beradaptasi dengan lingkungan lewat perubahan–perubahan kecil serta mengoptimalkan kegiatan sehari–hari kita secara kreatif).

Menurut teori Graham Wallas yang dikemukakan pada tahun 1926 dikutip dalam bukunya *The Art Of Thought* (Piirto, 1992). Secara umum kreativitas muncul dalam proses empat tahap yang secara berkelanjutan mengalir perlahan – lahan dari manusia. Adapun tahapan tersebut sebagai berikut : (Munanda, 1999. Kreativitas & Kebarbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif & Bakat) dalam buku (Andi Fachruddin, 2015 : 3)

1. Tahap Persiapan (*Preparation*)

Pada tahap persiapan, otak mengumpulkan informasi dan data yang berfungsi sebagai dasar atau riset untuk karya kreatif yang sedang terjadi. Tahap persiapan ini merupakan tahap berorientasi tugas ketika seseorang melakukan riset khusus dengan membaca, mewawancari orang, bertualang, atau kegiatan lain yang berfungsi mengumpulkan fakta, ide, dan opini. Pada tahap ini, seseorang mempersiapkan diri untuk memecahkan masalah dengan belajar berpikir, mencari jawaban, bertanya kepada orang lain dan lain sebagainya.

2. Tahap Inkubasi (*Incubation*)

Masa inkubasi dikenal luas sebagai tahap istirahat, masa menyimpan informasi yang sudah dikumpulkan, lalu berhenti, dan tidak lagi memusatkan diri atau merenungkannya. Fungsi utama pikiran bawah sadar selama tahap ini adalah mengaitkan berbagai ide. Kreativitas merupakan hasil kemampuan pikiran dalam mengaitkan berbagai gagasan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan unik.

3. Tahap Pencerahan (*Illumination*)

Tahap pencerahan dikenal sebagai pengalaman, yaitu saat inspirasi ketika sebuah gagasan baru muncul dalam pikiran, seakan-akan dari ketiadaan, untuk menjawab kreatif yang sedang dihadapi. Tahap pencerahan ini sering terjadi saat seseorang mengerjakan sesuatu yang tidak berkaitan dengan upaya kreatif, seperti ketika sedang mandi, mengemudi, rileks. Tahap pencerahan merupakan titik tolak ketika

gagasan baru berpindah dari alam pikiran tidak sadar ke alam pikiran sadar. Hal ini paling mudah dicapai dalam keadaan santai dan bebas tekanan.

#### 4. Tahap Pelaksanaan / Pembuktian (*Verification*)

Disebut sebagai tahap pelaksanaan / pembuktian karena di sinilah titik tolak seseorang memberi bentuk pada ide atau gagasan baru, untuk menyakinkan bahwa gagasan tersebut bisa diterapkan. Di sinilah kemampuan dan keterampilan berpikir harus memainkan peran, demikian juga hasrat dan rasa gemberi. Dalam tahap pelaksanaan / pembuktian, ada gagasan berhasil dengan amat cepat, sedang yang lain perlu waktu berbulan-bulan atau bahkan tahunan. Jadi pada dasarnya kreativitas adalah pengelolaan suatu ide, menghubungkan beberapa elemen ide-ide yang terpisah, selanjutnya ide atau gagasan tersebut dikembangkan dan diolah menjadi suatu karya yang menarik, unik dan inovatif.

Pada penelitian mengenai strategi kreatif dalam produksi program Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah yang meneliti strategi kreatif dalam produksi. Peneliti akan menganalisis bagaimana strategi kreatif yang dilakukan oleh produser Program Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah.

#### **1.5.3.2 Teori Komunikasi Massa**

Konsep teori komunikasi massa mengandung pengertian suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan



kepada publik secara luas dan merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan dan dikonsumsi oleh audience. Komunikasi massa adalah media. Media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh karenanya, sebagaimana dengan politik atau ekonomi, media merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas.

Menurut Nurudin (2009:3) Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran informasinya. Komunikasi massa merupakan sebuah komunikasi yang memanfaatkan teknologi komunikasi modern yang didapatkan.

Gerbner dalam Rakhmat (2012:186) mengemukakan definisi komunikasi massa "*mass communication is the technologically and institutionally based production of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*", (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri). Dari definisi Gerbner, tergambar bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap, misalnya mingguan dan bulanan. Proses memproduksi pesan harus dilakukan oleh lembaga dan membutuhkan suatu

teknologi tertentu sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Keberadaan media tidak lepas dari perkembangan dan kemajuan dari teknologi komunikasi itu sendiri. Pada umumnya perkembangan media elektronik khususnya televisi lebih pesat bila dibandingkan dengan media lainnya.

Media massa merupakan saluran informasi, salah satunya televisi. Televisi menjadi media komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Televisi disebut sebagai media komunikasi massa karena bentuk komunikasi yang digunakan adalah saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, dan tersebar dimana – mana.

Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) (dalam buku Nurrudin, 2007 : 8) Komunikasi Massa mencakup hal – hal sebagai berikut :

- 1) Komunikator dalam komunikasi massa mengadakan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern meliputi surat kabar, majalah, televisi, film atau gabungan di antara media tersebut.
- 2) Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan – pesannya bermaksud mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang

yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.

- 3) Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang, karena itu diartikan milik publik.
- 4) Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga.
- 5) Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper (pernapis informasi). Artinya, pesan – pesan yang disebarakan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.
- 6) Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung.

### **1.5.3.3. Proses Produksi Acara Musik**

Dalam buku Teknik Produksi Program Televisi (Wibowo,2007:60), Program hiburan musik menggunakan berbagai macam format. Yang paling umum biasanya digunakan format musik klip, variasi ilustrasi pemandangan atau suasana lewat efek atau animasi sebagai latar bekalang, dipadu dengan penyanyi dan *back voice*-nya merupakan format klip yang konvensional. Sementara itu, untuk lagu – lagu yang bukan sekedar bercerita tentang cinta dapat didapatkan suasana yang lebih kreatif.

Format lain biasanya menggunakan bentuk *live show*, *stage* atau panggung, baik *indoor* di dalam gedung maupun *outdoor* di suatu lapangan,

dengan tata pencahayaan yang warna warni, dibuat lebih heboh dengan laser dan *camera movement* yang sangat cepat gerakannya. Dalam hal ini, yang perlu dipikirkan penonton di rumah tidak hanya ingin menonton suasana melainkan juga artisnya. Banyak program musik yang hanya menyuguhkan bayangan dan hingar – bingar musik dengan asap *dry-ice* tanpa pernah secara jelas memunculkan artis penyanyinya.

Program hiburan memiliki tata laksana produksi yang agak spesifik. Produser yang memiliki gagasa untuk memproduksi program tersebut, mengenai materi produksi yang akan dijadikan program acara televisi. Untuk itu, diperlukan riset agar konsep perencanaan produksi menjadi jelas bagi produser maupun tim crew yang akan melaksanakannya. Konsep dari produser harus jelas diimplementasikan dalam perencanaan baik berupa *floor plan* maupun naskah, meskipun naskah berbentuk *rundown* karena sistem.

Akan sangat perlu apabila sebelum pelaksanaan produksi diadakan peninjauan latihan, sehingga kurang lebih para kamerman dan crew, memiliki pemahaman yang sama seluruh jalan sajian. Sebab program semacam ini biasanya direkam atau ditayangkan secara langsung dengan multikamera. Latihan sangat perlu, untuk menentukan posisi lampu dan kamera serta floor plan. Banyak cacatan perlu dibuat oleh produser untuk menghindari kekacaun dalam pelaksanaan. Sangat mungkin terjadi bahwa dalam sajian yang sungguh terjadi perubahan spontan. Dalam hal ini

produser dan kameraman harus siap untuk berimprofisasi dengan ketrampilan maupun kecerdasannya.

Didalam produksi klip, dibutuhkan naskah berupa *treatment* yang berisi teks lagu dan petunjuk tempat atau lokasi yang menjadi latar belakang kegiatan artis. Kostum dan *blocking* artis perlu ditulis juga di dalam *treatment*. Sementara untuk sajian bentuk live show, dibutuhkan konsep *treatment* yang jelas mengenai seluruh sajian yang harus disiapkan. Untuk program yang tidak disiarkan secara langsung, beberapa kesalahan dapat dibuang dengan mengedit gambar, asal *sound* tetap dipertahankan kesinambungannya. Bahkan adegan atau sajian yang kurang menarik dapat saja dihilangkan kalau perlu.

Sesudah *planning* berupa konsep dan *treatment* jelas maka produksi dilaksanakan mengikuti *treatment*. Pada saat shooting dilaksanakan, di dalam produksi musik atau tari kadang – kadang untuk menghindari kesalahan musik atau nyanyian sudah di rekam terlebih dahulu. Penyanyi, penari dan pengiring musik hanya mengikuti hasil rekaman suara dan sistem ini disebut *play-back*. Sistem ini juga menghindarkan gangguan suara-suara yang tidak diinginkan masuk, ketika *shooting* sedang berlangsung. Di samping itu kesalahan yang mungkin terjadi pada penyanyi, salah ucap atau nada turun atau fals karena suatu sebab, dapat dihindari.

Pasca produksi untuk program yang tidak langsung ditayangkan, berupa editing *offline* dan *online* dilakukan untuk memberi tulisan pada

layar televisi, seperti judul lagu, nama penyanyi, membuang atau memberi sisipan (*insert*). Setelah semua siap diadakan *preview* sebelum program ditayangkan.

## **1.6 Operasionalisasi Konsep**

Untuk memberikan kejelasan penelitian skripsi ini, maka perlu adanya batasan dari judul “Strategi Kreatif Dalam Produksi Program Acara Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah”

### **1.6.1 Strategi Kreatif**

Strategi adalah sebuah rencana cermat yang dilakukan oleh kerabat kerja. Cara yang ditempuh untuk dapat mempersiapkan produksi secara matang untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Menurut Robert Cialdini (dalam buku Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Encyclopedia of Communication Theory*, 2009:155), ada 5 prinsip strategi yaitu :

- a. Timbal balik yaitu berdasarkan pada bantuan orang lain dan kemudian meminta bantuan yang berbeda dan lebih besar sebagai balasannya.
- b. Komitmen dan konsistensi yaitu berpusat pada keinginan seseorang untuk mempertahankan konsistennya.
- c. Bukti sosial yaitu melibatkan diri sendiri dengan kegiatan orang lain
- d. Otoritas yaitu bergantung pada faktor sumber utama (kredibilitas)
- e. Kelangkaan yaitu meningkatkan nilai yang dirasakan oleh sesuatu sehingga tampak kekurangan pasokan.

Sedangkan basis strategi menurut James Dillard adalah mengembangkan Model Goal, Plans dan Action. Model ini berfokus pada proses kognitif untuk mempengaruhi seseorang. Tujuannya adalah keadaan masa depan yang diinginkan seseorang untuk menerapkan rencana kerabat kerja harus mengembangkan strategi dan taktik. Strategi lebih banyak abstrak sementara taktik lebih spesifik atau konkret.

Jadi, Strategi kreatif didapat berupa inspirasi yang muncul dari hobi atau dari lingkungan sekitar, kemudian dikembangkan menjadi program acara televisi yang dikemas secara menarik dan berbeda sehingga pemirsa mudah mengingatnya.

### **1.6.2 Strategi Kreatif Produksi Program**

Strategi kreatif suatu program acara harus melalui proses dasar dari produksi program televisi yaitu merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan diharapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran dalam buku Freed Wibowo (2007:24), yaitu materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (*financial*), organisasi pelaksanaan produksi, dan tahap pelaksanaan produksi. Berikut adalah hal yang perlu diperhatikan dalam memproduksi program televisi, diantaranya :

a. Materi Produksi

Bagi seorang produser, materi produksi dapat berupa apa saja, kejadian pengalaman, hasil karya, benda, binatang, dan manusia merupakan bahan yang dapat diolah menjadi produksi yang bermutu.

b. Sarana Produksi

Sarana produksi adalah sarana yang menjadi penunjang terwujudnya konkret, yaitu hasil produksi. Tentu saja diperlukan kualitas alat standar yang mampu menghasilkan gambar dan suara secara bagus. Ada tiga pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi yaitu unit peralatan gambar, unit peralatan perekam suara, dan unit peralatan pencahayaan.

c. Biaya Produksi

Seorang produser harus memikirkan sejauh mana biaya produksi itu untuk memperoleh dukungan *financial* dari suatu pusat produksi atau stasiun televisi.

d. Organisasi Pelaksanaan Produksi

Supaya pelaksanaan shooting dapat berjalan dengan lancar, produser harus memikirkan penyusunan organisasi pelaksanaan produksi yang serapi-rapinya. Dalam hal ini, produser dapat dibantu oleh asisten produser, ia mendampingi sutradara dalam mengendalikan organisasi.

e. Tahap Pelaksanaan Produksi

Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut *Standart Operation Procedure* (SOP), yaitu :



1) Pra produksi (Perencanaan dan Persiapan ), dalam tahap ini meliputi tiga bagian, sebagai berikut :

- a) Penemuan ide
- b) Perencanaan
- c) Persiapan

2) Produksi (Pelaksanaan)

Sesudah perencanaan dan persiapan selesai, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara atau Pengarah Acara bekerja sama dengan para artis dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan. Selain sutradara, penata cahaya, dan suara juga mengatur dan bekerja agar gambar dan suara bisa tayang dengan baik.

3) Pasca Produksi

Pada pasca produksi memiliki lima langkah utama, yaitu :

- a) *Editing Offline* dengan Teknik Analog
- b) *Editing Online* dengan Teknik Analog
- c) *Mixing* (Percampuran Gambar dengan Suara)
- d) *Editing Offline* dengan Teknik digital atau *non Linier*
- e) *Editing Online* dengan Teknik Digital

### 1.6.3 Televisi

Televisi sebagai alat komunikasi massa yang merupakan gabungan antara audio dan video, sebab televisi dapat meneruskan suatu peristiwa dalam bentuk gambar yang hidup dan bersuara dan kadang-kadang berwarna atau dengan kata lain televisi merupakan “audio visual”.

(Yoyon, 2012:51). Televisi sebagai salah satu media massa mampu memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk tetapi pada umumnya tujuan utama khalayak televisi untuk memperoleh hiburan selanjutnya untuk memperoleh informasi.

Kajian ini dilakukan oleh TVRI Stasiun Jawa Tengah sebagai televisi publik. TVRI Jawa Tengah memiliki tugas untuk melayani publik dengan menyajikan program-program acara yang berkualitas, mengedukasi sekaligus juga menghibur dan sesuai dengan kepentingan masyarakat.

#### **1.6.4 Pertunjukan Musik**

Pertunjukan musik adalah format acara televisi yang menyajikan pertunjukan musik dari satu atau banyak penyanyi dan pemain musik, yang diselenggarakan di dalam maupun di luar studio. Program musik di televisi saat ini sangat ditentukan dengan kemampuan artis menarik penonton. Tidak hanya dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas penampilan agar menjadi lebih menarik. (Morrisan,2008:219).

Salah satu dari kajian ini adalah musik keroncong yang merupakan musik tradisional dengan tata nada dinamik, berbentuk vocal dengan iringan beberapa alat musik berdawai yang merupakan bentuk baku dari sebuah orchestra yang terdiri dari gitar melodi secara berkesinambungan dari awal hingga akhir permainan atau lagu, gitar

pengiring, ukulele, dan cello untuk menimbulkan nada *staccato* yang disebut sebagai kendang atau efek bunyi kendang.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Tipe penelitian deskriptif adalah menggambarkan kejadian penelitian secara detail dan menyeluruh. Disini peneliti bertindak sebagai pengamat, peneliti hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat dalam buku observasi dengan suasana alamiah dimaksud bahwa peneliti terjun kelapangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dan lisan dari seseorang yang peneliti amati. Atau dengan kata lain penelitian yang mengkaji data secara mendalam tanpa harus bergantung dengan angka.

Penelitian ini menggunakan format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Dalam penelitian ini yang

diteliti adalah strategi kreatif dalam program produksi acara Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah.

### **1.7.2 Situs Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di TVRI Jawa Tengah yang beralamat di Jalan Pucang Gading, Batusari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak 59567. Telp. 024-6723059 Fax. 024-6723059

### **1.7.3 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan informan yang memahami informasi seputar objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. (Burhan.2010:76).

Dari penjelasan di atas bisa diartikan bahwa subjek penelitian adalah yang bersangkutan dengan objek penelitian. Sehingga subjek penelitian ini adalah Produser, Pengarah Acara dan Tim Kreatif di Program Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah. Adapun Objek penelitiannya adalah Strategi Kreatif Program Acara Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah.

Pertimbangan memilih subjek penelitian produser karena seorang produser adalah orang yang bertanggung jawab atas program yang dibuat. Selain itu ada juga pengarah acara yang terlibat secara langsung proses produksi program yang dibuat, dan tim kreatif yang bertugas menyusun semua konten / bahan yang ditayangkan dalam sebuah produksi program televisi.

#### 1.7.4 Jenis Data

Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti dan diamati. Sedangkan Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber – sumber yang telah ada.

##### 1. Data Primer

Data yang berupa wawancara terhadap Produser, Pengarah Acara dan Tim Kreatif di program acara Kromatis (Keroncong Romantis). Data berupa kata-kata tertulis sebagai data utama yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan narasumber. Data hasil wawancara ini dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekam *audio tapes / video*.

##### 2. Data Sekunder

Data ini biasanya diperoleh dari buku – buku, internet, catatan kuliah, jurnal, artikel, surat kabar, dokumen, arsip dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis dan lain sebagainya yang mendukung data primer.

#### 1.7.5 Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder :

##### 1. Sumber data primer

Sumber data yang dihasilkan dan diolah. Pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara melihat, mengamati dan mencatat perilaku

subjek (observasi), mendokumentasikan beberapa kegiatan subjek saat melakukan briefing atau rapat dalam menyusun rancangan program acara, dan melakukan pembicaraan dengan subjek penelitian (wawancara) yaitu produser, pengarah acara dan tim kreatif dengan menggunakan pedoman observasi dan juga wawancara mendalam (*indepth interview*).

Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tatap muka dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun oleh peneliti sebelum bertemu dengan subjek penelitian. Selain itu sebelum melakukan wawancara, peneliti juga terlebih dulu menentukan subjek yang akan di wawancarai dengan memperlihatkan beberapa alasan agar subjek yang ditentukan sesuai dengan penelitian, sehingga dalam melakukan wawancara nantinya dapat diperoleh informasi yang tepat dan akurat.

## 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan data yang telah disusun seperti adanya studi ke perpustakaan untuk mencari kumpulan data, buku, karya ilmiah, dan laporan yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumentasi baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan. Serta data dapat diperoleh dengan mengunjungi beberapa website atau situs yang mampu memberikan penelitian tentang data yang dibutuhkan untuk penelitian.

### 1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi

#### 1. Observasi (Pengamatan)

Metode pengumpul data dengan observasi yaitu suatu kegiatan mencari data dengan cara mengamati objek penelitian sehingga didapatkan suatu kesimpulan. Dimana inti dari observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Jenis observasi yang digunakan adalah metode pengamatan secara langsung pada program acara Kromatis (Keroncong Romantis) terhadap tindakan verbal maupun non verbal dari individu atau kelompok yang bergabung dalam satu tim program acara televisi. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lengkap tentang pola interaksi antar anggota tim, termasuk pola pikir saat membuat sebuah program kreatif.

#### 2. Wawancara Mendalam (*Indept Interview*)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Melakukan wawancara mendalam dengan para informan. Dengan teknik ini akan tergali pengalaman informasi sehingga diharapkan bisa mengungkapkan secara baik pengalaman maupun pengetahuan mereka tentang strategi kreatif dalam program acara televisi. Dalam kaitannya dengan penelitian penulis, maka wawancara dilakukan kepada produser program, pengarah acara dan

tim kreatif. Aspek yang akan di gali yaitu tentang strategi kreatif dalam produksi program Kromatis (Keroncong Romantis) di TVRI Jawa Tengah.

### 3. Dokumentasi

Dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti menyelidiki benda-beda tertulis seperti dokumen, foto, buku–buku, file komputer dan lain sebagainya yang diambil dari TVRI Jawa Tengah maupun sumber lain yang terkait dengan penelitian ini. Maksud penggunaan metode dokumentasi adalah sebagai bukti penelitian, mencari data dan untuk keperluan analisis.

#### **1.7.7 Teknik Analisi Data**

Setelah melakukan pengumpulan data, seluruh data yang terkumpul kemudian diolah oleh peneliti. Miles and Huberman dalam buku Sugiyono yang berjudul Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (2014:246), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan langsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga data yang didapatnya lengkap dan valid. Setelah semua data terkumpul berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, tahap selanjutnya adalah :

##### a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal–hal yang pokok, memfokuskan hal–hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas,



dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono,2012:95).

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa reduksi data adalah suatu kegiatan dalam penelitian ini akan melakukan suatu proses terperinci yang mencakup : pertama, data dan informasi yang diperoleh di lapangan dalam bentuk rekaman, foto atau tulisan dalam sebuah laporan. Kedua, laporan tersebut perlu di reduksi, di rangkum, dipilah–pilah hal yang pokok. Ketiga, kemudian difokuskan pada hal–hal yang penting sesuai pola dan temanya. Jadi, data yang direduksi akan lebih tajam, juga mempermudah peneliti untuk melanjutkan proses analisis selanjutnya.

#### b. Sajian Data

Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data mengacu pada rumusan masalah yang dirumuskan pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang disajikan merupakan deskriptif mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada.

Menurut Miles dan Huberman dalam bukunya Sugiyono (2012:92) menyatakan bahwa : menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Data yang disajikan secara detail mulai dari tugas dan tanggung jawab setiap kru. Sajian data juga di lengkapi dengan kutipan wawancara dan foto kegiatan produksi.

#### c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Penarikan simpulan dan verifikasi yaitu proses kegiatan yang berusaha mencari data yang dikumpulkan, kemudian mencari pola, tema hubungan, permasalahan hal-hal yang sering muncul dan sebagainya. Jadi, dari data yang diperoleh kemudian dibuat suatu kesimpulan. Kesimpulan ini pada awalnya masih diragukan, untuk menguatkan kesimpulan peran verifikasi akan membuat suatu kesimpulan mempunyai dasar kebenaran dalam menjawab suatu permasalahan. Verifikasi dilakukan dengan mencermati kembali rumusan masalah, tujuan, metode penelitian, data hasil penelitian kemudian dicocokkan dengan kesimpulan yang telah di rumuskan.

#### **1.7.8 Kualitas Data**

Untuk penelitian yang menggunakan paradigma Konstruktivisme, kualitas data ditekankan pada uji validitas dan realibilitas. Dengan demikian data yang valid adalah ada yang ‘tidak berbeda’ antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Realibilitas dalam penelitian kualitatif bersifat majemuk atau ganda dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten dan berulang seperti semula. Ada empat teknik untuk mencapai data dalam penelitian kualitatif, tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan dua teknik kualitas data (Sugiyono, 2014 :270) meliputi :

1. *Credibility* / Kredibilitas (Validityas interbal), meliputi : (1) kegiatan memperpanjang pengamatan agar lebih mengenal subjek, lingkungan dan permasalahan – permasalahan yang dihadapi subjek; (2) peningkatan

ketekunan terus menerus agar peneliti dapat melihat secara cermat, teliti dan terdalam; (3) *triangulasi* yaitu pengumpulan data tidak hanya dari satu sumber; (4) bahan referensi yaitu adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti; (5) *member-check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data, tujuan *member-check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

2. *Konfirmability* (Objektivitas), berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *konfirmability*. Dalam penelitian ini, proses dan hasil penelitian harus ada, jangan sampai proses tidak ada tetapi hasilnya ada.