



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Landasan Teoritis

1. Strategi Kreatif

Kata “Strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*Strategos*” (stratos = militer dan ag = memimpin), yang berarti “*Generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Sedangkan menurut Stephanie K. Marrus (2002: 31), mendefinisikan strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Dari beberapa definisi strategi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu gagasan cara atau perencanaan yang dibuat untuk dapat menunjang keberhasilan dalam mencapai tujuan yang sudah di tetapkan oleh individu maupun suatu organisasi.

Sedangkan kata Kreatif menurut Imam Musbikin (2007: 6), “Kreativitas adalah kemampuan memulai ide, melihat hubungan yang baru, atau tak diduga sebelumnya, kemampuan memformulasikan konsep yang tak sekedar menghafal, menciptakan jawaban baru untuk soal-soal yang ada, dan mendapatkan pertanyaan baru yang perlu di jawab”. Dengan kata lain strategi kreatif adalah suatu gagasan dan rencana yang dibuat semenarik mungkin untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan oleh individu maupun suatu organisasi atau perusahaan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Naratama (2004: 111), terdapat 13 strategi kreatif yang digunakan untuk mengembangkan kreativitas suatu acara di antaranya adalah:

a. Target Penonton

Sebelum membuat sebuah program, produser beserta timnya harus menentukan target penonton atau pasar terlebih dahulu. Dengan sudah ditentukannya target penonton maka dalam pembuatan sebuah program menjadi lebih jelas arahnya akan dikemas bagaimana, dengan konsep yang seperti apa, dan di eksekusi sesuai dengan target penonton dan keinginan pasar tanpa tidak melupakan idealis dan ciri khas tersendiri dari program tersebut.

b. Bahasa Naskah

Dalam penentuan bahasa yang digunakan dalam suatu program, pembuat program tetap harus melihat target penonton terlebih dahulu. Agar bahasa yang digunakan dapat lebih mudah di mengerti dan sesuai dengan pasar yang dituju.

c. Format Acara

Format acara dalam suatu program dapat dikatakan menjadi dasar utama dari program itu sendiri. Format acara juga menjadi landasan dalam menuangkan segala kreativitas pada suatu program. Dengan membuat suatu format acara maka akan lebih jelas program seperti apa yang akan di produksi dan di eksekusi seperti apa nantinya. Menurut Naratama, format acara televisi di bagi menjadi tiga yaitu, drama atau fiksi (percintaan, komedi,

horror), non-drama atau non-fiksi (*talkshow, variety show, game show*), dan berita (olahraga, *feature*).

d. *Punching Line*

Punching line adalah suatu kejutan dalam naskah yang dimainkan dan diperankan oleh para pemain, dan kejutan tersebut sengaja dibuat untuk memecah kejenuhan para penonton saat menonton program tersebut. Hal tersebut dilakukan agar fokus, emosi, dan minat penonton kembali naik lagi saat menonton program tersebut.

e. *Gimmick dan Funfare*

Gimmick merupakan sebuah trik atau cara yang dilakukan dan diterapkan baik dalam suatu program maupun oleh para pemain dalam program tersebut dengan melakukan pembuatan sebuah karakter tertentu yang menarik dan menjual bagi para penonton. *Gimmick* dapat berupa *sound effect*, musik ilustrasi, mimik, *acting* pemain, gurauan, teknik *editing*, dan juga pergerakan kamera. Sedangkan *funfare* adalah suatu puncak acara dalam sebuah program, yang dimana dilakukan di akhir acara dan dilakukan secara meriah, gembira, mewah, dan indah. Semacam puncak penutupan yang totalitas.

f. *Clip Hanger*

Clip hanger adalah sebuah *scene* yang ditampilkan saat akan jeda iklan pada suatu program televisi. Kegunaan dari hal tersebut adalah untuk membuat penasaran para penonton akan kelanjutan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

acara tersebut, karena *scene* atau cuplikan yang ditampilkan sebelum jeda iklan tersebut adalah cuplikan – cuplikan yang menarik namun tidak sepenuhnya ditampilkan, sehingga para penonton menjadi merasa penasaran dengan kelanjutan cuplikan yang tadi mereka lihat sebelum jeda iklan tersebut.

g. *Tune dan Bumper*

Tune dan *bumper* dapat dikatakan sebagai ciri khas utama yang ditanamkan oleh pembuat acara kepada penonton. Karena *tune* dan *bumper* suatu program akan selalu ditampilkan pada awal acara dan ditampilkan secara terus menerus sehingga meninggalkan ingatan kepada para penonton. Maka dari itu pembuat program harus membuat *tune* dan *bumper* semenarik mungkin dan dapat di ingat dengan mudah oleh para penonton. *Tune* biasanya berdurasi 30 detik sampai 2,5 menit. Sedangkan *bumper* adalah sebuah perantara acara dengan durasi 5 detik.

h. Penataan Artistik

Penataan artistik adalah salah satu unsur penting dalam suatu program, karena penataan artistik dalam setiap program berbeda – beda mengikuti format dan konsep acara tersebut masing – masing. Dalam penataan artistik sangat dibutuhkan kreativitas agar mampu menampilkan latar dan tampilan yang menarik pada program televisi tersebut. Selain itu penataan artistik juga mempunyai fungsi sebagai panduan bagi *cameramen* dalam menentukan *blocking* saat pengambilan gambar.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





i. Musik dan *Fashion*

Dalam sebuah program musik yang ditampilkan dan gaya berpakaian para pemain dalam program tersebut juga menjadi salah satu hal yang menarik untuk dilihat dan didengar oleh para penonton. Maka dari itu pembuat program harus pintar dalam menentukan musik apa yang akan ditampilkan, harus musik – musik yang sedang ramai beredar di masyarakat namun tetap sesuai dengan konsep program televisi tersebut. Dan juga gaya berpakaian harus diperhatikan untuk menunjang peran yang di perankan oleh para pemain agar lebih menjiwai dan menarik karena sesuai dengan konsep acara tersebut.

j. Ritme dan Birama Acara

Dalam sebuah program televisi setiap waktunya dari awal sampai akhir harus sudah diperhitungkan untuk meminimalisir segala kesalahan dan kegagalan saat proses penayangan suatu program. Dalam mendapatkan ritme dan birama yang jelas maka pembuat program membuat grafik *flow* suatu acara.

k. Logo dan Musik *Track* untuk *ID Tune*

Pembuatan logo bertujuan menjadi tampilan utama suatu program yang akan diingat oleh para penonton. Sedangkan musik *track* juga mempunyai fungsi yang sama dengan logo, namun hanya berbeda dari segi audio dan visual, namun sama – sama bertujuan untuk membuat para penonton familiar dengan program tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. *General Rehearsal*

General rehearsal atau yang biasa dikenal dengan singkatan GR dilakukan dengan maksud agar meminimalisir kesalahan saat proses *live* atau saat *shooting* berlangsung. Jadi dengan dilakukannya GR para *crew* dapat mengetahui kurang dibagian mana dalam proses *shooting* tersebut dan apakah sudah sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.

m. *Interactive Program*

Interactive program digunakan agar para penonton dapat merasakan ikut serta kedalam proses terjadinya program televisi tersebut. Lalu juga dengan dilakukannya hal tersebut para pembuat program dan *crew* dapat mengetahui minat penonton secara langsung. *Interactive* program dapat berupa kuis, *Question and Answer* (Q&A), pengiriman pesan melalui *email*, SMS, bahkan telepon secara langsung sekalipun.

2. *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*

Planning, Organizing, Actuating, Controlling atau yang biasa disebut dengan singkatan POAC adalah sebuah model manajemen yang bersifat umum dan meliputi seluruh proses manajerial. Keempat model manajemen tersebut dalam manajemen modern berjalan secara spiral, tidak lagi berjalan secara linear. Hal tersebut memungkinkan suatu organisasi dapat bergerak secara terus menerus dan tidak berhenti hanya pada satu tahap saja. Menurut Manullang (2001: 4), mendefinisikan “Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pengorganisasian, penempatan karyawan, pemberian perintah, dan pengawasan terhadap sumber daya manusia dan alam, terutama sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu”.

Sedangkan menurut George R. Terry dalam buku “*Principles of Management*”, Terry mendefinisikan manajemen adalah suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, pelaksanaan, dan pengawasan, dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni, agar dapat menyelesaikan tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa manajemen adalah hal yang sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam buku “*Principles of Management*” dari George R. Terry (Sukarna, 2011: 10), Terry membagi model manajemen menjadi empat, yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengawasan). Berikut penjelasan mengenai model-model manajemen menurut George R. Terry:

a. *Planning* (Perencanaan)

Planning atau dalam Bahasa Indonesia disebut dengan Perencanaan adalah sebuah susunan langkah – langkah secara sistematis dan dibuat secara teratur yang berguna untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh individu maupun sebuah organisasi. Tahap ini adalah tahapan awal dari proses manajemen yang akan dilakukan oleh individu maupun sebuah organisasi, karena pada tahap ini dibuat atau disusunnya berbagai aktivitas dan rencana jangka panjang untuk mencapai sebuah tujuan yang sudah ditentukan diawal.



George R. Terry dalam buku “*Principles of Management*” (Sukarna, 2011: 10), mengemukakan bahwa “*Planning is the selecting and relating of facts and the making and using of assumptions regarding the future in the visualization and formulation to proposed of proposed activation believed necessary to accieve desired result*”. Yang dapat disimpulkan bahwa Perencanaan adalah suatu proses pemilihan dan penghubungan fakta – fakta, serta pembuatan dan penggunaan asumsi untuk masa yang akan datang dengan menggambarkan dan merumuskan kegiatan – kegiatan yang di perlukan dan dibutuhkan untuk mencapai hasil akhir yang sudah ditentukan dan diinginkan dari awal pembuatan.

Dalam membuat sebuah Perencanaan terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu *Specific, Measurable, Achievable, Realistic*, dan *Time*, atau biasa dikenal dengan singkatan *SMART*. Yang pertama yaitu *Specific*, yang berarti kegiatan atau aktivitas maupun dengan rencana harus jelas dan detail untuk meminimalisir kegagalan dalam mencapai suatu tujuan. Kedua yaitu, *Measurable* yang berarti kegiatan atau aktivitas yang direncanakan dan akan dilakukan dapat diukur tingkat keberhasilannya agar dapat melihat kegiatan yang berpotensi lebih baik.

Hal yang ketiga adalah *Achievable*, yaitu proses pembuatan rencana harus dapat dicapai ataupun di realisasikan, tidak hanya suatu rencana yang baik namun tidak dapat dilakukan. Keempat, *Realistic* yaitu pembuatan sebuah rencana harus dibentuk sesuai dengan kemampuan dan sumber daya ada ada pada individu maupun sebuah organisasi itu sendiri. Dan yang terakhir adalah *Time*, yaitu dalam pembuatan rencana juga harus memberikan batasan atau tenggat waktu yang jelas agar perencanaan dan pelaksanaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kegiatan atau aktivitas tersebut dapat berjalan sesuai tujuan yang jelas agar dapat dinilai dan dievaluasi nantinya. Jadi dapat diartikan bahwa Perencanaan adalah upaya individu maupun sebuah organisasi dalam memanfaatkan sumber daya yang ada dengan tetap memperhatikan segala aspek serta halangan untuk dapat mencapai tujuan secara efisien dan juga efektif.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing atau Pengorganisasian adalah suatu proses kegiatan pembagian tugas kepada setiap sumber daya dalam suatu organisasi yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian masing – masing sumber daya tersebut untuk kepentingan dalam mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Dalam kata lain Pengorganisasian adalah pembagian tugas sesuai dengan kelompok pada setiap keahlian dan kemampuan dari sumber daya itu sendiri. Pengorganisasian dapat terwujud jika ada hubungan dengan masing – masing unit yang sudah ditentukan sesuai dengan keahlian dan kemampuan masing – masing *unit*.

George R. Terry (Sukarna, 2011: 38), mengemukakan bahwa, “*Organizing is the determining, grouping and arranging of the various activities needed necessary for the attainment of the objectives, the assigning of the people to these activities, the providing of suitable physical factors of environment and the indicating of the relative authority delegated to each respective activity*”. Dapat diartikan bahwa Pengorganisasian adalah penentuan, pengelompokan, dan penyusunan macam – macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Jika semua sudah diorganisir dengan baik sesuai dengan keahlian dan kemampuan masing – masing maka perencanaan pun dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam melakukan Pengorganisasian agar dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh sebuah organisasi maka terdapat dua kegiatan yaitu, pembagian unit atau departemen dan pembagian kerja. Pembagian unit atau departemen dapat diartikan sebagai sebuah pengelompokan kegiatan – kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan kerja tersebut sesuai dengan keahlian atau kemampuan yang sejenis agar dapat saling berhubungan dan dapat dikerjakan bersama.

Lalu dalam pembagian tugas, agar dapat mempermudah mencapai tujuan sebuah organisasi dengan lebih efektif dan efisien maka dilakukan pembagian tugas atau kerja sesuai dengan keahlian dan kemampuan dari setiap unit atau departemen dalam organisasi tersebut. Dapat disimpulkan bahwa fungsi Pengorganisasian adalah sebuah proses dalam menyeleksi kompetensi segala sumber daya serta mengalokasikan sarana dan pra-sarana guna menunjang tugas dalam sebuah organisasi.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating atau Pelaksanaan dapat dikatakan adalah sebuah proses menggerakkan seluruh karyawan atau sumber daya manusia untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan utama sebuah organisasi atau perusahaan tersebut. George R. Terry (Sukarna, 2011: 82), mengatakan bahwa “*Actuating is setting all members of the group to want to achieve and to strike to achieve the objective willingly and keeping with the managerial planning and organizing efforts*”. Dari ungkapan diatas dapat dilihat bahwa pelaksanaan seluruh anggota manajemen, mulai dari tingkat atas hingga tingkat bawah sangat mempengaruhi tercapai atau tidaknya sebuah tujuan dalam suatu organisasi.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam mencapai sebuah tujuan segala kegiatan atau aktivitas harus dilakukan secara terarah sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan. Karena jika sebuah kegiatan dilakukan tidak sesuai dengan arahan yang sudah ditetapkan dari awal maka hal yang dilakukan dapat dikatakan hanya sebuah pemborosan baik dari segi tenaga, keuangan, waktu, maupun materi. Dengan Perencanaan dan Pengorganisasian yang baik tidak menjamin pencapaian terhadap tujuan sebuah organisasi akan berjalan dengan lancar, maka dari itu harus diimbangi dengan Pelaksanaan yang terarah dan sesuai ketentuan yang berlaku agar tetap sesuai dengan jalannya.

Komunikasi adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan fungsi Pelaksanaan, karena komunikasi itu sendiri adalah cara yang paling mudah digunakan seorang atasan atau pemimpin agar karyawan mengetahui dan menyadari apa tujuan dan rencana dalam organisasi atau perusahaan tersebut dan dapat berperan secara penuh dan efektif untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Jadi, dengan adanya fungsi Pelaksanaan ini setiap individu atau sumber daya manusia dalam sebuah organisasi atau perusahaan harus bekerja sesuai peran dan tugasnya yang sudah ditentukan dari awal agar dapat mencapai tujuan organisasi atau perusahaan tersebut.

d. *Controlling* (Pengawasan)

Model yang terakhir yaitu *Controlling* atau Pengawasan. Fungsi ini mempunyai peran penting dalam sebuah manajemen, walaupun fungsi *Planning*, *Organizing*, dan *Actuating* juga berperan besar namun jika pelaksanaan kerja tidak teratur, tidak terarah sesuai dengan ketentuan yang sudah dibuat maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. George

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



R. Terry (Sukarna, 2011: 110) mengemukakan bahwa, “*Controlling can be defined as the process of determining what is to be accomplished, that is the standard, what is being accomplished. That is the performance, evaluating the performance, and if the necessary applying corrective measure so that performance takes place according to plans, that is conformity with the standard*”. Dapat disimpulkan bahwa *Controlling* atau Pengawasan berfungsi untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju dan tetap searah dengan tujuan yang sudah ditentukan agar dapat tercapai.

Terry (Sukarna, 2011: 116), juga mengemukakan proses pengawasan dimulai dengan tahap pertama yaitu, *Determining the standard or basis for control* atau menentukan standar dasar bagi pengawasan yang akan dilakukan. Tahap kedua, *Measuring the performance* atau ukuran dalam pelaksanaan pengawasan. Tahap ketiga, *Comparing performance with the standard and ascertaining the difference if any* atau membandingkan pelaksanaan dengan standar yang sudah ditentukan dan temukan jika ada sebuah perbedaan. Dan yang terakhir yaitu, *Correcting the deviation by means of remedial action* atau memperbaiki penyimpangan dengan cara – cara dan tindakan yang tepat.

Dapat dilihat pada tahap ketiga dan keempat dapat dikatakan bahwa manfaat lain dari model *Controlling* atau Pengawasan adalah dapat mengetahui jika terjadinya penyimpangan – penyimpangan yang terjadi saat menjalankan program kerja. Dengan hal tersebut dapat meminimalisir sebuah kesalahan dalam manajemen sebuah organisasi atau perusahaan dan dapat mengarahkan karyawan atau sumber daya manusia dalam organisasi tersebut ke jalan yang tepat jika terjadi penyimpangan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan mengetahui permasalahan atau penyimpangan yang terjadi dalam sebuah organisasi atau perusahaan sejak dini dapat mempermudah organisasi tersebut untuk dapat mengevaluasi sehingga dapat melakukan perbaikan dengan secepat mungkin. Dengan demikian para karyawan ataupun sumber daya manusia dalam organisasi tersebut dapat melakukan tugasnya dengan lebih teliti dan berhati – hati agar tidak banyak melakukan kesalahan. Jadi dapat disimpulkan bahwa fungsi utama dari *Controlling* atau Pengawasan adalah untuk memastikan dan mengawasi bahwa aktivitas yang dilakukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan berjalan sesuai dengan perencanaan dan tujuan awal yang sudah ditentukan.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui strategi kreatif dalam program televisi “Ekspedisi Bakti Untuk Negeri” pada stasiun Metro TV. Peneliti akan menggunakan model *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* (POAC) untuk mengetahui strategi kreatif tersebut.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Landasan Konseptual

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang menggunakan media massa berteknologi modern yang mampu menyampaikan pesan secara massal dan dapat diakses oleh khalayak luas, anonim dan heterogen. Terdapat beberapa pandangan Komunikasi Massa menurut para ahli, sebagai berikut:

- a. Menurut George Gerbner (Rakhmat, 2008: 188), “*Mass communication is the technologically and institutionally based*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia. Dari definisi Gebner dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa itu sendiri menghasilkan suatu produk berupa pesan – pesan komunikasi. Produk tersebut disebarakan melalui suatu teknologi yang diproduksi oleh suatu lembaga dan didistribusikan kepada khalayak secara terus menerus, sehingga komunikasi massa akan memberikan efek yaitu akan dilakukan oleh banyak masyarakat industri.

b. Menurut Bittner (Rakhmat, 2008: 188), "*Mass Communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*". (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah suatu pesan yang disampaikan kepada khalayak banyak melalui media massa. Media massa yang dimaksud disini adalah alat komunikasi teknologi modern seperti televisi, radio, surat kabar, bahkan film bioskop sekalipun.

Dapat disimpulkan dari beberapa definisi diatas bahwa komunikasi massa adalah sebuah pesan yang di produksi melalui sebuah teknologi modern media massa yang diproduksi oleh sebuah lembaga atau organisasi dan dapat diakses dan disampaikan kepada khalayak secara luas. Pesan yang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

disampaikan melalui media massa tersebut akan dapat mempengaruhi dan membuat suatu kebudayaan baru pada masyarakat yang menerima pesan tersebut. Komunikasi massa itu sendiri mempunyai karakteristik atau ciri – ciri tersendiri yang membedakan dari komunikasi lainnya. Menurut Denis Mcquail (Ardianto, 2014: 70 – 72), berikut karakteristik atau ciri – ciri dari komunikasi massa:

1. Komunikator utamanya adalah suatu lembaga media atau pers, karena pada dasarnya komunikasi massa dalam menyampaikan sebuah pesan menggunakan media massa, baik media audio visual maupun cetak.
2. Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Anonim dalam hal ini mempunyai pengertian yaitu komunikator memberikan dan menyampaikan pesan melalui media sehingga tidak adanya interaksi secara langsung atau tatap muka, hal tersebut menyebabkan komunikator tidak mengenal komunikannya. Sedangkan yang dimaksud dengan heterogen adalah komunikasi dalam komunikasi massa terdiri dari berbagai lapisan yang bervariasi, dikarenakan komunikasi massa dalam penyebaran dan penyampaian pesannya dilakukan secara luas dan menjangkau banyak khalayak.
3. Pesan yang di produksi dan disampaikan kepada khalayak bersifat umum dan universal. Pesan dalam komunikasi massa disebarkan dan disampaikan melalui media massa yang mana komunikator tidak bisa mengontrol pesan tersebut diterima

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

oleh komunikasi tertentu saja. Karena hal tersebut membuat komunikator memberikan dan menyampaikan pesan dengan topik yang universal agar dapat dimengerti oleh para khalayak yang menerima pesan tersebut.

4. Komunikasi yang dilakukan dalam komunikasi massa bersifat satu arah, hal tersebut mempunyai arti bahwa komunikator menyampaikan pesan melalui media massa, sehingga komunikasi atau *audiens* tidak dapat memberikan respon secara langsung kepada komunikator tersebut. Komunikasi atau *audiens* tetap dapat memberikan respon atas pesan yang disampaikan tersebut, namun sifatnya tertunda atau tidak dapat langsung merespon pesan tersebut.
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, dalam hal tersebut yang dimaksud dengan keserempakan adalah dimana komunikasi massa dapat menjangkau jumlah sasaran komunikasi atau *audiens* dengan relatif lebih banyak dan tidak terbatas. Dan juga para komunikasi atau *audiens* akan mendapatkan pesan secara serempak pada waktu yang bersamaan.
6. Dalam memproduksi sebuah pesan, komunikasi massa sangat bergantung kepada peralatan – peralatan teknis. Karena dalam komunikasi massa dalam menyebarkan dan menyampaikan pesannya membutuhkan kecepatan dan keserempakan agar para khalayak mendapatkan pesan yang sama. Lalu juga komunikasi massa itu sendiri harus di *control* oleh seorang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

gatekeeper atau contohnya seperti seorang reporter, manajer pemberitaan, *cameramen*, dan lainnya. Fungsi dari *gatekeeper* itu sendiri ialah untuk melihat dan memantau apakah pesan yang akan disampaikan tersebut terdapat sesuatu yang berlebihan atau kekurangan, atau bahkan perlu disederhanakan agar para komunikan atau *audiens* lebih mudah memahami pesan tersebut.

Dalam menyampaikan suatu pesan kepada para khalayak atau *audiens* komunikasi massa itu sendiri mempunyai beberapa fungsi tersendiri. Fungsi tersebut dapat menyesuaikan dari pesan yang akan disampaikan oleh komunikator, dapat berupa hiburan yang membuat para komunikan yang melihat pesan yang ditampilkan merasa terhibur dan dapat teralihkan dari masalah yang sedang dialaminya. Dapat juga berfungsi mempersuasi para khalayak, dengan menyebarkan dan menyampaikan pesan secara terus menerus sehingga secara tidak langsung para khalayak atau *audiens* yang mendapatkan pesan tersebut dapat menirukan atau melakukan sebagai suatu tingkah laku atau perilaku yang baru untuk dilakukan. Dan juga komunikasi massa dapat berfungsi sebagai media yang memberikan pesan berupa informasi dan mendidik bagi para khalayak, baik dari bidang dan topik apapun, selagi pesan tersebut berisi pengetahuan dan nilai – nilai yang baik bagi masyarakat.

Produk komunikasi massa yang diteliti dalam penelitian ini adalah program televisi “Ekspedisi Bakti Untuk Negeri”. Program tersebut ditayangkan oleh stasiun televisi Metro TV pada tahun 2020.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Televisi

Televisi adalah salah satu media massa berteknologi modern yang mampu menampilkan audio dan visual secara bersamaan dan dapat menyampaikan pesan dan menjangkau kepada banyak khalayak. Televisi itu sendiri dapat dikatakan adalah sebuah produk massal yang terus dikembangkan dari tahun ke tahun, hingga sampai saat ini pun televisi masih terus berkembang dan disukai oleh para khalayak banyak. Dapat dikatakan awal mula terciptanya sebuah televisi dimulai dari munculnya era komunikasi elektronik, yang dapat dilihat dari penemuan hukum gelombang elektromagnetik yang ditemukan oleh Michael Faraday dan Joseph Henry pada tahun 1831.

Kemudian pada tahun 1876, George Carey menciptakan sebuah *selenium camera* yang dapat membuat seseorang melihat suatu gelombang sinar pada sebuah tabung yang hampa, yang dapat disebut dengan sinar katoda. Lalu, Freidrich Reinitzeer pada tahun 1888, menemukan sebuah cairan Kristal yang dimana hal tersebut menjadi bahan dasar dalam pembuatan sebuah *Liquid Crystal Display* atau yang biasa dikenal dengan sebutan LCD. Lalu sebuah Tabung Sinar Katoda (CRT) pertama diciptakan oleh seorang ilmuwan Jerman yang bernama Karl Ferdinand Braun pada tahun 1897. Hal tersebut adalah awal mula televisi dengan layar tabung.

Lalu Philo T. Farnsworth, seorang ilmuwan asal Utah, Amerika Serikat, mengembangkan sebuah televisi modern pertama di dunia pada tahun 1927, dengan gagasannya yaitu *image dissector tube* yang dapat dikatakan menjadi dasar kerja sebuah televisi. Dua tahun kemudian, pada tahun 1929, Vladimir Zworykin berhasil menyempurnakan sebuah tabung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



katoda yang dinamakan *kinescope* yang dikembangkan dari teknologi yang dimiliki oleh *CRT* terdahulu. Dan pada tahun 1940, Peter Goldmark mampu menciptakan televisi berwarna dengan resolusi yang dapat mencapai 343 garis. Pada tahun 1967, James Fergason menemukan sebuah teknik *twisted nematic*, yaitu sebuah layar LCD yang lebih efektif dan efisien.

Dan pada tahun 1979, para ilmuwan dari perusahaan kamera ternama yaitu Kodak, berhasil untuk menciptakan suatu tampilan dengan jenis yang baru yaitu, *Organic Light Emitting Diode* atau yang biasa disebut dengan OLED. Dan temuan tersebut dipatenkan pada tahun 1987. Hal tersebut menjadi awal mula generasi baru dalam perkembangan televisi. Hingga pada akhirnya memasuki tahun 2000, perkembangan televisi semakin jauh lebih baik dan cepat berkembang, baik LCD, OLED, maupun CRT. Perkembangan televisi tetap terus dilakukan hingga sampai saat ini dengan maksud dan tujuan untuk mempermudah kehidupan manusia disegala hal.

Indonesia pun sendiri melihat televisi yang semakin berkembang akhirnya pada 24 agustus 1962 memutuskan untuk membuka suatu stasiun televisi nasional, yang dikenal dengan nama Televisi Republik Indonesia (TVRI). Namun sejak pembukaan stasiun televisi tersebut, masyarakat Indonesia selama 27 tahun hanya menonton saluran TVRI saja, karena tidak adanya stasiun televisi lain di Indonesia. Sampai pada akhirnya pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada pihak swasta untuk membuka stasiun televisi lainnya. Dan RCTI adalah stasiun televisi swasta pertama di Indonesia. Namun seiring berjalannya waktu, dan kebutuhan masyarakat mengenai informasi semakin meningkat, serta gerakan reformasi pada tahun 1998 yang menjadi salah satu faktor pemicunya perkembangan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perindustrian televisi di Indonesia membuat munculnya sejumlah stasiun televisi lainnya di berbagai daerah di Indonesia.

Televisi sendiri mempunyai fungsi tersendiri yang berbeda dengan media massa lainnya. Fungsi pertama yaitu sebagai alat informasi, televisi adalah salah satu media massa yang menyampaikan suatu pesan kepada khalayak banyak. Hal tersebut yang menjadikan televisi terkadang digunakan sebagai alat penyebaran informasi kepada para audiens. Yang kedua adalah sebagai media edukasi, yang dimana televisi menyajikan dan menampilkan tidak hanya hiburan atau berita saja kepada khalayak, namun juga tidak sedikit menampilkan tayangan – tayangan yang memberikan wawasan dan edukasi kepada para khalayak yang menontonnya.

Fungsi yang ketiga adalah sebagai sarana hiburan, televisi menjadi salah satu hal yang pilih oleh para khalayak jika ingin melupakan masalah yang sedang dihadapinya di dunia nyata. Karena tidak sedikit tayangan program pada stasiun televisi yang berisi komedi dan juga menghibur para penonton yang menonton program tersebut. Tidak hanya komedi, hiburan tersebut dapat juga dijumpai dalam tayangan film layar lebar, atau juga acara musik, dan lainnya. Televisi juga dapat mempersuasi para khalayak dari tayangan – tayangan yang ditampilkannya secara terus menerus, sehingga dapat membuat perilaku atau tatanan baru dalam masyarakat.

3. Dokumenter

Menurut Gerzon R. Ayawaila (2008: 11), film dokumenter adalah film yang mendokumentasikan atau mempresentasikan kenyataan. Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa dokumenter adalah suatu karya dalam



bentuk film atau video yang direkam berdasarkan realita yang terjadi dan sesuai fakta pada peristiwa tersebut. Dokumenter itu sendiri mempunyai berbagai macam tujuan antara lain seperti, penyampaian informasi, media pendidikan, bahkan dapat menjadi sarana propaganda bagi suatu individu maupun kelompok tertentu. Sebuah dokumenter tidak menciptakan suatu kejadian atau peristiwa secara dibuat – buat, tetapi dokumenter tersebut merekam kejadian atau peristiwa yang benar – benar terjadi tanpa rekayasa.

Film “Maona” yang di produksi pada tahun 1926 adalah salah satu karya pembuat film sekaligus kritikus film asal Inggris yang bernama John Grierson, hal tersebut yang menjadi awal mula istilah “dokumenter” digunakan. John mengatakan bahwa “Dokumenter adalah salah cara kreatif dalam mempresentasikan sebuah realitas mengenai suatu kejadian atau peristiwa tertentu”. Jenis produksi film atau video dokumenter untuk sekarang sudah cukup banyak diminati oleh banyak kalangan baik individu, organisasi, lembaga atau institusi, bahkan rumah produksi sekalipun. Namun ciri khas dokumenter baik diproduksi oleh independen maupun oleh stasiun televisi memiliki ciri khas yang berbeda.

Independen dalam memproduksi sebuah dokumenter mempunyai ciri khas yaitu, durasi film yang panjang karena tidak adanya batasan untuk waktu tayang, menggunakan *angle* yang bervariasi, kebanyakan tujuan dari pembuatan dokumenter oleh independen adalah untuk diikuti sertakan pada perlombaan atau festival film. Sedangkan ciri khas dokumenter yang diproduksi oleh stasiun televisi yaitu, durasi program yang lebih pendek dikarenakan menyesuaikan dengan batasan jam tayang pada stasiun televisi, lalu untuk *angle* pengambilan gambar juga hanya diambil yang sesuai dengan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



hal – hal yang umum dipakai dalam stasiun televisi dan juga yang memperhatikan ketentuan dan estetika dari gambar tersebut, dan yang terakhir adalah tujuan dalam pembuatan sebuah dokumenter adalah untuk sebagai tayangan pada program di stasiun televisi.

Dahulu film dokumenter hanya sekedar rekaman suatu kejadian atau peristiwa secara nyata saja seperti yang terkenal yaitu *National Geographic*, *Discovery Channel*, yang sebagian besar hanya meliput mengenai flora dan fauna di alam bebas. Namun seiring berjalannya waktu program dokumenter menjadi salah satu pilihan yang cukup diminati karena para produser pembuat program tersebut yang semakin kreatif dengan mengangkat isu – isu yang sedang populer dan menarik, penggunaan teknologi yang semakin canggih, dan pengemasan cerita nyata yang menarik dan tidak membosankan.

Indonesia sendiri yang menjadi pelopor pertama dalam film dokumenter adalah stasiun televisi pertama Indonesia yaitu, Televisi Republik Indonesia (TVRI). Namun pada awal mula dokumenter di Indonesia TVRI hanya menyajikan dan menampilkan film – film dan program dokumenter yang mengangkat tema kebudayaan, flora dan fauna saja. Secara umum film dokumenter dibagi menjadi dua jenis yaitu, film dokumenter berdasarkan keinginan atau fiksi dan film dokumenter berdasarkan dari representasi sosial atau film dokumenter non fiksi. Untuk jenis film dokumenter berdasarkan keinginan kebanyakan yang ditampilkan adalah sesuatu yang memberikan ekspresi nyata sesuai dengan apa yang biasa dilihat dan dipahami, seperti keinginan, mimpi, ketakutan, dan lainnya.

Sedangkan dengan film dokumenter yang berdasarkan dari representasi sosial adalah suatu film yang memberikan representasi nyata

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengenai hal – hal yang memang pada kenyataannya terjadi di dunia nyata yang tidak banyak orang tau dan pahami. Hal tersebut akan menjadi wawasan dan pengetahuan baru bagi para penonton dan penikmat film dokumenter tersebut. Jadi sebagian besar film dokumenter dapat dijadikan sebagai media edukasi baik dalam proses pembuatannya yang disaat meliput juga sekaligus mendapatkan pembelajaran mengenai objek yang diliput secara realita dan juga hasil jadi film dokumenter tersebut pun juga tetap mempunyai fungsi mengedukasi, khususnya untuk film dokumenter yang berdasarkan representasi sosial atau non fiksi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

C. Penelitian Terdahulu

1. Strategi Kreatif Dalam Program Acara Dendang Pantun TVRI

Sumatera Utara Dengan Tema Takkan Goyah Dipecah Belah

Penelitian Kartika Hasanah dan Triadi Sya'dian (2020), Jurnal FSD, Vol. 1 No. 1, yang berjudul “Strategi Kreatif Dalam Program Acara Dendang Pantun TVRI Sumatera Utara Dengan Tema Takkan Goyah Dipecah Belah”. Menurut peneliti program tersebut adalah salah satu program yang berhasil untuk dapat tetap melestarikan budaya Indonesia namun dikemas dengan gaya yang kekinian dan menghibur. Hal tersebut menurut peneliti menjadi sesuatu hal yang baik karena dapat membuka kesadaran generasi – generasi muda akan pelestarian budaya Indonesia.

Yang menjadi strategi kreatif dalam program ini adalah dari segi konten yang diberikan di setiap segmennya, tema yang diangkat di setiap episodnya, dan juga program ini juga mengangkat isu – isu yang sedang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

terjadi di masyarakat sehingga masyarakat dapat merasa mengerti dan paham dengan topik yang di angkat dalam program tersebut. Tidak hanya itu saja, segala ide kreatif dalam program ini dikemas dalam bentuk berpantun yang membuat program ini mempunyai ciri khas tersendiri.

Dari penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa program “Strategi Kreatif Dalam Program Acara Dendang Pantun TVRI Sumatera Utara Dengan Tema Takkan Goyah Dipecah Belah” mampu melestarikan dan mengemas kebudayaan Indonesia untuk ditayangkan di stasiun televisi dengan gaya yang menarik dan menghibur tanpa menghilangkan nilai – nilai kebudayaan yang ditampilkan pada program televisi tersebut. Peneliti melakukan analisa dengan menggunakan teori dari Naratama mengenai 13 strategi kreativitas acara.

Penelitian menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Karena penelitian ini memaparkan dan menganalisis hasil dari wawancara dengan produser maupun pembawa acara pada program tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan produser dan juga *crew – crew*, observasi dengan mengamati video program tersebut secara berulang, dokumentasi dengan mengambil potongan gambar dan studi pustaka.

Dapat dilihat persamaan dari penelitian tersebut adalah peneliti sama – sama menggunakan teori dari Naratama mengenai 13 strategi kreativitas sebuah acara dan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini. Karena peneliti mempunyai kesamaan untuk memaparkan dan menganalisis strategi kreatif apa yang digunakan dalam program televisi yang diteliti.



2. Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program

“Buah Hatiku Sayang” di Televisi Republik Indonesia

Penelitian Shinta Kristanty dan Gemilang Awal Ramadhan (2021), Jurnal Communication, Vol. 12 No. 1, yang berjudul “Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program “Buah Hatiku Sayang” di Televisi Republik Indonesia”. Menurut peneliti program televisi ini mempunyai suatu tujuan yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan, keragaman, dan hiburan kepada para penonton ditengah – tengahnya banyak stasiun televisi lain yang hanya berfokus dan mengejar keuntungan ekonomi saja dengan mencari *rating* dan *share*. Menurut peneliti memproduksi sebuah program televisi dengan format *talk show* yang baik di televisi merupakan suatu kerja keras, karena program tersebut memerlukan banyak persiapan.

Program televisi ini bertujuan untuk menjadi sebagai media yang dapat menyampaikan pesan pendidikan agar dapat membantu kemajuan serta meningkatkan kualitas proses belajar mengajar siswa siswi mulai dari sekolah dasar sampai sekolah menengah atas. Program televisi “Buah Hatiku Sayang” adalah program televisi dengna format *talkshow* dan konsep ibu dan anak, hal tersebut tentu saja menjadi salah satu faktor kesulitan dalam memproduksi faktor tersebut. Karena program tersebut yang mengutamakan pendidikan dan dampak – dampak positif dan menghilangkan dampak negatif, jelas bukan menjadi pertimbangan dari segi *rating* dan *sharing*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam penelitian ini model strategi kreatif yang digunakan adalah konsep dari Rusman Latief, yang dimana menurut Latief kreatif harus memiliki Ide, Berfikir Kreatif, *Brainstorming*. Dan menggunakan teknik berpikir kreatif SKEMPER, S untuk Substitusi (Apa yang bisa diganti?), K untuk Kombinasi (Apa yang bisa digabung?), A untuk Adaptasi (Ide mana yang bisa di pinjam?), M untuk Modifikasi (Apa yang bisa di ubah sedikit atau mungkin di perbesar?), P untuk Penggunaan lain (Bisa dipakai untuk apa), E untuk Eliminasi (Apa yang bisa dikurangi?), dan R untuk *Reverse* (Apakah bisa dibalik atau di tata dengan cara lain?). Lalu untuk paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Post – Positivisme dan menggunakan pendekatan kualitatif serta metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa program Buah Hatiku Sayang adalah sebuah program di stasiun televisi TVRI yang sangat mengedepankan edukasi bagi para generasi muda dengan mengemas suatu program televisi dengan format *talk show* yang dikemas secara menarik bagi anak – anak yang menonton, dengan adanya bernyanyi bersama, penampilan bakat dari anak – anak yang bertalenta. Lalu setiap episode yang ditampilkan selalu menyampaikan informasi yang berkaitan dengan pendidikan yang berkualitas dan diharapkan dapat mendidik bagi anak – anak bangsa.

Strategi kreatif yang digunakan pada program televisi ini adalah dengan menampilkan sesuatu yang baru dan menarik di setiap episodenya agar para penonton tidak merasa bosan dengan tayangan yang monoton. Lalu juga dibuatnya segmen – segmen yang menarik seperti, tarian, *game*,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan lain – lain. Dan dapat dilihat persamaan dari penelitian ini adalah peneliti sama – sama menggunakan pendekatan kualitatif.

3. Strategi Kreatif Produser Dalam Program Semangat Pagi Indonesia Di Televisi Republik Indonesia (TVRI)

Penelitian Septiana Rachman dan Rocky Prasetyo Jati (2020), Jurnal Pantarei, Vol. 4 No. 1, yang berjudul “Strategi Kreatif Produser Dalam Program Semangat Pagi Indonesia Di Televisi Republik Indonesia (TVRI)”. Menurut peneliti program Semangat Pagi Indonesia adalah salah satu program televisi yang dapat bertahan sejak 2010 hingga saat ini. Dikarenakan program tersebut tetap melakukan adaptasi dari tahun ke tahun. Perubahan dan adaptasi yang dilakukan dapat dilihat dari nama program, jam tayang, pengemasan program, tata panggung, dan lain sebagainya. Namun dengan banyaknya perubahan dan adaptasi pada program tersebut program tersebut tetap konsisten untuk memberikan berbagai jenis informasi yang mendidik kepada para penontonnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 13 model strategi kreativitas acara dari naratama yaitu, target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick* dan *funfare*, *clip hanger*, *tune* dan *bumper*, penataan artistik, musik dan *fashion*, ritme dan birama acara, logo dan musik *track*, *general rehearsal*, dan *interactive* program. Dan juga peneliti menerapkan teori kendali organisasi dari Philip Tompkins dan George Cheney yaitu kendali sederhana, kendali teknis, kendali birokrasi, dan kendali konsertif. Lalu untuk paradigma yang digunakan

pada penelitian ini adalah Post – Positivisme, karena peneliti terlibat langsung dengan objek yang diteliti. Dan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif serta metode deskriptif, karena peneliti bertujuan untuk mencari tau secara dalam.

Dapat disimpulkan dari penelitian tersebut bahwa program Semangat Pagi Indonesia mampu bertahan sejak 2010 hingga sekarang karena mengemas programnya tersebut menggunakan ke-13 model strategi kreatif acara yang dimana dengan penggunaan model strategi kreatif tersebut dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi pada sebuah program. Lalu juga pembuat program menerapkan teori kendali organisasi, mulai dari kendali sederhana yang dimana produser mengadakan evaluasi dan *briefing* setiap harinya, kendali teknis dengan cara memanfaatkan sosial media untuk mengontrol timnya dari jarak jauh maupun dekat, lalu kendali birokrasi yang dimana produser program tersebut menaati peraturan dari perusahaan dan menerapkan kepada timnya, dan yang terakhir adalah kendali konsertif yang dimana produser lebih mengendalikan komunikasi antarpribadi seperti memberikan motivasi dan apresiasi dalam bekerja. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah peneliti sama – sama menggunakan metode deskriptif dan penggunaan model 13 strategi kreatif suatu acara.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4. *A qualitative analysis of charismatic leadership in creative teams: the case of Turkish TV series directors*

Penelitian Mine Afacan Fındıklı dan Uğur Yozgat (2012), Jurnal Procedia, Vol. 41, yang berjudul “A qualitative analysis of charismatic leadership in creative teams: the case of Turkish TV series directors”. Menurut peneliti, *TV and media play an important role in our life and it has been stated that TV series are the second most followed program type after news. Apart from their rationality and consistency, directors and team play a major role in the recognition of the series by the society. It has been contented that the most popular Turkish TV series have been differentiated from all their equals by the charismatic leadership qualities of their directors.* Pada penelitian ini menggunakan teori kepemimpinan karismatik, dengan konsep kepemimpinan, dan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, mereka dapat menyimpulkan bahwa *“all of the participants demonstrated a strong passion for their job, two directors were trained in all stages of work-related pre-production and the other participant started in one other position, such as a playwright. Also they all observed other directors or analyzed other director’s work in their early careers and they believed in necessity of dedication. They also emphasized that their craft has become their life and also indicated that they have not shown the best yet in a great optimism”.* And the directors must have several abilities such as Vision and vision articulation, Sensitivity to group members' needs, Unconventional behavior, Sensitivity to environmental trends, and



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Personal risk and deviation from the status quo. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah dari sama – sama menggunakan pendekatan kualitatif dan bahan penelitiannya adalah sebuah program televisi. Sedangkan perbedaan terletak pada penggunaan teori dalam penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	1.	2.	3.	4.
Nama Peneliti	Kartika Hasanah & Triadi Sya'dian	Shinta Kristanty & Gemilang Awal Ramadhan	Septiana Rachman & Rocky Prasetyo Jati	Mine Afacan Findıklı & Uğur Yozgat
Judul	Strategi Kreatif Dalam Program Acara Dendang Pantun TVRI Sumatera Utara Dengan Tema Takkan Goyah Dipecah Belah	Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program “Buah Hatiku Sayang” di Televisi	Strategi Kreatif Produser Dalam Program Semangat Pagi Indonesia Di Televisi Republik Indonesia (TVRI)	<i>A qualitative analysis of charismatic leadership in creative teams: the case of Turkish TV series directors</i>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

		Republik Indonesia		
Fokus	Mengetahui bagaimana strategi kreatif yang diterapkan dalam program acara dendang pantun di stasiun TVRI	Mengetahui strategi kreatif yang diterapkan dalam mempertahankan program Buah Hatiku Sayang di TVRI	Mengetahui bagaimana strategi kreatif yang di terapkan oleh produser program Semangat Pagi Indonesia di TVRI	To reveal that charismatic leadership can be important in explaining the role of leadership Turkish TV series director samples in the team
Metode	Deskriptif	Deskriptif	Deskriptif	<i>Descriptive</i>
Teori	13 konsep strategi kreatif acara oleh Naratama	Teknik SKAMPER (Substitusi, Kombinasi, Adaptasi, Modifikasi, Penggunaan lain,	13 konsep strategi kreatif acara oleh Naratama dan teori kendali organisasi dari Phillip Tompkins & George Cheney	<i>The theory of charismatic leadership as conceptualized by Conger and Kanungo</i>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

		Eleminasi, Reverse)	yaitu kendali sederhana, kendali teknis, kendali birokrasi, dan kendali konsertif.	
Pendekatan	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	<i>Qualitative</i>
Nama Jurnal	Jurnal FSD, Vol. 1 No. 1	Jurnal Communicati on, Vol. 12 No. 1	Jurnal Pantarei, Vol. 4 No. 1	Jurnal Procedia, Vol. 41
Perbedaan	Penelitian Kartika Hasanah & Triadi Sya'dian menggunakan model 13 strategi kreatif acara oleh Naratama dan metode deskriptif	Penelitian Shinta Kristanty & Gemilang Awal Ramadhan menggunakan n model SKAMPER dan metode deskriptif sedangkan	Penelitian Septiana Rachman & Rocky Prasetyo Jati menggunakan model 13 strategi kreatif acara oleh Naratama dan metode deskriptif	Penelitian Mine Afacan Fındıklı & Uğur Yozgat menggunakan teori kepemimpinan karismatik oleh Conger and Kanungo dan metode deskriptif



	sedangkan penelitian ini menggunakan model POAC dan metode studi kasus	penelitian ini model POAC dan metode studi kasus	sedangkan penelitian ini menggunakan model POAC dan metode studi kasus	sedangkan penelitian ini menggunakan model POAC dan metode studi kasus
Persamaan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Kartika Hasanah & Triadi Sya'dian adalah bahan penelitiannya program televisi, dan pendekatan kualitatif	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Shinta Kristanty & Gemilang Awal Ramadhan adalah bahan penelitiannya program televisi, pendekatan kualitatif, dan paradigma post-positivisme	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Septiana Rachman & Rocky Prasetyo Jati adalah penggunaan paradigma post-positivisme, pendekatan kualitatif, dan bahan penelitiannya adalah program televisi	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Mine Afacan Findikli & Uğur Yozgat adalah bahan penelitiannya adalah menggunakan pendekatan kualitatif

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Kerangka Pemikiran

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

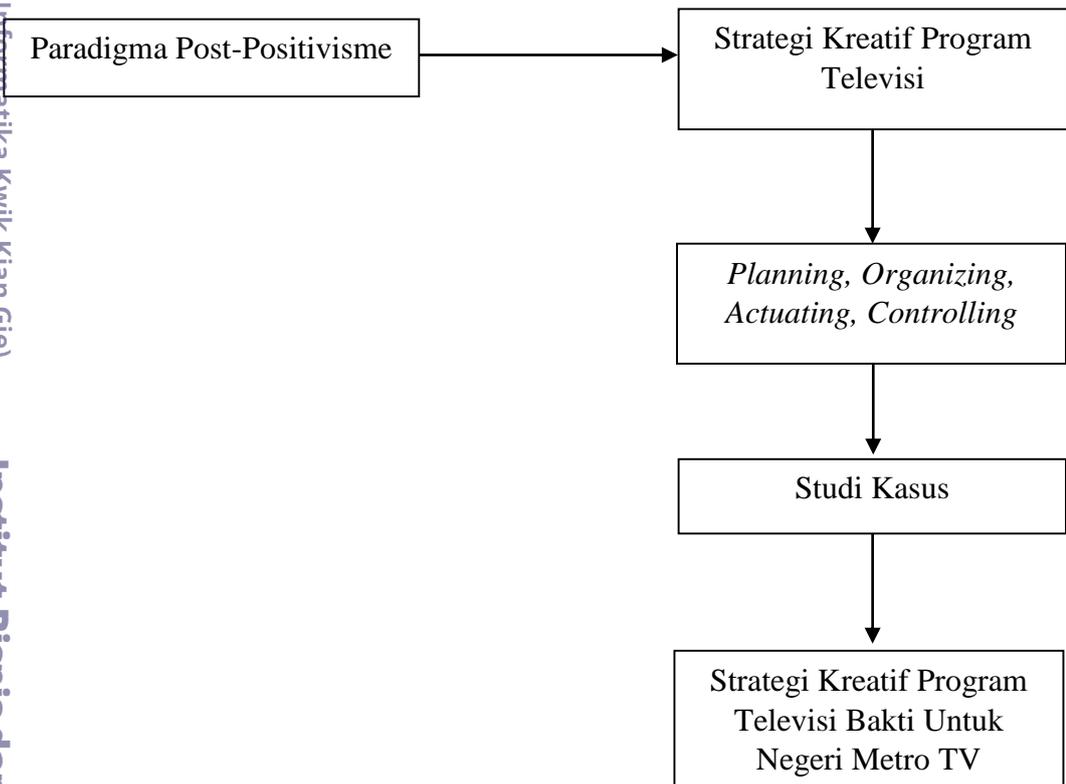
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Penelitian ini menggunakan Paradigma Post-Positivisme untuk melihat strategi kreatif. Dengan model *POAC* (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) peneliti akan mengetahui bagaimana strategi kreatif dalam program televisi “Ekspedisi Bakti Untuk Negeri” di stasiun Metro TV. Sehingga dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.