

# ***FLOW OF NEWS ACARA 'TAU GAK SIH' DI TRANS7***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Konsentrasi Jurnalistik  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :  
**Tio Tsanihakam Septian**  
6662121836

**KONSENTRASI JURNALISTIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
SERANG 2016**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tio Tsanihakam Septian  
Nim : 6662121836  
Tempat tanggal lahir : Jakarta, 10 September 1994  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *FLOW OF NEWS ACARA "TAU GAK SIH" DI TRANS7* adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar keserjanaan saya bisa dicabut.

Serang, 08 Juni 2016  
Yang Membuat Pernyataan,



**Tio Tsanihakam Septian**  
NIM. 6662121836

## LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Tio Tsanihakam Septian  
NIM : 6662121836  
Judul Skripsi : **FLOW OF NEWS ACARA "TAU GAK  
SIH" DI TRANS7**

Serang, 08 Juni 2016

Skripsi ini Telah Disetujui untuk Diujikan

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

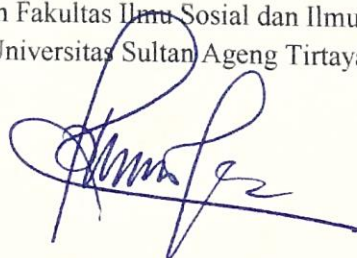


**Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd**  
NIP. 197106292003121001



**Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si**  
NIP. 197808252010121003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



**Dr. Agus Sjfari, S.Sos., M.Si**  
NIP. 197108242005011002

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

**LEMBAR PENGESAHAN**

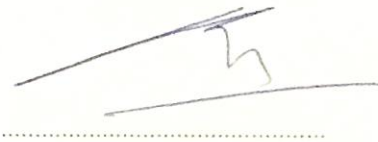
Nama : TIO TSANIHAKAM SEPTIAN  
NIM : 6662121836  
Judul Skripsi : **FLOW OF NEWS ACARA "TAU GAK  
SIH" DI TRANS7**

Telah Diuji di Hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, tanggal 29 Juni  
2016 dan dinyatakan **LULUS**.

Serang, 29 Juni 2016

Penguji 1 :

**Prof. Dr. Ahmad Sihabudin, M.Si**  
NIP. 196507042005011002



Penguji 2 :

**Dr. Rd Nia Kania Kurniawati, M.Si**  
NIP. 197907082002122002



Penguji 3 :

**Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd**  
NIP. 197106292003121001



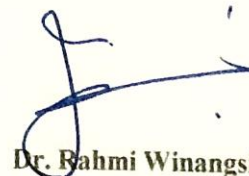
**Mengetahui,**

Dekan Fiso Untirta



**Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si**  
NIP.197108242005011002

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Dr. Bahmi Winangsih, M.Si**  
NIP. 196810192005012001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Life for Tomorrow not Yesterday

(Me)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS (Al-'Asyr) 94:5-8)

Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk..

♥ Papah dan Mamahku Tercinta ( Abdurohim dan Mimi Oktori )

*”Ya Allah ampunilah dosa-dosa kedua  
orangtuaku dan sayangilah mereka  
sebagaimana mereka telah menyayangiku  
di waktu aku kecil”*

♥ Kakak dan Adikku Tersayang ( Romie Septyar dan Athaya Syahla Maharani )

♥ Keluarga Besaraku

♥ *Someone Special in My Life* 'Habibah Jawa'

♥ Serta Sahabat-sahabatku Terkasih..

*-Tio Tsanihakam Septian-*

## ABSTRAK

**Tio Tsanihakam Septian, NIM. 6662121836. Skripsi. *Flow Of News Acara Tau Gak Sih di TRANS7. Di Bawah Pembimbing I Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd dan Pembimbing II Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.***

Acara Tau Gak Sih merupakan salah satu jenis acara yang masuk ke dalam katagori *News Bulletin* dan *Current Affairs* yang ada di produksi oleh TRANS7. *News Bulletin* dan *Current Affairs* sendiri merupakan salah satu jenis program *soft news*, dimana program *news* yang bersifat ringan, kilat dan kekinian dengan bahasa dan tayangan acara yang lebih mudah dimengerti oleh penonton. Acara Tau Gak Sih menyajikan sebuah tayangan yang menarik dilihat dari proses kreatif dalam setiap produksi tayangannya. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana Proses Kreatif acara Tau Gak Sih sebagai program *News Bulletin* dan *Current Affairs*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan paradigma secara kritis Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Informan kunci dari penelitian ini adalah Eksekutif Produser dan Produser acara Tau Gak Sih, dan informan seorang Reporter acara Tau Gak Sih. Penelitian ini menggunakan model proses kreatif menurut Graham Wallas. Dengan hasil penelitian ini yaitu dengan melakukan riset data yang dilakukan seluruh *team* acara Tau Gak Sih, yang diperoleh dari *browsing* internet mengenai suatu topik yang sedang *booming*, dari majalah bahkan dari obrolan dengan seseorang. Selanjutnya tahap diskusi atau *pitching* yang dilakukan seluruh *team* untuk mengumpulkan ide masing-masing dan mempresentasikan hasil riset yang diperoleh serta menentukan tema mana yang akan dipilih. Kemudian *team* menghubungi narasumber untuk meminta izin peliputan. Setelah itu *team* mencari para *tallent* yang bertugas sebagai ilustrasi pada setiap tema yang akan digunakan selama *shooting*.

**Kata kunci : *Flow Of News, Acara Tau Gak Sih Trans7***

## **ABSTRACT**

**Tio Tsanihakam Septian, NIM. 6662121836. Thesis. Flow Of News “Tau Gak Sih” Event Program in TRANS7. Supervisor I Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd and Supervisor II Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.**

Tau Gak Sih its an event that categorized as a News Bulletin and Current Affairs produced by TRANS7. News Bulletin and Current Affairs are soft news programs, which have a soft tend, fast and up to date with an easy language and understandable event by the viewer. Tau Gak Sih present an event that serve interesting show to see from the creative process inside the production. There for the point from this research is to know how creative process event production Tau Gak Sih as News Bulletin and Current Affairs. This research use qualitative descriptive method, with kritis paradigma. Data was obtained through interviews, observation, documentation and literature. The key informants of this study is the Executive Producer and Producer of Tau Gak Sih event, and the informants a reporter Tau Gak Sih event. This study uses a model of the creative process by Graham Wallas. Results of the study found that the creative process Tau Gak Sih event production using 4 stages according to the model of the creative process from the perspective of Graham Wallas. With the results of this research is by doing research on the data throughout the team event Tau Gak Sih, obtained from browsing the internet on a topic that is booming, from the magazine even chat with someone. The next stage of discussion or pitching carried the entire team to gather their ideas and present research results obtained and determine which one will be selected theme. Then the team contacts the source to ask permission coverage. After the team searching for the tallent who served as illustrations on every theme that will be used during the shooting.

**Keywords : Flow Of News, Tau Gak Sih Event Program in Trans7**

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta kita semua sebagai umatnya.

Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi Ilmu Komunikasi Jurnalistik dengan judul “***FLOW OF NEWS ACARA “TAU GAK SIH” DI TRANS7***”, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil, memberikan bimbingan, motivasi serta saran yang bersifat membangun sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Melalui kesempatan ini, izinkanlah penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :



1. Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M. Pd Selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Dr. Rahmi Winangsih, M.Si Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Muhammad Jaiz, S.Sos., M.Pd Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan motivasi, nasihat serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan saran yang sangat membangun dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Jajaran Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat dalam masa perkuliahan.
7. Segenap Staff yang bertugas di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, yang telah banyak membantu dan mempermudah proses penyusunan skripsi hingga sidang skripsi.
8. Pasauran Simanjuntak dan Syarie Wulandari, selaku Executive Produser dan Produser Program *News Bulletin* dan *Current Affair* Tau Gak Sih TRANS7, yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian, dan

sebagai informan bagi penulis untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian.

9. Budhi Prayitno, selaku *Production Assistant* yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya kepada penulis.
10. Dimas Prasetya, selaku Reporter program Tau Gak Sih yang telah memberikan banyak pengalaman dan berbagi ilmu kepada penulis.
11. Defries Tambunan, selaku Kameramen program Tau Gak Sih yang telah memberikan banyak ilmu dan berbagi pengalaman yang bermanfaat kepada penulis.
12. Nhae Gerhana, selaku Reporter program Tau Gak Sih yang telah membantu dan memberikan banyak informasi mengenai ide kreatif kepada penulis.
13. Ojip Ismaputra, selaku Presenter program Tau Gak Sih yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman menarik kepada penulis.
14. Kedua orang tuaku tercinta papah dan mamah (Abdurohim dan Mimi Oktori) yang telah memberikan *suport*, doa yang tiada hentinya dan semangat untuk saya sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Kakak, Kakak Ipar dan Adikku tersayang (Aa Romie, Teh Selvi dan Athaya) yang telah memberikan dukungan dan semangat serta candaan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini sehingga penulis selalu bersemangat dalam menyelesaikannya.
16. *Someone special in my life* ‘Habibah Jawas’ yang selama ini telah memberikan waktu, semangat, dukungan, motivasi, saran dan arahan yang

membangun kepada penulis, sehingga penulis selalu bahagia dan bersemangat menyelesaikan skripsi ini.

17. Teman-temanku, Yogi dan Rambe, serta *Alay's Foundation* yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan *support* dan semangatnya.
18. Teman-teman seperjuangan Ardi, Fuji, Dian, Diah, Yohana, Izza, Resty, dan seluruhnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi bagian keluarga selama perkuliahan, berjuang bersama-sama dan semoga kita bisa lulus dengan hasil yang baik.
19. Seluruh teman-teman angkatan 2012 jurusan Ilmu Komunikasi yang tidak dapat penulis sebutkan, semoga kedepannya kita selalu diberi kemudahan dan kelancaran untuk masing-masing meraih kesuksesan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, karena pada dasarnya penulis masih dalam proses belajar untuk lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan rekan-rekan mahasiswa/i pada umumnya, dan semoga kita dalam lindungan Allah SWT, Aamiin.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

**Serang, Juni 2016**

**PENULIS**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Identifikasi Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Komunikasi .....	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	8
2.2 Komunikasi Massa .....	10
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa .....	12
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	12
2.2.3 Elemen-Element Komunikasi Massa .....	13
2.3 Media Massa .....	14
2.3.1 Definisi Media Massa .....	14
2.3.2 Karakteristik Media Massa .....	14

2.4 Televisi .....	15
2.4.1 Pengertian Televisi .....	15
2.4.2 Karakteristik Televisi .....	16
2.4.3 Jenis Program Acara Televisi .....	17
2.5 Berita / <i>News</i> .....	19
2.5.1 Kriteria Umum Nilai Berita .....	20
2.5.2 Unsur Kelayakan Berita .....	23
2.6 Jenis-jenis Berita Televisi .....	24
2.6.1 Jenis-Jenis Berita yang Dikenal di dunia Jurnalistik .....	25
2.7 <i>News Bulletin</i> dan <i>Current Affairs</i> .....	29
2.8 Proses Penyajian Alur Berita / <i>Flow of News</i> .....	32
2.9 Proses Kreatif .....	34
2.10 Proses Kreatif Program Televisi .....	37
2.10.1 Kreatifitas Dalam Penciptaan Program Siaran Televisi .....	42
2.11 Penelitian Terdahulu .....	46
2.12 Kerangka Pemikiran .....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	52
3.2 Metodologi Penelitian .....	54
3.3 Jenis Penelitian .....	56
3.4 Informan .....	57
3.5 Objek Penelitian .....	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.7 Teknik Analisis Data .....	60
3.8 Uji Validitas Data .....	62
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	64
3.9.1 Lokasi Penelitian .....	64
3.9.2 Waktu Penelitian .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	66

4.1.1 Program Acara Tau Gak Sih Trans7 .....	66
4.1.2 Jajaran Direksi Program Acara Tau Gak Sih Trans7 .....	72
4.2 Deskripsi Data .....	74
4.3 Hasil Penelitian .....	75
4.3.1 Perencanaan Proses Kreatif Acara Tau Gak Sih Trans7 .....	79
4.3.2 Tahapan Proses Kreatif Produksi Acara Tau Gak Sih Trans7 .	84
4.3.2.1 Tahap Persiapan .....	86
4.3.2.2 Tahap Inkubasi .....	90
4.3.2.3 Tahap Iluminasi .....	90
4.3.2.4 Tahap Pelaksanaan .....	92
4.4 Pembahasan .....	92
4.4.1 Acara Tau Gak Sih Sebagai Bentuk Kreatifitas dalam Program <i>News Bulletin &amp; Current Affairs</i> .....	92
4.4.2 Hasil Proses Kreatif Produksi Acara Tau Gak Sih dengan Perspektif Proses Kreatif Model Graham Wallas .....	95
4.4.3 Evaluasi Performa acara Tau Gak Sih Trans7 .....	101
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Ringkasa Hasil Penelitian Terdahulu .....	32
TABEL 3.1 Jadwal Penelitian .....	50

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran .....	36
GAMBAR 4.1 Logo ‘Tau Gak Sih’ .....	52
GAMBAR 4.2 Struktur Organisasi Divisi <i>News Trans7</i> .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 Pedoman Wawancara
- LAMPIRAN 2 Hasil Wawancara
- LAMPIRAN 3 Rating Program ‘Tau Gak Sih’ Trans7
- LAMPIRAN 4 *Screen Shoot* Sosial Media ‘Tau Gak Sih’ Trans7
- LAMPIRAN 5 Foto-foto Dokumentasi
- LAMPIRAN 6 Surat-surat Penelitian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Penyajian program televisi kini kian bervariasi. Program berita yang awalnya terkesan formal dan rinci, kini sudah mulai dibuat dengan format disiarkan secara kilat dan cepat disebut *news bulletin*.<sup>1</sup> Salah satu jenis *news bulletin* adalah *current affairs*, yaitu merupakan program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat lengkap dan mendalam. Saat ini stasiun televisi yang memiliki program berita dengan format *news bulletin* khususnya *current affairs* adalah TRANS7 dengan mengusung program *current affairs* Tau Gak Sih terbukti berhasil memasuki pasaran program *news bulletin* yang cukup sukses dan diterima ditengah masyarakat.

Tau Gak Sih TRANS7 merupakan program edukatif dan informatif yang menyajikan informasi-informasi atau berita seputar kehidupan sehari-hari yang dikemas secara ringan sehingga bisa dengan mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Pada setiap episodanya, Tau Gak Sih akan mengkaji dan membahas istilah-istilah atau pengetahuan secara luas untuk dibahas dan diketaxhui oleh masyarakat yang bersifat umum ataupun khusus, sesuai dengan tema yang setiap harinya beragam.

---

<sup>1</sup> Totok Djuroto. 2003. *Teknik Mencari & Menulis Berita*. Dahara Prize. Semarang. Hal 38

Tema yang beragam tersebut merupakan awal dari kemunculan ide-ide kreatif yang diusung pada tahap produksi oleh produser, maupun ide yang muncul secara *on the spot* oleh para reporter yang bertugas. Kreativitas itu sendiri merupakan suatu susunan rencana khusus yang disusun untuk menciptakan sebuah ide baru atau terobosan baru untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pada sebuah program, penting untuk adanya perencanaan ide kreatif untuk mendapatkan ciri khas tertentu, dan dapat tempat dihati masyarakat umum yang melihat program tersebut. Oleh karena itu, perencanaan kreativitas sangat diperlukan dalam proses produksi suatu program.<sup>2</sup>

Selain program Tau Gak Sih, terdapat program-program *current affairs* lainnya di TRANS7 yang juga menyajikan informasi yang tidak kalah bermanfaat bagi penonton, seperti Gak Nyangka, CCTV, Etalase, Indonesiaku dan Redaksiana yang masing-masing memiliki ciri khas dan strategi kreatifnya sendiri.

Penulis tertarik untuk meneliti program *current affairs* di salah satu stasiun televisi swasta Indonesia, yaitu pada program Tau Gak Sih TRANS7, dimana Tau Gak Sih memiliki keunikan tersendiri yang menurut penulis berbeda dengan program *current affairs* lainnya. Keunikan acara Tau Gak Sih terletak pada konsep ide yang mengangkat hal-hal yang dianggap biasa dan sudah kita ketahui sehari-hari tetapi kita tidak mengetahui arti dan makna dari hal tersebut, oleh karena itu dengan

---

<sup>2</sup> Hardiyanto, *Modul Perencanaan Kreatif Televisi*. FIKOM UMB Jakarta.

adanya acara Tau Gak Sih hal-hal biasa tersebut dapat diangkat menjadi bahasan yang bermanfaat dan menambah pengetahuan, seperti kenapa lampu lalu lintas warnanya merah, kuning dan hijau? Kenapa dikatakan polisi tidur dan masih banyak lagi. Dari ide tersebut maka munculah slogan yang unik pula yang menjadi ciri khas dalam mengajukan pertanyaan dari acara Tau Gak Sih itu sendiri, yaitu slogan “Tau Gak Sih?”, didalam setiap episodenya selalu menyajikan tema yang berbeda-beda, keunikan tersendiri bagi acara ini adalah dalam satu tema dapat membahas beberapa pengetahuan yang tidak pernah terpikir sebelumnya oleh masyarakat, contohnya pada episode yang membahas tentang pelangi maka pembahasannya dapat beragam seperti “tau gak sih, kenapa pelangi muncul setelah hujan turun?” yang dapat diilustrasikan *talent* sedang memakan makanan yang berhubungan dengan tema contohnya bakmi pelangi, *rainbow cake*, dan sebagainya.

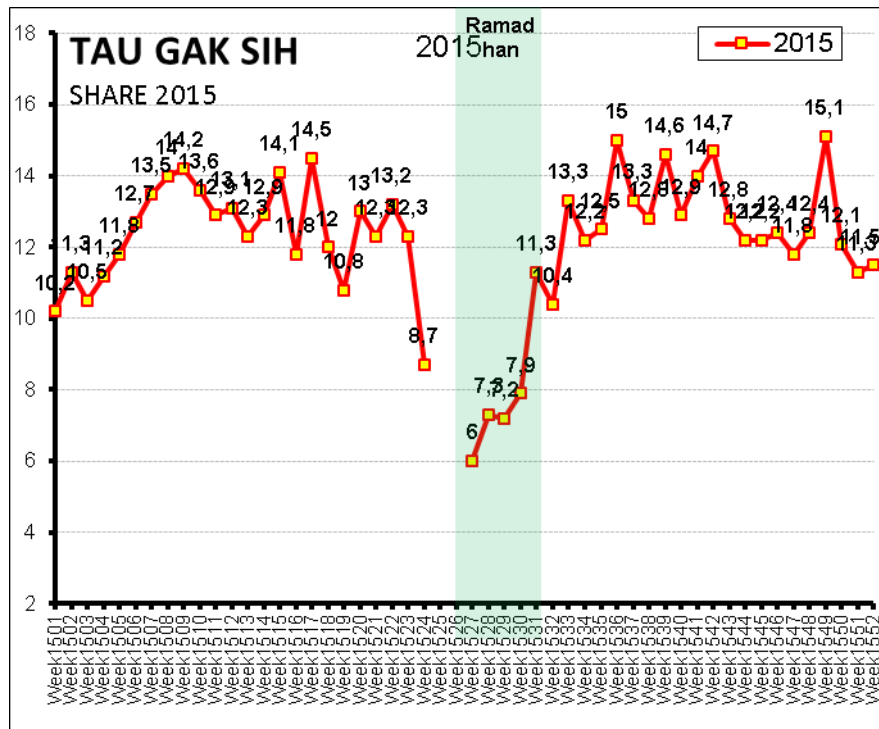
Selain itu, *spot-spot* yang digunakan untuk liputan pun diambil dari berbagai kota sesuai dengan tema apa yang sedang dibahas, misal episode yang membahas tentang kuliner di kota Bogor kemudian liputan dilakukan seluruhnya secara *on the spot* di Bogor. Dalam penayangannya *host* acara Tau Gak Sih juga memiliki karakter tersendiri, dengan melakukan gaya wawancara yang konyol dan terkesan menguji kecerdasan bagi setiap orang yang ditanyanya. Efek musik dan *teks* yang dimunculkan juga merupakan suatu keunikan dan ciri khas tersendiri yang membuat acara ini berbeda dari acara lainnya. Kemudian suara *dubber* yang memiliki ciri

khas yang unik untuk memberikan penjelasan pada setiap tayangan episodenya. Penggunaan *talent* sebagai pemeraga suatu adegan sesuai dengan tema yang akan diangkat juga merupakan ketertarikan sendiri bagi penonton.

Awal mula acara Tau Gak Sih mengangkat topik bahasan tentang budaya, adat istiadat dan sejarah suatu kota, tetapi seiring dengan perkembangannya dan mengikuti minat penonton yang semakin tinggi terhadap acara ini oleh sebab itu acara Tau Gak Sih bertransformasi dan merubah topiknya dengan mengulas seputar kuliner dan tema-tema yang lebih umum lagi. Minat penonton tersebut dapat dibuktikan dengan keeksisan acara Tau Gak Sih yang sudah berjalan kurang lebih empat tahun, dengan bukti rating acara Tau Gak Sih yang mengalami peningkatan, iklan yang masuk semakin banyak, sponsor yang semakin beragam. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh tim RCD (*Research, Creatif, and Development*) dari pihak TRANS7, Tau Gak Sih semakin disukai penonton dan berhasil meraih rating hingga *double digit* (mencapai hingga lebih dari 10%), yang dapat dilihat dari bukti rating selama tahun 2015 dibawah ini :<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> [http://www. http://media.iyaa.com/article/2015/04/3399482\\_8592.html](http://www.media.iyaa.com/article/2015/04/3399482_8592.html)



**Gambar 1.1**

### **Rating Program “Tau Gak Sih” Trans7 Tahun 2015**

Menurut Gilson dan Berkman dalam (Rhenald Kasali, 1992 : 81-82), kreativitas didefinisikan sebagai cara menghubungkan beberapa elemen menjadi sesuatu yang menarik perhatian. Model kreativitas itu sendiri menurut Wallas dibagi menjadi 4 proses yaitu perencanaan, inkubasi, iluminasi dan verifikasi atau pelaksanaan. Maka berdasarkan latar belakang diatas, penulis memfokuskan penelitian tentang proses kreatif yang diterapkan pada program acara Tau Gak Sih TRANS7. Pada dasarnya, penonton televisi memerlukan sebuah acara televisi yang menarik, oleh karena itu dari itu setiap stasiun televisi melakukan berbagai strategi kreatif untuk mempertahankan program acara televisinya.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan suatu rumusan masalah sebagai berikut, **“BAGAIMANA *FLOW OF NEWS* ACARA TAU GAK SIH DI TRANS7”**

## 1.3 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana proses kreatif acara Tau Gak Sih di TRANS7?
2. Bagaimana tahapan-tahapan proses kreatif acara Tau Gak Sih di TRANS7?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian skripsi ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses kreatif acara Tau Gak Sih di TRANS7.
2. Untuk mengetahui tahapan-tahapan proses kreatif acara Tau Gak Sih di TRANS7.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam hal ini dibagi menjadi dua, yaitu:

### 1. Secara Praktis

- a. Menambah pengetahuan tentang proses kreatif program acara Tau Gak Sih di TRANS7.
- b. Dapat digunakan oleh TRANS7 untuk mengevaluasi bagaimana proses kreatif yang telah dilaksanakan oleh produser dan segenap *crew* Tau Gak Sih untuk menjadi lebih menarik.
- c. Memberi wawasan dan informasi bermanfaat bagi masyarakat umum.

## 2. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu jurnalistik penyiaran (*broadcasting*) untuk mengetahui bagaimana *flow of news* acara Tau Gak Sih di TRANS7.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan, mencakup bisnis sampai hal-hal spele. Komunikasi berkaitan dengan topik-topik tertentu. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan.<sup>4</sup>

Komunikasi juga dapat diartikan sebagai bentuk interaksi manusia yang saling berpengaruh mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa

---

<sup>4</sup>Onong Uchjana, Effendy. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 13

verbal, tetapi juga ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.<sup>5</sup> Jadi berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka menurut penulis bahwa komunikasi adalah suatu aktivitas seseorang untuk mengemukakan ide dan gagasannya kepada orang lain.

Paradigma Lasswel di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, media*)
- Komunikasi (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswel tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Adapun tujuan komunikasi menurut Effendy<sup>6</sup>, adalah sebagai berikut :Mengubah sikap (*to change the attitude*)

1. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
2. Mengubah perilaku (*to change behavior*)

---

<sup>5</sup>Hafied, Cangara. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT Raja Grafindo, Jakarta. Hal 20

<sup>6</sup>Onong Uchjana, Effendy. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek cetakan kesembilanbelas*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 55

### 3. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Sedangkan fungsi komunikasi menurut Effendy<sup>7</sup>, itu sendiri adalah:

- 1) Menginformasikan (*to inform*)
- 2) Mendidik (*to educate*)
- 3) Menghibur (*to entertain*)
- 4) Mempengaruhi (*to influence*)

## 2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa, atau pembaca.<sup>8</sup> Dan yang menjadi media antara lain : televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film.

Joseph Devito seperti dikutip oleh Nurudin, menjelaskan definisi komunikasi massa secara terperinci yaitu “ *First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large society. This does not mean that the audience include all people or everyone who reads*

---

<sup>7</sup> Onong Uchjana, Effendy.2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek cetakan kesembilanbelas*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 55

<sup>8</sup> Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada. Hal2

*or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its; television, radio, newspaper. Magazines, films, books, tapes”.*<sup>9</sup>

Pengertian diatas menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat banyak, atau biasa disebut massa. Tapi ini tidak berarti bahwa massa yang dimaksud adalah orang-orang yang hanya menonton televisi atau membaca koran, melainkan dapat diartikan sebagai masyarakat dalam arti luas. Lalu disebutkan juga bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan melalui pemancar-pemancar audio dan atau visual. Komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media penunjangnya, seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film.

Berdasarkan definisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan

---

<sup>9</sup> Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada. Hal 11-12

heterogen.<sup>10</sup> Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

### **2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa**

Bersifat umum, pesan komunikasi disampaikan terbuka untuk semua orang. Komunikasi bersifat heterogen, maksudnya dengan jumlah komunikan besar, sangat dimungkinkan khalayak (komunikasi) beragam baik pendidikan, pekerjaan dan sebagainya. Media massa menimbulkan keserempakan, maksudnya kontak dengan jumlah komunikan banyak dalam waktu hampir bersamaan. Dan hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi, karena komunikan anonim dicapai oleh orang-orang dikenal hanya dalam perannya bersifat umum sebagai komunikator.

### **2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut Effendy<sup>11</sup> mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

#### **1. Fungsi Informasi**

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.

#### **2. Fungsi Pendidikan**

---

<sup>10</sup> Deddy, Mulyana. 2001. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal 75

<sup>11</sup> Onong Uchjana, Effendy. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 26

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

### 3. Fungsi Memengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, feature, iklan, artikel, dan sebagainya.

### 2.2.3 Elemen-Elemen Komunikasi Massa

Ada 9 elemen komunikasi massa menurut Nurudin<sup>12</sup>, diantaranya yaitu :

1. Komunikator
2. Isi
3. Khalayak (*audience*)
4. Umpan Balik
5. Gangguan
6. Penjaga (*gate keeper*)
7. Pengatur
8. Penyaring (*filter*)
9. Efek (*effect*)

---

<sup>12</sup> Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada. Hal 95

## 2.3 Media Massa

### 2.3.1 Definisi Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.<sup>13</sup> Media massa menimbulkan keserempakkan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator.<sup>14</sup>

### 2.3.2 Karakteristik Media Massa

Karakteristik media massa menurut Cangara<sup>15</sup> adalah :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, surat kabar, majalah dan sejenisnya.

---

<sup>13</sup> Hafied, Cangara. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT Raja Grafindo, Jakarta. Hal 122

<sup>14</sup> Onong Uchjana, Effendy. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek cetakan kesembilanbelas*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 82

<sup>15</sup> Hafied, Cangara. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT Raja Grafindo, Jakarta. Hal 134-135

5. Bersifat terbuka, artinya pesan yang diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

## 2.4 Televisi

### 2.4.1 Pengertian Televisi

Menurut ensiklopedia Indonesia lebih luas lagi dinyatakan bahwa: “Televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik.<sup>16</sup> Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima”.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi dapat didengar. Televisi adalah sistem telekomunikasi penyiaran penerimaan suara dan gambar dari stasiun pusat ke berbagai wilayah lain.<sup>17</sup>

Jadi menurut pendapat diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa televisi merupakan media elektronik yang berisi gambar dan suara yang menyajikan suatu informasi tertentu yang dapat dilihat oleh khalayak sebagai media informasi.

---

<sup>16</sup> Redatin, Parwadi. 2004. *Televisi Daerah Diantara Himpitan Kapitalisme Televisi*. Pontianak: Untan Press. Hal 28

<sup>17</sup> Ima, Hardiman. 2006. *400 Istilah PR Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagasan ulung. Hal 13



### 2.4.2 Karakteristik Televisi

Seperti halnya radio, karakteristik televisi adalah sebagai media massa yang beroperasi secara linier atau satu arah (*linear communication*). Muatan-muatan bernuansa berita, informasi, hiburan dan pendidikan yang senantiasa singkat, padat, jelas dan santun secara audio visual hanya disampaikan secara satu arah. Artinya umpan balik (*feedback*) tidak dapat diperoleh seketika secara timbale balik. Kendati sekarang berkat kemajuan teknologi sudah ada program interaksi dimana pemirsa dapat melakukan komunikasi via telepon dengan stasiun televisi pada saat program ditayangkan, namun hal ini tidak dapat dilakukan untuk semua program, melainkan hanya pada program tertentu saja.

Menurut Ardianto<sup>18</sup>, televisi mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Audio Visual

Televisi memiliki kelebihan untuk didengar sekaligus dapat dilihat (*audio visual*), maka khalayak televisi (*audience*) dapat melihat gambar bergerak. Harus ada kesesuaian yang harmonis antara gambar dan kata-kata.

2. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*), yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Tahap kedua yaitu penggambaran (*picturization*), yakni

---

<sup>18</sup> Elvinaro, Ardianto dan Lukiati, Komala, Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 128-130

kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

### 3. Pengoperasian lebih kompleks

Pengoperasian televisi siaran lebih kompleks dan lebih banyak digunakan pun lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan orang-orang yang terampil dan tertatih.

#### 2.4.3 Jenis Program Acara Televisi

Program acara televisi secara teknis diartikan sebagai penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari (horizontal programming) dan dari jam ke jam (vertical programming) setiap harinya<sup>19</sup> (Soenarto, 2007:1).

Apabila dilihat dari sudut pandang karya jurnalistik dan artistik, jenis program televisi dapat juga dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu program informasi yang seluruhnya berkaitan dengan aktual/faktual dan program hiburan yang seluruhnya berkaitan dengan kesempurnaan kualitas produksi televisi agar bisa dinikmati penonton.

Menurut Morissan, program televisi dibagi menjadi dua, yaitu<sup>20</sup> :

#### 1. Program Informasi

---

<sup>19</sup> RM Soenarto, 2007. *Program Televisi Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*. Jakarta: FFTV-IKJ, Hal 1

<sup>20</sup> Morissan, M.A 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Kencana Prenada Media Group. Hal 207

Adalah segala jenis siaran yang tujuannya menambah pengetahuan (informasi) kepada khalayak audiens. Dalam hal ini program informasi terbagi menjadi dua bagian yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*).

- Berita Keras (*Hard News*)

Sebuah berita yang sajiannya berisi tentang segala informasi penting dan menarik yang harus disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang segera untuk diketahui khalayak.

- Berita Lunak (*Soft News*)

Sebuah program berita yang menyajikan informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam, namun tidak bersifat harus egera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri di luar program berita.

## 2. Program Hiburan

Adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori ini adalah drama, musik dan permainan (*games*).

## 3. Infotainment

Kata “infotainment” merupakan singkatan dari information dan entertainment yang berarti suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur (Morissan, 2005:284).

Infotainment merupakan berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (celebrity), dan karena sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan seperti pemain film atau sinetron, penyanyi, dan sebagainya.

## **2.5 Berita / News**

Sesuai Kamus Besar Bahasa Indonesia – KBBI (2001:140), Berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar; laporan; pemberitahuan; pengumuman.

Menurut Jani Yosef Berita adalah laporan terkini tentang fakta atau pendapat yang penting atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa.<sup>21</sup>

Menurut Hoeta Soehoet Berita adalah keterangan mengenai peristiwa atau isi pernyataan manusia.<sup>22</sup>

Penulis menyimpulkan bahwa, berita merupakan laporan mengenai kejadian atau peristiwa penting dan menarik bagi khalayak pembacanya.

---

<sup>21</sup> Jani, Yosef. 2009. *To Be Journalist*, Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 22

<sup>22</sup> AM, Hoeta, Soehoet. 2003. *Dasar-Dasar Jurnalistik*. IISIP, Jakarta. Hal 23

Dan isi berita mengandung unsur – unsur layak berita dan kriteria umum nilai berita.

### **2.5.1 Kriteria Umum Nilai Berita**

Nilai berita merupakan unsur dan kriteria yang dijadikan sebagai ukuran terhadap fakta yang layak disajikan dan dijadikan berita untuk disebarluaskan kepada khalayak melalui media massa cetak maupun elektronik. Namun bicara mengenai penyajian berita yang layak untuk naik atau terbit, haruslah memperhatikan unsur- unsur berita yang dijadikan patokan nilai berita.

Menurut Jani Yosef, sebagian ahli komunikasi berpendapat ”nilai berita ” juga disebut sebagai ”nilai jurnalistik ”. Terdapat 3 (tiga ukuran utama) dalam menentukan apakah suatu fakta layak dijadikan berita, yaitu di antaranya<sup>23</sup> ;

#### **a) Penting**

Kata penting mengandung dua pengertian, pertama ialah orang penting (orang ternama) dan peristiwa penting. Media sering mengangkat peristiwa ataupun kegiatan yang dialami oleh orang penting menjadi sebuah berita.

#### **b) Menarik**

---

<sup>23</sup> Jani, Yosef. 2009. *To Be Journalist*, Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 27-32

Kriteria umum nilai berita merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jounalis, yaitu pada wartawan dan editor untuk menyeleksi berita yang layak disajikan atau terbit. Secara manusiawi, hal "apa saja" atau "siapa saja" yang memiliki nilai menarik dapat menimbulkan "rasa ingin tahu" seseorang. Ketertarikan itu bukan hanya karena berita itu baru terjadi (*actual*) dan penting (*Important*), tetapi juga :

1. Sesuatu yang Tidak Biasa

Peristiwa yang tergolong aneh atau jarang terjadi, tetapi dapat menarik perhatian khalayak, contoh peristiwa Tsunami di Aceh.

2. Berkaitan Dengan Unsur Seks

Peristiwa yang berkaitan dengan kebutuhan biologis manusia, contoh kasus pemerkosaan, perselingkuhan, perceraian, dan poligami/andri dan lainnya yang menarik perhatian khalayak.

3. Pertentangan

Pertentangan atau konflik antar negara, antar suku, ras, agama dan lainnya yang dapat memicu perpecahan suatu negara. Contoh malaysia menghakciptakan pulau milik Indonesia, seperti pulau Ambalat.

4. Human Interest

Segala sesuatu yang memiliki nilai "menyentuh insan manusia", yang dapat menggugah perasaan seseorang dan membangkitkan rasa simpati khalayak. Contoh PMKS ( Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial) yang tinggal di kolong jembatan dan "minim" akan tingkat pendidikannya.

5. Kedekatan

Suatu peristiwa yang terjadi dekat dengan khalayak, baik dekat secara geografis maupun emosional (kekerabatan). Contoh Kasus lapindo di Sidoarjo. Masalah ini mempunyai daya tarik secara geografis dan emosional dari khalayak di wilayah Jawa dan Sekitarnya.

#### 6. Ketegangan

Suatu peristiwa yang belum terselesaikan, akan tetapi akan menimbulkan kejadian lainnya. Contoh kasus Manohara, yang sampai dengan saat ini masih dalam ketegangan akan kebebasannya.

#### 7. Kemajuan

Suatu peristiwa yang berprestasi dalam segala bidang kehidupan di suatu negara, seperti prestasi gemilang anak bangsa di Pekan Raya Jakarta (PRJ) dalam ajang lomba dan kreasi siswa SMK.

#### 8. Berdampak Luas (*impact*)

Kriteria lainnya yang dapat dipertimbangkan memiliki nilai berita ialah "akibat" dari suatu peristiwa, keputusan atau kebijakan lembaga tertentu. Contoh kasus BBM (Bahan Bakar Minyak) yang mengalami kenaikan harga, tentang konversi minyak tanah ke elpiji dan kebijakan lainnya. Hal ini berdampak luas kepada seluruh insan masyarakat, baik itu berdampak positif maupun negatif.

### c) Aktual

Unsur aktual sangatlah penting dalam kegiatan jurnalistik, khususnya dalam proses produksi berita ”Aktualitas”. Berkembangnya teknologi saat ini, menyebabkan aktualitas memiliki tingkatan aktualnya mulai dari paling aktual, cukup aktual, dan kurang aktual.

Jadi, Aktual ialah informasi yang dipublikasikan kepada khalayak pada saat bersamaan dengan terjadinya peristiwa. Dengan kata lain, setiap kegiatan atau peristiwa fakta yang baru terjadi langsung disebarluaskan kepada khalayak.

### **2.5.2 Unsur Kelayakan Berita**

Hikmat dan Purnama Kusumaningrat mengatakan bahwa unsur-unsur istimewa berita ini sudah terbentuk sedemikian kuatnya, sehingga unsur-unsur ini bukan saja menentukan bentuk – bentuk khas praktik pemberitaan.<sup>24</sup>

Namun juga berlaku sebagai pedoman dalam menyajikan dan menilai layak tidaknya suatu berita untuk dimuat atau disebarluaskan. Ini semua membangun prinsip- prinsip kerja yang mengkondisikan pendekatan profesional wartawan dalam menulis berita dan kemudian disajikan kepada khalayak, maka unsur- unsur tersebut adalah

- a) Berita harus akurat
- b) Berita harus lengkap, adil dan berimbang
- c) Berita harus objektif

---

<sup>24</sup>Hikmat dan Purnama, Kusumaningrat. 2007. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung. Hal 47-58



- d) Berita harus ringkas dan jelas
- e) Berita harus hangat

Penjelasan dari definisi layak berita ialah **Pertama**, *akurat*; berita yang ditulis wartawan memiliki kredibilitas yang tinggi, cermat dan tepat pada sasaran. **Kedua** *lengkap, adil, dan berimbang* ; menitikberatkan pada objektivitas wartawan dalam menulis berita untuk mencegah erosi berita (pengikisan fakta). **Ketiga**, *objektif* ; penulisan berita yang dilakukan oleh wartawan harus sesuai dengan kejadian di lapangan, artinya wartawan tidak subjektif atau menggunakan persepsi pribadi dalam menulis beritanya. **Keempat**, *ringkas dan jelas* ; Penulisan berita yang efektif tanpa ada kalimat yang bertele- tele, tetapi langsung kepada pokok persoalannya. **Kelima**, *hangat*; lebih dcondongkan kepada akurasi waktu, saat kejadian atau peristiwa berlangsung (aktual).

## 2.6 Jenis-Jenis Berita Televisi

Dalam jurnalistik juga dikenal jenis berita menurut penyajiannya, yaitu:

*Straight News* (sering juga disebut *hard news*), yaitu laporan kejadian-kejadian terbaru yang mengandung unsur penting dan menarik, tanpa mengandung pendapat-pendapat penulis berita. Straight news harus ringkas, singkat dalam pelaporannya, namun tetap tidak mengabaikan kelengkapan data dan objektivitas.

*Soft News* (sering disebut juga *feature*), yaitu berita-berita yang menyangkut kemanusiaan, serta menarik banyak orang termasuk kisah-kisah jenaka, *lust* (menyangkut nafsu birahi manusia, keanehan (*oddity*)).

*Feature* (berita kisah), yaitu berita yang disajikan dalam bentuk yang menarik, menggunakan pelacak latar belakang suatu peristiwa dan dituturkan dengan gaya bahasa yang menyentuh perasaan.

Reportase, yaitu jenis laporan ini merupakan laporan kejadian (berdasarkan pengamat dan sumber tulisan), serta mengutamakan rasa keingintahuan pembaca.

### 2.6.1 Jenis-Jenis Berita yang Dikenal di dunia Jurnalistik

#### 1. Berita Lugas/ Berita Langsung/ *Hard News*

Menurut Deddy, *hard news* adalah berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi. Berita tersebut misalnya tentang mulai diberlakukannya suatu kebijakan baru pemerintah. Ini tentu saja menyangkut hajat orang banyak sehingga orang ingin mengetahuinya. Karena itu harus segera diberitakan.<sup>25</sup>

Jadi, maksud dari *hard news* atau berita langsung adalah berita yang penulisannya lugas, langsung, apa perlunya (*straight news, hard*

---

<sup>25</sup> Deddy, Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 40

*news*, atau *spot news*). Prinsip penulisannya adalah piramida terbalik. Maksudnya, hal-hal yang terpenting disajikan pada pokok berita (*lead*), sedangkan bagian lainnya pada bagian uraian (*body*) dengan urutan makin lama makin kurang penting.

Dapat disimpulkan bahwa *Straight News* merupakan berita langsung, apa adanya ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini. Yang termasuk jenis berita *Straight News* adalah *Hard News*; yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan atau amat penting segera diketahui pembaca. Berisi informasi peristiwa khusus (*special event*) yang terjadi secara tiba-tiba.

## 2. Berita Ringan (*Soft News*/Berita Halus)

Berita ringan adalah berita yang tidak mengutamakan pentingnya kejadian atau hangatnyanya berita, tetapi segi manusiawinya (*human interest*). *Human interest* adalah kejadian yang dapat memberikan sentuhan perasaan bagi pembaca kejadian yang menyangkut orang biasa atau orang besar dalam situasi biasa. Penulisannya menggunakan susunan piramida tegak dan biasanya kronologis.

Menurut Deddy, *soft news* (berita ringan) seringkali juga disebut dengan *feature* yaitu berita yang tidak terikat aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pembaca atau pemirsanya. Berita-berita semacam ini seringkali menitikberatkan pada hal-hal yang dapat menajubkan atau

mengherankan pemirsa atau pembaca. Ia juga dapat menimbulkan kekhawatiran bahkan ketakutan atau mungkin juga simpati, misalnya tentang lahirnya hewan langka di kebun binatang, anjing menggigit majikan atau masyarakat kecil mendapat lotre milyaran rupiah.<sup>26</sup>

### 3. Berita Kisah (*Feature*)

Berita kisah menggunakan pelacak latar belakang suatu peristiwa dan dituturkan dengan gaya bahasa yang menyentuh perasaan, dengan penyajian yang indah dan menarik pembaca, serta mengembangkan unsur-unsur menarik pada alur kisah (*plot*) sehingga tak jarang muncul sudut pandang penulisnya sendiri.

### 4. Reportase

Jenis laporan ini merupakan laporan kejadian (berdasarkan pengamat dan sumber tulisan), serta mengutamakan rasa keingintahuan pembaca. Reportase diharapkan mampu memberikan fakta, data, atau informasi selengkap-lengkapnyanya yang dicari dan dapat melalui pengamat, wawancara, dan penelitian serta ditulis dengan gaya penulisan yang luwes.

Gaya penulisan reportase hampir sama dengan berita kisah. Hanya saja dalam reportase, data sangat di tonjolkan, bahkan dengan

---

<sup>26</sup> Deddy, Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 40

pengungkapan latar belakang masalah sampai ke pemikiran berikutnya. Tugas reporter yaitu melakukan tugas reportase dan mengumpulkan bahan-bahan sesuai dengan perencanaan isi berita di koran atau majalah (termasuk majalah dinding).

Jenis-jenis berita yang serupa dengan reportase adalah sebagai berikut:

a. Berita Interpretatif

Dalam berita interpretatif seorang wartawan harus berfikir layaknya ilmuan yang akan meneliti sebuah permasalahan. Wartawan harus memiliki kesimpulan atau kecurigaan awal tentang sebuah peristiwa. Kita mesti skeptis terhadap sebuah peristiwa. Peristiwa pasti terkait dengan sesuatu yang lebih besar dan penting. Dari kecurigaan tersebut wartawan mengumpulkan informasi sebagai bahan pembuktian. Informasi tersebut adalah hasil wawancara dengan narasumber, data-data, maupun pengamatan indrawi si wartawan. Setelah itu, informasi yang terhimpun disusun dalam sebuah berita.

b. Berita Investigasi (*Indept News*)

*Investigative reporting* atau *Investigasi News* merupakan kegiatan peliputan untuk mencari, menemukan, dan menyampaikan fakta-fakta adanya pelanggaran, kesalahan, penyimpangan, atau ekjahatan yang merugikan kepentingan umum dan masyarakat.

c. *Depth News* (Berita Mendalam)

*Depth News* disebut berita mendalam karena laporan yang hendak diberitakannya memiliki nilai berita yang berat, baik dari segi fakta, penggalan data, dan dampaknya kepada masyarakat umum. Disebut berita mendalam, juga karena proses penggalan datanya memerlukan perencanaan, persiapan matang, dan analisa yang mendalam.

## **2.7 News Bulletin dan Current Affairs**

Genre informasi atau berita dan peristiwa khusus adalah sebuah format program televisi yang diproduksi sebagai karya jurnalistik, yaitu aktual dan faktual atas peristiwa dalam kehidupan manusia sehari-hari secara kreatif, informatif, dari profesional dari para jurnalis penyiaran televisi.

Mencermati genre atau format program televisi tersebut, masing-masing genre memiliki beberapa kategori lalu bisa diklasifikasikan lebih spesifik lagi. Salah satunya genre program informasi news yang diklasifikasikan menjadi subkategori news bulletin dan current affairs.

*News Bulletin* terdiri dari kata *News* yang berarti berita dan *bulletin* yang berarti surat selebaran atau secara kilat. Dengan demikian *News Bulletin* berarti berita yang disebarluaskan secara kilat atau cepat. Batasan *News Bulletin* adalah “berita-berita yang bersifat hangat, relatif singkat, tidak mendetail, aktual dan penyajiannya sangat terikat pada waktu atau

*time concern*". Nilai aktualitas inilah yang harus direbut dalam persaingan antar media massa.

*News Bulletin* adalah kumpulan materi berita yang disajikan dari laporan tentang fakta peristiwa atau pendapat dalam tulisan/narasi, audiovisual, gambar foto, peta, grafik, baik direkam atau live yang aktual, menarik, bermanfaat, dan dipublikasikan oleh media televisi. Setiap item materi berita singkat (durasi 2-3 menit) dengan total durasi *news bulletin* slot 30 menit.

Termasuk dalam jenis *News Bulletin* ini antara lain<sup>27</sup> :

- a. *Hard News* : Berita yang biasanya kurang menyenangkan seperti kekerasan, kesengsaraan, pelecahan seksual, bencana alam dan lain-lain.
- b. *Soft News* : Berita menyenangkan, misalnya : kelahiran putra raja, penerimaan hadian nobel, berita keberhasilan seseorang, pemberian gelar doctor dan lain sebagainya.
- c. *Straight News* : Berita yang karena memiliki nilai tinggi, penyajiannya langsung pada inti beritanya saja.
- d. *Spot News* : Berita yang sangat penting dan menarik pada saat dan berita itu masih menjadi topik pembicaraan masyarakat luas.
- e. *Stop Press* : Berita penting yang perlu diketahui pembaca yang diterima redaksi di saat-saat akhir surat kabar atau majalah dicetak.

---

<sup>27</sup> Djuroto, Totok. 2003. *Teknik Mencari & Menulis Berita*. Semarang: Dahar Prize. Hal 38

Biasanya dilingkari kolom dengan cetakan agak tebal, menarik perhatian, disajikan secara singkat, jelas dan padat. Di media televisi misalnya dikenal dengan “lintasan berita”.

*Current affair* (persoalan kekinian) merupakan program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam. *Current affair* cukup terikat dengan waktu dalam hal penayangannya namun tidak seketat *hard news*, batasannya adalah bahwa selama isu yang dibahas masih mendapat perhatian khalayak, maka *current affair* masih dapat disajikan.

*Current affairs* adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam. Formatnya bisa berbentuk dialog dalam *news bulletin* dan durasinya disesuaikan dengan kebutuhan. Contohnya program yang menyajikan cerita mengenai kehidupan masyarakat setelah ditimpa bencana alam dahsyat, contohnya gempa bumi atau tsunami.

*News bulletin dan current affairs* merupakan program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita yang penting dan muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam. Dengan demikian *news bulletin* dan *current affairs* terikat dengan waktu dalam hal penayangannya namun tidak seketat dengan *hard news*, batasannya adalah



bahwa selama isu yang dibahas masih mendapat perhatian khalayak maka *news bulletin* dan *current affairs* dapat disajikan<sup>28</sup>

Suatu acara *news bulletin* dan *current affairs* tidak akan berjalan lancar tanpa peran serta para *crew* atau kerabat kerja. Semua kerabat kerja sangat mempengaruhi dalam proses *shooting* suatu acara, jika salah satu kerabat kerja tidak melakukan kerjanya dengan maksimal maka suatu acara tidak akan berjalan dengan maksimal pula. Program *news bulletin* dan *current affairs* dinilai baik jika memiliki beberapa komponen yang mendukung didalamnya, yaitu :

1. Isi Berita
2. Pembawa Acara
3. Pengemasan Acara
4. Proses Editing

## **2.8 Proses Penyajian Alur Berita / *Flow of News***

Hikmat dan Purnama Kusumaningrat mengemukakan, alur pembentukan berita melalui beberapa tahapan. Diantaranya:<sup>29</sup>

### **a) Rapat Desk / Bidang**

Masing –masing redaktur bidang merencanakan dan menanyakan isu- isu apa yang akan diangkat dalam liputan yang selanjutnya, dibahas dalam rapat proyeksi. Rapat desk atau bidang ini di lakukan setiap malam.

### **b) Rapat Proyeksi**

---

<sup>28</sup> [http://pksm.mercubuana.ac.id/new/elearning/files\\_modul/41037-6-377499156869.doc](http://pksm.mercubuana.ac.id/new/elearning/files_modul/41037-6-377499156869.doc)

<sup>29</sup> Hikmat, dan Purnama, Kusumaningrat. 2007. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 72-75

Dipimpin oleh redaktur pelaksana dan dihadiri oleh pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, redaktur desk/ bidang, koordinator foto, manager iklan, manager sirkulasi, kepala produksi, kepala pusat dokumen, kepala sekretaris redaksi

Dalam rapat ini membahas seputar kasus atau isu- isu yang dibawa oleh masing- masing redaktur bidang. Selanjutnya redaktur yang menentukan laporan utamanya dan memberi penugasan kepada wartawan sesuai dengan hasil rapat tersebut.

**c) Penugasan/ Peliputan**

Masing- masing redaktur desk/ bidang menugaskan para wartawan untuk mencari berita sesuai dengan apa yang telah ditentukan dalam rapat proyeksi.

**d) Rapat Budgeting**

Dipimpin oleh redaktur pelaksana, yang dihadiri oleh orang- orang yang hadir dalam rapat proyeksi. Rapat ini membahas hasil – hasil yang didapat para reporter di lapangan.

**e) Penulisan naskah berita**

Wartawan mengolah bahan berita yang didapat dilapangan untuk dijadikan naskah berita, yang selanjutnya diberikan kepada redaktur desk/ bidang masing- masing.

**f) Editing/ Penyuntingan naskah berita**

Untuk halaman satu, redaktur pelaksana mengedit kembali naskah berita yang sudah diedit oleh redaktur desk. Sedangkan untuk halaman (2) dua sampai selanjutnya, naskah berita diedit oleh redaktur desk masing-masing.

**g) Produksi**

Naskah berita yang sudah diedit dikirim ke bagian produksi untuk diatur tata letaknya dalam bentuk copy berita.

**h) Percetakan**

Naskah berita yang sudah diubah menjadi copy berita, akan dikirim ke percetakan untuk dicetak dan disebarluaskan.

**i) Pembaca**

Setelah dicetak, bagian sirkulasi menyebarkan surat kabar/ koran kepada agen-agen yang siap mengedarkan kepada khalayak pembaca.

## **2.9 Proses Kreatif**

Menurut *Creative Education Fondation* pengertian kreatif adalah: suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (atau sekelompok 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 memiliki beberapa pengertian berbeda, dan secara sederhana pemirsa

mendefinisikan kreativitas sebagai sesuatu yang berbeda, unik, lain daripada yang lain atau sesuatu yang belum pernah ada. Menurut Gilson dan Berkman<sup>30</sup>, kreativitas didefinisikan sebagai cara menghubungkan beberapa elemen menjadi sesuatu yang menarik perhatian.

Hugenholtz menitikberatkan kreativitas pada pemberian bentuk, yaitu kemampuan untuk memberi bentuk pada suatu maksud, niat, ide sedemikian rupa dengan cara dan alat (sedemikian rupa) sehingga bentuk tersebut tidak kekurangan atau kelebihan dan bisa berbicara sendiri bahwa kreativitas berhubungan dengan suatu yang dijadikan faktor kenyataan dan menjadi kemungkinan yang bermakna.

Menurut model Graham Wallas<sup>31</sup>, kreativitas muncul dalam proses empat (4) tahap sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, otak mengumpulkan informasi dan data yang berfungsi sebagai dasar atau riset untuk karya kreatif yang sedang terjadi. Tahap persiapan ini merupakan suatu tahap berorientasi-tugas ketika seseorang melakukan riset khusus

---

<sup>30</sup> Christopher, Gilson dan Harold W, Berkman, *Advertising : Concepts Strategis* (Ney York: Random House, Inc.,1980). hal 378

<sup>31</sup> Utami, Munandar. 2002. *Kreativitas & Keberbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif & Bakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hal. 58 – 59

dengan membaca, mewawancarai orang, bertualang, atau kegiatan lain-yang berfungsi mengumpulkan fakta, ide dan opini.

b. Tahap Inkubasi

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, menghasilkan sesuatu yang baru dan unik

c. Tahap Pencerahan

Tahap pencerahan dikenal sebagai pengalaman *eureka* atau “Aha!”, yaitu saat inspirasi ketika sebuah gagasan-baru muncul dalam pikiran, seakan-akan dari ketiadaan, untuk menjawab tantangan kreatif yang sedang dihadapi. Tahap pencerahan ini sering terjadi saat seseorang mengerjakan sesuatu yang tidak berkaitan dengan upaya kreatif, seperti ketika sedang mandi, mengemudi, melamun, mendengarkan musik, atau saat sedang asyik dengan kegiatan lain. Tahap pencerahan merupakan titik tolak ketika gagasan-baru pindah dari alam pikiran tidak sadar ke alam pikiran sadar, dan hal ini paling mudah dicapai dalam keadaan santai dan bebas tekanan.

d. Tahap Pelaksanaan / Pembuktian

Disebut sebagai tahap pelaksanaan/pembuktian karena disinilah titik tolak seseorang memberi bentuk pada ide atau gagasan baru, untuk meyakinkan bahwa gagasan tersebut bisa diterapkan. Disinilah kemampuan dan keterampilan berpikir harus memainkan peran, demikian juga hasrat dan rasa gembira. Dalam tahap pelaksanaan atau 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 isian program siaran televisi yang menarik, unik, dan inovatif.

Sebagai Negara berkembang Indonesia sangat membutuhkan tenaga-tenaga kreatif yang mampu memberikan sumbangan bermakna kepada ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian, serta kepada kesejahteraan bangsa pada umumnya. Sehubungan dengan ini pendidikan hendaknya tertuju pada pengembangan kreativitas peserta didik agar kelak dapat memenuhi kebutuhan pribadi, masyarakat, dan negara.

## **2.10 Proses Kreatif Program Televisi**

Proses kreatif merupakan orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif sebagai pedoman dalam membuat suatu

program acara televisi. Menurut Rhenald Kasali<sup>32</sup>, proses kreatif bagi orang-orang kreatif sering dianggap hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk pasar dan khalayak sasaran ke dalam suatu posisi tertentu di dalam komunikasi yang kemudian dapat dipakai untuk merumuskan tujuan iklan. Ia juga menambahkan bahwa pengerjaan proses kreatif mencakup pelaksanaan dan pengembangan konsep atau ide yang dapat mengemukakan proses atau tahapan dasar dalam membentuk komunikasi yang efektif. Proses dan teknis pembuatan suatu program acara pastilah melalui proses panjang, proses pembuatan program acara dikenal dengan istilah proses ide kreatif.

Dalam pengerjaan proses kreatif ini dilaksanakan oleh orang-orang kreatif. Di dalam diri orang kreatif biasanya tersimpan sifat-sifat yang mendukung sebuah karya yang kreatif. Sifat-sifat yang harus dimiliki oleh orang-orang kreatif adalah: kreatif. Di dalam diri orang kreatif biasanya tersimpan sifat-sifat yang mendukung sebuah karya yang kreatif. Sifat-sifat yang harus dimiliki oleh orang-orang kreatif adalah:

1. Memiliki rasa ingin tahu yang mendalam
2. Sering mengajukan pertanyaan yang berbobot
3. Memberikan banyak gagasan, usul-usul terhadap suatu masalah
4. Mampu menyatakan pendapat secara spontan dan tidak

---

<sup>32</sup> Rhenald, Kasali. 1972. *Manajemen Periklanan*. Jakarta:PT. Pustaka Utama Grafiti.  
Hal 19

malu-malu

5. Mempunyai atau menghargai rasa keindahan
6. Menonjol dalam satu atau lebih bidang studi
7. Dapat mencari pemecahan masalah dari berbagai segi
8. Mempunyai rasa humor
9. Mempunyai daya imajinasi (misalnya memikirkan hal-hal yang baru dan tidak biasa)
10. Mampu mengajukan pemikiran, gagasan pemecahan masalah yang berbeda dengan orang lain (orisinil)
11. Kelancaran dalam menghasilkan bermacam-macam gagasan
12. Mampu menghadapi masalah dari berbagai sudut pandang

Hal-hal yang harus diperhatikan orang-orang kreatif dalam menyusun strategi diantaranya adalah :

1. Harus memiliki kebenaran dalam konsep, bukan sekedar hanya untuk merebut perhatian khalayak.
2. Harus memiliki tujuan jangka panjang, yakni mampu menciptakan hubungan yang stabil dan kuat serta bertahan lama.
3. Memiliki keunikan tersendiri dan menarik perhatian pemirsa sehingga akan menjadi kenangan dan akan lebih menarik perhatian sehingga pemirsa akan memberikan loyalitas.



Menurut Gilson dan Berkman, proses perumusan suatu proses ide kreatif terdiri dari tiga tahapan dimana di pandang dari proses ide kreatif program acara, yaitu:

1. Tahap Pertama, Mengumpulkan dan mempersiapkan informasi pemasaran yang tepat agar orang-orang kreatif dapat dengan segera menemukan strategi kreatif mereka.
2. Tahap Kedua, Selanjutnya orang-orang kreatif harus “membenamkan” diri mereka dalam informasi-informasi tersebut untuk menetapkan suatu posisi dalam penyangan serta menentukan tujuan program acara yang akan dihasilkan. Pada tahap inilah ide-ide yang merupakan jantung dari seluruh proses perumusan strategi kreatif, dicetuskan dan dikembangkan. Biasanya untuk memperoleh hasil kerja yang optimal, dilibatkan pula suatu diskusi yang sangat hati-hati diantara orang-orang kreatif.
3. Tahap Ketiga, Melakukan presentasi kepada seluruh tim produksi agar mendapat persetujuan sebelum program acara ditayangkan.

Proses ide kreatif suatu program acara setelah dirumuskan selanjutnya harus melalui proses produksi untuk pencapaian akhirnya. Menurut Wahyudi, proses produksi suatu program acara terdiri atas tiga bagian utama, yaitu:

1. Praproduksi (perencanaan),

Praproduksi adalah semua kegiatan sampai dengan pelaksanaan liputan (*shooting*). Yang termasuk kegiatan praproduksi antara lain; penguangan ide atau gagasan ke dalam *outline*, pembuatan *format/scenario/treatment*, *script*, *story board*, *program meeting*, *hunting* (peninjauan lokasi liputan), *production meeting*, *technical meeting*, pembuatan dekor, dan lain-lain.

2. Produksi (peliputan),

Produksi adalah seluruh kegiatan liputan (*shooting*) baik di studio, maupun di lapangan. Proses liputan (*shooting*) juga disebut *taping*.

3. Paskaproduksi (penyuntingan),

Paskaproduksi adalah semua kegiatan setelah peliputan/*shooting* sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar kembali. Yang termasuk kegiatan pascaproduksi antara lain: *editing* (penyuntingan), *manipulating* (pengisian suara), *subtitle*, *title*, ilustrasi, efek, dan lain – lain. Selesai *shooting* harus diadakan *checking* apakah perlu ada *shooting* ulang. *Checking* berikutnya dilakukan setelah *editing* dan *manipulating* yang lazim disebut *review* untuk menentukan apakah ada perbaikan, kemudian dilakukan *preview*.

Faktor-faktor yang terkait dengan kreativitas, diantaranya :

1. Aspek Pribadi

Ditinjau dari aspek pribadi, kreativitas muncul dari interaksi pribadi yang unik dengan lingkungannya.

2. Aspek Pendorong

Ditinjau dari aspek pendorong, kreativitas dalam perwujudannya memerlukan dorongan internal maupun eksternal dari lingkungan.

3. Aspek Proses

Ditinjau sebagai proses, menurut kreativitas adalah proses merasakan dan mengamati adanya masalah, membuat dugaan tentang kekurangan (masalah) ini, menilai, dan menguji dugaan atau hipotesis, kemudian mengubah dan mengujinya lagi, dan akhirnya menyampaikna hasil-hasilnya.

4. Aspek Produk

Definisi produk kreativitas menekankan bahwa apa yang dihasilkan dari proses kreativitas adalah sesuatu yang baru, orisinal, dan bermakna. Kreativitas tidak timbul serta-merta, tetapi melalui proses.

### **2.10.1 Kreativitas Dalam Penciptaan Program Siaran Televisi**

Dalam dunia pertelevisian, jatuh bangunnya penyelenggaraan siaran televisi disamping sangat dipengaruhi oleh tingkat kepemirsaan

yang berkaitan langsung dengan perolehan pendapatannya melalui iklan, sepenuhnya sangat bergantung pada kreativitas pengelolaannya dalam mengembangkan kreativitas penciptaan program siaran televisi. Untuk itu kita perlu berpikir yang baik untuk dapat menciptakan suatu program televisi yang kreatif.

Menurut Jamer C. Coleman dan Coustance L. Hammen, berpikir kreatif adalah *thinking which produces new methods, new concepts, new understanding, new inventions, new work of art*. (Berpikir yang menghasilkan metode atau cara - cara baru, konsep baru, pengertian baru, penemuan baru, pekerjaan seni yang baru). Keingintahuan tentang seluruh aspek kehidupan manusia masih merupakan kunci sukses bagi orang-orang kreatif.

Proses kreatif penciptaan program siaran televisi berkembang mulai dari berlangsungnya proses imajinasi menjadi gagasan awal, proses perancangan (penyusunan format dan kriteria program siaran), proses produksi, sampai pada proses kreatifnya tersebut, setiap *programmer* siaran televisi sudah bersentuhan langsung dengan teknologi, mulai dari produk teknologi komunikasi yang paling sederhana (*word processor*) sampai pada produk teknologi komunikasi televisi yang paling canggih (satelit). Karena itu tidak berlebihan bila kita mengatakan bahwa perkembangan teknologi media memiliki peran yang besar dalam mendukung berlangsungnya proses kreatif penciptaan program siaran televisi.

Proses kreatif penciptaan program siaran televisi dengan mengeksploitasi kecanggihan teknologi media komunikasi secara proporsional, akan memungkinkan lahirnya karya-karya kreatif dan inovatif, yang dengan sendirinya mendorong potensi profesionalitas dan kreativitas mereka. Suatu program siaran televisi yang kreatif harus menghasilkan dampak abadi secara relatif terhadap pemirsa. Hal ini berarti, meninggalkan di belakang kerumunan program siaran televisi sejenis lainnya, mengaktifkan perhatian serta memberi sesuatu kepada pemirsa agar mengingat tentang isian program siaran televisi tersebut. Dengan kata lain, program siaran televisi harus membuat suatu kesan. Berdasarkan pada perspektif tersebut tentang kreativitas, ini berarti mengembangkan program siaran televisi yang empatik, yakni yang melibatkan diri dan mudah diingat, serta yang mengesankan *simple*.

Untuk membuat sebuah acara program televisi yang kreatif, perlu diketahui lima (5) acuan dasar yang sangat penting dalam merencanakan, memproduksi dan menyiarkan suatu acara bagaimanapun sifat dan bentuknya. Kelima acuan ini satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan bahkan akan saling terkait, yakni antara lain:

1. Ide

Ide merupakan sebuah pikiran dari seorang perencana acara siaran, dalam hal ini seorang produser. Sesuai dengan teori komunikasi, ide merupakan rencana pesan yang akan disampaikan kepada khalayak penonton melalui medium televisi dengan maksud dan tujuan tertentu. Karena itu sewaktu akan menuangkan idenya dalam bentuk sebuah naskah siaran harus selalu memperhatikan faktor penonton, agar apa yang akan disajikan dalam bentuk acara siaran dapat mencapai sasarannya.

## 2. Pengisi Acara Siaran (Artis)

Pengisi acara siaran dapat berupa seorang pembaca berita, artis yang belum dikenal sampai dengan para cendekiawan dan artis yang cukup terkenal di masyarakat. Pengisi acara sangat mempengaruhi jalannya acara program televisi, seperti seorang presenter yang mengantar suatu sajian, seperti musik, aneka program *feature*, *magazine*, ataupun kuis. Sebagai pengantar sajian, seorang presenter boleh menambah daya tarik dari materi yang disajikan lewat kata-katanya dan mampu menghidupkan suatu sajian program dengan kata-katanya. Dalam bahasa Indonesia, presenter disebut penyaji yang tidak terlalu terikat oleh materi yang disajikan.

## 3. Peralatan

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

#### 4. Kelompok Kerja Produksi

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

#### 5. Penonton

Mereka adalah sasaran dari setiap acara yang disiarkan dan mereka merupakan faktor yang ikut menentukan berhasil tidaknya acara yang telah dibuat.

## **2.9 Penelitian Terdahulu**

Didalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memberikan kontribusi kepada peneliti, maka penulis memasukkan referensi dan ringkasan dari peneliti terdahulu sebagai acuan dan penguat penelitian, sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

**Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu**

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metedologi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<b>Raden Damianus Cosmas Bambang Mulyono, 2012</b>	Strategi Team Kreatif dalam Mempertahankan Kualitas Program Acara Sketsa di Trans Tv	Deskriptif Kualitatif	Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>team</i> kreatif mempertahankan kualitas program dengan cara membuat content cerita yang bagus dan berkualitas, di samping itu <i>team</i> kreatif juga menganalisa karakteristik dan keinginan penonton berdasarkan hasil rating dan share dari program sketsa yang sudah tayang, tentunya dengan keunggulan dan keunikan kreativitas program yang alur ceritanya tidak mudah ditebak, penggunaan property yang unik dan sebagainya.



2.	<b>Canggih Bekti Pratiwi, 2014</b>	Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADITV	Deskriptif Kualitatif	Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa produser memaparkan secara rinci strategi kreatif berdasarkan elemen-elemen produksi acara televisi milik Naratama.
3.	<b>Adennis Resti Ariyani, 2012</b>	Strategi Kreatif Program Acara Talk Show Empat Mata di Trans7	Deskriptif Kualitatif	Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif yang digunakan program acara <i>talk show</i> Empat Mata antara lain format program acara, keragaman humor, penonton, penampilan pendukung acara, tata panggung, kejutan-kejutan baru dan mengukur <i>share</i> dan <i>rating</i> .
4.	<b>Christa, 2009</b>	Strategi Kreatif SCTV Dalam Program Acara Inbox “Tangga Lagu Musik” (SCTV) Untuk Mempertahankan	Deskriptif Kualitatif	Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif yang digunakan acara Inbox antara lain program acara musik yang selalu <i>out door</i> dengan lokasi yang berpindah-pindah, penampilan video klip yang selalu <i>up to date, live performance</i>

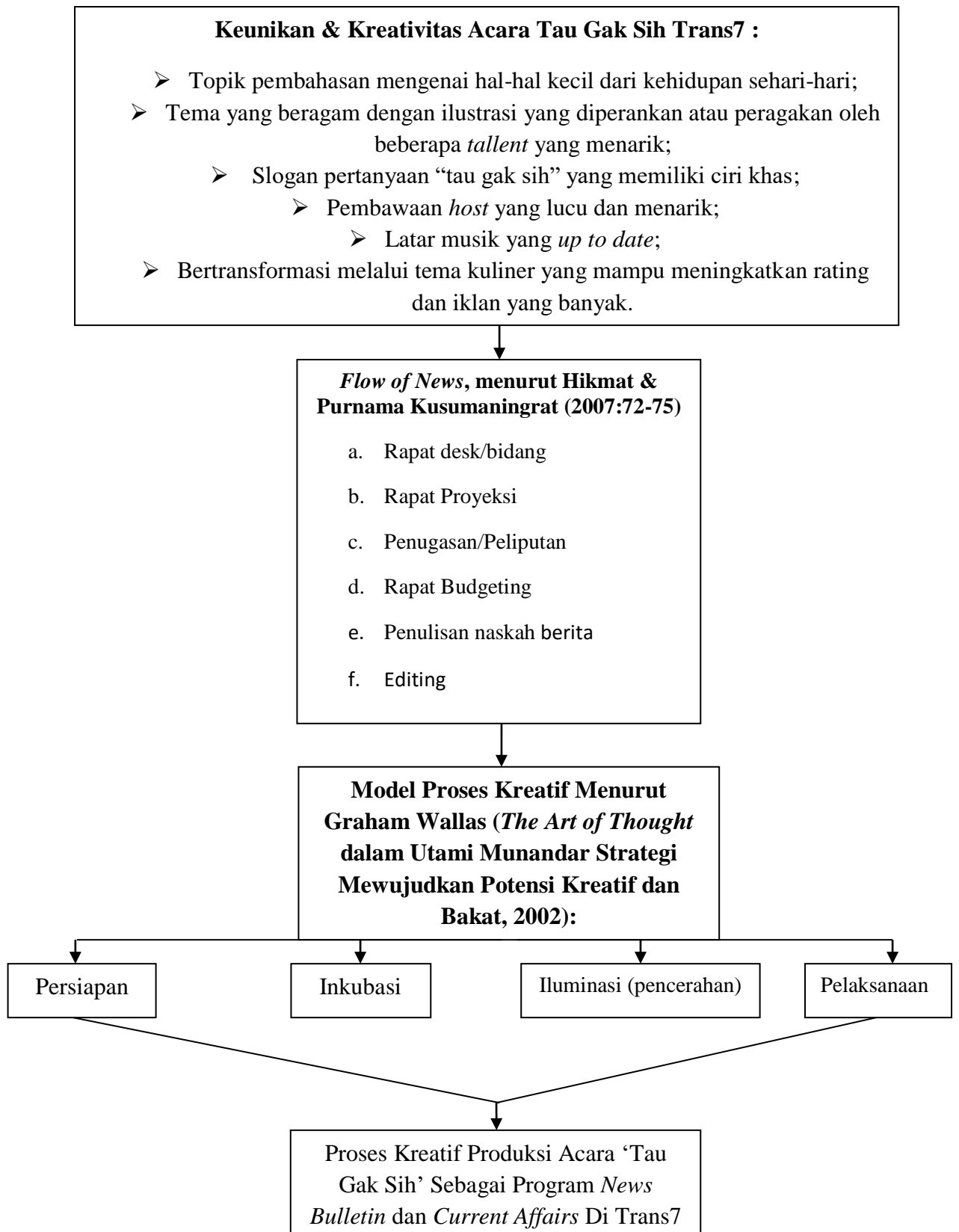
		Loyalitas Pemirsa		dari bintang tamu, penggabungan teknologi multimedia <i>handphone</i> dengan teknologi <i>broadcasting</i> dan mengukur <i>rating</i> and <i>share</i> .
5.	<b>Inayatul Fitriah, 2014</b>	Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar	Deskriptif Kualitatif	Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara teori dengan praktik yang terjadi dilapangan. 13 elemen strategi kreatif Naratama yaitu target penonton, bahasa naskah, format acara, <i>punching line</i> , <i>gimmick funfare</i> , <i>clip hanger</i> , <i>tune and bamper</i> , penataan artistik, <i>music and fashion</i> , ritme dan birama acara, logo dan <i>musik track</i> , untuk <i>i'd tune</i> , <i>general reharsel</i> , dan <i>interactive</i> program diterapkan oleh produser Mamah & Aa ber-Aksi dalam upaya mempertahankan eksistensi program Mamah & Aa ber-Aksi ditambah dengan beberapa strategi khusus lainnya.

## 2.9 Kerangka Pemikiran

Permasalahan yang terjadi pada tahap awal yang dapat diketahui adalah keunikan dan kreativitas dari acara Tau Gak Sih yaitu topik acara yang mengangkat dari hal-hal sepele di kehidupan kita sehari-hari menjadi pembahasan yang menarik dan bermanfaat bagi kita, tema yang beragam setiap episodenya yang diilustrasikan oleh beberapa *talent* yang menarik, slogan pertanyaan “Tau Gak Sih” yang memiliki ciri khas dan karakteristik tersendiri, pembawaan *host* yang konyol dan selalu mengajukan pertanyaan yang tidak dapat diduga-duga, latar musik yang selalu *up to date*, dan peningkatan *rating* serta iklan yang semakin tinggi. Hal tersebut yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat pembahasan mengenai proses ide kreatif yang diterapkan dalam acara Tau Gak Sih.

Model proses kreatif yang digunakan adalah model menurut Wallas, dengan 4 tahapan proses kreatif yaitu perencanaan, inkubasi, iluminasi dan tahap verifikasi. Maka dengan adanya model proses kreatif tersebut, akan memunculkan beberapa faktor kreativitas diantaranya dari aspek pribadi, aspek pendorong, aspek proses dan aspek produk. Produk yang dihasilkan tersebut berupa strategi kreatif dari acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang.<sup>65</sup>

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Paradigma kritis pada dasarnya adalah paradigma ilmu pengetahuan yang meletakkan epistemologi kritik Marxisme dalam seluruh metodologi penelitiannya. Fakta menyatakan bahwa paradigma kritis yang diinspirasi dari teori kritis tidak bisa melepaskan diri dari warisan Marxisme dalam seluruh filosofinya. Teori kritis pada satu pihak merupakan salah satu aliran ilmu sosial yang berbasis pada ide-ide Karl Marx dan Engels.<sup>66</sup> Teori kritis memandang bahwa kenyataan itu sangat berhubungan dengan pengamat yang tidak dapat dipisahkan satu

---

<sup>65</sup> Deddy Mulyana. 2003. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung Hal 9

<sup>66</sup> Denzin & Norman. 2000. *Handbook of Qualitative Research*. Sage Public. California Hal 279-280

sama lain serta nilai-nilai yang dianut oleh pengamat tersebut turut mempengaruhi fakta dari kenyataan tersebut.<sup>67</sup> (tahir, 2011: 58).

Sebagian besar teori komunikasi kritis berhubungan dengan media terutama karena kekuatan media untuk menyebarkan ideologi yang dominan dan kekuatannya untuk mengungkapkan ideologi alternatif dan ideologi yang bertentangan.<sup>68</sup> Pendekatan kritis pada umumnya selalu melihat dalam konteks yang luas, tidak hanya pada sebuah level saja namun juga mengeksplorasi level lain yang ikut berperan dalam sebuah peristiwa. Dalam kajian media misalnya, pendekatan ini tidak hanya melihat bagaimana proses kerja wartawan ke lapangan dan membuat berita untuk diterbitkan. Namun juga melihat bagaimana konteks atau suasana sosial, politik, budaya hingga ekonomi saat berita itu dibuat. Bahkan juga mengeksplorasi siapa yang menjadi narasumbernya, kenapa harus dia menjadi narasumbernya. Kenapa narasumber A lebih banyak dimuat daripada narasumber B.<sup>69</sup>

Peneliti menggunakan paradigma kritis karena dalam penelitian *flow of news* acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini peneliti menggunakan produser acara sebagai narasumber kunci dan informasi yang disampaikan dari produser tersebut lebih banyak digunakan sebagai hasil dari penelitian yang mempengaruhi hasil penelitian tersebut.

---

<sup>67</sup>Muh Tahir. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Universitas Muhammadiyah. Makassar Hal 58

<sup>68</sup>Denis McQuail. 2012. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Salemba Humanika. Jakarta Hal 72-75

<sup>69</sup><http://butsijournal.wordpress.com>

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial.<sup>70</sup> Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode; wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, hasil (*survey*), dan data apa pun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci. Jadi alih-alih menelaah sejumlah kecil variabel dan memilih suatu sampel besar yang mewakili populasi, peneliti secara seksama dan berbagai cara mengkaji sejumlah besar variabel mengenai suatu kasus khusus. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti.

Sedangkan pendekatan yang dipilih peneliti kali ini adalah studi kasus, yang merupakan uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok atau organisasi. Peneliti berupaya menelaah dan mempelajari sebanyak mungkin data mengenai subyek yang diteliti, dengan tujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam.

---

<sup>70</sup> Deddy, Mulyana. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*. PT. Remaja Rodsa Karya. Hal 201

Robert K. Yin menjelaskan bahwa studi kasus adalah salah satu metode pendekatan pada penelitian ilmu-ilmu sosial dimana secara umum pendekatan tersebut lebih sesuai jika pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan "bagaimana" atau "mengapa". Berikut penjelasannya:

"Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena yang kontemporer (masa kini) di dalam kehidupan nyata."<sup>71</sup>

Sebagai suatu upaya penelitian, studi kasus dapat memberi nilai tambah pada pengetahuan kita secara unik mengenai fenomena individual, organisasi dan bahkan masalah sosial politik. Dengan menggunakan pendekatan ini kita bisa memahami peristiwa-peristiwa dalam kehidupan nyata seperti siklus kehidupan seseorang, proses-proses organisasional dan manajerial, maupun perubahan lingkungan sosial. Melalui pendekatan ini peneliti berusaha untuk mengumpulkan informasi atau data sebanyak-banyaknya yang berkenaan dengan strategi tabloid Nurani dalam memperkuat *brand image*-nya.

### 3.3 Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian dengan menggunakan jenis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah

---

<sup>71</sup> Robert K.Yin. 2002. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. Hal 1



penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.<sup>72</sup> Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis.

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penulisan laporan demikian, peneliti menganalisis data yang sangat kaya tersebut dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Hal itu hendaknya dilakukan seperti orang merajut sehingga setiap bagian ditelaah satu demi satu<sup>73</sup>. Dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang digunakan akan mendeskripsikan atau menerangkan proses ide kreatif dari TRANS7 dalam melaksanakan acara Tau Gak Sih.

### **3.4 Informan**

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang

---

<sup>72</sup> Nurul, Zuriyah. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara. Hal 47

<sup>73</sup> Lexy, Moleong J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit: PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung. Hal 6

penelitian.<sup>74</sup> Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 2 informan diantaranya:

1. Informan Kunci (*Key Informan*), yaitu orang-orang yang sangat memahami permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud sebagai informan kunci dalam penelitian ini adalah *Executive* Produser dan Produser pada acara Tau Gak Sih TRANS7. Peneliti memilih 2 informan kunci tersebut karena secara keseluruhan mereka yang mengetahui dengan jelas mengenai situasi dan proses produksi dan kreatif yang dijalankan oleh acara Tau Gak Sih.
2. Informan *Non* Kunci, yaitu orang yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti yaitu Reporter acara Tau Gak Sih TRANS7.

### **3.5 Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah acara Tau Gak Sih TRANS7 sebagai program *news bulletin* dan *current affairs*. Karena dalam penelitian ini, penulis menjelaskan bagaimana proses ide kreatif yang digunakan dalam program tersebut.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

---

<sup>74</sup> Lexy, Moleong. 2000. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung. Hal 97

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan data primer, data sekunder, dan melakukan diantaranya :

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi. Disamping akan mendapatkan gambaran yang menyeluruh, juga akan mendapatkan informasi yang penting (Black, 1999:306).

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yakni wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak struktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka (*openended interview*), wawancara etnografis; sedangkan wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara baku (*standardized interview*), yang susunan pertanyaan sudah ditetapkan sebelumnya (biasa tertulis) dengan pilihan-pilihan jawaban yang sudah disediakan<sup>75</sup>.

Peneliti akan melakukan wawancara untuk mendapatkan sebuah informasi yang lengkap dan mendalam. Dalam proses wawancara akan menggunakan interview guide supaya pertanyaan yang diajukan dalam

---

<sup>75</sup> Deddy, Mulyana.2008. *Metode penelitian kualitatif: paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Remaja Rosdakarya: Bandung. Hal 180

wawancara tidak melenceng dengan masalah yang diangkat. Narasumber yang dipilih oleh peneliti adalah orang-orang yang penting dan strategis untuk diwawancarai guna memperoleh data, diantaranya adalah Produser *News Bulletin* dan *Current Affairs*, Produser Tau Gak Sih, Reporter Tau Gak Sih, *Host* Tau Gak Sih, dan segenap *Crue* yang bertugas dan bertanggung jawab dalam acara Tau Gak Sih.

b. Observasi

Secara luas, observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran. Akan tetapi, observasi atau pengamatan disini diartikan lebih sempit, yaitu pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang tidak berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan<sup>76</sup>. Peneliti melakukan observasi secara langsung di lapangan, yaitu dengan melihat seluruh kegiatan yang dilakukan oleh tim produksi Tau Gak Sih. Observasi dimulai dari pra produksi, produksi sampai pasca produksi pembuatan program acara Tau Gak Sih.

c. Dokumentasi

Dokumen dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus (*case record*) dalam pekerjaan sosial, dan dokumen lainnya. Akan tetapi, perlu diingat bahwa dokumen-dokumen ini ditulis tidak untuk tujuan penelitian sehingga penggunaannya memerlukan kecermatan. Dokumentasi yang peneliti gunakan dengan mengambil

---

<sup>76</sup> Irawan, Soehartono.2000. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 69 & 71

gambar acara Tau Gak Sih, internet, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan acara Tau Gak Sih.

d. Studi Pustaka

Yaitu dengan membaca, mempelajari dan mengutip isi bacaan buku-buku dari para ahli komunikasi dan produksi televisi, jurnal maupun modul yang secara langsung berhubungan dengan topik permasalahan yang sedang diteliti.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat diinterpretasikan temuannya kepada orang lain (Bod Gan & Biklen, 1982).

Langkah-langkah yang diambil penulis dalam penelitian adalah sebagai berikut, (Miles & Huberman, 1992:16-19) membagi teknik analisis data menjadi 3 bagian yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan sebagaimana

kita ketahui, reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif secara langsung.

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Pilihan-pilihan peneliti tentang bagaimana dan mana yang dikode, mana yang dibuang. Pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, cerita-cerita apa yang sedang berkembang, semuanya itu merupakan pilihan-pilihan analitis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

b. Penyajian Data

Alur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Kami membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Beraneka penyajian kita temukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari alat pengukur bensin, surat kabar, sampai layar komputer. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisiskah atukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.

c. Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Penelitian yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu dengan longgar, tetap terbuka dan skeptis.

### **3.8 Uji Validitas Data**

Dalam penelitian ini validitas data dapat diukur dari hasil wawancara dengan narasumber, dimana dari hasil wawancara akan memperoleh data yang diuji kebenarannya. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.<sup>77</sup>

Sedangkan jenis triangulasi yang digunakan adalah dengan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi

---

<sup>77</sup> Lexy, Moleong J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung. Hal 178

yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dengan demikian data yang diperoleh dari satu sumber dapat dibandingkan dengan sumber lainnya yang masih terkait untuk menguji kebenaran data tersebut. Selain itu juga untuk memperlengkap dan jika sumber pertama masih ada kekurangan. Trianggulasi akan memperkuat validitas data agar data yang diperoleh dapat dipercaya kebenarannya.

### **3.9 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

#### **3.9.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (TRANS7), tepatnya di program *News Bulletin and Current Affair* acara



Tau Gak Sih. Yang beralamat lengkap di Jl. Kapten P tendean. Kav. 12-14  
Mampang, Jakarta Selatan, 12790. Website: <http://trans7.co.id>.

### 3.9.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan oleh peneliti sekitar 3 bulan melakukan magang atau Job Training, dan 1 bulan melakukan observasi dan wawancara langsung dilokasi penelitian. Terhitung mulai Januari 2016 - Maret 2016.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1.	Pra Riset <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observasi</li> <li>• Penyusunan BAB I-III</li> <li>• Riset Lapangan               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wawancara</li> <li>✓ Dokumentasi</li> </ul> </li> </ul>						
2.	Sidang Outline						
3.	Pengolahan Data						

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hasil Wawancara</li><li>• Hasil Pembahasan</li></ul>						
4.	Penyusunan BAB IV-V						
5.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sidang Komprehensif</li><li>• Sidang Skripsi</li></ul>						

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

##### 4.1.1 Program Acara Tau Gak Sih TRANS7

Tau Gak Sih TRANS7 merupakan program edukatif dan informatif yang menyajikan informasi-informasi atau berita seputar kehidupan sehari-hari yang dikemas secara ringan sehingga bisa dengan mudah dipahami oleh masyarakat pada umumnya, berita ringan ini biasa disebut dengan *soft news*. Berdiri sejak bulan Maret 2012 yang didirikan oleh beberapa karyawan TRANS7 divisi *news* yang ingin menampilkan ide tentang *berita yang fresh* dan lain dari yang lain. Disajikan kurang lebih selama 30 menit, konsep Tau Gak Sih adalah sebuah tayangan yang berfungsi sebagai *news bulletin* meliputi segala hal-hal dan menyajikan informasi yang pada umumnya tidak banyak diketahui oleh orang banyak.

Dalam setiap episodenya, Tau Gak Sih akan mengkaji dan membahas istilah-istilah atau pengetahuan secara luas untuk dibahas dan diketahui oleh masyarakat yang bersifat umum ataupun khusus, sesuai dengan tema yang setiap harinya beragam. Rujukan informasi yang diperoleh adalah dari berbagai sumber misalnya seseorang yang ahli dalam bidang tertentu, dan narasumber yang memang ahli dalam bidangnya.

Tau Gak Sih, sebagai sebuah program televisi diharapkan menjadi tontonan untuk semua kalangan baik dari usia anak-anak sampai dewasa,

serta menjadi referensi untuk bahan dalam memperoleh suatu informasi yang penting dan bermanfaat. Tau Gak Sih ditargetkan menjadi media yang memberikan tontonan yang positif yang berisi ilmu pengetahuan yang disajikan secara ringan dan mudah untuk dipahami. Salah satu bentuk upaya redaksi Tau Gak Sih agar mencapai tujuannya sebagai tontonan yang layak dan bermanfaat adalah dengan terus melakukan proses riset dan diskusi dengan beberapa kalangan, narasumber dan ahli dalam bidang tertentu untuk didapatkan informasinya tentang sesuatu hal, dan terus menggali lebih banyak lagi ide dan kreativitas untuk tema yang akan ditayangkan dalam setiap episodenya.



**Gambar 4.1 Logo Tau Gak Sih TRANS7**

*Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)*

Selain itu Tau Gak Sih juga menyuguhkan tayangan mengenai suatu tempat tertentu seperti tempat kuliner dan tayangan tentang kuliner tertentu, juga tips-tips yang bermanfaat. Sampai saat ini, Tau Gak Sih

menggunakan rating *Double Digit* dengan perolehan 11-18% dalam kurun waktu tiga tahun terakhir ini.

Dalam program Tau Gak Sih, terdapat beberapa susunan *Jobdesk* untuk masing-masing *crew* yang bertugas, diantaranya ialah :

**a. *Pemimpin Redaksi***

Seorang pemimpin redaksi bertanggung jawab sepenuhnya atas seluruh isi berita yang diproduksi oleh departemen yang dipimpinnya. Bertanggung jawab dalam perencanaan, pelaksanaan, dan memonitor seluruh proses program acara dalam divisi *news*.

**b. *Executive Producer***

*Executive Producer* pada acara Tau Gak Sih adalah seseorang yang mempunyai wawasan dan mengerti tentang program televisi secara keseluruhan. Seorang *executive producer* harus mampu memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide dalam pembuatan program acara televisi. Selain itu, dia harus memiliki kemampuan untuk koordinasi, kontribusi dan distribusi produksi secara sistematis, efektif, dan efisien. Tugas pokok seorang *executive producer* adalah merancang sebuah konsep program acara Tau Gak Sih. Dia harus membuat sebuah konsep program acara televisi. Konsep program acara siaran televisi yang dibuat mulai dari seting lokasi sampai isi program.

**c. *Produser***

Produser pada program Tau Gak Sih berperan untuk bertanggung jawab kepada baik dan buruknya acara dari mulai proses Praproduksi sampai Pascaproduksi. Produser juga berperan sebagai pemimpin rapat bulanan pada program Tau Gak Sih. Produser juga memiliki peranan dalam mengkoordinasi seluruh *crew* produksi sesuai tujuan dan prosedur yang ada, baik dari segi manajemen produksi dan juga tema yang sudah disepakati berdasarkan hasil rapat. Produser juga mengedit naskah yang sudah dibuat oleh penulis naskah sesuai episode, dan nantinya akan di baca untuk *voice over*.

**d. *Asisten Produser***

Asisten Produser pada program Tau Gak Sih, bertugas untuk membantu produser mempersiapkan tema atau episode yang akan diangkat di setiap harinya, asisten produser juga berperan untuk mengawasi editor dalam proses mengedit visual. Serta memreview atau mengecek kembali hasil editing yang sudah selesai untuk mengantisipasi gambar-gambar yang tidak sesuai naskah atau yang tidak pantas untuk ditayangkan.

**e. *Production Asistant (PA)***

*Production Asistant* atau asisten produksi dalam program Tau Gak Sih adalah seseorang yang bertanggung jawab mulai dari proses Praproduksi, produksi, hingga pasca produksi. Tanggung jawab *Production Asistant* meliputi kegiatan mulai dari administrasi, surat-surat

perijinan dan teknis yang dibutuhkan jika akan melaksanakan liputan. Selain itu juga mengkoordinir penulis naskah dan pengisi narrator.

**f. *Konten Naskah***

*Konten naskah* atau sama saja dengan penulis naskah bertugas untuk mencari dan mengumpulkan data mengenai materi atau tema yang sudah ditentukan setiap episode. Seorang penulis naskah harus mandai untuk merangkai kata-kata yang baik, sehingga para pemirsa bisa memahami apa yang dimaksud pada episode tersebut. Penulis naskah juga harus paham pada materi yang nantinya akan dibuatnya sebagai tulisan, dan berusaha untuk mencari tahu dan banyak melakukan riset dan observasi.

**g. *Reporter***

Seorang reporter bertugas untuk meriset data dan mencari bahan untuk liputan, meliput ke lokasi dan juga membuat suatu naskah untuk apa yang akan diliputnya.

**h. *Camera Person / Kameramen***

Seorang kameraman bertugas untuk membantu reporter dalam proses liputan atau *shooting* dalam mengambil gambar liputan dan membantu *team* editing.

**i. *Video Jurnalis***

Seorang video jurnalis tugasnya hampir sama dengan seorang reporter dan kameraman, yaitu merangkap sebagai reporter dan kameraman untuk mengambil gambar dan membuat naskah.

**j. *Penyunting gambar atau Editor***

*Editor* adalah orang yang bertanggung jawab dalam proses mengedit berdasarkan naskah dan konsep sehingga menjadi sebuah tayangan yang layak untuk ditayangkan di televisi.

**k. *Dubber***

*Dubber* adalah seseorang yang membaca naskah untuk dijadikan pengisi suara dalam tayangan Tau Gak Sih. Seorang *narrator* harus mempunyai vokal yang baik dan bulat dalam membacakan sebuah naskah.

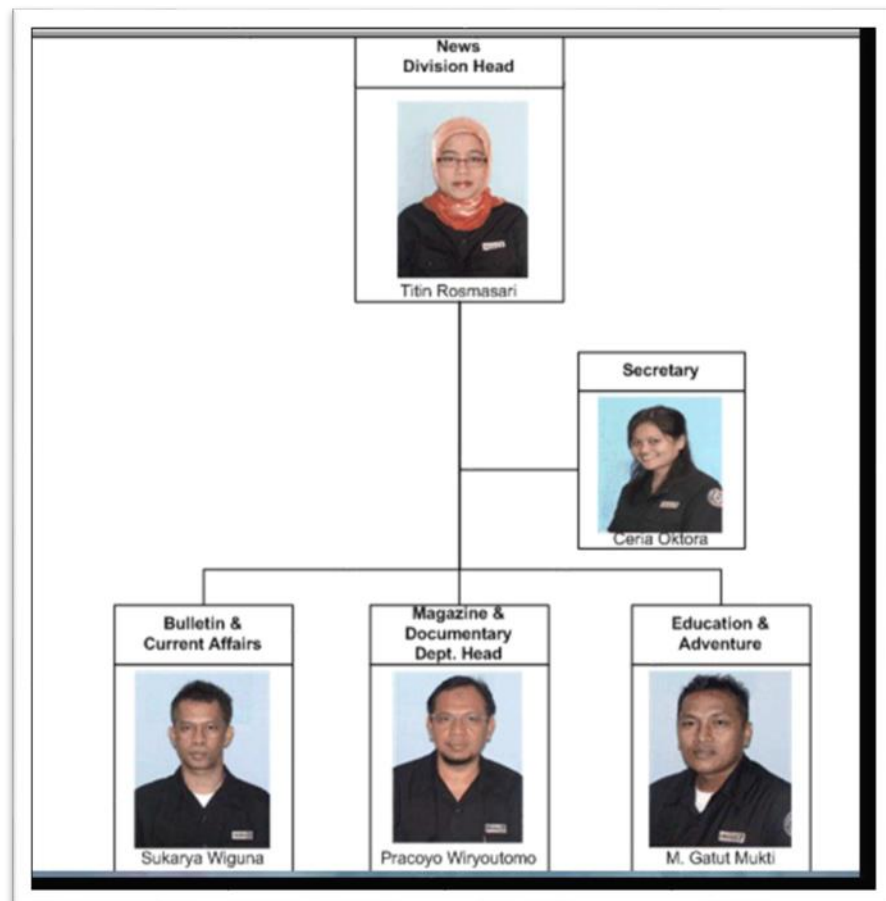
**l. *Presenter / Host***

*Host* bertugas untuk membawakan sebuah acara kepada tujuannya, dari *opening* hingga *closing*.



#### 4.1.2 Jajaran Direksi dan Job Deskripsi Program Tau Gak Sih TRANS7

Dalam setiap program yang ada di TRANS7 dinaungi oleh masing-masing divisi yang bertanggung jawab dalam program tersebut. Dalam program Tau Gak Sih, berikut beberapa jajaran direksi dan Jobdesk masing-masing *crew* yang terlibat didalamnya :



**Gambar 4.2 Struktur Organisasi Divisi News**  
*Sumber : (www.intranet.trans7.co.id TRANS7, 2016)*

## **STRUKTUR KERABAT KERJA PROGRAM TAU GAK SIH**

1. (KADIV) Kepala Divisi *news* TRANS7 : Titin Rosmasari
2. (KADEP) Kepala Departement : Sukarya Wiguna
3. Eksekutive Producer : Pasaoran Simanjuntak
4. Producer : Syarie Wulandari
5. (ASPROD) Assosiate Producer : Dhian Utami  
F. Shony K  
Kiagus Syaipul Ridwan
6. (PA) Production Assistant : Raden Budhi Prayitno
7. Reporter : Rikha Khulafaurus  
Oktavina Gerhana  
Nabila Rizky  
Dimas Praditya  
Heri Irfani
8. Camera Person : Andri Sumarya  
Daud Tomson  
Defries Tambunan  
Indra Setyawan  
Rico Delta Yudha
9. Video Jurnalis : Alfin Herdian  
Royhan Fasalama A
10. Editor : Yadi & Dany
11. Presenter / Host : Ojip Ismaputra

## 4.2 Deskripsi Data

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan cara peneliti datang langsung dan menanyakan tentang proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7, mencakup bagaimana perencanaan proses kreatif di acara Tau Gak Sih TRANS7, bagaimana proses kreatif tersebut masuk kepada tahap inkubasi kemudian pencerahan dan pelaksanaannya, faktor-faktor proses kreatif itu sendiri dan proses kreatif dari Praproduksi sampai pada Pascaproduksi. Selain melakukan wawancara terstruktur dengan *key informan*, peneliti juga melakukan observasi dengan mengamati secara langsung proses kreatif yang dilakukan oleh acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7.

Wawancara yang peneliti lakukan adalah wawancara terstruktur pada tanggal pertengahan bulan Maret 2016 di kantor TRANS7 yang beralamat di Jl. Kapten Tendean. Kav. 12-14 Mampang Jakarta Selatan, 12790-Indonesia. Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara dengan Mba Syari selaku produser acara Tau Gak Sih TRANS7. Pada penelitian ini, Mba Syari selaku produser berperan menjadi *key informan* untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan mendetail. Dalam wawancara tersebut, peneliti mendapatkan data atau

informasi berupa bagaimana proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7 untuk menjawab pertanyaan peneliti.

Selain dengan *key informan*, peneliti juga mendapatkan tambahan data dari informan lain yaitu, audiens atau penonton acara Tau Gak Sih ( Athaya, Angga Suprayitno, Mimi Oktori, Yogo Isnanto dan Habibah) untuk menambahkan data yang akan diteliti. Kemudian data akan dijabarkan secara jelas sehingga dapat diuji keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian mengenai proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7.

### **4.3 Hasil Penelitian**

Dalam pembahasan ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian mengenai bagaimana proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7 dengan mengacu pada rumusan masalah dan fokus penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Adapun penyusunan hasil penelitian ini berdasarkan pada wawancara secara struktur dan observasi. Keseluruhan data yang diperoleh peneliti berdasarkan wawancara (*interview*), observasi dan dokumentasi menunjukkan banyaknya informasi yang diperoleh dan penting untuk diketahui sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

Membahas tentang suatu program *news* yang bersifat *softnews* tentunya telah menghadirkan tayangan yang *fresh* dan menarik untuk masyarakat Indonesia yaitu acara Tau Gak Sih. TRANS7 selaku stasiun televisi yang memiliki *image* televisi yang memiliki program *reality show* terbanyak ingin menghadirkan sesuatu yang berbeda untuk para penontonnya dengan menayangkan acara Tau Gak Sih yang merupakan salah satu acara atau program *news* yang dikemas secara ringan, tentunya juga dengan mengedepankan unsur yang mendidik dengan memberikan tayangan yang mengandung informasi yang bermanfaat. Sebagai stasiun televisi yang menyiarkan program *news bulletin* dan *current affairs*, TRANS7 tentunya memiliki hambatan dalam menayangkan acara Tau Gak Sih, salah satunya karena dianggap sama saja dengan program *news* atau *reality show* biasa lainnya oleh masyarakat Indonesia. Maka dari itu, TRANS7 khususnya *team* produksi acara Tau Gak Sih harus memiliki proses kreatifnya sendiri untuk memproduksi suatu ide yang baru dan tayangan yang lebih menarik tentunya bagi masyarakat Indonesia.

Sebuah kegiatan proses kreatif bertujuan untuk menghadirkan suatu gagasan baru yang dimana dalam prosesnya dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Dalam proses kreatif setiap orang memiliki pemikiran dan idenya masing-masing untuk mengeluarkan bakat dan pengetahuannya. Proses kreatif juga melibatkan banyak orang untuk mencapai suatu konsep ide yang benar-benar baru.

Bagi stasiun televisi, kegiatan proses kreatif adalah suatu keharusan agar program-program mereka dapat digemari dan diminati oleh penonton yang menjadi segmentasinya. Tak terkecuali dengan stasiun televisi yang menjadi stasiun televisi *entertainment news* di Indonesia yaitu TRANS7. Dimana hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya meningkatkan minat penonton dan lebih memperkenalkan kepada penonton sebuah program *news* baru yang dikemas secara ringan. Kegiatan tersebut dapat memberikan pengaruh kepada sebagian masyarakat, karena jika semakin banyak yang meminati dan mengenal maka tentu pengaruhnya semakin luas. Inilah yang kemudian dimanfaatkan TRANS7 dalam memperkenalkan program acara Tau Gak Sih di TRANS7.

Untuk melakukan proses kreatif produksi acara diperlukan tahapan-tahapan atau proses jitu yang efektif agar kegiatan tersebut tidak menjadi kegiatan yang sia-sia. Seperti yang diutarakan Munandar dalam Reni Akbar-Hawad, proses upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif. “*Creativity is a process that manifest in self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking*”.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Utami, Munandar. 1985. *Pengembangan Emosi dan Kreativitas*: Jakarta. Rineka Cipta hal 25

Tidak dapat dipungkiri bahwa proses kreatif juga memiliki tahapan atau konsep dimana menurut S. Handayaniingrat dalam bukunya yang berjudul “*Pengantar studi dan Administrasi*” mengemukakan bahwa proses adalah serangkaian tahap kegiatan mulai dari menentukan sasaran sampai tercapainya tujuan.<sup>92</sup>

Sedangkan kreativitas menurut Menurut Munandar, kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi atau unsur-unsur yang ada. Hasil yang diciptakan tidak selalu hal-hal yang baru, tetapi juga dapat berupa gabungan (kombinasi) dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.<sup>93</sup>

Untuk memahami hal tersebut peneliti terjun langsung dan mengamati bagaimana proses kreatif tersebut sesuai dengan tahapan yang dikatakan oleh Graham Wallas, dalam menentukan langkah untuk merancang suatu proses kreatif dibagi menjadi empat tahapan, diantaranya adalah tahap persiapan, tahap inkubasi, tahap pencerahan (iluminasi) dan tahap pelaksanaan (pembuktian). Dan proses produksi yang dikemukakan oleh Wahyudi yaitu dari praproduksi, produksi sampai pada pascaproduksi serta faktor yang mempengaruhi kreativitas itu sendiri yaitu dari aspek pribadi, aspek pendorong, aspek proses dan aspek produk. Keempat tahap

---

<sup>92</sup> S. Handayaniingrat. 1988. *Pengantar Studi dan Administrasi*. Jakarta Hal 20

<sup>93</sup> Munandar, S.C.U. 1985. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: PT Gramedia Hal 23

dengan tiga proses produksi dan keempat faktor didalamnya ini kemudian dapat menjawab dari fokus penelitian ini.

Dalam menentukan suatu kebijakan proses kreatif khususnya proses kreatif produksi acara, tim Tau Gak Sih di TRANS7 tidak hanya dapat menentukan secara langsung dan spontan, karena dibutuhkan dasar-dasar pemikiran dalam suatu penciptaan proses kreatif agar efektif dan juga memikirkan segala kemungkinan yang dapat terjadi. Terdapat beberapa langkah dalam menyusun sebuah proses kreatif. Seperti 4 tahapan yang diungkapkan oleh Graham Wallas, 3 proses produksi yang diungkapkan oleh Wahyudi dan 4 Faktor yang terkait dengan kreativitas itu sendiri.

#### **4.3.1 Perencanaan Proses kreatif Acara Tau Gak Sih di TRANS7**

Sebelum merancang sebuah proses kreatif, *team* acara Tau Gak Sih TRANS7 terlebih dahulu diharuskan melalui beberapa tahapan dalam merancang proses kreatif tersebut. Langkah pertama dalam membuat persiapan proses kreatif yang efektif adalah menganalisa situasi dengan menggambarkan bagaimana peluang dan rintangan yang dihadapi oleh *team* acara Tau Gak Sih TRANS7.

Acara Tau Gak Sih adalah program acara yang termasuk kedalam *news bulletin* dan *current affairs* yang dapat dikatakan awal kemunculannya belum banyak diketahui dan kurang mendapatkan perhatian dari masyarakat Indonesia. Sehingga masyarakat kurang



berminat untuk menonton acara Tau Gak Sih tersebut. Hal ini dibenarkan oleh Syarie Wulandari :

“Masih banyak yang belum tahu, pada dasarnya sih menurut saya masyarakat kalau nonton program televisi tidak melihat dari jenis programnya termasuk program apa. Yang masyarakat tahu bahwa program yang disiarkan itu hanya program hiburan, tanpa tahu itu termasuk ke dalam jenis program televisi apa. Makannya, jelas sebagian bahkan kebanyakan masyarakat gak mengetahui *news bulletin* dan *current affairs* itu program yang kaya apa sih?..”

Kurangnya minat masyarakat Indonesia tentunya juga dapat menjadi sebuah informasi penting yang dapat di analisis dan menjadi pertimbangan penting bagi *team* acara Tau Gak Sih yang ingin merancang sebuah proses kreatif. Masyarakat harus mengetahui dulu program acara apa yang mereka lihat, maka dengan begitu minat menonton pun akan bertambah. Seperti yang dijelaskan oleh Syarie Wulandari :

“Tau Gak Sih ini kan merupakan berita ringan atau *soft news*, maka penyajian dan penyampainnya suatu berita atau informasi tersebut dikemas secara ringan sehingga bisa dipahamin banget dong ya oleh semua kalangan, gak cuma orang dewasa aja tapi kalangan anak-anak juga dapat mengerti gitu.. yang lebih menarik lagi dari konsepnya sih ya itu proses kreativitas didalamnya, kayak penciptaan ide sampai dengan tema-tema yang beda tiap hari, bahasannya ada-ada aja gitu tapi sangat bermanfaat untuk penonton. Untuk informasi yang disampaikan itu sendiri beragam ya, informasi kuliner khas disuatu kota di Indonesia yang saat ini masih dan selalu digemari oleh penonton, informasi tentang sejarah suatu tempat berikut penjelasan oleh narasumber.”

Dalam hasil wawancara, dikatakan bahwa masih ada beberapa masyarakat Indonesia yang belum mengetahui apa itu acara Tau Gak Sih yang merupakan salah satu program *news bulletin* dan *current affairs* yang ada di TRANS7. Sedangkan masyarakat hanya tahu bahwa TRANS7 merupakan stasiun televisi yang menghadirkan program acara yang

bersifat *reality show* dan *news*, maka untuk menarik minat penonton tim acara Tau Gak Sih membuat suatu gebrakan baru atau proses kreativitas yang baru untuk menayangkan suatu program acara *news* yang berbeda dari program news lainnya, hal tersebut senada dengan pernyataan Syarie Wulandari :

“Saya khususnya seluruh *crew* selalu berusaha membuat ide dan tayangan yang menarik buat penonton pada umumnya. Karena acara *softnews* seperti ini belum bisa dibilang *booming* di masyarakat ya. Dari kreativitas yang kita punya, selalu kita kembangkan dan kita realisasikan, kayak misalnya kita tuh bikin sesuatu yang beda dari acara lain mulai dari tema, ide dan konsep penayangannya sendiri sih yang lebih dibuat *simple*, bahasa yang gak baku yang mudah dimengerti dicerna secara ringan dengan dibumbui candaan dan efek suara yang menarik gitu.”

Perbedaan acara Tau Gak Sih dengan program acara lainnya juga dijelaskan oleh *Eksekutive Producer* Pasaoran yang akrab dipanggil Bang Saur :

“Kalau bicara soal perbedaan, semua program televisi pasti berbeda bro.. kalau sama gak mungkin dapet ijin tayang karena masing-masing pihak pasti akan menuntut. Acara Tau Gak Sih ini dibilang letak perbedaannya dari acara *softnews* lainnya, ya utama pasti beda dari slogannya kalau acara Tau Gak Sih punya slogan atau ciri khasnya yaitu “Guys, Tau Gak Sih blablabla..” dari pembukaan slogan itu, baru penyampaian informasi dijelaskan secara jelas. Selain itu tema setiap harinya juga berbeda, tempat pengambilan gambarnya tidak hanya terpaku pada satu tempat, *host* juga punya karakter yang berbeda dari program lain. Intinya program acaranya dan prosesnya yang membedakan dari program lain.”

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *team* acara Tau Gak Sih TRANS7 sebelum membentuk atau merancang suatu proses kreatif produksi acaranya, memikirkan beberapa kemungkinan untuk kelangsungan penayangan programnya. Walaupun awal kemunculan acara Tau Gak Sih ini masih kurang minat penontonnya, tetapi *team* memiliki cara tertentu untuk lebih mendapatkan minat penonton. Seperti yang

dikatakan oleh Syarie Wulandari selaku produser acara Tau Gak Sih

TRANS7 :

“Nah, karena konsep awal acara kita membahas informasi mengenai sejarah beberapa tempat yang ada di Indonesia, tetapi kenyataannya pembahasan tersebut tidak membuat minat penonton meningkat sehingga *rating and share* yang didapat tidak seperti apa yg diharapkan. Oleh karenanya, waktu itu kita mengadakan rapat atau kalau disini disebutnya dengan *pitching*, di *pitching* itu kita benar-bener muter otak biar gimana caranya acara kita dapat *rating and share* tinggi, gimana caranya minat penonton tuh tinggi terhadap tayangan acara kita. Setelah lama mengumpulkan beberapa konsep dan ide yang baru, akhirnya kita nemuin ide kreatif baru yang menurut kita mampu meningkatkan minat penonton, yaitu bertransformasilah dari acara yang menayangkan tentang sejarah menjadi konsep acara yang membahas informasi mengenai kuliner dan di *mix* dengan pengetahuan yang lain, dengan menyertakan *host* dalam pembuka maupun penutup acara, juga menghadirkan beberapa *talent* guna lebih menarik lagi. Akhirnya ide kreatif itu gak sia-sia dong, sekarang kita mampu meningkatkan *rating and share* hingga *double digit* dan mampu bertahan selama 4 tahun ini.”

Dalam proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih ini tidak terlepas dari kerjasama *team* yang saling mengemukakan gagasannya. Termasuk peran seorang produser yang mampu membawa acaranya menjadi salah satu tayangan yang penting dan bermanfaat juga diminati oleh masyarakat.

Maka seperti yang diutarakan Syarie Wulandari :

“Saya yang memimpin saat *pitching* dan saya juga yang menampung terus menyaring ide-ide kreatif yg dihasilkan oleh para reporter, dan memilih ide tema yang pas untuk ditayangkan. Udah jelas tugas saya itu menentukan ide apa saja yang berhak tayang, setelah itu saya serahkan kepada para reporter untuk memikirkan konsep seperti apa yang akan mereka bahas sesuai tema yang sudah dibuat terlebih dahulu, kemudian proses saat terjun ke lapangan dan hasil akhirnya saya juga yang mereview hasil *editing* yang sudah dilakukan. *Over all*, semua kita lakukan sama-sama ko karena kita bekerja dalam satu *team work*.”

Dalam proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih para *team* menggunakan cara tersendiri untuk lebih mengenalkan lagi apa itu Tau Gak Sih, dengan memanfaatkan *sosial media* yang sekarang sudah menjamur di masyarakat Indonesia. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Bang Saur :

“Kita manfaatin dengan baiklah sosial media jaman sekarang bro.. yaa itung-itung salah satu cara kita buat promo program acara Tau Gak Sih ini, *so far* sejauh ini TGS punya sosmed facebook, instagram, twitter. *Crew-crew* TGS selalu upload-upload soal apa aja yang bakal dibahas, atau hasil liputan setiap harinya, terus di instagram juga suka *ngeshare* cuplik-cuplikan *behind the scene* bekas liputan-liputan yang lalu.”

Penjelasan mengenai sosial media yang digunakan oleh acara Tau Gak Sih tersebut merupakan salah satu startegi guna lebih mengenalkan lagi kepada penonton dan mempertahankan eksistensinya didunia pertelevisian Indonesia. Seperti lanjutan yang diutarakan oleh Syarie Wulandari bahwa :

“Jaman sekarang strategi lewat *sosial media* udah gak asing lagi. *Sosmed* emang sangat membantu untuk meyampaikan informasi penting. Apalagi untuk hal ini, karena terkait dari keeksistensian program acara itu sendiri khususnya TGS. Melalui postingan di facebook ataupun instagram dengan menggunakan bahasa yang jenaka pastilah mengundang ketertarikan bagi pembacanya, jika saya atau Budhi yang lain membuat postingan jenaka, masyarakat akan berfikir bahwa acara ini emang benar-benar menarik, seperti itu.”

Situasi yang dapat digambarkan adalah masih ada masyarakat Indonesia yang belum berminat dengan acara Tau Gak Sih karena belum mengetahui apa itu acara Tau Gak Sih yang meruapakan acara *news bulletin* dan *current affairs*. Melihat hal tersebut maka membuat suatu

proses kreatif produksi acara dengan hal yang berbeda dari yang lain dan dengan bantuan *sosial media* mampu dioptimalkan untuk membuat proses kreatif yang baik.

#### **4.3.2 Tahapan Proses Kreatif Produksi Acara Tau Gak Sih di TRANS7**

Dasar dari suatu program digemari oleh masyarakat adalah kualitas dari program itu sendiri. Seperti yang sudah diketahui bahwa sudah banyak program *news* yang menyangkan suatu informasi berita yang masih bersifat *formal* dan *hard*. Segmentasi penonton cenderung kepada orang dewasa khususnya orang tua yang gemar menonton berita untuk mengetahui informasi setiap harinya. Sedangkan untuk kalangan remaja, anak-anak atau bahkan ibu-ibu kurang memiliki ketertarikan atau minat yang lebih untuk menonton berita padahal banyak informasi yang akan didapat. Dengan alasan tersebut, maka program *softnews* mulai dimunculkan diberbagai stasiun televisi, salah satunya adalah TRANS7. Dengan mengusung jenis program *news* yang baru yaitu *news bulletin* yang merupakan tayangan berita yang diekmas secara ringan, bahasa yang mudah dipahami, dijabarkan secara mendetail dengan diperagakan oleh *tallent-tallent* yang menarik. Hal itu merupakan suatu jenis proses kreatif produksi dari suatu program khususnya acara Tau Gak Sih di TRANS7.

Proses kreatif sendiri, menurut produser acara Tau Gak Sih Syarie Wulandari :

“Menurut saya sih, kreativitas itu luas banget ya kalau diartiin. Secara umum orang tahu kalo proses kreatif itu mampu menciptakan sesuatu yang baru yang belum pernah ada sebelumnya. Gak jauh beda, proses kreatif itu emang penciptaan ide-ide baru yang *fresh* yang dapat memecahkan suatu masalah yang nantinya akan menciptakan peluang yang bagus. Contohnya ya seperti kreativitas yang ada di acara TGS ini, penciptaan ide-ide baru yang menarik sehingga mampu diminati oleh penonton tayangan per episodenya dan peluang besar untuk acara kita ini lebih dikenal khalayak.”

Senada dengan yang disampaikan oleh Bang Saur :

“Proses kreatif itu inti dari hal yang mau kita angkat bro.. kalau gak ada proses ga bakal jadi ide-ide yang menarik yang beda tentunya dari yang lain. Kita juga buat acara gak langsung asal buat gitu aja, kita butuh proses. Proses penciptaan itu namanya proses kreatif. Pakai beberapa tahapan.”

Syarie Wulandari melanjutkan :

“Tahapan awal proses kreatif dimulai dari tahap persiapan ya atau disebut perencanaan, sampai tahap yang biasa disebut tahap perenungan lagi soal rencana yang udah dibuat, masuk ke tahap pencerahan dimana ide awal yang udah kita bahas saat *pitching* bisa ditambah atau dibumbui lagi di tahap ini yang muncul bisa secara *on the spot* tanpa terduga sama sekali, karena biasanya rencana awal yang udah kita buat saat udah terjun secara langsung di lapangan ada kalanya yang diharapkan ga sesuai dengan ekspektasi, jadi pada saat itu juga lah proses kreatif itu muncul dengan sendirinya. Contoh, seperti membahas soal “sedia payung sebelum hujan”, tetapi saat hari dilaksanakannya *shooting* ternyata tidak turun hujan maka ide bisa kita ganti menjadi misalnya batrai *handphone* saya *lowbat*, dan kamu sudah sedia membawa *power bank* dari situ kita bisa sangkut pautkan dengan istilah sedia payung sebelum hujan. Kemudian masuk ke tahap pelaksanaan, dari semua hasil riset, ide kreatif dan ide yang muncul secara *on the spot* itulah dilaksanakan.”

Dengan mengetahui apa itu proses kreatif dan tahapan-tahapannya, maka suatu acara dapat berjalan dengan baik. Karena jika tidak ada konsep acara dan ide apa yang akan digunakan, tidak akan ada perbedaan yang

membandingkan acara Tau Gak Sih ini dengan program acara lainnya yang termasuk kedalam *news bulletin* dan *current affairs*.

#### 4.3.2.1 Tahap Persiapan Proses Kreatif Produksi Acara Tau Gak Sih di TRANS7

Menurut model Graham Wallas, bahwa proses kreatif melalui empat tahapan diantaranya adalah tahap persiapan, pada tahap ini awal mulai ide dimunculkan dengan melakukan beberapa langkah seperti :

##### 1. Meriset

Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, semua *team* acara Tau Gak Sih TRANS7 termasuk produser, melakukan riset data. Riset data ini dilakukan untuk mendapatkan bahan awal tentang suatu informasi apapun yang bisa diangkat menjadi pembahasan di setiap tema atau episode acara Tau Gak Sih. Riset ini didapat dari browsing internet, mencari di media sosial tentang hal-hal yang sedang *booming* atau *hits*, dari majalah atau surat kabar bahkan riset dapat dilakukan dari obrolan seseorang disuatu lingkungan tertentu. Seperti yang dijelaskan oleh Syarie Wulandari :

“Dengan mencari hasil riset via internet, riset dari majalah, koran atau buku, kalau udah meriset terus kita bisa menentukan tema apa yang akan kita bahas, jika sudah menemukan tema, lalu kita akan mencari bahan yang mendukung dari hasil riset kita itu contohnya membahas soal tema tentang pelangi..”

## 2. Diskusi atau *Pitching*

Setelah melakukan riset, selanjutnya adalah dengan mengumpulkan seluruh *team* acara Tau Gak Sih TRANS7 termasuk produser, untuk mendiskusikan hasil riset masing-masing dalam rapat atau *pitching* yang dilaksanakan sebulan sekali untuk membahas tema yang akan dibahas dalam sebulan kedepan. Dalam rapat atau biasa disebut *pitching* tersebut, dilakukan secara terbuka dengan cara masing-masing orang mempresentasikan hasil risetnya. Semua orang berhak mengemukakan pendapat dan gagasannya berdasarkan hasil riset yang sudah mereka dapatkan. Seorang *team* menjelaskan hasil risetnya yang dia dapat dari internet kemudian tim lain memberikan masukan atas idenya, semua saling bertukar pikiran saat *pitching*. Setelah semua ide dan gagasan ditampung, maka produser berhak memutuskan tema dan ide apa yang akan digunakan untuk episode pada bulan depan. Seperti tujuan *pitching* yang dijelaskan oleh Bang Saur :

“Acara TGS ngadain *pitching* tiap sebulan sekali mas bro..., soalnya kita harus ngumpulin macem-macem gagasan dari para temen *crew* semua, untuk membahas tema apa lagi yang bakal kita pakai untuk tayangan acara ini. Itulah proses kreatifnya, karena dengan banyaknya ide makin banyak juga tema-tema yang bakal kita bahas buat sebulan *full*. Soalnya *pitching* diadain sebulan sekali, dalam sebulan itu ide harus udah terkumpul.”

Setelah mengumpulkan ide-ide kreatif yang akan digunakan sebagai bahan tayangan selama sebulan, selanjutnya dalam *pitching* adalah membentuk *team* kerja untuk memulai peliputan guna penayangan yang akan ditayangkan di televisi.



### 3. Menghubungi Narasumber

Selanjutnya setelah melakukan riset untuk mengumpulkan bahan acara, kemudian melakukan *pitching* oleh seluruh *team* kerja acara Tau Gak Sih. Setelah mendapatkan hasil yang mufakat mengenai riset dan ide yang akan digunakan maka, masing-masing *team* kerja yang sudah dibentuk dalam *pitching* mulai menghubungi narasumber untuk meminta izin liputan. Misalnya liputan atau ide mengenai “pelangi” tema tersebut dapat membahas soal pengetahuan tentang terjadinya pelangi dan tentang kuliner yang berbentuk tampilan mirip dengan warna pelangi. Maka *team* menghubungi narasumber yang ahli dalam pengetahuan sains dan pemilik dari kuliner yang mengusung tema pelangi seperti “bakmie pelangi”. Ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh produser Syarie Wulandari :

“Tahapan yang dilakukan tentu dengan mencari narasumber yang sesuai dengan temanya apa. Misalnya sedang angkat tema kuliner, kita harus menghubungi pihak pengelolanya atau *ownernya* untuk meminta izin liputan. Setelah kita menghubungi narasumber, kita membuat janji wawancara dan liputannya kapan bisanya terus mencari *tallent* yang cocok untuk mengilustrasikan setiap tema yang dibahas.”

### 4. Mencari Tallent

Pencarian *tallent* ini merupakan salah satu keunikan yang dimiliki oleh acara Tau Gak Sih, karena program *news bulletin* yang menayangkan liputan mengenai suatu informasi tertentu dengan menggunakan *tallent* sebagai peraga. *Tallent* bertugas sebagai ilustrasi cerita pada setiap tema yang akan diangkat. Misalnya pembahasan tentang “soto betawi” maka *tallent* sambil memperagakan sedang memakan soto betawi di salah satu

tempat makan, saat *tallent* sedang memperagakan maka *dubber* sambil menjekaskan soal sejarah adanya soto betawi tersebut, dan tayangan acara pembuatannya. Dalam pencarian *tallent* ini juga memiliki kriteria, seperti yang dijabarkan oleh Dimas Aditya salah satu reporter acara Tau Gak Sih TRANS7, tugasnya mencari *tallent* demi keperluan dan kelengkapan tayangan :

“Produser nuntut kita buat cari *tallent* yang menarik tentunya, yang cantik yang ganteng pokoknya *good looking*, soalnya kalau *tallent* biasa aja pemirsa juga kurang tertarik ngeliatnya, udah kayak figuran biasa. Pokonya kita harus cari yang WOW! supaya penonton tertarik hehe..”

## 5. Peralatan

Langkah akhir dalam tahap persiapan ini adalah dengan mempersiapkan berbagai macam peralatan yang akan digunakan selama proses liputan. Seperti mempersiapkan kamera untuk masing-masing *team*, peralatan pendukung lainnya properti yang berhubungan dengan tema apa yang akan diliput, serta mempersiapkan mobil sebagai *transport* untuk melakukan peliputan mengingat bahwa liputan tidak hanya dilakukan didalam kota saja, bahkan sampai keluar kota.

Seluruh proses persiapan tersebut, senada dengan yang diejlaskan oleh salah satu reporter acara Tau Gak Sih Bang Dimas :

“Dari awal kita dibagi jadi beberapa *team*. Masing-masing *team* itu cuma terdiri dari 2 orang, gue sebagai reporter dan si Devris sebagai kameramen. Jadilah gue sama Devris sebagai satu *team*. Sebagai satu *team*, udah tugas kita berdua ngolah bahan dari awal sampe akhir proses liputan. Yang pertama yang gue lakuin ya semua sama, kita riset bahan gue riset biasa browsing-browsing dari internet, dari majalah atau dari obrolan orang-orang aja gue

saring. Dari riset, gue mulai cari info lebih lanjut soal narasumber yang bakal gue hubungi yang sesuai sama hasil riset atau tema yang bakal gue pake ya. Nah untuk riset bahan ini, biasanya gue udah stok hasil riset buat sebulan kedepan, jadi perhari tiap episodnya punya tema yang beda-beda. Kalao udah ketemu narasumber, gue mulai hubungi narasumbernya untuk bikin janji wawancara dan liputan. Abis itu gue mulai cari *talent*, soalnya salah satu keunikan acara TGS kita kalo kita peragain satu liputan emang harus ada *talentnya*. Setelah itu langsung kita eksekusi terjun ke lapangan sesuai janji yang udah dibuat sebelumnya”.

#### 4.3.2.2 Tahap Inkubasi Proses Kreatif Acara Tau Gak Sih di TRANS7

Pada tahap ini, biasa dikenal dengan tahap istirahat dimana semua *team* fokus dengan hasil riset dan hasil *pitching* sebelumnya dengan mempersiapkan keperluan apapun yang akan digunakan selama proses peliputan nantinya. Informasi atau ide yang sudah disepakati bersama dalam *pitching* dibenamkan atau disimpan. Dalam penyimpanan informasi dan ide ini pikiran masing-masing *team* mengaitkan berbagai gagasan baru yang siapa tau akan muncul begitu saja diluar dari hasil *pitching*. Pada tahap ini *team* hanya perlu fokus kepada langkah selanjutnya.

Menurut Bang Dimas :

“Sebenarnya sih pertanyaan-pertanyaan itu ngalir gitu aja sih, muncul gitu aja pas kita lagi nyari riset, jadi gue udah tau sebelumnya tentang tema apa yang bakal dibahas nanti. Dari situ gue pikirin tuh bro pertanyaan apa yaa yang kira-kira unik dan gak mainstream, kadang juga si Defris ikut bantuin, saling tuker pikiran aja bro.”

#### 4.3.2.3 Tahap Iluminasi (Pencerahan)

Tahap pencerahan ini dikenal sebagai tahap dimana inspirasi tiba-tiba dapat muncul secara spontan. Terjadi saat masing-masing *team* melakukan pekerjaan sesuatu yang tidak berkaitan dengan upaya kreatif, seperti ketika sedang mandi, mendengarkan musik, melihat kegiatan dilingkungannya, bahkan saat sedang melamun. Hasil pengamatan peneliti pada tahap ini adalah, pada saat *team* mulai bersiap melakukan peliputan ke lapangan atau sedang mempelajari lagi tema yang akan dibahas, tiba-tiba secara spontan *team* mendapatkan tambahan ide lain untuk disisipkan di liputan yang masih menyangkut soal tema apa yang akan dibahas. Tahap ini terjadi saat dilakukannya proses peliputan atau *shooting* baik di studio, maupun dilapangan. Misalnya saat melakukan liputan mengenai tema “sedia payung sebelum hujan” tetapi saat melakukan *shooting* ternyata pada hari itu tidak turun hujan, maka pada tahap ini kemunculan ide secara spontan itu dipakai dengan menggunakan alternatif lain yaitu dengan selalu sedia peralatan apapun didalam tas, yang sama diibaratkannya dengan “sedia payung sebelum hujan”. Sama persis seperti yang dijeaskan oleh Syarie Wulandari :

“Keunikan sendiri bagi acara Tau Gak Sih ini, kreativitas yang belum tentu yang dapat dipikirkan sebelumnya oleh *team* program lain. Dimana proses kreatif itu muncul bukan hanya dari hasil riset awal yang dilakukan atau di *list*, dibicarakan dan disepakai sebelumnya, tetapi masuk pada tahap pencerahan dimana tiba-tiba secara spontan otak kita berfikir untuk menjalankan ide kreatif yang baru diluar dari hasil riset sebelumnya. Misal saat melakukan perjalanan *shooting* atau liputan kita menemukan sesuatu yang pas dengan tema yang akan dibahas, dan kita angkatlah sesuatu yang spontan itu menjadi tambahan bahan untuk episode yang akan dibuat.”

Kemudian Syarie Wulandari juga menambahkan bahwa :

“Dari ide yang secara spontan itu kita olah menjadi suatu naskah yang pas, yang akan kita mainkan dan kita gunakan di tema yang akan kita bahas. Jika hasilnya bagus itu merupakan suatu nilai *plus* lah buat kita, khususnya kepada repoter dan kameramen yang bekerja dilapangan ya, saya salut karena ide itu muncul secara spontan.”

#### **4.3.2.4 Tahap Pelaksanaan Proses Kreatif Acara Tau Gak Sih di TRANS7**

Pada tahap pelaksanaan seluruh kegiatan yang sudah dirancang dari pengumpulan riset, hasil rapat atau pitching sampai pada kemunculan ide yang secara spontan dan *on the spot* dilakukan

### **4.4 Pembahasan**

#### **4.4.1 Acara Tau Gak Sih sebagai Bentuk Kreativitas dalam Program *News Bulletin & Current Affairs***

Berdasarkan hasil wawancara, observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti dalam acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs*, maka peneliti dapat menggambarkan bahwa program *news bulletin* dan *current affairs* itu memiliki beberapa komponen untuk dinilai apakah program tersebut merupakan program yang baik atau tidak dalam suatu produksi acara televisi. Komponen tersebut diantaranya: isi dan informasi dari berita yang disampaikan, pembawa acara atau *host* dari acara tersebut, pengemasan acaranya dan proses editing dari acaranya.

Acara Tau Gak Sih memiliki semua komponen dari *news bulletin* dan *current affairs* tersebut. Dilihat dari proses kreatif yang dibentuk dan

dijalankan oleh seluruh *crew* yang bertugas. Informasi *news* yang digunakan oleh acara ini dibuat secara detail dalam membahas sesuatu tema, acara Tau Gak Sih sendiri memiliki tema yang beragam dalam setiap tayangannya. Misalnya dalam satu episode membahas tema tentang kuliner maka yang dibahas dalam tema tersebut mengenai informasi-informasi yang berhubungan dengan kuliner yang sedang dibahas, ditambah dengan adanya narasumber untuk menguatkan informasi yang disampaikan.

Keunggulan dari acara ini adalah, informasi yang disampaikan tersebut tidak bersifat *hard news* dimana segala bentuk penjelasan disampaikan sangat berat dengan menggunakan bahasa-bahasa formal, melainkan dengan menggunakan bahasa yang bersifat ringan sehingga mudah dicerna oleh penonton pada umumnya khususnya penonton kalangan anak-anak. Terlepas dari bahasa yang ringan tersebut, informasi yang ditayangkan tetap memiliki nilai berita yang tinggi karena dijelaskan secara detail. Kemudian ditambah dengan adegan yang diperankan dalam setiap tayangannya, tidak menayangkan adegan yang terkesan *real* tetapi adegan yang diperankan ulang oleh beberapa *talent* yang tidak terlepas dari ilustrasi yang sebenarnya. Para *crew* acara Tau Gak Sih memperoleh informasi yang akan dijadikan sebagai bahan tayangan tidak hanya dari hasil riset semata saja, tetapi mereka juga mendapatkan informasi hasil dari ide-ide yang secara spontan mereka pikirkan dengan mencari narasumber langsung untuk mendukung ide tersebut.

Acara Tau Gak Sih juga memiliki *host* dengan karakteristik yang unik, *host* yang memiliki gaya bicaranya sendiri, bahasa atau kata-kata khas yang kerap kali menjadi ciri khas yang tidak dimiliki oleh *host* dalam program acara lain. Sebelum informasi mengenai suatu tema tertentu disampaikan secara detail, *host* sebelumnya sudah melakukan atau mengajukan pertanyaan kepada khalayak yang dilakukan secara *on the spot* dimanapun pada saat melakukan *tapping host*. Bisa dilapangan terbuka, di taman kota, di *mall* atau bahkan tempat-tempat umum yang sebelumnya tidak ada dalam *planing tapping host*. Pertanyaan yang diajukan seputar tentang tema apa yang sedang dibahas, yang membedakan adalah awalan pertanyaan yang dibuka dengan kata “Tau Gak Sih?” dalam acara lain saat mengajukan pertanyaan langsung pada intinya tanpa ada ciri khas tertentu, dalam acara Tau Gak Sih ciri khas dari pertanyaan *host* tersebutlah yang membuat acara ini dikenal dan digemari, karena menggugah rasa penasaran penonton. Dalam program *news bulletin* dan *current affairs*, peran seorang pembawa acara atau *host* sangat penting untuk menjadi tombak dasar dari penayangan program, karena *news* menjual sebuah informasi dan informasi tersebut harus disampaikan dengan *host* yang memiliki pembawaan yang khas.

*News bulletin* dan *current affairs* merupakan sajian berita yang bersifat kekinian dan terikat oleh waktu, dalam acara Tau Gak Sih pengemasan acaranya disetting dengan unik. Dengan mengambil tema-tema yang kekinian misalnya jika khalayak sedang ramai membahas

tentang *rainbow cake* maka Tau Gak Sih segera mengemas informasi tersebut dan memecahkan tema tersebut menjadi beberapa pembahasan, bukan hanya tentang *rainbow cakenya* saja yang dibahas tetapi segala informasi yang masih berhubungan dengan *rainbow*. Kemudian tayangan dibuat dramatis dengan adegan yang tidak biasa, durasi tayangan pun dibuat singkat, jelas padat namun tetap detail, dibantu dengan latar musik dan gambar yang mendukung. Pengemasan acaranya sangat ringan dan menarik tidak terkesan kaku seperti program *news* pada umumnya.

Pada proses *editing*, acara Tau Gak Sih melakukan *editing* sesuai dengan prosedur pada umumnya. Namun untuk keunikan tersendiri bagi acara ini, maka *editing* dilakukan melalui ide kreatif yang disampaikan oleh para *crew* guna hasil yang maksimal. Misalnya dengan penambahan latar musik yang unik, *editing* gambar dan tulisan yang membantu dan mendukung dari hasil tayangannya. Dari keseluruhan komponen proses kreatif yang dilakukan oleh acara Tau Gak Sih ini, memiliki dampak yang positif bagi penonton yakni mereka mendapatkan tayangan *news bulletin* dan *current affiras* yang berbeda yang lebih bersifat *soft news*, mudah dicerna dan dipahami dan juga mereka mendapatkan hiburan dalam informasi yang ditayangkan. Bagi *crew* sendiri memiliki dampak yang positif bahwa *news bulletin* dan *current affiars* yang baik, memang memiliki dan mengikuti komponen yang ada. Dari proses kreatif acara Tau Gak Sih ini, komponen *news bulletin* dan *current affiars* yang baik sudah terlaksana.



#### **4.4.2 Hasil Proses Kreatif Produksi Acara Tau Gak Sih dengan Perspektif Proses Kreatif Model Graham Wallas**

Hasil penelitian dan pembahasan ini diperoleh dari wawancara mendalam yang dilakukan dengan tiga orang *key informan*, observasi langsung di lapangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik atau bidang tertentu secara faktual dan tepat. Data yang diperoleh tersebut kemudian diselaraskan dengan kerangka pemikiran yang menjadi pedoman untuk mengetahui proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih di TRANS7 menurut Graham Wallas yang dilihat melalui proses 4P yaitu proses persiapan, proses inkubasi, proses pencerahan atau iluminasi dan proses pelaksanaan. Peneliti menganalisis melalui 4 tahapan proses tersebut untuk mengetahui proses kreatif yang dibuat dan dijalankan oleh *crew* acara Tau Gak Sih di TRANS7.

Graham Wallas menjelaskan bahwa kreativitas muncul melalui proses 4 tahap yaitu : tahap persiapan dimana otak mengumpulkan data dan informasi dengan melakukan riset terlebih dahulu, tahap inkubasi merupakan tahapan dimana otak menyimpan hasil riset sambil mengaitkan beberapa ide yang sebelumnya tidak terfikirkan dalam melakukan riset diawal, tahap pencerahan atau iluminasi dimana otak merasa lebih relax untuk memikirkan ide yang sebelumnya disimpan dalam otak, kemudian muncul ide baru secara spontan dari alam pikiran bawah sadar kedalam alam pikiran yang sadar, kemudian tahap pelaksanaan atau pembuktian

dimana seseorang memberikan ide atau gagasan baru yang bisa diterapkan dengan menghubungkan beberapa elemen ide-ide yang terpisah yang kemudian dikembangkan sehingga menjadi suatu isian program siaran televisi yang menarik, unik dan inovatif.

Peneliti sepaham dengan model proses kreatif yang diterapkan oleh Graham Wallas yang mengatakan bahwa setiap proses kreatif memang membutuhkan beberapa tahapan untuk memulai sampai menyelesaikannya. Hal ini yang berusaha dijabarkan pada 4P tahapan proses kreatif Graham Wallas dalam proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih TRANS7. Seperti yang sudah dijelaskan proses 4P tahapan itu meliputi tahap persiapan yaitu tahap pengumpulan riset yang dijadikan bahan dalam pembahasan, sama dengan tahap persiapan yang dijabarkan oleh Graham Wallas, tahap persiapan yang dikembangkan oleh acara Tau Gak Sih TRANS7 juga dengan melakukan persiapan data dengan melakukan riset data yang dilakukan oleh seluruh *crew*, dengan referensi dari berbagai media maupun pihak yang mendukung bahan riset tersebut. Riset bahan dikumpulkan melalui internet, majalah dan observasi langsung dilapangan. Dari melakukan riset tersebut, data dikumpulkan dan disimpan untuk melalui tahapan selanjutnya. Setelah hasil riset didapat dan dikumpulkan seluruh *crew* acara Tau Gak Sih melakukan *pitching* dengan tujuan mengumpulkan dan membuat kesimpulan dari hasil riset yang sudah dilakukan oleh masing-masing *crew*. Pada saat *pitching* hasil riset dipresentasikan, dari hasil presentasi tersebut riset yang menarik yang

akan disaring dan dikembangkan untuk dijadikan ide dan tema selanjutnya. Setelah seluruhnya sepakat mengenai hasil riset mana yang akan digunakan maka dibuat tema untuk penayangannya, dan disusun secara langsung beberapa *team*, pemilihan narasumber dan para *talent*. Keunikan sendiri bagi acara Tau Gak Sih yaitu menyampaikan informasi atau *news* dengan beberapa adegan yang dipergakan oleh *talent* yang sudah terpilih.

Tahap kedua adalah tahap inkubasi, yang dijabarkan oleh Graham Wallas bahwa tahap ini merupakan tahap dimana otak beristirahat dari memikirkan ide-ide dan hasil riset yang sebelumnya sudah dilakukan. Sejalan dengan itu, pada tahap ini *crew* acara Tau Gak Sih melakukan perenungan ide dengan mengaitkan beberapa ide yang sudah didapat dari hasil riset, biasanya para *crew* tidak lagi melakukan riset dengan menggunakan media seperti membuka internet, website tertentu, blog-blog tertentu, berita-berita yang sedang *in* ataupun membaca media massa yang banyak informasi yang bisa digabungkan untuk bahan pembahasan dan penayangannya. Tetapi para *crew* mulai berdiam diri sambil merenungkan ide-ide yang sudah diperoleh dari riset menggunakan bantuan media tersebut dengan alam bawah sadar pikiran mereka, dari alam bawah sadar tersebut mereka dapat mengaitkan ide-ide sebelumnya dengan ide-ide yang lain. Misalnya hasil riset yang didapat melalui internet mengenai kandungan nitrogen, kemudian dari tahap inkubasi ini didapatkan ide tentang nitrogen yang disangkut pautkan dengan makanan.

Tahap ketiga adalah tahap pencerahan atau iluminasi, dimana Graham Wallas menjelaskan bahwa pada tahap ini merupakan tahap dimana pikiran menjadi lebih santai. Gagasan atau ide yang muncul pada saat pikiran alam bawah sadar mulai dikembangkan dengan memunculkan secara lugas dan spontan gagasan tersebut yang bisa terjadi justru pada saat seseorang sedang melakukan kegiatan diluar dari kegiatan melakukan pengembangan ide yang dipikirkan sebelumnya. Hal itu juga yang terjadi pada saat penciptaan proses kreatif produksi yang dilakukan pada acara Tau Gak Sih TRANS7, dimana ide-ide yang sebelumnya sudah didapat dari hasil riset dan disimpan dalam pikiran bawah sadar lebih dikembangkan dengan lebih santai lebih lugas dan mengalir begitu saja, setiap *crew* melakukan pengembangan ide secara spontan, pada saat mereka sedang mengerjakan sesuatu yang lain misalnya pada saat sedang dijalan melihat hal-hal unik yang berhubungan dengan ide yang sebelumnya dipikirkan kemudian mereka kembangkan dengan ide yang muncul secara spontan tersebut.

Misalnya hasil riset dan hasil *pitching* yang dilakukan membahas tema mengenai pembuatan kopi, pada saat terjun dilapangan secara langsung dalam pengambilan liputan mengenai cara membuat kopi muncullah ide secara spontan bahwa bukan hanya cara pembuatan kopinya saja yang diliput dan dibahas tetapi macam-macam jenis kopi juga turut dibahas dan perbedaan cara pembuatannya, serta langkah-langkah dalam pembuatan kopi yang pada saat hasil riset dan *pitching* diperkirakan hanya

simple saja, tetapi ternyata caranya unik dan diluar ekspektasi. Nah, ide secara spontan tersebut yang diambil dengan menambahkan gambar-gambar yang bagus dan menarik untuk ditayangkan. Pembahasannya pun ditambah dengan informasi dari narasumber yang lebih detail, dan adegan *tallent* yang lebih menarik. Selain itu juga *tapping host* yang dilakukan dilapangan dengan *on the spot* dapat pula terjadi secara spontan diluar dari hasil *briefing* sebelumnya, *host* acara Tau Gak Sih memiliki ciri khas dan karakternya tersendiri, hal itu yang membuat keunikan tersendiri pula dengan slogan pertanyaan “Tau Gak Sih” dan dengan target orang yang akan diberi pertanyaan secara acak dan spontan. Dengan pertanyaan yang diajukan kepada orang-orang yang ditemui secara *on the spot* tersebut yang membuat hasil tayangan menjadi lucu dan menarik.

Tahap terakhir adalah tahap pelaksanaan atau pembuktian, pada tahap ini Wallas menjelaskan bahwa elemen-elemen ide yang terpisah dari tahap awal sampai akhir disatukan dan dikembangkan untuk membuat isian program yang menarik dan unik. Pada tahap pelaksanaan, acara Tau Gak Sih sendiri melakukan liputan langsung ke lapangan sesuai dengan lokasi yang sebelumnya sudah ditentukan dari hasil *pitching* bersama, dan sesuai dengan tema serta narasumber yang sudah dihubungi. Pada saat pelaksanaan, liputan dilakukan secara detail ide-ide yang sudah dipikirkan direalisasikan dengan baik. Misalnya pada saat liputan membahas mengenai Soto Betawi, pada proses pengambilan gambar dilakukan dengan istilah memutilasi gambar maksudnya adalah setiap adegan yang

diperagakan oleh *talent* yang sudah dipilih sebelumnya diambil gambarnya dengan detail secara satu persatu atau *step by step*, tujuannya untuk mempermudah pada saat proses *editing*. Dengan memilih gambar yang paling baik dari yang terbaik. Pada tahap pelaksanaan ini seluruh proses kreatif dieksekusi dengan maksimal.

Dari hasil teori dan penelitian langsung yang dilakukan oleh peneliti, bahwa news bulletin dan current affairs yang dilaksanakan pada acara Tau Gak Sih TRANS7 ini memiliki tahapan atau komponen pelaksanaan yang baik dan sesuai dengan teori yang ada yaitu pendekatan dari Graham Wallas. Bahkan dari teori yang ada, pada hasil penelitian langsung lapangan didapatkan bahwa proses kreatif yang dilaksanakan dari acara Tau Gak Sih ini banyak memiliki keunggulan dari isi teori yang ada, keunggulan tersebut berupa proses ide yang muncul secara on the spot, tidak memerlukan refleksi pikiran untuk mengistirahatkan pikiran lagi tetapi langsung timbul secara spontan yang kemudian langsung dikembangkan dan dijalankan sebagai next plan. Walaupun secara keseluruhan semua tahapan yang dijelaskan pada pendekatan Graham Wallas sudah sama persis dengan tahapan yang dilaksanakan di acara Tau Gak Sih.

#### **4.4.3 Evaluasi Performa acara Tau Gak Sih TRANS7**

Berdasarkan persepektif model tahapan proses kreatif dan hasil observasi yang dilakukan pada acara Tau Gak Sih TRANS7, maka proses

kreatif produksi acara tersebut sejalan dengan apa yang dinilai oleh peneliti. Dari proses awal sampai akhir, dapat dibuktikan bahwa proses kreatif yang dilakukan oleh acara Tau Gak Sih sesuai dengan tahapan proses kreatif Graham Wallas. Dari seluruh proses yang sudah dijelaskan dan dikembangkan oleh program acara Tau Gak Sih, tidak terlepas dari evaluasi yang turut dilakukan. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana acara tersebut berjalan, bagaimana kekurangan dan kelebihan, kemajuan acaranya dan performanya selama penayangannya.

Proses kreatif inilah yang akhirnya memunculkan hasil liputan yang menarik dan sukses dimata masyarakat. Namun hasil liputan tadi tidak terlepas dari proses pengeditan yang dilakukan, untuk lebih menyuguhkan tayangan yang berkualitas dan unik. Pengeditan dalam gambar atau tulisan bahkan sampai latar musik. Setelah tayangan per episode disiarkan, maka evaluasi program dilakukan guna memperbaiki hal apa yang masih kurang dalam acara Tau Gak Sih TRANS7, selanjutnya produser dan para *crew* yang bertugas dapat melihat keberhasilan program acara Tau Gak Sih dari hasil *rating & share* perminggu, perbulan atau selama satu tahun yang menunjukkan bahwa acara Tau Gak Sih berhasil mendapatkan *double digit* dan *rating* yang stabil. Respon baik dari masyarakat ini juga dibantu dari hasil observasi yang dilakukan peneliti dengan melihat tanggapan masyarakat terhadap acara Tau Gak Sih di *sosial media* facebook dan instagram, dengan melihat komentar masyarakat terhadap tayangan acara Tau Gak Sih setiap

harinya dan setiap episodenya. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan *Key Informan*, *Informan* dan *Responden* yang menyatakan bahwa proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7 mampu menarik perhatian masyarakat untuk menonton dan memberikan tanggapan positif terhadap tayangannya.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di TRANS7 dalam program acara Tau Gak Sih, mengenai proses kreatif acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan Proses Kreatif Acara Tau Gak Sih sebagai Program *News Bulletin* dan *Current Affairs* di TRANS7.

Persiapan proses kreatif yang dilakukan oleh *team* acara Tau Gak Sih di TRANS7 dimulai dengan melakukan beberapa langkah yaitu : meriset data untuk mengumpulkan dan mendapatkan bahan yang akan digunakan dalam penentuan tema liputan, diskusi atau *pitching* yang dilakukan oleh seluruh *team* kerja dari acara Tau Gak Sih, menghubungi narasumber untuk meminta izin menggali informasi yang terkait dengan tema pembahasan dan izin peliputan, mencari *tallent* dan mempersiapkan peralatan yang akan dipakai selama peliputan.

2. Tahap Inkubasi Proses Kreatif Acara Tau Gak Sih sebagai Program *News Bulletin* dan *Current Affairs* di TRANS7.

Pada tahap ini, biasa dikenal dengan tahap istirahat dimana semua *team* fokus dengan hasil riset dan hasil *pitching* sebelumnya. Dalam penyimpanan informasi dan ide ini pikiran masing-masing *team*

mengaitkan berbagai gagasan baru yang mungkin akan muncul begitu saja diluar dari hasil *pitching*.

3. Tahap Iluminasi atau tahap Pencerahan Proses Kreatif Acara Tau Gak Sih sebagai Program *News Bulletin* dan *Current Affairs* di TRANS7.

Tahap pencerahan ini dikenal sebagai tahap dimana inspirasi tiba-tiba dapat muncul secara spontan. Hasil pengamatan peneliti pada tahap ini adalah, pada saat *team* mulai bersiap melakukan peliputan ke lapangan atau sedang mempelajari lagi tema yang akan dibahas, tiba-tiba secara spontan *team* mendapatkan tambahan ide lain untuk disisipkan di liputan yang masih menyangkut soal tema apa yang akan dibahas. Tahap ini terjadi saat dilakukannya proses peliputan atau *shooting* baik di studio, maupun dilapangan.

4. Tahap Pelaksanaan Proses Kreatif Acara Tau Gak Sih sebagai Program *News Bulletin* dan *Current Affairs* di TRANS7

Pada tahap pelaksanaan seluruh kegiatan yang direncanakan dari awal direalisasikan secara langsung. Mulai dari melakukan *tapping host*, untuk melakukan *opening* program serta melakukan *closing* dari tiap episode setiap harinya. Setelah melakukan *tapping host*, maka selanjutnya adalah proses peliputan yang sesuai dengan lokasi serta narasumber yang sudah dihubungi sebelumnya. Kemudian masuk kepada proses pengeditan tayangan yang diserahkan kepada pihak *editing* dan disetujui oleh produser acara. Setelah itu penayangan acara pun dilakukan, dan terakhir adalah proses evaluasi dari setiap episode acara yang sudah ditayangkan.

Maka dapat disimpulkan bahwa proses kreatif yang dilakukan oleh *team* acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7 telah berhasil membuat program tersebut dikemas dengan sekreatif mungkin serta berhasil menarik minat penonton agar menonton program acara Tau Gak Sih di TRANS7.

### 3.2 Saran

Peneliti telah menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan identifikasi masalah terlebih dahulu. Selanjutnya peneliti membuat beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi *team* acara Tau Gak Sih sebagai program *news bulletin* dan *current affairs* di TRANS7 dalam menjalankan proses kreatif selanjutnya.

Berikut adalah saran-saran tersebut :

1. Hambatan dari proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini adalah kurangnya anggota *team* dalam setiap produksinya, karena dalam satu *team* hanya beranggotakan 2 orang saja yaitu satu reporter dan satu kameramen. Sedangkan apabila anggota *team* ditambah maka pekerjaan akan terasa lebih cepat dan ringan. Juga akan lebih banyak hasil liputan yang dihasilkan dan secara otomatis menghasilkan hasil yang lebih baik lagi.
2. Sebaiknya untuk proses editing tidak dilakukan oleh pihak *vendor* atau dari pihak luar, tetapi bisa dilakukan dari pihak Trans7 itu sendiri dengan cara melengkapi peralatan editing yang lebih memadai. Agar hasil liputan

yang diharapkan pun akan memuaskan dan sesuai dengan tujuan awal dan mempermudah proses produksi, tidak membuang waktu juga dapat mempercepat penyelesaian pekerjaan.

3. Masing-masing *team* harus lebih menggali lagi ide-ide kreatif dengan selalu *update* dalam melakukan riset. Karena acara Tau Gak Sih ini selalu menuntut untuk menampilkan suatu tayangan informasi yang menarik dengan tema yang beragam setiap episodenya, dengan menggali lebih banyak lagi ide maka eksistensi acara Tau Gak Sih ini akan tetap ada dan akan selalu meningkatkan minat penonton.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukiati, Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, H. Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Christoper, Gilson dan Harold, W. Berkman, 1980. *Advertising: Concepts Strategis* (New York: Random House).
- Denzin & Norman. 2000. *Handbook Qualitative Research*. California-Sage Public.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Handayani, S. 1988. *Pengantar Studi dan Administrasi*. Jakarta.
- Hardiyanto, *Modul Perencanaan Kreatif Televisi*. FIKOM UMB Jakarta.
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah PR Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagas Ulung.
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empiris Klasik*. (Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia: Jakarta.)
- Hoeta, Soehoet, AM. 2003. *Dasar-Dasar Jurnalistik*. IISIP, Jakarta.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama. 2007. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Ks, Usman. 2009. *Television News Reporting & Writing*. Cetakan Pertama. Bogor: Ghalia Indonesia.
- K. Yin, Robert. 2002. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta-Raja Grafindo Persada.

- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta-Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2011. *Manajamen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muda, Deddy Iskandar. 2008. *Jurnalistik Telvisi*. Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Munandar, Utami. 2002. *Kreativitas & Keberbakatan Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif & Bakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Munandar, Utami. 1985. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Onong Uchjana, Effendy. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2015. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta: Erlangga.
- Parwadi, Redatin. 2004. *Televisi Daerah Diantara Himpitan Kapitalisme Televisi*. Pontianak: Untan Press.
- Purwanto. 2010. *Metedologi Penelitian Kauntitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta-Pustaka Pelajar.
- RM Soenarto. 2007. *Program Televisi Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*. Jakarta: FFTV-IKJ.
- Sihabudin, Ahmad dan Winangsih, Rahmi. 2012. *Komunikasi Antar Manusia*. Serang: Pustaka Getok Tular.
- Soehartono, Irawan. 2000. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Tahir, Muh. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar-Universitas Muhammadiyah.

Wibowo, Freed. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

Yosef, Jani. 2009. *To Be Journalist*, Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara.

### **Sumber Lain :**

Badudu, J.S, Sutan Mohammad Zain. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.

Junaedhie, Kurniawan. 1991. *Ensiklopedi Pers Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

### **Jurnal :**

Adennis, Resti Ariyani. 2008. *Strategi Kreatif Program Acara Talk Show Empat Mata Di Trans 7*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Canggih, Bekti Pratiwi. 2013. *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Di Stasiun ADITV*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Christa. 2009. *Strategi Kreatif Dalam Program Acara Inbox "Tangga Lagu Musik" (SCTV) Untuk Mempertahankan Loyalitas Pemirsa*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Inayatul, Fitriah. 2014. *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-Aksi Di Stasiun Televisi Indosiar*. UIN Syarif Hidayatullah.

Raden, Damianus Cosmas Bambang Mulyono. 2012. *Strategi Team Kreatif dalam Mempertahankan Kualitas Program Acara Sketsa di Trans Tv*. Binus University.

<http://www.google.thesis.umy.ac.id.com>

[http://www.http://media.iyaa.com/article/2015/04/3399482\\_8592.html](http://www.http://media.iyaa.com/article/2015/04/3399482_8592.html)

[http://pksm.mercubuana.ac.id/new/elearning/files\\_modul/41037-6-377499156869.doc](http://pksm.mercubuana.ac.id/new/elearning/files_modul/41037-6-377499156869.doc)

<http://books.google.co.id>

<http://butsijournal.wordpress.com>

# LAMPIRAN



## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **Untuk Informan Kunci (*Key Informan*) Produser dan Executive Producer**

#### **Acara 'Tau Gak Sih' TRANS7**

1. Apa itu program *News Bulletin* dan *Current Affairs*?
2. Apakah menurut Anda kebanyakan masyarakat masih kurang mengetahui apa itu *News Bulletin* dan *Current Affairs*?
3. Seperti apakah acara Tau Gak Sih di Trans7 yang merupakan salah satu program *News Bulletin* dan *Current Affairs*?
4. Bagaimana cara Anda mengemas acara Tau Gak Sih ini menjadi lebih menarik bagi Penonton khususnya masyarakat Indonesia?
5. Apa yang membedakan program acara Tau Gak Sih Trans7 dengan program acara lainnya yang termasuk kedalam program *Soft News*?
6. Bagaimana awal mula tercetusnya pencipta program acara Tau Gak Sih di Trans7 ini?
7. Bisakah anda menceritakan alasan apakah yang membuat Anda tetap menghadirkan program acara ini di Trans7?
8. Siapa saja yang bertanggung jawab atas berjalannya program acara ini? Dan siapa saja yang ikut andil dalam mencetuskan ide kreatif dalam program acara ini?
9. Apakah anda terlibat dalam penciptaan proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih ini? Jika Ya, apakah tugas Anda dalam penciptaan proses kreatif acara Tau Gak Sih ini?

10. Social Media apa yang program acara ini gunakan untuk tetap mempertahankan eksistensinya dan untuk mempromosikan acara Tau Gak Sih ini? Dan apa tujuan Anda menggunakan Sosial Media tersebut?
11. Apakah hal itu menjadi strategi untuk mempertahankan audiens dan membentuk opini yang positif mengenai program acara Tau Gak Sih di Trans7?
12. Dalam melaksanakan program acara ini tentu memerlukan kreatifitas yang mampu menjadi nilai lebih dibandingkan dengan program lain, menurut Anda apa yang dimaksud dengan Proses Kreatif itu sendiri?
13. Tahapan apa saja yang dilakukan dalam melaksanakan kreatifitas untuk program acara Tau Gak Sih Trans7?
14. Pada tahap persiapan, apa saja yang Anda dan team Anda lakukan saat melaksanakan Pra Riset untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai proses kreatif yang akan digunakan?
15. Apakah proses kreatif muncul hanya dari hasil riset saja? Atau pada tahap pencerahan ini lah ide tersebut bisa muncul?
16. Kemunculan ide secara spontanitas tersebut, selanjutnya diproses menjadi apa?
17. Pada tahap pelaksanaan, bagaimana teknis dari pelaksanaan proses-proses kreatif yang sudah disusun sebelumnya?
18. Selain tahapan, setiap program acara melalui proses Praproduksi sampai Paskaproduksi, Bagaimana proses Praproduksi-Pascaproduksi program acara Tau Gak Sih Trans7?

19. Faktor-faktor apa saja yang terkait dalam penciptaan kreativitas program acara Tau Gak Sih Trans7 ini?
20. Bagaimana selanjutnya proses kreatif itu dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens?
21. Apakah dalam program acara Tau Gak Sih ini, peran seorang pembawa acara atau *host* sangat penting? Dan bagaimana Anda dapat memilih *host* yang cocok untuk acara ini?
22. Selain *host* tentunya program acara Tau Gak Sih juga tak lepas dari peragaan ilustrasi yang diperankan oleh *talent*, kriteria seperti apa *talent* yang cocok untuk acara ini?
23. Bagaimana Anda membentuk kelompok kerja produksi yang mampu menghasilkan hasil kerja yang baik dan maksimal?
24. Setelah seluruh proses kreatif dijalankan sampai pada tahap paskaproduksi, maka target penonton seperti apa yang menjadi sasaran Anda dalam program acara ini?
25. Bagaimana respon penonton terhadap tayangan acara ini per episodenya?
26. Bagaimana Anda mempertahankan minat penonton terhadap program acara Tau Gak Sih tersebut?
27. Apa saja hambatan-hambatan yang terjadi selama proses kreatif program acara Tau Gak Sih TRANS7 ini berjalan?
28. Apakah yang Anda harapkan setelah melakukan proses kreatif guna tercapainya suatu program acara yang tetap layak dan diminati audiens sampai saat ini?

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **Untuk Informan Kunci (*Key Informan*) Reporter Acara ‘Tau Gak Sih’**

#### **TRANS7**

1. Apa yang perlu dipersiapkan oleh seorang reporter untuk memulai suatu acara, khususnya acara Tau Gak Sih TRANS7 ini?
2. Secara umum, apa saja tugas dari reporter acara Tau Gak Sih TRANS7?
3. Menurut Anda, seberapa penting Anda sebagai seorang reporter untuk melakukan proses kreatif produksi dalam acara ini?
4. Apasih slogan dari acara Tau Gak Sih itu sendiri? Dan apakah menurut Anda, slogan itu sudah sesuai dengan dengan tujuan proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih?
5. Apakah Anda terlibat pada tahap persiapan awal proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih TRANS7? Dan apa saja yang dilakukan?
6. Darimana kemunculan pertanyaan-pertanyaan yang unik yang sebelumnya tidak pernah terfikirkan oleh orang-orang pada umumnya?
7. Setelah mendapatkan riset dan ide untuk proses kreatifnya, hal apalagi yang Anda lakukan?
8. Bagaimana cara Anda meminimalisirkan tenaga Anda dan team yang hanya beranggotakan 2 orang, untuk mencapai target liputan selama 1 bulan ke depan?
9. Hambatan apa saja yang Anda rasakan saat berusaha mencari Narasumber dan melakukan proses liputan?

10. Apa yang Anda lakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan diluar dugaan dan perkiraan Anda?
11. Pada tahap pelaksanaan, liputan dilakukan secara on the spot hanya satu lokasi atau berpindah lokasi?
12. Pada saat proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sedang berjalan, hal apa yang Anda lakukan untuk menarik perhatian audiens?
13. Bagaimana Anda merencanakan soal budgetting, jadwal wawancara dengan Narasumber dan jadwal liputan dari acara Tau Gak Sih TRANS7?
14. Bagaimana Anda mengukur tingkat keberhasilan dari proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih TRANS7 ini?
15. Untuk kedepannya, apakah harapan Anda atas keberadaan acara Tau Gak Sih di TRANS7?

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **Untuk Audiens Acara 'Tau Gak Sih' TRANS7**

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan :

1. Bagaimana menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7?
2. Apakah menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini merupakan program acara yang menarik? Mengapa?
3. Menurut Anda, apa kekurangan dari proses kreatif yang ada pada program acara Tau Gak Sih di TRANS7?
4. Apa yang Anda harapkan dari program acara Tau Gak Sih di TRANS7?
5. Saran apa yang dapat Anda sampaikan untuk program acara ini agar kedepannya dapat menjadi lebih baik?

## HASIL WAWANCARA

Untuk Informan Kunci (*Key Informan*) Executive Producer “Bang Saur”

### Acara Tau Gak Sih TRANS7

1. Apa itu program *News Bulletin* dan *Current Affairs*?

**Jawaban :** *News bulletin* dan *current affairs* itu sama dengan *feature*. Yang beritanya secara detail dan mendalam tapi dikemas lagi secara ringan untuk ditonton. Masuknya salah satu *soft news* gitu.

2. Apakah menurut Anda kebanyakan masyarakat masih kurang mengetahui apa itu *News Bulletin* dan *Current Affairs*?

**Jawaban :** Iya gak semua orang tau apa itu *news bulletin* dan *current affairs*. Orang taunya kalau berita yang dikemas secara ringan ini cuma acara hiburan aja tapi gak tau masuk ke dalam jenis apasih sebenarnya berita itu, soalnya kan jenis berita itu banyak. Tapi sebagian ada juga yang tau, khususnya orang-orang yang emang ngerti soal *broadcast*, tergantung masyarakatnya juga.

3. Seperti apakah acara Tau Gak Sih di Trans7 yang merupakan salah satu program *News Bulletin* dan *Current Affairs*?

**Jawaban :** Acara Tau Gak Sih itu seperti yang tadi udah dijeasin ya. Salah satu program *softnews* yang menayangkan informasi secara ringan tetapi mendetail dengan keunikan yang dimiliki, tayangan yang berbeda tema tiap episodenya. Informasi yang disampaikan juga beragam mulai dari pengetahuan umum, sampai pada informasi tentang kuliner. Intinya Tau Gak Sih itu acara yang menyajikan berita yang syarat makna tapi gampang dimengerti.

4. Apa yang membedakan program acara Tau Gak Sih Trans7 dengan program acara lainnya yang termasuk kedalam program *Soft News*?

**Jawaban :** Kalau bicara soal perbedaan, semua program televisi pasti berbeda bro.. kalau sama gak mungkin dapet ijin tayang karena masing-masing pihak pasti akan menuntut. Acara Tau Gak Sih ini dibidang letak perbedaannya dari acara *soft news* lainnya, ya utama pasti beda dari slogannya kalau acara Tau Gak Sih punya slogan atau ciri khasnya yaitu “Guys, Tau Gak Sih blablabla..” dari pembukaan slogan itu, baru penyampaian informasi dijelaskan secara jelas. Selain itu tentu tema juga berbeda, karena setiap harinya acara TGS membahas episode dengan tema yang berbeda, *engle spotnya* juga terjun langsung bukan hanya disitu-situ aja, *host* juga punya karakter yang berbeda dari program lain. Intinya konsep acaranya dan kreativitasnya yang membedakan dari program lain.

5. Bagaimana awal mula tercetusnya pencipta program acara Tau Gak Sih di Trans7 ini?

**Jawaban :** Awal mula tercetusnya ini program mulai dari obrolan-obrolan para karyawan divisi *news* trans 7, lengkapnya tanya aja sama produser yang bersangkutan deh, mba Syarie lebih tau detailnya hehe..

6. Bisakah anda menceritakan alasan apakah yang membuat Anda tetap menghadirkan program acara ini di Trans7?

**Jawaban :** Yaa.. karena dilihat dari minat penonton dan *rating share* yang kita dapet itu menunjukkan hasil yang *good lahh...* Tandanya penonton suka, dan akhirnya kita terus menghadirkan acara ini dengan terus memberikan tayangan yang terbaik untuk penonton.

7. Siapa saja yang bertanggung jawab atas berjalannya program acara ini? Dan siapa saja yang ikut andil dalam mencetuskan ide kreatif dalam program acara ini?

**Jawaban :** Seluruh divisi *news* dan para *crew* yang bertugas di program acara TGS, semua tanggung jawab sesuai dengan jobdesknya masing-masing. Dan untuk siapa yang mencetuskan konsep ide kreatif, semua ikut andil karena



kita bekerja secara terbuka siapa yang memiliki masukan ide pasti akan kita gali sebagai bahan.

8. Apakah anda terlibat dalam penciptaan proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih ini? Jika Ya, apakah tugas Anda dalam penciptaan proses kreatif acara Tau Gak Sih ini?

**Jawaban :** Terlibat sebagai pembuat konsep acara juga, mengawasi jalannya konsep tersebut dan ngasih masukan aja, selebihnya semua diserahkan pada *team* yang bertugas.

9. Social Media apa yang program acara ini gunakan untuk tetap mempertahankan eksistensinya dan untuk mempromosikan acara Tau Gak Sih ini? Dan apa tujuan Anda menggunakan Sosial Media tersebut?

**Jawaban :** “Kita manfaatin dengan baiklah sosial media jaman sekarang bro.. yaa itung-itung salah satu cara kita buat promo program acara Tau Gak Sih ini, *sofar* sejauh ini TGS punya sosmed facebook, instagram, twitter. *Crew-crew* TGS selalu upload-upload soal apa aja yang bakal dibahas, atau hasil liputan setiap harinya, terus di instagram juga suka *ngeshare* cuplik-cuplikan *behind the scene* bekas liputan-liputan yang lalu.”

10. Apakah hal itu menjadi strategi untuk mempertahankan audiens dan membentuk opini yang positif mengenai program acara Tau Gak Sih di Trans7?

**Jawaban :** Ya jelas salah satu strategi kita buat promo program acara. Kalau kita tau respon audiens positif, kita bakalan terus lanjutin produksi acaranya bro..

11. Dalam melaksanakan program acara ini tentu memerlukan kreatifitas yang mampu menjadi nilai lebih dibandingkan dengan program lain, menurut Anda apa yang dimaksud dengan Proses Kreatif itu sendiri?

**Jawaban :**Proses kreatif itu inti dari hal yang mau kita angkat bro.. kalau gak ada proses ga bakal jadi ide-ide yang menarik yang beda tentunya dari yang lain. Kita juga buat acara gak langsung asal buat gitu aja, kita butuh proses. Proses penciptaan itu namanya proses kreatif. Pakai beberapa tahapan.

12. Pada tahap persiapan, apa saja yang Anda dan team Anda lakukan saat melaksanakan Pra Riset untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai proses kreatif yang akan digunakan?

**Jawaban :** Acara TGS ngadain *pitching* tiap sebulan sekali mas bro..., soalnya kita harus ngumpulin macem-macem gagasan dari para temen *crew* semua, untuk membahas tema apa lagi yang bakal kita pakai untuk tayangan acara ini. Itulah proses kreatifnya, karena dengan banyaknya ide makin banyak juga tema-tema yang bakal kita bahas buat sebulan *full*. Soalnya *pitching* diadain sebulan sekali, dalam sebulan itu ide harus udah terkumpul.

13. Bagaimana Anda membentuk kelompok kerja produksi yang mampu menghasilkan hasil kerja yang baik dan maksimal?

**Jawaban :** Sebisa mungkin membentuk suasana kerja atau budaya kerja yang nyaman, enjoy, asik tapi tetap fokus dalam pekerjaan. Pokonya gak ada yang namanya siapa lebih bagus siapa lebih jelek, semua sama. Masing-masing kepala punya idenya sendiri, dan hal itu yang kita satuin disini. Kompak dan konsisiten itu kuncinya.

14. Setelah seluruh proses kreatif dijalankan sampai pada tahap paskaproduksi, maka target penonton seperti apa yang menjadi sasaran Anda dalam program acara ini?

**Jawaban :** Sasaran awal kita sih pelajar pada umumnya, tapi karena informasi yang disajikan juga beragam jadi semua kalangan jadi sasaran atau target kita.

15. Bagaimana respon penonton terhadap tayangan acara ini per episodenya?

**Jawaban :** “*Sofar* mas bro.. sampai saat ini tanggapan penonton terhadap tayangan Tau Gak Sih ini sangat baik dan antusias, dilihat dari *rating and share* terdilihatdari *like postingan* di sosial media ditambah komen-komen yang bersifat positif dan kenaikan *rating* dari episode per episode yang stabil.”

16. Apakah yang Anda harapkan setelah melakukan proses kreatif guna tercapainya suatu program acara yang tetap layak dan diminati audiens sampai saat ini?

**Jawaban :** Ya semoga aja acara ini dapat menyumbangkn suatu program yang bermanfaat bagi masyarakat, yang merupakan suatu prestasi untuk TRANS7 khususnya pada divisi *news*.

## HASIL WAWANCARA

### Untuk Informan Kunci (*Key Informan*) Produser “Mbak Syarie Wulandari” Acara Tau Gak Sih TRANS7

1. Apa itu program *News Bulletin* dan *Current Affairs*?

**Jawaban :** *News bulletin* itu merupakan jenis berita, berita sendiri artinya adalah suatu bentuk laporan suatu kejadian yang lagi in atau terjadi pada saat itu, dan umumnya sih penyampainnya secara formal disebut juga *hard news* ya, karena contohnya berita soal kecelakaan atau bencana alam itu merupakan berita yang hard karena memang benar-benar disampaikan secara formal dan sesuai fakta yang terjadi saat itu. Dari jenis berita *hard* tersebut, maka teretuslah program *soft news* yang lebih halus istilahnya, kenapa? Karena berita *soft news* itu sendiri bisa dibilang berita pendukung dari *hard news* yang ditayangin lebih sederhana tidak terlalu formal tapi sangat jelas. Nah bicara soal *news bulletin*, *news bulletin* itu termasuk ke dalam jenis *soft news* dan hampir sama sih kayak *feature* gitu.. penjelasan secara mendalam sesuai dengan tema yang sedang dibahas. *Current affairs* juga sama ko penjelasannya kayak *news bulletin*.

2. Apakah menurut Anda kebanyakan masyarakat masih kurang mengetahui apa itu *News Bulletin* dan *Current Affairs*?

**Jawaban :** Iya masih banyak yang belum tahu, pada dasarnya sih menurut saya masyarakat kalau nonton program televisi tidak melihat dari jenis programnya termasuk program apa. Yang masyarakat tahu bahwa program yg disiarkan itu hanya program hiburan, tanpa tahu itu termasuk ke dalam jenis program televisi apa. Oleh karena itu jelas sebagian bahkan kebanyakan masyarakat tidak mengetahui *news bulletin* dan *current affairs* itu program yang seperti apa.

3. Seperti apakah acara Tau Gak Sih di Trans7 yang merupakan salah satu program *News Bulletin* dan *Current Affairs*?

**Jawaban :** Acara Tau Gak Sih itu dimulai dibentuk pada bulan Maret 2012, untuk tanggalnya saya lupa ya yang pasti bulan Maret jadi kalau dihitung sampai sekarang acara Tau Gak Sih udah berdiri selama 4 tahun. Nah untuk acaranya sendiri Tau Gak Sih ini kan merupakan *soft news*, maka penyajian dan penyampainnya suatu berita atau informasi tersebut dikemas secara ringan sehingga bisa dipahami banget dong ya oleh semua kalangan, gak cuma orang dewasa tapi kalangan anak-anak juga dapat mengerti gitu.. yang lebih menarik lagi dari konsepnya sih ya itu proses kreativitas didalamnya, kayak penciptaan ide sampai dengan tema-tema yang beda tiap hari, bahasannya ada-ada aja gitu tapi sangat bermanfaat untuk penonton. Untuk informasi yang disampaikan itu sendiri beragam ya, informasi kuliner yang saat ini masih dan selalu digemari oleh penonton, informasi seputar pengetahuan dan masih banyak deh.

4. Bagaimana cara Anda mengemas acara Tau Gak Sih ini menjadi lebih menarik bagi Penonton khususnya masyarakat Indonesia?

**Jawaban :** Saya khususnya seluruh *crew* selalu berusaha membuat ide dan tayangan yang menarik buat penonton pada umumnya. Karena acara *soft news* seperti ini belum bisa dibilang booming di masyarakat ya. Dari kreativitas yang kita punya, selalu kita kembangkan dan kita realisasikan, kayak misalnya kita tuh bikin sesuatu yang beda dari acara lain mulai dari tema, ide dan konsep penayangannya sendiri sih yang lebih dibuat *simple*, bahasa yang gak baku yang mudah dimengerti dicerna secara ringan dengan dibumbui candaan dan efek suara yang menarik gitu.

5. Apa yang membedakan program acara Tau Gak Sih Trans7 dengan program acara lainnya yang termasuk kedalam program *Soft News*?

**Jawaban :** Kalau bicara soal perbedaan, semua program televisi pasti berbeda dong.. kalau sama gak mungkin dapat ijin tayang karena masing-

masing pihak pasti akan menuntut. Acara Tau Gak Sih ini dibidang letak perbedaannya dari acara *soft news* lainnya, ya utama pasti beda dari slogannya kalau acara Tau Gak Sih punya slogan atau ciri khasnya yaitu “Guys, Tau Gak Sih” dari pembukaan slogan itu, baru penyampaian informasi dijelaskan secara jelas. Selain itu tentu tema juga berbeda, karena setiap harinya acara kita membahas episode dengan tema yang berbeda, *spotnya* juga kita terjun langsung bukan hanya disitu-situ aja, host juga punya karakter yang berbeda. Intinya konsep acaranya dan kreativitasnya yang membedakan dari program lain.

6. Bagaimana awal mula teretusnya pencipta program acara Tau Gak Sih di Trans7 ini?

**Jawaban :** Suatu program itu kan dipimpin oleh pimpinan yang kita sebut dengan kepala divisi ya, nah dari obrolan kepala divisi *news* dengan beberapa pimpinan yang lain mengenai pembuatan program baru yang bersifat *soft news* maka teretuslah awal mula pembuatan acara Tau Gak Sih ini, yang kemudian dibentuklah *team work* atau para *crew* yang samapi saat ini bekerja untuk acara Tau Gak Sih TRANS7. Konsep awal yang diusung acara ini sih awalnya mengangkat tentang sejarah suatu tempat yang ada di Indonesia, tanpa *host* hanya *dubber* yang membaca naskah dari tema yang dibahas.

7. Bisakah anda menceritakan alasan apakah yang membuat Anda tetap menghadirkan program acara ini di Trans7?

**Jawaban :** Nah, karena konsep awal acara kita membahas informasi mengenai sejarah beberapa tempat yg ada di Indonesia, tetapi kenyataanya pembahasan tersebut tidak membuat minat penonton meningkat sehingga *rating* yg didapat tidak seperti apa yg diharapkan. Oleh karenanya, waktu itu kita mengadakan rapat atau kalau disini disebutnya dengan *pitching*, di *pitching* itu kita benar-bener muter otak gimana caranya acara kita dapat *rating* tinggi, gimana caranya minat penontontuh tinggi terhadap tayangan acara kita. Setelah lama mengumpulkan beberapa konsep dan ide yang baru,

akhirnya kita nemuin ide kreatif baru yang menurut kita mampu meningkatkan minat penonton, yaitu bertransformasilah dari acara yang menayangkan tentang sejarah menjadi konsep acara yang membahas informasi mengenai kuliner di mix dengan pengetahuan yang lain, dengan menyertakan *host* dalam pembuka maupun penutup acara, juga menghadirkan beberapa *tallent* guna lebih menarik lagi. Akhirnya ide kreatif itu gak sia-sia dong, sekarang kita mampu meningkatkan *rating* hingga *double digit* dan mampu bertahan selama 4 tahun ini.

8. Siapa saja yang bertanggung jawab atas berjalannya program acara ini? Dan siapa saja yang ikut andil dalam mencetuskan ide kreatif dalam program acara ini?

**Jawaban :** Yang bertanggung jawab tentunya pimpinan dong, termasuk saya hehe...Yang ikut mencetuskan pihak-pihak trans7 tersendiri yang saya sendiri lupa ya siapa saja nama-namanya. Karena saat saya gabung disini program ini memang sudah terbentuk jadi saya tidak terlalu mengetahui secara komplit siapa saja yg ikut mencetuskan ide kreatif awalnya. Namun untuk sekarang yang mencetuskan ide kreatif ya tentu dari *team* TGS sendiri, dari para *crew*. Ide kreatif itu muncul aja secara spontan saat kita ngobrol-ngobrol atau sedang melakukan *pitching*.

9. Apakah anda terlibat dalam penciptaan proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih ini? Jika Ya, apakah tugas Anda dalam penciptaan proses kreatif acara Tau Gak Sih ini?

**Jawaban :** Terlibat dong, kan saya yang memimpin saat *pitching* dan saya juga yang menampung, menyaring ide-ide kreatif yg dihasilkan oleh para *team*. Dan memilih ide yang pas untuk ditayangkan. Udah jelas tugas saya itu menentukan ide apa saja yg berhak tayang, setelah itu saya serahkan kepada para *team* ke reporter untuk memikirkan konsep seperti apa yang akan mereka bahas sesuai tema yang sudah dibuat terlebih dahulu, kemudia proses saat terjun ke lapangan dan hasil akhirnya saya juga yang *mereview* hasil *editing*

yang sudah dilakukan. *Over all*, semua kita lakuin sama-sama ko karena kita bekerja dalam satu *team*.

10. Social Media apa yang program acara ini gunakan untuk tetap mempertahankan eksistensinya dan untuk mempromosikan acara Tau Gak Sih ini? Dan apa tujuan Anda menggunakan Sosial Media tersebut?

**Jawaban :** Kita sih gunain sosial media yang udah banyak banget digunakan masyarakat untuk tuker informasi, secara sekarang jamannya dimana semua orang tau informasi apapun dari sosial media itu, seperti facebook. Siapa sih orang yang gak tahu facebook, siapa yang gak punya akun facebook saya rasa Cuma orang yang kayaknya terisolasi sama kemajuan dunia yang gak tau ya, hehehe.. nah dari sosial media yang kita gunain ini, sebelum episode tiap hari yang kita tayangin di televisi tayang, saya sendiri selalu bikin status di facebook ya tujuannya jelas supaya semua orang baca dan tau apasih yang bakal dibahas di acara Tau Gak Sih hari ini. Instagram juga ada, para team mebuat meme-meme bahasanya jaman sekarang ya hehe... mebuat meme secara singkat apa yg bakal dibahas. Dan postingan-postingan saat melakukan shooting.

11. Apakah hal itu menjadi strategi untuk mempertahankan audiens dan membentuk opini yang positif mengenai program acara Tau Gak Sih di Trans7?

**Jawaban :** Jelas, jaman sekarang strategi lewat sosial media udah gak asing lagi. Sosial media memang sangat membantu untuk meyampaikan informasi penting. Apalagi untuk hal ini, karena terkait dari keeksistensian program acara itu sendiri khususnya Tau Gak Sih. Melalui postingan di facebook ataupun instagram dengan menggunakan bahasa yang jenaka pastilah mengundang ketertarikan bagi pembacanya, jika saya atau admin yang lain mebuat postingan jenaka, masyarakat akan berfikir bahwa acara ini memang benar-benar menarik, seperti itu.



12. Dalam melaksanakan program acara ini tentu memerlukan kreatifitas yang mampu menjadi nilai lebih dibandingkan dengan program lain, menurut Anda apa yang dimaksud dengan Proses Kreatif itu sendiri?

**Jawaban :** Menurut saya sih, kreativitas itu luas banget ya kalau diartiin. Secara umum orang tahu kalo proses kreatif itu mampu menciptakan sesuatu yang baru yang belum pernah ada sebelumnya. Gak jauh beda, proses kreatif itu memang penciptaan ide-ide baru yang *fresh* yang dapat memecahkan suatu masalah yang nantinya akan menciptakan peluang yang bagus. Contohnya ya seperti kreativitas yang ada di acara Tau Gak Sih ini, penciptaan ide-ide baru yang menarik sehingga mampu diminati oleh penonton tayangan per episodenya dan peluang besar untuk acara kita ini lebih dikenal khalayak.

13. Tahapan apa saja yang dilakukan dalam melaksanakan kreatifitas untuk program acara Tau Gak Sih Trans7?

**Jawaban :** Tahapan awal proses kreatif dimulai dari tahap persiapan ya atau disebut perencanaan, sampai tahap yang biasa disebut tahap perenungan lagi soal rencana yang udah dibuat, masuk ke tahap pencerahan dimana ide awal yang udah kita bahas saat *pitching* bisa ditambah atau dibumbui lagi di tahap ini yang muncul bisa secara *on the spot* tanpa terduga sama sekali, karena biasanya rencana awal yang udah kita buat saat udah terjun secara langsung di lapangan ada kalanya yang diharapkan ga sesuai, jadi pada saat itu juga lah proses kreatif itu muncul dengan sendirinya. Seperti membahas soal sedia payung sebelum hujan, tetapi saat hari dilaksanakannya *shooting* ternyata tidak turun hujan maka ide bisa kita ganti menjadi misalnya batrai *handphone* saya *lowbat*, dan kamu sudah sedia membawa **power bank** dari situ kita bisa sangkut pautkan dengan istilah sedia payung sebelum hujan. Kemudian masuk ke tahap pelaksanaan, dari semua hasil riset, ide kreatif dan ide yang muncul secara *on the spot* itulah dilaksanakan.

14. Pada tahap persiapan, apa saja yang Anda dan *team* Anda lakukan saat melaksanakan Pra Riset untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai proses kreatif yang akan digunakan?

**Jawaban :** Dengan mencari hasil riset via internet, riset dari majalah, koran atau buku, jika sudah meriset maka kita bisa menentukan tema apa yang akan kita bahas, jika sudah menemukan tema, lalu kita akan mencari bahan yang mendukung dari hasil riset kita itu contohnya membahas soal pelangi, kita bisa sangkut pautkan dengan kuliner yang berbau pelangi, tahapan yang dilakukan tentu dengan mencari narasumber yang memiliki usaha yang berbau dengan pembahasan. Setelah itu kita menghubungi narasumber, membuat janji wawancara dan peliputan dan mencari *talent* yang pas untuk mengilustrasikan setiap tema yang dibahas.

15. Apakah proses kreatif muncul hanya dari hasil riset saja? Atau pada tahap pencerahan ini lah ide tersebut bisa muncul?

**Jawaban :** Nah itu dia keunikan sendiri bagi acara Tau Gak Sih ini, kreativitas yang belum tentu yang dapat dipikirkan sebelumnya oleh *team* program lain. Dimana proses kreatif itu muncul bukan hanya dari hasil riset awal yang dilakukan atau di *list*, dibicarakan dan disepakai sebelumnya, tetapi masuk pada tahap pencerahan dimana tiba-tiba secara spontan otak kita berfikir untuk menjalankan ide kreatif yang baru diluar dari hasil riset sebelumnya. Misal saat melakukan perjalanan *shooting* atau liputan kita menemukan sesuatu yang pas dengan tema yang akan dibahas, dan kita angkatlah sesuatu yang spontan itu menjadi tambahan bahan untuk episode yang akan dibuat.

16. Kemunculan ide secara spontanitas tersebut, selanjutnya diproses menjadi apa?

**Jawaban :** Dari ide yang secara spontan itu kita olah menjadi suatu naskah yang pas, yang akan kita mainkan dan kita gunakan di tema yang akan kita bahas. Jika hasilnya bagus itu merupakan suatu nilai *plus* lah buat kita,

khususnya kepada repoter dan kameramen saya yang bekerja dilapangan ya, saya salut karena ide itu muncul secara spontan.

17. Pada tahap pelaksanaan, bagaimana teknis dari pelaksanaan proses-proses kreatif yang sudah disusun sebelumnya?

**Jawaban :** Teknis pelaksanaan sih sama seperti yang udah saya jelasin ya, gak jauh beda dari hasil riset yang udah dikumpulkan samapi munculnya ide baru secara spontan, kemudia baru teknis pelaksanaannya. Mulai dari pembagian *team* kerja, dimana masing-masing *team* beranggotakan 2 orang dengan posisi sebagai reporter dan kameramen.dari pembagian *team*, kemudia masing-masing *team* tersebut berpencar ke tempat yang sudah ditentukan pada tahapan riset. Misal team yang membahas tentang kuliner di Kota Bogor, maka *team* tersebut terjun langsung ke Bogor dan meliput kuliner yang ada disana, dengan melakukan perizinan terlebih dahulu kepada narasumber pemilik usaha kulinernya. Setelah meminta izin yang dilakukan jauh hari via telepon oleh *team*, maka hari itu team mulai melakukan peliputannya.

18. Selain tahapan, setiap program acara melalui proses Praproduksi sampai Paskaproduksi, Bagaimana proses Praproduksi-Pascaproduksi program acara Tau Gak Sih Trans7?

**Jawaban :** Jelas semua program pasti memiliki proses Praproduksi bagaimana program tersebut dimulai sampai Pascaproduksi, bagaimana program tersebut dapat ditayangkan secara resmi kepada penoton. Pada acara Tau Gak Sih ini sih, Praproduksi *simple* aja kita lakuin ya, yang pertama: rapat bulanan yang dihadiri oleh seluruh *crew* tentunya, yang dilaksanakan biasanya sih di lantai 5 dan 9 gedung TRANS7 ini. Atau kadangkala seluruh *crew* mengingkan suasana rapat yang baru, jadi kita juga melaksanakan rapat diluar kota seperti puncak dan Bandung. Dalam rapat ini saya punya bagian yang penting ya karena keputusan ada di tangan saya. Kemudian yang kedua: pembuatan naskah, saya akan menugaskan beberapa *crew* yang dapat

membuatnya semenarik mungkin yang kemudian diserahkan kepada PA untuk menghubungi *dubber* dengan melakukan *voice over*. Nah untuk tahap produksinya, acara Tau Gak Sih mulai dari: mencari bahan liputan yang udah dijelasin tadi didapat dari hasil *searching* atau membaca majalah. Kemudian masuk ke liputan untuk penayangannya, dan setelah liputan selesai hasil naskah akan diserahkan ke *dubber* untuk melakukan *voice over*. Proses terakhir yaitu Pascaproduksi dimana akhir dari proses acara ya, karena disini dilakukan pengeditan dan menyusun tayangan sesuai dengan naskah. Setelah proses pengeditan selesai maka hasilnya diserahkan ke petugas *quality control* dulu untuk *preview* gambarnya. Dan diserahkan kembali kepada saya untuk disetujui.

19. Faktor-faktor apa saja yang terkait dalam penciptaan kreativitas program acara Tau Gak Sih Trans7 ini?

**Jawaban :** Kalau bicara faktor sih, saya rasa dari pribadi masing-masing orang itu untuk menciptakan sebuah ide kreatif ya karena menyangkut interaksi pribadi itu dengan lingkungan, selanjutnya dorongan untuk melakukan ide tersebut, proses penciptaan kreatif ini juga merupakan faktor penting karena untuk memikirkan sebuah masalah, memecahkannya dengan penciptaan ide yang kemudian mendapat hasilnya. Dan keorisinilan ide ini yang merupakan faktor selanjutnya.

20. Bagaimana selanjutnya proses kreatif itu dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens?

**Jawaban :** Ya.. kita membuat suatu ide yang mudah dipahami dalam proses penyampainnya, dibuat secara sederhana dan tentu proses kreatif dalam acara ini bisa tersalurkan dengan baik dengan keterbukaan dari masyarakat sendiri untuk menonton acara yang berbobot dan bermanfaat untuk mereka, karena selain mendapat pengetahuan, mereka juga akan lebih berfikir luas tentang hal-hal spele disekitar kita yang sebenarnya dapat diangkat menjadi pembahasan yang seru dan menarik.

21. Apakah dalam program acara Tau Gak Sih ini, peran seorang pembawa acara atau *host* sangat penting? Dan bagaimana Anda dapat memilih *host* yang cocok untuk acara ini?

**Jawaban :** Setelah kita melakukan transformasi konsep acara, maka sata dapat bilang bahwa kehadiran seorang host dalam setiap program acara apapun memang penting banget. Karena apa? Karena seorang host dapat menghidupkan suasana, dapat lebih menjelaskan lebih rinci tahapan tayangan yang akan ditampilkan. Untuk kriteria host yang kami gunakan dalam acara Tau Gak Sih ini tentu memiliki karakter yang unik, yang jenaka dan yang secara spontan mampu mengeluarkan pertanyaan-pertanyaan yang cerdas kepada setiap audiens yang ditemui saat melakukan peliputan.

22. Selain *host* tentunya program acara Tau Gak Sih juga tak lepas dari peragaan ilustrasi yang diperankan oleh *tallent*, kriteria seperti apa *tallent* yang cocok untuk acara ini?

**Jawaban :** Untuk memilih *tallent*, saya sendiri menegaskan kepada para *crew* yang bertugas untuk mencari *tallent* yang menarik dalam arti cantik dan ganteng. Karena dari meraiknya fisik akan membuat orang lebih tertarik untuk tetap menonton acara yang kita tayangkan, dan tentunya yang mampu berekspresi dengan baik sehingga kita gampang untuk mengarahkannya.

23. Bagaimana Anda membentuk kelompok kerja produksi yang mampu menghasilkan hasil kerja yang baik dan maksimal?

**Jawaban :** Saya menciptakan suasana kerja yang hangat, yang tidak kaku, santai tetapi memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan setiap tugasnya. Dari suasana yang hangat dan nyaman tersebut, maka kelompok kerja yang baik akan terbentuk dengan sendirinya. Dapat dibuktikan dari para *crew* yang yang dari awal pendirian acara ini sampai sekarang tidak ada yang *resaign* atau meninggalkan program acara hanya karena alasan tidak betah.

24. Setelah seluruh proses kreatif dijalankan sampai pada tahap paskaproduksi, maka target penonton seperti apa yang menjadi sasaran Anda dalam program acara ini?

**Jawaban :** Dari hasil rapat tujuan awal penonton yang kita incar adalah anak-anak dan remaja yang masih berstatus sebagai pelajar. Tetapi pada nyatanya, seluruh lapisan masyarakat dapat juga kita kuasai.

25. Bagaimana respon penonton terhadap tayangan acara ini per episodenya?

**Jawaban :** *So far..* sampai saat ini tanggapan penonton terhadap tayangan Tau Gak Sih ini sangat baik dan antusias, dilihat dari like postingan kita di sosial media kemudian komentar yang bersifat positif dan kenaikan *rating* episode-episode yang bagus.

26. Bagaimana Anda mempertahankan minat penonton terhadap program acara Tau Gak Sih tersebut?

**Jawaban :** Jawabannya simple, tetap menciptakan proses kreatif yang tidak da habisnya, yang dapat membuat penonton berfikir bahwa ide ini tidak pernah terfikir sebelumnya. Dan terus menyangkan pembahasan yang bermanfaat bagi penonton.

27. Apa saja hambatan-hambatan yang terjadi selama proses kreatif program acara Tau Gak Sih TRANS7 ini berjalan?

**Jawaban :** Bicara hambatan, tentu semua program saat pelaksanaannya memiliki hambatan. Untuk di acara Tau Gak Sih sendiri hambatannya saya rasa kurangnya *crew* yang bertugas ya, karena 1 *team* hanya berisikan 2 orang anggota dan itu tentu sangat menguras tenaga, selain itu hambatan dalam ide yang mana kita dituntut untuk memunculkan ide baru dalam setiap episodenya, juga hambatan soal finansial tentunya karena terkadang kita melakukan liputan sampai ke luar kota.

28. Apakah yang Anda harapkan setelah melakukan proses kreatif guna tercapainya suatu program acara yang tetap layak dan diminati audiens sampai saat ini?

**Jawaban :** Harapan saya tentu menjadi harapan kita bersama selaku para *crew* dari acara Tau Gak Sih TRANS7, yaitu berharap agar acara kita ini tetap bertahan dan tetap memberikan penayangan yang menarik dan bermanfaat bagi masyarakat. Dan kita berharap terus dapat memunculkan proses kreatif yang selalu *fresh*, juga berharap agar masyarakat lebih mengetahui apa sih acara Tau Gak Sih ini, apasih *soft news* itu.

## HASIL WAWANCARA

### Untuk Informan Kunci (*Key Informan*) Reporter “Bang Dimas” Acara Tau Gak Sih TRANS7

1. Apa yang perlu dipersiapkan oleh seorang reporter untuk memulai suatu acara, khususnya acara Tau Gak Sih TRANS7 ini?

**Jawaban :** Persiapan awal sih sama kayak reporter yang lainnya bro, kita harus ada kerangka ide. Kerangka ide itu maksudnya tema apa yang nantinya bakal kita bahas, hal apa yang bakal kita liput. Persiapannya mulai dari riset bahan sampe persiapan peralatan yang mendukung dari hasil riset itu sendiri, kayak peralatan untuk proses liputan gitu bro..

2. Secara umum, apa saja tugas dari reporter acara Tau Gak Sih TRANS7?

**Jawaban :** Kalau gue jabarin secara umum tugas dari reporter tuh banyak banget bro.. mulai dari ngeriset bahan, cari narasumber, hubungin narasumber, cari *talent* yang cocok, cari lokasi liputan yang pas, persiapan peralatan, belum lagi kalau tiba-tiba apa yang udah direncanain ga sesuai sama harapan, kita harus punya plan B bro sebagai antisipasi. Reporter juga gak Cuma dituntut buat jago buat bahan liputan aja bro, gue pribadi jadi reporter harus bisa juga pegang kamera, tau ilmunya soal liputan karena kita sendiri ga bisa kalo cuma ngandelin kameramen. Kameramen cuma satu, keteteran nanti kite broo..

3. Menurut Anda, seberapa penting Anda sebagai seorang reporter untuk melakukan proses kreatif produksi dalam acara ini?

**Jawaban :** Penting bangetlah.. soalnya dengan kreativitas yang kita punya itu yang ngebedain kita sama program acara lain. Tiap program kan diukur dari konsep idenya masing-masing bro. Acara TGS ini kan dikenal dari konsep proses kreatifnya, dari hal-hal yang sebenarnya *simple* dan biasa aja tapi bisa kita angkat jadi hal yang luar biasa syarat makna dan arti gituloh bro.. kalo



proses kreatifnya udah oke, kedepannya ini program pasti dikenal oke juga sm pemirsanya.

4. Apasih slogan dari acara Tau Gak Sih itu sendiri? Dan apakah menurut Anda, slogan itu sudah sesuai dengan dengan tujuan proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih?

**Jawaban :** Slogan acara kita itu “makin banyak tahu, makin banyak ilmu” artinya gini kalo kita banyak tau hal-hal yang kita anggep biasa dikehidupan sehari-hari, tapi ternyata hal biasa itu banyak banget ngandung ilmu dan pengetahuan. Misalnya tau gak sih kenapa ikan bernafas dengan insang. Nah dari acara ini kita bisa tau penjelasannya kenapa ikan bernafas dengan insang.. Tujuan proses kreatif produksi acara TGS ini udah sesuai lah pastinya sama slogannya bro, kita menyampaikan informasi untuk ilmu pengetahuan yang dijelasin sedetail mungkin.

5. Apakah Anda terlibat pada tahap persiapan awal proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih TRANS7? Dan apa saja yang dilakukan?

**Jawaban :** Jelas terlibatlah bro, Dari awal kita dibagi jadi beberapa *team*. Masing-masing *team* itu cuma terdiri dari 2 orang, gue sebagai reporter dan si Devris sebagai kameramen. Jadilah gue sama Devris sebagai satu *team*. Sebagai satu *team*, udah tugas kita berdua ngolah bahan dari awal sampe akhir proses liputan. Yang pertama yang gue lakuin ya semua sama, kita riset bahan gue riset biasa browsing-browsing dari internet, dari majalah atau dari obrolan orang-orang aja gue saring. Dari riset, gue mulai cari info lebih lanjut soal narasumber yang bakal gue hubungi yang sesuai sama hasil riset atau tema yang bakal gue pake ya. Nah untuk riset bahan ini, biasanya gue udah stok hasil riset buat sebulan kedepan, jadi perhari tiap episodnya punya tema yang beda-beda. Kalao udah ketemu narasumber, gue mulai hubungi narasumbernya untuk bikin janji wawancara dan liputan. Abis itu gue mulai cari *talent*, soalnya salah satu keunikan acara TGS kita kalo kita peragain

satu liputan emang harus ada *tallentnya*. Setelah itu langsung kita eksekusi terjun ke lapangan sesuai janji yang udah dibuat sebelumnya.

6. Dari mana kemunculan pertanyaan-pertanyaan yang unik yang sebelumnya tidak pernah terfikirkan oleh orang-orang pada umumnya?

**Jawaban :** Sebenarnya sih pertanyaan-pertanyaan itu ngalir gitu aja sih, muncul gitu aja pas kita lagi nyari bahan dan riset terus kan gue udah tau sebelumnya tentang tema apa yang bakal dibahas nanti. Dari situ gue pikirin tuh bro pertanyaan apa yaa yang kira-kira unik dan gak mainstream, kadang juga si Defris ikut bantuin, saling tuker pikiran aja bro.

7. Setelah mendapatkan riset dan ide untuk proses kreatifnya, hal apalagi yang Anda lakukan?

**Jawaban :** Tadi udah gue jelasin bro, setelah ide udah kumpul semua. Gue biasanya langsung cari narasumber buat bisa bantu kita selama proses liputan. Gue hubungin bikin janji untuk wawancara dan liputan langsung. Misal gue bahas tema tentang pelangi, nah gue konsep ide pelangi dengan kuliner, gue cari kuliner apa yang berhubungan dengan pelangi. Setelah ketemu, gue hubungin narasumbernya buat wawancara sama lakuin liputan ditempat. Kalo narasumber setuju, gue langsung bikin jadwal kapan mau eksekusi kesana, ketika hari H gue persiapin peralatan sama kameramen gue Defris. Abis itu langsung cus ke lokasi.

8. Bagaimana cara Anda meminimalisirkan tenaga Anda dan team yang hanya beranggotakan 2 orang, untuk mencapai target liputan selama 1 bulan ke depan?

**Jawaban :** *Simple* sih sebenarnya, jangan pernah nunda pekerjaan bro. Gue sama Devris selalu udah konsepin nih dari awal hasil riset yang udah kita cari dibikin *stock* sampe 1 bulan ke depan. Satu bulan itu satu *team* terdiri dari 6 episode ya bro. Cara maen gue sih liputan gue 6 episode itu gue abisin

secepatnya kadang seminggu udah beres kalau liputan-liputan dalam kota doang.

9. Hambatan apa saja yang Anda rasakan saat berusaha mencari Narasumber dan melakukan proses liputan?

**Jawaban :** Kalo ngomongin hambatan, semua proses pasti ada aja hambatannya ya. Gue sih seringkali hambatan pas hubungin narasumber, ada aja narasumber yang gak bersedia buat diwawancara, nolak buat diliput dengan alasan yang berbagai macamlah. Terus, hambatan pas kita udah nemuin contact narasumber, tapi kendala dengan lokasi yang terlalu jauh dan kita gak punya waktu banyak. Sedangkan liputan masih numpuk.

10. Apa yang Anda lakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan diluar dugaan dan perkiraan Anda?

**Jawaban :** Hal pertama yang gue lakuin saat narasumber gue gak bersedia gue wawancara dan gue adain liputan adalah puter otak! Yap, kita harus pinter-pinter puter otak punya plan B plan C sampai plan Z. Kalo emang apa yang kita rencanain dari awal gak sesuai sama yang kita harpin, gue selalu puter otak, gimana caranya gue dapetin ide lain pada saat itu juga.

11. Pada tahap pelaksanaan, liputan dilakukan secara *on the spot* hanya satu lokasi atau berpindah lokasi?

**Jawaban :** Saat melakukan liputan secara langsung atau *on the spot*, gue sama Devris biasanya lakuin liputan perepisode. Maksudnya, untuk 1 hari tema yang bakal kita bahas apa, misal tentang kuliner di kota hujan Bogor. Nah, berarti dalam sehari itu gue sama Devris ngelakuin liputan di Bogor, sama bawa *talent* kesana. Begitu seterusnya sesuai dengan *plan* awal, sesuai tema dan kebutuhan liputan. Kita buat *simple* aja lah bro biar cepet kelar. *Profesional* aja hehe..

12. Pada saat proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih sedang berjalan, hal apa yang Anda lakukan untuk menarik perhatian audiens?

**Jawaban :** Hal yang gue lakuin paling promo lewat *sosmed* sih, kaya instagram sama facebook. Kan gue aktif main instagram bro, ya gue suka *update-update* aja apa yang episode hasil liputan gue tayang pasti gue *share*. Biasanya dari instagram *official News Trans 7* udah dibuat, nah gue tinggal ambil terus gue *share* lagi di akun gue. TGS yang bakal tayang tanggal segini, jam segini, dengan tema apa, yaa biarin orang liat *updatean* gue aja bro. Terus kepada pihak yang bersangkutan biasanya gue kabarin bro kapan tayangnya, kayak gitu sih paling. Dan juga si Ojib pasti *update* secara bro, dia kan banyak *fansnya* jadi buat promosi acaranya juga hehe..

13. Bagaimana Anda merencanakan soal *budgetting*, jadwal wawancara dengan Narasumber dan jadwal liputan dari acara Tau Gak Sih TRANS7?

**Jawaban :** Soal *budgetting*, gue udah rinci dari awal hasil riset berapa kira-kira yang bakal gue gunain buat proses liputan di Bogor contohnya. Berapa buat bayar *talent*, gue rinci setelah itu gue ajuin ke bagian keuangan bro, setelah cairan, baru gue bikin jadwal wawancara dengan narasumber dengan hubungin via telpon, abis jadwalnya kebuat, gue langsung bikin jadwal liputan sesuai dengan tema yang udah gue susun. Untuk proses kreatif produksi acara TGS ini sih *simple* ya, gak harus ribet yang pasti dari awal udah terkonsep dan terfikirkan.

14. Bagaimana Anda mengukur tingkat keberhasilan dari proses kreatif produksi acara Tau Gak Sih TRANS7 ini?

**Jawaban :** Biasanya gue liat dari respon *audiens* di *sosial media* bro, kayak komen-komentarnya di facebook sama hasil postingan gue di instagram. Kalo komentarnya positif ya mereka suka sama tayangannya. Selain itu gue juga liat *standar* umumnya bro dari hasil *rating & share* tiap minggu sama tiap bulannya. Biasanya gue liat kalo tema soal kuliner berapa *ratingnya*, kalo soal sejarah berapa *ratingnya*. Gitu sih bro..

15. Untuk kedepannya, apakah harapan Anda atas keberadaan acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Harapannya pastinya makin banyak aja penontonnya, *ratingnya* meningkat terus, makin bermanfaat buat pemirsa semua. Makin kreatif lagi menggali informasi-informasi dan bertahan terus programnya. Aamiin..

## HASIL WAWANCARA

### Untuk Audiens Acara 'Tau Gak Sih' TRANS7

Nama : Athaya Syahla Maharani

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 11 Tahun

Pendidikan : SD

1. Bagaimana menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Acaranya seru, menarik, bagus tayangannya menghibur sama lucu.

2. Apakah menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini merupakan program acara yang menarik? Mengapa?

**Jawaban :** Iya menarik, karena beda dari yang lain kalau mau tanya orang pasti selalu ada kata "Tau Gak Sih" terus *hostnya* lucu, suka ada gambar-gambar dengan tulisan yang lucu, banyak pengetahuan tentang makanan, binatang dan lain-lain.

3. Menurut Anda, apa kekurangan dari proses kreatif yang ada pada program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Kurang lama tayangnya, sebentar banget.

4. Apa yang Anda harapkan dari program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Semoga selalu tayangin soal pengetahuan yang banyak biar banyak belajar, terus semoga tambah panjang acaranya, lucu tayangannya.

5. Saran apa yang dapat Anda sampaikan untuk program acara ini agar kedepannya dapat menjadi lebih baik?

**Jawaban :** Sebaiknya waktu tayangan diperpanjang lagi biar nontonnya juga makin lama, dan lebih lucu lagi pertanyaan-pertanyaannya.

## HASIL WAWANCARA

### Untuk Audiens Acara 'Tau Gak Sih' TRANS7

Nama : Angga Suprayitno

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 23 Tahun

Pendidikan : S1 Manajemen

1. Bagaimana menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Acara Tau Gak Sih ini acara yang unik ya, memiliki presenter yang kocak, udah gitu kalau nanya-nanya ke orang tuh pertanyaannya menjebak bikin orang bingung jawabnya. Setelah itu informasinya juga menarik ga kepikiran sama gua, kok bisa ya dapet pertanyaan kaya gitu hehehe, seru lah seru.

2. Apakah menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini merupakan program acara yang menarik? Mengapa?

**Jawaban :** Iya menarik bro, pertanyaannya itu ada-ada aja. Terus juga yang bikin lucu ya itu yang gua jelasin tadi. Pertanyaan-pertanyaan yang sulit dijawab secara seponatan. Menurut gua sih itu menarik. Udah gitu pas presenter lagi nanya- nanya suka dipleset-plesetin ke lagu-lagu apalah itu hehehe..

3. Menurut Anda, apa kekurangan dari proses kreatif yang ada pada program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Hmm, menurut gua sih kurangnya kadang bahasanya atau temanya ada yang kurang menarik dan kurang unik gitu bro. Walaupun itu acara informasi yang dibuat lucu ya tapi kadang ada aja yang informasinya



kurang penting dibahas eh malah dibahas.padahal menurut gua kurang seru.

4. Apa yang Anda harapkan dari program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Yang gua harapin acara Tau Gak Sih ini semakin kreatif lagi, semakin lucu lagi dan agar informasi-informasi yang disajikan lebih bermanfaat bagi penontonnya.

5. Saran apa yang dapat Anda sampaikan untuk program acara ini agar kedepannya dapat menjadi lebih baik?

**Jawaban :** Lebih ditambah lagi ide-idenya yang unik-unik dan lebih menarik lagi dan kalau bisa presenternya ada 2, cewek sama cowok.

## HASIL WAWANCARA

### Untuk Audiens Acara 'Tau Gak Sih' TRANS7

Nama : Habibah Jawas

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 22 Tahun

Pendidikan : S1-Manajemen

1. Bagaimana menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Menurut saya, program acara Tau Gak Sih TRANS7 itu salah satu program baru ya, fresh beda dari konsep program news pada umumnya, yang kaya informasi dan pengetahuan juga.

2. Apakah menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini merupakan program acara yang menarik? Mengapa?

**Jawaban :** Sangat menarik, karena TGS ini kan salah satu program *news*. Tapi *newsnya* ga bersifat kaku, maksudnya *news* yang ringan banget dari segi bahasa penyampainnya, tayangan dan liputannya yang lebih bercerita. Informasi-informasi yang disampaikan juga ternyata bisa diangkat dari hal-hal spele yang kita gak perna pikir sebelumnya bisa jadi bahan bahasan gitu. Terus tayangannya diperagain oleh *tallent*, itu kan kesannya kayak jalan cerita dan cepet bisa diserap sih informasinya.

3. Menurut Anda, apa kekurangan dari proses kreatif yang ada pada program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Kekurangannya paling waktu ya, waktu penyampain tiap informasi atau tema itu kadang terlalu singkat jadi kesannya gantung.

4. Apa yang Anda harapkan dari program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Harapan saya sih, semoga acara ini jadi cerminan buat acara lain khususnya target penontonnya ya yang saat ini anak-anakpun banyak menonton gitu. Cerminan kalau tayangannya emang bermanfaat banget, kita bisa dapetin ilmunya, jadi banyak tau hal-hal yang kita anggep selama ini spele. Dan berharap sih, tiap hari makin banyak aja ide kreatif yang dibahas.

5. Saran apa yang dapat Anda sampaikan untuk program acara ini agar kedepannya dapat menjadi lebih baik?

**Jawaban :** Sarannya, tambah waktu tayangan biar informasi lebih jelas dan lengkap dan jatuhnya gak gantung. Banyak lebih mengeksplor tema-tema diberbagai lokasi, gak cuma disatu tempat aja. Dan lebih kreatif lagi sih untuk bisa tetep eksis.

## HASIL WAWANCARA

### Untuk Audiens Acara 'Tau Gak Sih' TRANS7

Nama : Yogo Isnanto

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 18 Tahun

Pendidikan : SMA

1. Bagaimana menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban** : Acara Tau Gak Sih itu bagus, lucu. Tentang pertanyaan-pertanyaan gitu yang ditanyain ke orang-orang. Pertanyaannya susah-susah gampang untuk dijawab. Yaa cukup unik untuk ditonton.

2. Apakah menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini merupakan program acara yang menarik? Mengapa?

**Jawaban** : Menarik sih menurut gue, acaranya beda dari yang lain. Dia ngumpulin pertanyaan-pertanyaan gitu terus nanti ditanya ke orang terus orang jawabnya ada yang bisa ada yang engga terus juga jawabnya asal-asalan soalnya pertanyaannya ada-ada ajah susah dijawab, tapi nanti dijelasin tuh jawaban yang benarnya apa. Di tambah lagi ada bang Ojip bagus dia pembawaannya asik banget, pecah deh pokonya. Hehehe.. Terus kita jadi tahu banyak tentang informasi-informasi yang kita gak tahu.

3. Menurut Anda, apa kekurangan dari proses kreatif yang ada pada program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban** : Tau Gak Sih ini kan presenternya suka nanya-nanya tuh ke masyarakat, banyak masyarakat yang salah jawabnya pas orangnya salah jawab, disitu kan suka diedit-edit gitu orangnya nah kalau menurut gue sih

kekurangannya ngeditnya terkadang suka berlebihan jadi kasian aja orangnya diedit sampe jelek gitu hahaha. Terus satu lagi tayangannya gak setiap hari cuma senin sampai jumat terus durasinya terlalu sebentar.

4. Apa yang Anda harapkan dari program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Acara Tau Gak Sih ini acara yang informatif menurut gue jadi harapan gue buat acara Tau Gak Sih menjadi acara yang lebih bermanfaat lagi bagi masyarakat Indonesia.

5. Saran apa yang dapat Anda sampaikan untuk program acara ini agar kedepannya dapat menjadi lebih baik?

**Jawaban :** Saran gue ditambah durasinya jadi 1 jam kalau bisa hehe, terus tayangannya juga full setiap hari, apa lagi kalau jam tayangnya diganti di malam hari sekitar jam 7an. Biar generasi-generasi muda menonton program yang informatif bukan malah nonton sinetron yang menjerumuskan.

## HASIL WAWANCARA

### Untuk Audiens Acara 'Tau Gak Sih' TRANS7

Nama : Arief Setiawan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 20 Tahun

Pendidikan : Mahasiswa

1. Bagaimana menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Menurut saya, TGS itu acara yang unik yang beda. Salah satu referensi tayangan yang baru buat ditonton.

2. Apakah menurut Anda program acara Tau Gak Sih di TRANS7 ini merupakan program acara yang menarik? Mengapa?

**Jawaban :** Iya cukup menarik, karena dilihat dari segi tayangannya yang dikemas secara *simple*, singkat tapi jelas informasi sama pengetahuan yang disampaikan. Terus ada adegan-adegan yang dilakukan oleh beberapa *talent* yang cantik dan ganteng, temanya juga beda-beda tiap hari jadi makin banyak ilmunya juga beda-beda. *Hostnya* unik, slogan pertanyaannya punya ciri khas banget.

3. Menurut Anda, apa kekurangan dari proses kreatif yang ada pada program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Terlalu banyak bahas soal kuliner, padahal masih banyak yang bisa dibahas diluar kuliner misalnya budaya atau *trend* sekarang gitu. Sama kurang durasi penayangan sih.

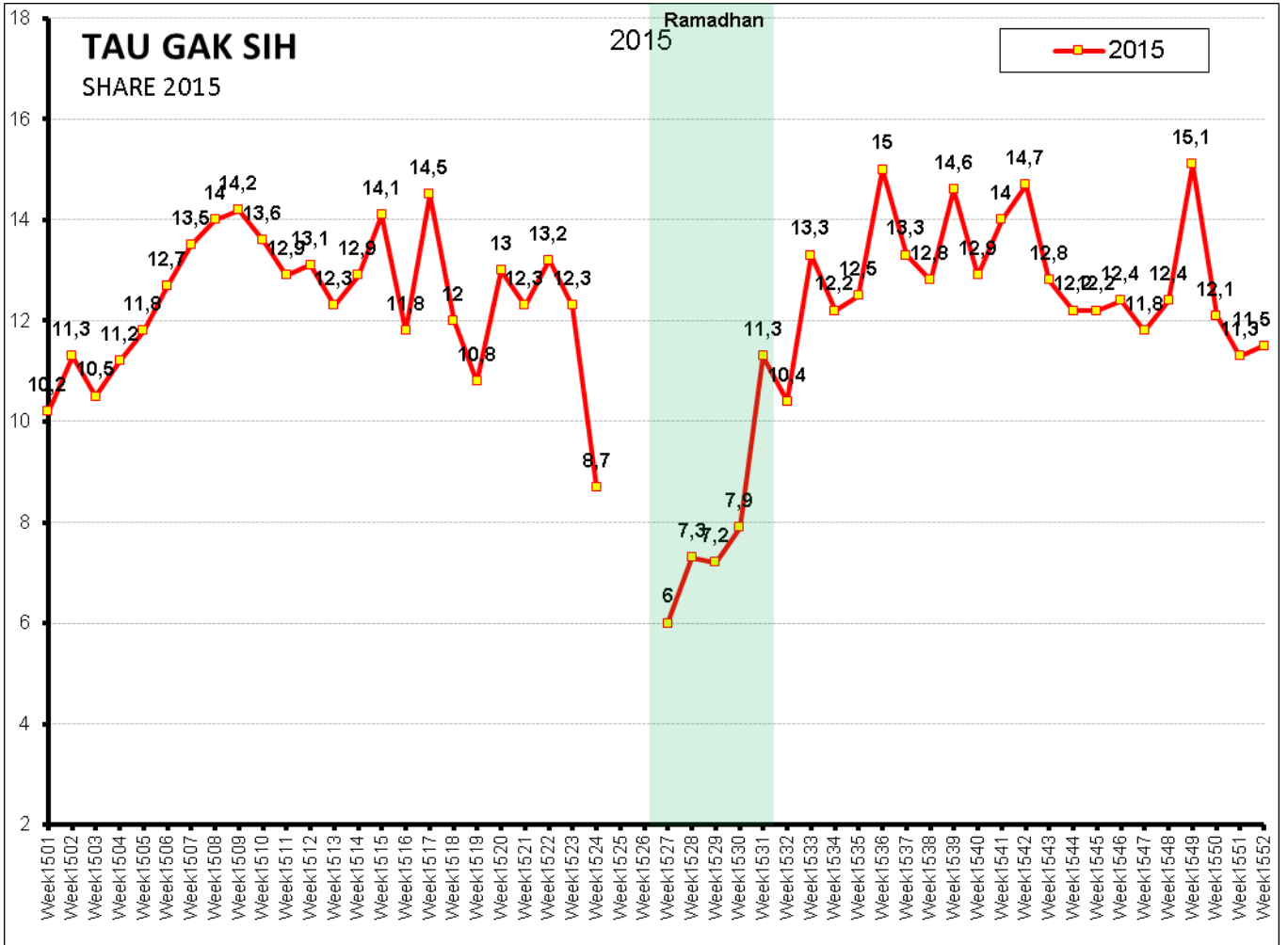
4. Apa yang Anda harapkan dari program acara Tau Gak Sih di TRANS7?

**Jawaban :** Harapannya ya sukses terus buat acaranya, semoga selalu bisa bikin tayangan yang makin bermanfaat, makin banyak tema yang dibahas ga cuma kuliner aja fokusnya, sama makin seru aja.

5. Saran apa yang dapat Anda sampaikan untuk program acara ini agar kedepannya dapat menjadi lebih baik?

**Jawaban :** Sarannya sih itu tadi banyakin tema-tema yang lain, jangan kuliner aja. Apalagi kalo bulan puasa bahas soal kuliner malah bikin orang males nontonnya, hehe.. Terus sama perbanyak jam tayangnya.

## Rating Program “Tau Gak Sih” TRANS7





## Screen Shoot Media Sosial “Tau Gak Sih” Trans7

9:47 AM 99%

taugaksih7

**TAU GAK SIH?**

78 posts 4190 followers 27 following

+ FOLLOW

**Tau Gak Sih Trans7**  
 Official instagram program 'Tau Gak Sih'.  
 Tayang setiap hari Senin - Jumat pukul 14.15  
 di @TRANS7. Makin tau, makin banyak ilmu.

9:48 AM 99%

Photo

**taugaksih7**  
 Masjid Agung alun-alun BDG >

157 likes

**taugaksih7** Yuhuuu... Bandung... All team @taugaksih7 lagi di bandung niy... Mau bikin something special buat kamu guys... Iyaaa kamuuu 🥰🥰🥰 Sayang niy kaka @ojip\_ismaputra gaikutan.. Get well soon, dear 🥰

Cc : @news\_trans7 @officialtrans7 #explorebandung #alunalunbandung #bandungairara

9:48 AM 99%

Photo

**taugaksih7**

62 likes

**taugaksih7** Lombok ga cuma hanya ada keindahan alamnya guys, tapi juga banyak kuliner yang khas, enak dan menggugah selera loh guys, kyk makanan ini, pada tau gak makanan apa inii, yuk kita cari tau jawabannya di tau gak sih eps tenggelam dalam cita rasa lombok hari ini jam 2 siang hanya di @news\_trans7 @officialtrans7 ohya tenang kakak @ojip\_ismaputra jga bakalan nnggal leri kek buat tanya tanya bebe

9:53 AM 99%

Photo

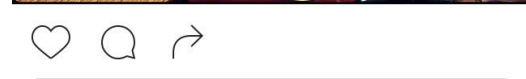
**taugaksih7**

58 likes

**taugaksih7** Di hari yang spesial ini, kurang pas kalau ga bikin yg spesial juga ya kann, kebetulan di hari ulang tahun



68 likes



38 likes

4 LIKES

taugakasih7 Yangg demen makann makanan enakk,.jangan lupa saksikan tau gak sih hari ini jam 14:00 WIB di @news\_trans7 @officialtrans7,.kita bakalan bahass soall sate yg bumbunya merah alias sate beurem klo kata orng sunda mah,teus mau bahas yg sger seger kayak kochi sama camilan yg namanya unik Cinlokk,.hihi penasarann kann guys hehe #liputan #crew #tv #kulinern #instafood #Bogor #jawabarat #indonesia #sate #satebeurem #es #kochi #cemilan #cinlok #tepongaci

View all 8 comments

gemma\_martantri mau tanya liputan @taugakasih7 yg hari jumat kemaren kan seputar kuliner bogor, mau tau yg ttg pizza itu alamatnya dimana ya?

taugakasih7 Di oktiass bogor dpn itc cibinong dan di kedai kita bogor dkt hotel pangrango @gemma\_martantri

NOVEMBER 9, 2015

Yuliana Ambarwati

Yaah aq ktinggalan deh coz gk bisa nonton tv :D padahal pngen banget pantengin tv nonton acara favorit q :( See Translation March 26 · Like · Reply

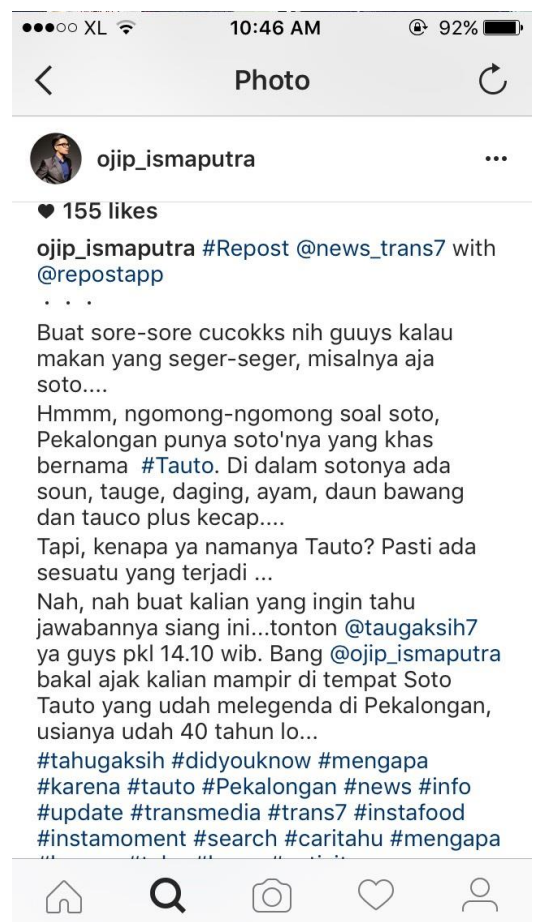
Saipul Ber Wisata PEROGAM JAM TAYANGG BARU NIH YE TETEP DI Tau Gak Sih HA TAU APA?

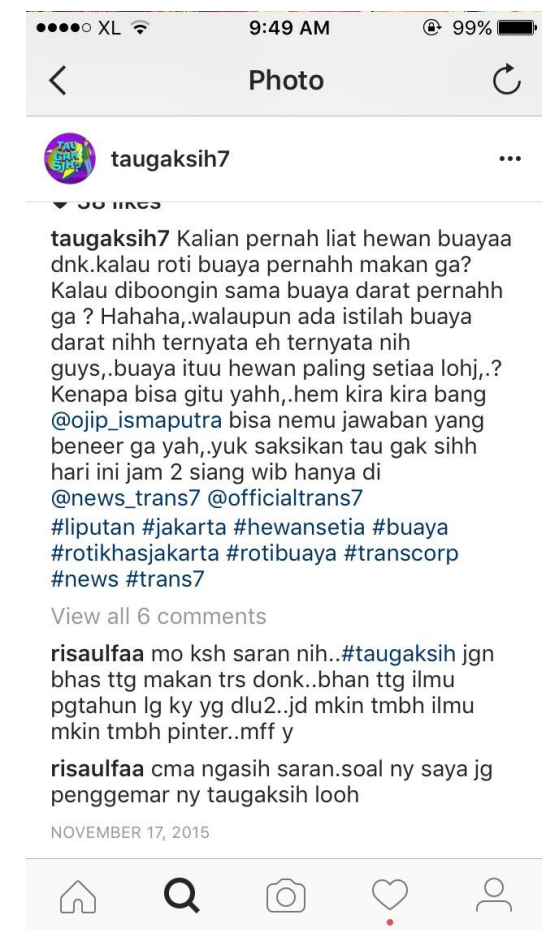
See Translation March 26 · Like · Reply

Octavia Eka Putri Selamat ulang tahun Tau Gak Sih, semoga panjang episode and panjang umurnya yah. Yah tapi sayang banget aku nggak bisa nonton TGS kemarin ih sebel, gara gara kemarin lagi ngedekor ruangan kelas pulangny jam 2 trus habis itu datang hujan dengan petirnya jadinya nggak boleh nonton tv deh

Write a comment... Post









## **Gedung Trans Media**



## **Foto Bersama Bang Saur 'Executive Producer'**



**Foto Bersama Budhi Prayitno ‘Production Assistant’**



**Foto Bersama Dimas Praditya ‘Reporter’**



**Foto Bersama Ojip Ismaputra 'Pembawa Acara'**



**Foto Suasana Ruangan Editing**





**Foto Suasana Ketika Rapat / Pitching**



**Foto Bersama Seluruh Crew 'Tau Gak Sih' Trans7**







KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi: 1. Ilmu Administrasi Negara  
2. Ilmu Komunikasi  
3. Ilmu Pemerintahan

Jalan Raya Jakarta KM.4 Phone (0254) 280330 Ext. 228, Fax. 0254-281245 Pakupatan Serang  
Banten url: <http://www.fisip-untirta.ac.id>, Email: [kontak@fisip-untirta.ac.id](mailto:kontak@fisip-untirta.ac.id)

Nomor : 010 /UN.43.6.2/PG/2016  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Ijin Mencari Data

10 Februari 2016

Kepada Yth.  
PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh TRANS7  
di  
Tempat

Dengan Hormat,  
Sehubungan dengan diselenggarakannya kegiatan riset mahasiswa kami di Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka kami yang bertanda tangan di bawah ini memberikan tugas kepada mahasiswa berikut ini untuk mencari data yang dibutuhkan,

Nama : Tio Tsanihakam S  
NIM : 6662121836

Semester : 8  
Mata Kuliah : Skripsi  
Judul : PROSES KREATIF PRODUKSI ACARA "TAU GAK SIH" SEBAGAI PROGRAM *NEWS BULLETIN* DAN *CURRENT AFFAIRS* DI TRANS7  
Data : Rattng and Share  
diperlukan

Untuk itu kami berharap dan memohon kepada Bapak/ Ibu untuk dapat **memberikan izin guna mencari data** yang dibutuhkan mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi,  
Ilmu Komunikasi  
  
Dr. Fahmi Winangsih, M.Si  
NIP. 196810192005012001



Jakarta, 1 Februari 2016

Nomor : 201/DHRGS-HRD/15  
Lampiran :

Kepada Yth.

**Ibu Dr. Rahmi Winangsih, M.Si**  
**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Sultan Ageng Tirtayasa**

Perihal : Tanggapan atas Permohonan Mencari Data

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat permohonan ijin mencari data yang Bapak/Ibu ajukan, dengan ini kami menerangkan bahwa Mahasiswa berikut :

Nama : Tio Tsanihakam Septian  
NIM : 6662121836  
Jurusan : Jurnalistik

Dapat melaksanakan penelitian atau pencarian data pada **Program Tau Gak Sih, Divisi News PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (Trans7)** pada bulan **Februari – Maret 2016**.

Demikian hal ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak/Ibu, kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

**Shanty Damavanti K.**  
*HR Development Dept. Head (Act)*



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**Nama** : Tio Tsanihakam Septian  
**NIM** : 6662121836  
**Tempat/Tanggal Lahir** : Jakarta, 10-09-1994  
**Agama** : Islam  
**Alamat** : Jl. Seruni 6 Blok F7 No. 25 RT. 05/06 Kel.  
Bencongan Indah Kec. Kelapa Dua, Perumahan  
Harapan Kita, Karawaci, Tangerang.  
**No Hp** : 0812-9555-9333  
**Email** : tiotsanihakam@yahoo.com  
**Nama Orang Tua** : 1. Ayah : Abdurohim  
2. Ibu : Mimi Oktori

### **Pendidikan Formal :**

**2000 s/d 2006** : SDMI Al-Istiqomah Kota Tangerang  
**2006 s/d 2009** : SMP Negeri 19 Kota Tangerang  
**2009 s/d 2012** : SMA Negeri 5 Kota Tangerang  
(Program IPS)  
**2012 s/d 2016** : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa  
(Ilmu Komunikasi – S1 Jurnalistik)