



**KREATIFITAS DALAM PRA PRODUKSI PROGRAM RISING  
STAR INDONESIA 2014 DI RCTI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Study Broadcasting

Disusun oleh :

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
**HARLY HARLAND**

44112110110

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2014**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
BIDANG STUDI BROADCASTING

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : KREATIFITAS DALAM PRA PRODUKSI PROGRAM  
RISING STAR INDONESIA 2014 DI RCTI  
Nama : HARLY HARLAND  
NIM : 4412110110  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 13 Februari 2014

Mengetahui,

MERCU BUANA

Pembimbing

( Sofia Aunul, M.Si )



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
BIDANG STUDI BROADCASTING**

## **LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **KREATIFITAS DALAM PRA PRODUKSI PROGRAM  
RISING STAR INDONESIA 2014 DI RCTI**  
Nama : HARLY HARLAND  
NIM : 4412110110  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Broadcasting

Jakarta, 13 Februari 2014

Disetujui dan diterima oleh :

**UNIVERSITAS**

Pembimbing

**MERCU BUANA**

  
(Sofia Aunul, M.Si)


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua bidang studi Broadcasting



( Dr. Agustina Zubair, M.Si )



(Feni Fasta, M.Si )



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
BIDANG STUDI BROADCASTING**

### **LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **KREATIFITAS DALAM PRA PRODUKSI PROGRAM  
RISING STAR INDONESIA 2014 DI RCTI**  
Nama : HARLY HARLAND  
NIM : 4412110110  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Broadcasting

Jakarta, 13 Februari 2014

**UNIVERSITAS**

**MERCU BUANA**

1. Ketua Sidang

**Dra. Diah Wardhani, M.Si**

(  )

2. Penguji Ahli

**Drs. Syafei Sikumbang, M.Ikom**

(  )

3. Pembimbing

**Sofia Aunul, M.Si**

(  )

## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr. Wb**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis merasa bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari pihak, baik secara moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Sofia Aunul, M.Si selaku pembimbing, terima kasih untuk bimbingan skripsinya yang sangat berguna bagi penulis.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku ketua sidang skripsi, dan Drs. Syafei selaku penguji ahli sidang skripsi.
3. Sutiedi dan Santi Mardiah sebagai orang tua kandung, dan M. Roby Akbari sebagai kakak tercinta yang telah memberikan supportnya selama ini.
4. Semua anggota dari SimpulPro yang telah menjadi bagian dari keluarga dan memberikan dukungan yang sangat penuh terhadap skripsi penulis.
5. Anggota besar Mercu TV yang telah menjadi bagian keluarga penulis
6. Semua dosen fakultas ilmu komunikasi khususnya jurusan Broadcasting, Pak Andi Fachrudin, Pak Syaiful Halim, Pak Morissan, dan lainnya yang tidak dapat penulis tulis satu-persatu. terima kasih atas bimbingan dan

pengajarannya. Ilmu kalian sangat bermanfaat bagi penulis, Semoga dapat berguna di dunia pekerjaan nanti.

7. Semua staf tata usaha fakultas ilmu komunikasi.
8. Semua Mahasiswa Universitas Mercubuana angkatan 2012 yang telah memberikan ilmu dan kerjasamanya selama kuliah.
9. Semua pihak yang terlibat dan membantu penulis dan tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Skripsi ini telah penulis susun dengan sebaik-baiknya, namun bilamana ada kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini, penulis mohon kritik dan saran, karena setiap manusia tidak ada yang sempurna, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT semata. Semoga skripsi ini akan memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta 13 Februari 2014

Penulis

Harly Harland

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Televisi Sebagai Media Massa.....	5
2.1.1 Sejarah Televisi.....	5
2.2 Sejarah Televisi.....	5
2.3 Program Televisi.....	6
2.3.1 Jenis-Jenis Program Televisi.....	7
2.3.2 Tahap-Tahap Membuat Produksi program.....	8
2.3.2.1 Tahap Pertama.....	8
2.3.2.2 Tahap Kedua.....	10
2.3.2.3 Tahap ketiga.....	11
2.3.2.4 Tahap keempat.....	11
2.3.3 Jenis Produksi.....	12
2.4 Kreatifitas.....	13
2.4.1 Definisi Kreatifitas.....	13

2.4.2 Karakteristik Kreatifitas.....	14
2.4.3 Jenis Kreatifitas.....	15
2.5 Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam Produksi .....	16
2.5.1 Executive Producer .....	16
2.5.2 Producer.....	17
2.5.3 Creative Producer.....	17
2.5.4 Penata Cahaya.....	18
2.5.5 Soundman .....	18
2.5.6 Cameramen.....	19
2.5.7 Editor.....	19
2.5.8 Art Support .....	20
2.5.9 Unit Production Manager .....	20
2.5.10 Unit Talent.....	21
2.5.11 Director.....	21
2.5.12 Floor Director .....	22

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Paradigma.....	23
3.1.1 Pengertian Paradigma.....	23
3.1.2 Paradigma Konstruktivisme .....	23
3.2 Tipe Penelitian .....	24
3.3 Metode Penelitian .....	25
3.4 Subjek Penelitian .....	26
3.5 Tehnik Pengumpulan Data .....	27
3.5.1 Data Primer.....	27
3.5.2 Data Sekunder.....	28
3.5 Pengertian Observasi.....	29
3.5.1 Observasi Partisipasif.....	29
3.6 Tehnik Analisis Data.....	30
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	33
3.7.1 Triangulasi.....	33

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum RCTI.....	36
4.1.1	Sejarah Singkat RCTI .....	36
4.1.2	Visi, Misi dan Tiga Pilar Utama PT. Rajawali Citra ] Televisi Indonesia.....	38
4.1.2.1	Visi .....	38
4.1.2.2	Misi .....	39
4.1.2.3	Tiga Pilar Utama.....	39
4.1.3	Profile PT Rajawali Citra Televisi Indonesia .....	40
4.1.4	Logo PT.Rajawali Citra Televisi Indonesia .....	40
4.1.5	Struktur PT.Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	42
4.1.5.1	Struktur Organisasi Pt Rajawali Citra Televisi .....	43
4.1.5.2	Struktur Dewan Komisaris RCTI.....	43
4.1.6	Target Penonton RCTI .....	43
4.1.7	Gambaran Umum Program Rising Star Indonesia.....	44
4.2	Hasil Penelitian Kreatifitas dalam pra produksi dalam Program Rising Star Indonesia .....	45
4.2.1	Proses Pra Produksi Program Rising Star Indonesia..	
4.2.1.1	Rapat Produksi .....	45
4.2.1.2	Konsep Dasar .....	47
4.2.1.3	Penentuan Tema .....	47
4.2.1.4	Strategi .....	49
4.2.1.5	Rundown Program.....	48
4.2.1.6	Tahap Audisi .....	49
4.2.1.7	Set Up Panggung &Rehearsal.....	50
4.2.2	Bentuk Ide Kreatif Utama Porgram Rising Star Indonesia	52
4.2.3	Bentuk Ide Kreatif Tambahan Program Rising Star Indonesia.....	59
4.3	Pembahasan Kreatifitas dalam Pra Produksi Program Rising Star Indonesia 2014.....	60

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>CURRICULUM VITAE</b>	





Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Study *Broadcasting*  
Harly Harland  
44112110110

Kreatifitas dalam Pra Produksi Program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI  
Jumlah halaman : x + 68 Halaman + 17 Lampiran

#### ABSTRAK

Proses produksi pada suatu program dianggap sangat penting bagi stasiun televisi yang memiliki program untuk memuaskan masyarakat di Indonesia. RCTI sebagai salah satu media massa terbesar di Indonesia memiliki beberapa unggulan program setiap harinya salah satunya adalah program Rising Star Indonesia 2014 yang dibuat secara live dan diadakan audisi di kota-kota besar di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui proses produksi pada program Rising Star di Indonesia terkait dengan banyaknya kreatifitas dalam suatu proses produksi yang dilakukan. Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deksriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber yang berkompeten di bidang produksi. Hasil penelitian ini membahas mengenai proses produksi Pada Program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI yang meliputi pra produksi, dan produksi itu sendiri ditambah dengan proses kreatif sehingga menjadi program yang layak di tonton oleh masyarakat di Indonesia. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai proses produksi pada program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran yang paling dominan dalam proses produksi pada program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI yaitu adalah produser. Produser terlibat secara penuh dalam suatu proses produksi untuk mencapai tujuan bersama serta mencari upaya terkait bagaimana program itu berkualitas dan bertanggungjawab terhadap produksi hingga evaluasi program.



Communication Faculty  
Mercu Buana University  
Study program *Broadcasting*  
Harly Harland  
44112110110

Creativity in Pre-Production Program 2014 Rising Star Indonesia on RCTI  
Total Page: x + 68 Pages + 17 Attachments

## ABSTRACT

The production process in a program is considered very important for the television station that has a program to satisfy the people in Indonesia. RCTI as one of the largest mass media in Indonesia have some excellent programs every day one of them is Indonesia 2014 Rising Star program are made live and held auditions in big cities in Indonesia.

This study was conducted to determine the production process in Rising Star program in Indonesia related to the amount of creativity in the production process, these researchers used a qualitative approach to the type of research deksriptif. Metode study is a case study by conducting in-depth interviews to speakers who are competent in the field of production. The results of this study discusses the production process InIndonesia 2014 Rising Star Program on RCTI which includes pre- production, and production itself coupled with the creative process so that it becomes a viable program watched by people in Indonesia. Thus, researchers were able to obtain an overview of the production process in Indonesia 2014 Rising Star program on RCTI.

This study concludes that the most dominant role in the production process in Indonesia 2014 Rising Star program on RCTI which is the producer. Producer fully involved in the production process to achieve common goals and find ways regarding how to program quality and responsible for the production and evaluation of programs.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Saat ini program Rising Star Indonesia 2014 sedang di perhatikan oleh masyarakat di Indonesia. Rising Star Indonesia adalah acara realitas kompetisi menyanyi dan ajang pencarian bakat Indonesia yang mulai mengudara di stasiun TV di RCTI pada tanggal 28 Agustus 2014. Acara ini diadaptasi dari kompetisi menyanyi Amerika Serikat yang berjudul Rising Star, yang ditayangkan oleh ABC. Format program ini adalah dengan cara mengajak pemirsa untuk memilih kontestan melalui aplikasi telepon pintar.

Pada era globalisasi saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa informasi berkembang sangat pesat dan tentunya setiap orang menuntut adanya informasi yang cepat. Adanya kebutuhan informasi yang tinggi ini menjadikan bisnis media sebagai salah satu bisnis yang memiliki prospek cerah baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Prospek bisnis ini membuat marah menjamurnya stasiun-stasiun televisi swasta yang menawarkan berbagai program informasi yang dibutuhkan masyarakat sehingga persaingan bisnis semakin ketat.

Media sebagai industry yang menghasilkan produk informasi tidak hanya bersaing dengan sesama produsen, tetapi juga harus berkompetisi dalam pasar dengan khalayak, yaitu konsumennya sendiri. Sehingga dibutuhkan strategi-strategi yang diterapkan stasiun televisi dalam menjalankan misinya agar mampu

bertahan dalam persaingan bisnis media yang semakin ketat.

Dalam persaingan, penggambarannya tidak ada perusahaan yang abadi jika tidak melakukan inovasi, transformasi, dan penyesuaian diri dengan berbagai tantangan baru ke depan. Carlos Ghosn CEO Nissan tahun 1990 pernah sukses mengangkat Nissan dari kebangkrutan dengan utang 20 miliar US\$, dengan menerapkan strategi *full motivation, commitment and target, performance, measurement, dan challenge*.<sup>1</sup>

Dari segi kreatifitas, jika kompetisi serupa seperti X-Factor Indonesia dan Indonesia Idol menggunakan metode melalui sms, telepon ataupun twitter, maka Rising Star Indonesia menggunakan telepon genggam yang bekerja sama dengan Advan.

Dalam proses produksi program mempunyai beberapa tahapan antara lain, pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Untuk membuat suatu program yang berkualitas baik tentu semua tahap harus dilaksanakan dengan sangat baik terutama pra produksi. Tahap pra produksi itu sendiri artinya dilakukan pada saat sebelum program dilaksanakan atau dapat diartikan proses awal pembuatan program. Keinginan masyarakat yang sangat tinggi membuat pihak televisi lebih inovatif dan kreatif lagi demi memuaskan hati masyarakat.

Ditambah lagi para kontestan harus bisa mengangkat layar besar *Interaktif* tersebut untuk melihat para juri expert dan penonton di studio untuk

---

<sup>1</sup>Andi Fachruddin, Dasar-Dasar Produksi Televisi, Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing, Kencana, Jakarta. 2012, Hal 185-186

lolos ke tahap berikutnya. Ketegangan kontestan terlihat ketika layar belum mencapai angka 70%, dan disitulah nilai jual program Rising Star Indonesia selain voting melalui telepon genggam.

Dengan melihat hal tersebut, penulis mengangkat salah satu program acara televisi di RCTI yang sangat digemari masyarakat yaitu Rising Star Indonesia dengan judul “Kreatifitas dalam Pra Produksi Program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka, Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk memfokuskan penelitian pada kreatifitas pada proses pra produksi program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI. Dari uraian diatas, peneliti dapat ditarik fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pra produksi program Rising Star Indonesia 2014 Di RCTI?
2. Bagaimana bentuk ide kreatifitas pada program Rising Star Indonesia 2014 Di RCTI?:

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Memasuki era keragaman televisi swasta, program-program musik mulai melakukan evaluasi untuk bersaing agar mendapatkan perolehan rating yang tinggi. Kemasannya pun diproduksi menjadi lebih beragam, seperti adanya teknologi voting baru, juri yang terkenal, studio yang lebih mewah, peserta yang

lebih banyak, jenis music yang lebih variatif sebagai pelengkap program. Saat ini, hampir semua stasiun televisi, seperti INDOSIAR, RCTI, MNC, atau TRANS TV memiliki jenis program variety show yang mencari bakat baru khususnya penyanyi, solo, duet dan sebagainya.

Dan, berdasarkan identifikasi masalah diatas peneliti ingin mengetahui bagaimana kreatifitas dalam pra produksi program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI sehingga menjadi program variety show yang berbeda dari yang lain dan bisa merebut perhatian penonton yang banyak.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kreatifitas dalam pra produksi program Rising Star Indonesia 2014.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Akademis :**

1. Penelitian ini bermanfaat untuk membantu peneliti mendapatkan titel sarjana jurusan komunikasi broadcasting.
2. Memperkaya pustaka dan menjadi referensi kedepannya dalam pembuatan penelitian di bidang Broadcasting.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis:**

1. Penelitian ini dapat membantu program “Rising Star Indonesia” kedepannya untuk mengetahui kreatifitas dalam pra produksi program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Televisi sebagai media massa**

##### **2.1.1 Pengertian Televisi**

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom maupun warna. Kata televisi merupakan gabungan dari bahasa Yunani yang dibagi menjadi dua arti, antara lain, kata *tele* yang berarti jauh, dan *visio* yang berarti penglihatan.<sup>2</sup>

Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiarannya, dan video dari segi gambar Bergeraknya. Para pemirsa tidak mungkin menangkap siaran televisi, kalau tidak ada prinsip-prinsip radio yang mentransmisikannya, dan tidak mungkin melihat gambar-gambar yang bergerak hidup, jika tidak ada unsur film yang memvisualisasikannya.

#### **2.2 Sejarah Televisi**

Siaran televisi di Indonesia di mulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran

---

<sup>2</sup>Indah Rahmawati & Dodoy Rusnandi, *Berkarir Di Dunia Broadcast Televisi Dan Radio*, Laskar Aksara, Bekasi, 2011, hal. 3

percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno.<sup>3</sup>

Televisi adalah mediator terdepan saat ini, setelah itu baru diekorkan oleh internet yang juga makin tahun makin menguasai minat banyak orang karena jangkauannya tak terbatas. Meskipun jangkauan televisi terkadang susah dijangkau, mungkin karena jangkauan pancarannya terbatas, tidak sampai ke plosok-plosok daerah jadi tidak semua masyarakat Indonesia dapat atau bisa menonton televisi.

### **2.3 Program Televisi**

Stasiun televisi setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai audien dan peraturan yang berlaku. Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreatifitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik.<sup>4</sup>

Namun meski begitu, televisi tetap menjadi mediator massa kepada masyarakat. Televisi juga turut membantu mencerdaskan anak bangsa lewat tayangan-tayangan program berkualitas, mendidik dan dapat di teladani.

---

<sup>3</sup>Morissan, Manajemen Media Penyiaran, Strategi mengelola Radio & Televisi, Kencana, Jakarta. 2008, Hal 9

<sup>4</sup>Ibid, Hal 207-208.

### 2.3.1 Jenis-Jenis Program Televisi

Dalam jenis-jenis program diatas bahwa pedoman perilaku penyiaran merupakan panduan tentang batasan-batasan mengenai apa yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan berlangsung dalam proses pembuatan program siaran, sedangkan standar program siaran merupakan panduan tentang apa apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan program siaran. P2SPS memuat sejarah aturan main yang harus dipatuhi pengelola program penyiaran kegiatan memproduksi jenis-jenis program tertentu mencakup :<sup>5</sup>

#### 1. Program Faktual (informasi)

Jenis program yang termasuk di dalam program factual adalah program berita features dokumentari, program reality (*reality show*) konsultasi dengan mengandung antara lain sumber dan penelpon, pembahasan adalah melalui diskusi, talkshow, jajak pendapat, pidato atau ceramah, program editorial, kuis, perlombaan, pertandingan, olahraga dan program-program jenis lainnya.

#### 2. Program Kuis

Dalam menyiapkan program berisikan kuis dan undian berhadian, stasiun penyiaran harus mengikuti ketentuan bahwa program tersebut harus diselenggarakan dengan adil dan peraturannya harus diberitahukan secara terbuka dan jelas pada khalayak program perbincangan.

---

<sup>5</sup>Morissan, Media Penyiaran (Strategi Pengolahan Radio dan televisi), Tangerang 2005, Hal 13-14.

### 3. Program perbincangan

Program yang berisikan pembicaraan atau pembahasan (program talkshow) mengenai masalah terkait dengan seks termasuk perbincangan mengenai perilaku seks menyimpang, homo seksual dapat disiarkan pada pukul 22:00 hingga 03:00, sesuai dengan waktu stasiun penyiaran yang menayangkan.

### 4. Program Mistis

Program yang bertemakan dunia gaib, paranormal, klinik praktek spiritualis magis, mistik kontak yang hanya dapat disiarkan pada pukul 22:00 hingga 03:00.

## 2.3.2 Tahapan Proses Produksi

Suatu produksi program televisi melibatkan banyak peralatan, tim dan biaya yang besar, serta memerlukan organisasi yang rapi juga perlu suatu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Dalam bukunya *Television Production* Alan Wurtzel menguraikan prosedur kerja untuk memproduksi program siaran televisi, disebut sebagai Four Stage of Television.<sup>6</sup> Keempat tahapannya adalah sebagai berikut:

### 2.3.2.1 Tahap Pertama

*Pre Production Planning* atau pra produksi adalah persiapan

<sup>6</sup>Darwanto Sastro Subroto, (*Produksi Acara Televisi*, Duta Wacana, Yogyakarta, 1994)hal 157

aktivitas menuju tahap produksi, pada tahapan ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan yang akan datang, atau disebut juga tahap perencanaan. Makin baik sebuah perencanaan produksi, maka akan memudahkan proses produksi.

**a. Ide**

Bermula dari timbulnya sebuah gagasan atau ide, dan ide ini menjadi tanggung jawab seorang produser, tetapi tidak sepenuhnya ide ini datangnya harus dari produser tersebut, karena bias saja datangnya dari luar.

**b. Pengembangan Konsep dan Riset**

Dengan mengacu dari gagasan tadi, produser segera mulai melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk bahan pengembangan gagasan tadi.

**c. Penulisan Naskah**

Dengan data-data dan fakta yang diperoleh, produser segera meminta kepada penulis naskah untuk menuangkan dalam bentuk tulisan yang kemudian dikembangkan menjadi bentuk naskah dengan format dan durasi yang telah ditentukan, demikian pula olahan dan gaya bahasanya disesuaikan dengan khalayak sarannya.

**d. Meeting Produksi**

Setelah naskah memenuhi syarat, maka produser menyelenggarakan *planning meeting* dengan mengundang anggota

keabat kerja inti (*key member*) yang terdiri dari Pengarah Acara, *Technical Director, Lighting Engineering, Art Director*.

Dalam meeting ini, produser melakukan pendekatan produksi (*production approach*) mengenai rencana produksi dan seluruh anggota inti memberikan masukan yang diperlukan dan direalisasikan atau kesepakatan bersama. Selanjutnya produser mempersiapkan berbagai hal yang mendukung seperti melakukan *casting* atau pemilihan artis pendukungnya, merencanakan anggaran, dan sebagainya. Dan anggota yang lainnya dengan selesainya *planning meeting* tadi, berarti sudah mempunyai bahan-bahan sebagai rencana kerjanya.

#### 2.3.2.2 Tahap Kedua

Set dan Rehearsal merupakan tahapan persiapan-persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan anggota inti bersama kerabat kerjanya, dan mempersiapkan peralatan yang akan digunakan, seperti:

1. Penataan dekorasi
2. Penataan cahaya
3. Penataan suara
4. Mempersiapkan *video tape* dan film *playback*

*Rehearsal* atau latihan merupakan langkah awal pengarah acara kepada artis pendukung dan kepentingan latihan, bukan hanya untuk mereka tetapi juga pada kerabat kerja dari *switcher*, penata lampu,

penata suara, *floor director*, *cameraman*, sampai pengarah acaranya sendiri. Dalam latihan ini, dipimpin langsung oleh Pengarah Acara.<sup>7</sup>

### 2.3.2.3 Tahap Ketiga

*Production* adalah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk *auditif* bagi radio dan *audio visual* untuk televisi.<sup>8</sup>

Pelaksanaan produksi tergantung dari tuntutan naskahnya, dengan demikian karakter produksi lebih ditentukan oleh karakter naskahnya, sebab seperti diuraikan sebelumnya bahwa naskah merupakan hasil penuangan idea tau gagasan.

Karakter produksi dibagi/ditentukan menurut lokasinya:

- a. Produksi yang diselenggarakan sepenuhnya di dalam studio.
- b. Produksi yang diselenggarakan sepenuhnya di luar studio.
- c. Produksinya merupakan gabungan di dalam dan luar studio.

Sedangkan kamera yang digunakan dapat menggunakan kameralebih dari satu kamera atau hanya menggunakan satu kamera jinjing.

### 2.3.2.4 Tahap Keempat

Tahap *Post Production* yang merupakan tahap terakhir atau tahap penyelesaian atau penyempurnaan, dari bahan baik yang berupa

<sup>7</sup>Darwanto Sastro Subroto, (*Produksi Acara Televisi*, Duta Wacana, Yogyakarta, 1994)hal 158

<sup>8</sup>Ibid. 159

pita *auditif* maupun pita *audio visual*. Tahap penyelesaiannya meliputi:

1. *Editing* suara dan gambar.
2. *Grafik, insert visualisasi* nama dan gelar.
3. Pengisian narasi
4. Pengisian *sound effect* dan ilustrasi.
5. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksinya, dan didalam evaluasi ini dapat saja produksi tadi dinyatakan layak siar, tetapi dapat masih diberikan beberapa catatan, misalnya, masalah ilustrasi, *sound effect, editing* gambar dan sebagainya, sehingga masih harus dilakukan perbaikan.

### 2.3.3 Jenis Produksi

#### a. Produksi Lapangan

- ENG (electronic news gathering-produksi berita elektronik).

Proses rekaman video jenis berita dengan menggunakan peralatan yang mudah dibawa, misalnya kamera VCR dan satu mikrofon, dengan kru seorang juru kamera disertai seorang sutradara yang sekaligus merangkap sebagai reporter.

- EFP (electronic field production-produksi lapangan elektronik).

Sama dengan ENG, hanya jenis program yang diproduksi adalah documenter, sinetron.

- MCR (multi kamera remote). Produksi lapangan dengan menggunakan kamera lebih dari satu, dengan switcher, beberapa

monitor, sound audio system. Produksi yang direkam adalah sinetron, music, olahraga, event, dan sebagainya.

#### **b. Produksi Studio**

- Live – Program disiarkan secara langsung, tahap produksi merupakan tahap akhir dalam proses. Kebanyakan program-program berita, olahraga, upacara kenegaraan disiarkan secara langsung.
- Video Tapping – (direkam pada vita video)
- Live On tape – Produksi berlangsung terus tanpa berhenti, sampai akhir program. Seperti format live, namun sebelum ditayangkan dilakukan editing hanya dalam hal-hal khusus (insert editing). Program direkam perbagian dan program ditayangkan segera pada lain waktu.<sup>9</sup>

## **2.4 Kreatifitas**

### **2.4.1 Definisi Kreatifitas**

Sepanjang sejarah umat manusia, kreatifitas menjadi topic perhatian tetapi baru sejak beberapa dasawarsa kreatifitas menjadi subjek penelitian ilmiah dan empiris. Kreatifitas didefinisikan sebagai kemampuan yang memiliki kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berfikir serta kemampuan untuk mengelaborasi suatu gagasan.<sup>10</sup>

<sup>9</sup>Andi Fachruddin, Dasar-Dasar Produksi Televisi, Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing, Kencana, Jakarta. 2012, Hal 25

<sup>10</sup>Munandar, S. C. U, Kreatifitas dan Keberbakatan, Strategi mewujudkan potensi kreatif dan bakat, PT. Gramedia, Jakarta, 1999. Hal 50

### 2.4.2 Karakteristik Kreatifitas

Dalam melakukan kegiatan yang kreatif, sedikit banyak orang yang berfikir kreatif melihat dan memikirkan hal-hal yang luar biasa yang tidak lazim. Dalam teorinya, kreatifitas juga memadukan informasi yang tampaknya tidak berhubungan dan mencetuskan solusi-solusi baru yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Rasa ingin tahu

Individu selalu terdorong untuk mengetahui lebih banyak dan mengajukan banyak pertanyaan. Selalu memperhatikan orang, objek dan situasi sehingga peka dalam mengamatakn dan ingin mengetahui.

2. Bersifat Imajinatif

Individu mampu memperagakan dan membayangkan hal-hal yang tidak atau belum pernah terjadi. Namun dalam menggunakan khayalan tersebut masih dapat mengetahui perbedaan antara khayalan dan kenyataan.

3. Merasa tertantang oleh kemajemukan

Individu terdorong untuk mengatasi masalah yang sulit. Merasa tertantang oleh situasi yang rumit sehingga lebih tertarik pada tugas yang sulit.

4. Sifat menghargai

Dapat menghargai bimbingan dan pengarahan dalam hidup. Menghargai kemampuan dan bakat-bakat sendiri yang sedang berkembang.

#### 5. Berani mengambil resiko

Berani memberikan jawaban meskipun belum tentu benar. Tidak takut gagal atau mendapatkan kritik. Tidak menjadi ragu-ragu karena ketidakjelasan, hal-hal yang tidak konvensional atau yang tidak terstruktur.

### 2.4.3 Jenis-jenis Kreativitas

Setiap orang memiliki kemampuan untuk melakukan kreativitas, Terdapat beberapa jenis kreativitas sebagai berikut:<sup>11</sup>

#### a. Inovasi

Inovasi diartikan oleh sejumlah orang sebagai jumlah total dari kreativitas dan bukan suatu tipe kreativitas. Namun sebenarnya kreativitas akan menyebabkan timbulnya sesuatu yang baru, misalnya sebuah ide baru, teori baru, hipotesis baru.

#### b. Sintesis

Sintesis mencakup kemampuan untuk menyerap dan memanfaatkan ide-ide dari aneka sumber.

#### c. Ekstensi

Ekstensi atau perluasan merupakan tipe ketiga dalam analisis dan erat hubungannya dengan inovasi maupun sintesis.

<sup>11</sup>Adipoetra W, Upaya Peningkatan Kinerja pemasaran dengan Konsep Marketing strategi Melalui kreativitas Strategi pembelajaran Operasional, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Pustaka Belajar. Jogjakarta, 2004 hal 160

d. Duplikasi

Duplikasi berarti meniru sukses orang lain. Hal ini dianggap sebagai kreatifitas karena duplikasi meniru kesuksesan orang lain dengan mengimplikasinya secara tepat.

## 2.5 Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam Produksi

Keberhasilan produksi suatu program acara televisi sangat bergantung pada orang-orang yang terlihat dalam produksi tersebut. Tim produksi televisi terbagi layaknya unsur dalam sebuah organisasi yang memiliki perbedaan fungsi dan variasi pekerjaan. Berikut adalah tim yang terlibat dalam produksi televisi.<sup>12</sup>

### 2.5.1 Executive Producer

Dalam sebuah proses produksi siaran televisi, seorang Executive Producer sangat diperlukan. Executive Producer bertanggungjawab atas seluruh produksi siaran. Tugas dari seorang Executive Producer adalah mengontrol kualitas keseluruhan proses produksi, dan memastikan bahwa produk akhir yang dihasilkan sesuai dengan target dan spesifikasi yang diinginkan komisaris perusahaan.

Executive Producer adalah bagian dari tim yang bertanggungjawab untuk memilih proyek berharga dalam menyajikan program siaran dan

---

<sup>12</sup>Indah Rahmawati & Dodoy Rusnandi, Berkarir di Dunia Broadcasting Televisi dan Radio, Lakar Pelangi, Bekasi, 2011, Hal 20

memastikan bahwa setiap langkah yang diambil menjamin sukses di pasar. Dalam tim produksi, seorang Executive Producer bertanggungjawab untuk memimpin produksi berbagai program televisi, pengertian lain dari seorang Executive Producer adalah orang yang bertanggungjawab sejak sebuah film masih berupa embrio. Biasanya seorang executive producer terlibat dalam pengembangan gagasan tersebut sehingga menjadi sebuah naskah dan mencari sutradara yang tepat untuk mewujudkan scenario menjadi sebuah film.

### **2.5.2 Producer**

Selain Executive Producer , dalam produksi siaran televisi ada yang dinamakan produser. Dalam dunia penyiaran, khususnya pertelevisian, produser memegang peranan penting dalam perputaran roda produksi acara televisi. Produser adalah seseorang yang bertanggungjawab secara umum terhadap seluruh produksi, seperti film, sinetron, dan program acara televisi lainnya.

Sebagai seorang yang bertanggungjawab secara umum, maka seorang produser juga terlibat secara tidak langsung dalam pekerjaan lainnya, seperti pada pencarian bakat, penulis scenario, penyunting gambar dan sebagainya.

### **2.5.3 Creative Producer**

Creative Producer adalah seseorang yang bertanggungjawab khusus untuk menangani proses penciptaan karya-karya kreatif, untuk

semakin memajukan nama stasiun televisi di tengah persaingan media yang begitu pesat perkembangannya.

Seorang Creative Producer akan bekerja sama dengan bidang-bidang lainnya untuk menghasilkan sebuah produksi yang berkualitas, terutama dengan Produser dan Executive Producer mengenai perkembangan konten baru dan berbagai fitur dalam program acara yang digarap. Selain itu, Creative Producer juga bertanggungjawab atas anggota tim kreatif dibawahnya. Ia hanya memastikan seluruh komponen dalam proses produksi, termasuk para actor dan aktris sehingga semuanya mampu berkomunikasi dan terkoordinir secara efektif.

#### **2.5.4 Penata Cahaya**

Penata Cahaya atau lighting man penting untuk sebuah produksi program acara, karena orang yang memegang jabatan tersebut bertanggungjawab penuh atas pencahayaan yang pas dalam produksi program acara. Dalam pencahayaan, seorang Lighting Man harus mengetahui tehnik pencahayaan.

#### **2.5.5 Soundman**

Sebagai media yang bersifat Audo-visual dalam sebuah proses produksi sebuah stasiun televisi tidak hanya menitikberatkan pada kualitas tayangan secara visual saja, tapi juga perlu memperhatikan kualitas secara audio. Disinilah keberadaan Soundman memainkan peran yang sangat penting.

Soundman bertanggungjawab penuh pada segala hal yang berkaitan dengan audio yang dihasilkan pada saat pengambilan gambar. Seorang Soundman harus pintar dalam mengatur waktu ketika adegan dalam acara membutuhkan suara yang jernih.

### **2.5.6 Cameramen**

Cameramen adalah orang yang mengoperasikan video kamera untuk recording film dan video. Dan cameramen berhak mengambil gambar secara pribadi sebagai stok gambar.

### **2.5.7 Editor**

Editor adalah orang yang melakukan penyuntingan gambar pada saat pasca produksi. Jadi Editor bekerja setelah proses produksi selesai. Namun kini, Editor sudah dilibatkan bahkan sebelum produksi dimulai. Oleh producer dan sutradara Editor diminta untuk memaparkan konsep editing apakah yang akan digunakan pada saat nanti akan melakukan penyuntingan gambar.

Editor adalah proses penyambungan gambar dari banyak shot hingga menjadi kesatuan cerita yang utuh. Editor menyusun shot-shot tersebut sehingga menjadi sebuah scene, kemudian dari penyusunan tiap scene tersebut tercipta sequence, sehingga pada akhirnya akan tercipta sebuah film yang utuh.

## 2.5.8 Art Support

### a. Set Design

Membangun sebuah set panggung untuk pertunjukan acara televisi bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Dimulai dari menerjemahkan ide/gagasan tim kreatif, membuat sketsa desain, membuat set desain, membuat maket, sehingga membangun set itu sendiri.

### b. Wardrobe

Sebutan lain untuk wardrobe adalah armoire. Namun dalam istilah televisi, langsung dikaitkan pada masalah pakaian pemain itu sendiri, bukan tempat penyimpanannya.

### c. Make Up

Make up adalah seni menggunakan bahan kosmetika untuk mewujudkan wajah yang diperankan. Rias wajah karakter dimaksudkan untuk membantu seorang actor menggambarkan suatu peran dengan membuat wajahnya menyerupai peranan watak yang akan dimainkan.

## 2.5.9 Unit Production Manager

Unit Production Manager biasanya disewa oleh produser acara film dan bertanggungjawab untuk mengelola produksi dan mengatur biaya

pengiriman film serta kisaran budget pembuatan program acara. Unit Production manager akan membuat anggaran kerja selama pra produksi sehingga budget untuk pembuatan program dapat diketahui dengan jelas dan tepat sasaran. Biasanya, Produser akan mengawasi semua keputusan yang berkaitan dengan biaya, termasuk pengeluaran saat shooting berlangsung.

#### **2.5.10 Unit Talent**

Unit Talent adalah divisi yang bertanggungjawab untuk merekrut para actor atau pengisi acara dalam sebuah program acara, sehingga acara tersebut disajikan untuk memenuhi harapan para pemirsa.

Pemeran atau artis diharapkan berkpribadian menarik, memiliki ketahanan fisik yang baik, sesuai dengan karakter yang diperankan, memiliki kemampuan acting, menipu bermain watak, berbakat dan sebagainya.

#### **2.5.11 Director**

Director atau pembuat film bertanggungjawab untuk mengawasi aspek kreatif dari program acara atau film di bawah produser. Director mempunyai wewenang dalam memutuskan bahaimana acara tersebut akan berjalan. Director juga bertanggungjawab untuk menjalankan script yang dibuat berjalan sesuai dengan proses shooting.

### **2.5.12 Floor Director**

Floor Director merupakan pimpinan di studio. Pada beberapa stasiun televisi dan production house. Floor Director juga bisa disebut sebagai floor manager. Floor Director mendengarkan perintah program director melalui system komunikasi intercom dari ruangan control. Tugas utama Floor Director adalah berkomunikasi dengan talent acara. Dalam acara siaran langsung di studio Floor Director memiliki otoritas terakhir.



## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma**

##### **3.1.1 Pengertian Paradigma**

Menurut Harmon paradigma adalah cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas.<sup>13</sup> Sedangkan Baker mendefinisikan paradigm sebagai seperangkat aturan yang membangun atau mendefinisikan batas-batas, dan menjelaskan bagaimana sesuatu harus dilakukan dalam batas-batas itu agar berhasil.<sup>14</sup> Berdasarkan definisi definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa paradigma merupakan seperangkat konsep, keyakinan, asumsi, nilai, metode, atau aturan yang membentuk kerangka kerja pelaksanaan sebuah penelitian.

##### **3.1.2 Paradigma Konstruktivisme**

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan fenomenologi dan paradigma konstruktivisme dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

---

<sup>13</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif*, PT.Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hal. 49

<sup>14</sup>Ibid.

Karakteristik pendekatan kualitatif yaitu: menggunakan latar alamiah, menggunakan manusia sebagai instrumen utama, menggunakan metode kualitatif (pengamatan, wawancara, atau studi dokumen) untuk menjangkau data, menganalisis data secara induktif, menyusun teori dari bawah ke atas (grounded theory), menganalisis data secara deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi masalah penelitian berdasarkan fokus, menggunakan kriteria tersendiri (seperti triangulasi, pengecekan sejawat, uraian rinci, dan sebagainya) untuk memvalidasi data, menggunakan desain sementara (yang dapat disesuaikan dengan kenyataan di lapangan), dan hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama oleh manusia yang dijadikan sebagai sumber data.<sup>15</sup>

### 3.2 Tipe Penelitian

Tipe Penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat tertentu. Peneliti sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual (landasan teori).<sup>16</sup>

Pendekatan kualitatif yang dimaksud sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Prosedur ini juga menghasilkan temuan yang diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan beragam sarana. Sarana itu meliputi pengamatan dan wawancara, namun bisa juga mencakup

---

<sup>15</sup>ibid. 10-13

<sup>16</sup> Rachmat Krisyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006)hal 6

dokumen, buku, kaset video, dan bahkan data yang telah dihitung untuk tujuan lain, misalnya data sensus.<sup>17</sup>

### 3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komperhensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, organisasi, suatu program, atau suatu situasi sosial.

Secara umum studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pernyataan suatu penelitian berkenaan dengan “how” atau “why”. Peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana focus penelitian terletak pada fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata. Peneliti juga dapat menggunakan berbagai metode seperti wawancara, pengamatan, penelaah dokumen, survey, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci.<sup>18</sup>

Dengan mempelajari semaksimal mungkin mengenai seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian atau fenomena, peneliti bertujuan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai topic yang diteliti. Dan dalam kasus ini, peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana kreatifitas dalam pra produksi program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI seperti menemukan Ide/gagasan, membuat treatment, proposal, program meeting, dan lain-lain.

---

<sup>17</sup>Anselm Strauss & Juliet Corbin, Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2003, hal 5

<sup>18</sup>Prof.DR. Robert K. Yin, Studi Kasus (Desain dan Metode), PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta 1996 hal 14

### 3.4 Subjek Penelitian

Subjek dalam konsep penelitian merujuk pada responden, informan yang hendak dimintai informasi atau digali datanya, sedangkan objek merujuk pada masalah atau tema yang sedang diteliti.

Subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan, sedangkan Suharsimi Arikunto memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel penelitian yang akan diamati.

Istilah lain yang digunakan untuk menyebut subjek penelitian adalah responden, yaitu orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan kepadanya. Dikalangan peneliti kualitatif, istilah responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan.

Pengertian informan adalah orang yang dianggap mengetahui dengan baik terhadap masalah yang diteliti dan bersedia untuk memberikan informasi kepada peneliti. Informan merupakan tumpuan pengumpulan data bagi peneliti dalam mengungkap permasalahan penelitian.<sup>19</sup>

Adapun informan dalam penelitian ini adalah:

1. Rahmat Welly, sebagai Produser, bertanggung jawab terhadap penyusunan dan pengembangan ide untuk program siaran. Mampu

---

<sup>19</sup>[www.wiwinhartanto.student.fkip.uns.ac.id](http://www.wiwinhartanto.student.fkip.uns.ac.id)

mengelola, memberikan kontribusi dan distribusi produksi secara keseluruhan secara sistematis dan efisien.

2. Musida Puspitasari, sebagai Tim Kreatif Rising Star Indonesia, yang bertanggung jawab dalam mengolah konsep, tema atau ide dan menuangkanya dalam bentuk naskah, sehingga menjadi program yang terpadu, menarik, kreatif dan efektif.
3. Murtiyono Muksin, sebagai koordinator ruang kendali operasional yang bertanggungjawab untuk mengontrol dan mengendalikan studio secara keseluruhan pada saat acara berlangsung.

### **3.5 Tehnik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Data primer didapat dengan mengumpulkan data-data dalam bentuk wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses Tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan mengadakan wawancara langsung dan mendalam (*indepth interview*) dengan pihak-pihak yang berkompeten, yaitu dilakukan melalui Tanya jawab secara langsung kepada produser, dan team kreatif program Rising Star

Indonesia. Kemudian dari hasil wawancara akan dianalisis dan dibuat kesimpulan.

Pada prinsipnya teknik wawancara merupakan teknik dimana penelitian dan informan bertatap muka langsung di dalam wawancara yang dilakukan. Parton menegaskan bahwa tujuan wawancara untuk mendapatkan dan menemukan apa yang terdapat di dalam pikiran orang lain. Peneliti melakukannya untuk menemukan sesuatu yang tidak mungkin diperoleh melalui pengamatan secara langsung. Peneliti mengharapkan memperoleh informasi dari informan mengenai suatu masalah yang ditelitinya, yang tidak dapat terungkap melalui penggunaan teknik kuesioner.<sup>20</sup>

### **3.4.2 Data Sekunder**

Data yang diperoleh melalui pengumpulan dari bentuk, baik buku, karya tulis ilmiah terdahulu, internet, majalah yang memungkinkan peneliti mendapatkan informasi tambahan untuk melengkapi penulisan karya ilmiah ini.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah Observasi. Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan peneliti secara teliti, serta pencatatan secara sistematis.

---

<sup>20</sup>Setyadin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta, 2005, Hal 22

### 3.5 Pengertian Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil dapat diobservasi dengan jelas. Dalam hal observasi peneliti membuat transkrip wawancara terhadap narasumber secara langsung.<sup>21</sup>

#### 3.5.1 Observasi Partisipatif

Dalam observasi ini, maka peneliti mengambil observasi partisipatif. Dalam Observasi ini, peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipatif ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

Dalam hal ini, peneliti mencatat daily activity program rising Star Indonesia pada saat pra produksi dilakukan untuk menguatkan data yang sudah ada. Yang dimana daily activity merupakan proses dimana aktifitas para crew atau tim produksi sebelum melakukan produksi.

---

<sup>21</sup>Prof. Dr. Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta, 2005, Hal 64

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah penuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing*

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, maka peneliti melakukan *anticipatory* sebelum melakukan reduksi data. *Anticipatory data reduction is occurring as the research decides (often without full awareness) which conceptual frame work, which sites, which research question, which data collection approaches to choose.*<sup>22</sup>

#### a. Data Reduction

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit.

<sup>22</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif: Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, Hal 227

Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini, dengan memberikan kode pada aspek tertentu.

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari peneliti kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, justru itulah harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Ibarat melakukan penelitian di hutan, maka pohon binatang dan tumbuhan yang belum dikenal selama ini, justru dijadikan fokus untuk pengamatan selanjutnya.

b. Data Display

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, pie chart, pictogram. Melalui penyajian data ini, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan” *the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*”. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang akan terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matrik, network dan chart. Untuk mengecek apakah peneliti telah memahami apa yang di displaykan.

#### c. Conclusion

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deksripsi

atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masing remang-remang sehingga diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual , hipotesis atau teori. Data display yang dikemukakan telah mendukung oleh data-data yang mantap, maka disimpulkan bahwa struktur pendidikan tenaga kerja pada industry modern, pada bidang produksi berbentuk belah ketupat tenaga lulusan SMK yang terbanyak dan pada bidang teknologi atau penelitian dan pengembangan berbentuk kerucut terbalik (sarjana terbanyak). Kesimpulan ini sebagai hipotesis, dan bila didukung oleh data pada industry lain yang luas, maka akan dapat menjadi teori.

### **3.7 Teknik Keabsahan Data**

#### **3.7.1 Triangulasi**

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.<sup>23</sup>

Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari

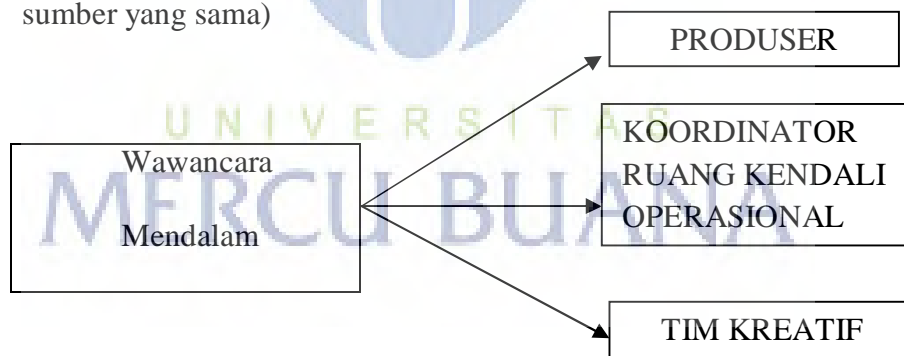
---

<sup>23</sup>BurhanBungin (Ed.). 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada. hal: 141

sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Hal ini dapat digambarkan seperti berikut.



Gambar a Triangulasi “Teknik” pengumpulan data (bermacam-macam cara pada sumber yang sama)



Gambar b Triangulasi “sumber” pengumpulan data (satu teknik pengumpulan data pada bermacam-macam sumber data A, B, C)

Dari beberapa penjelasan diatas, peneliti merasa lebih tepat menggunakan analisis triangulasi sumber. Alasannya, peneliti menggunakan triangulasi sumber adalah peneliti ingin memfokuskan pengumpulan data melalui wawancara dengan *key informan* dan *informan* dengan kualifikasi data latar belakang yang berbeda. Dari hasil wawancara tersebut peneliti mencoba mengecek valid atau tidaknya informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda dengan tujuan dapat menjawab rumusan masalah penelitian.

Deskripsi disajikan dalam bentuk kualitatif sebagai hasil olah data dan wawancara mendalam dengan narasumber yang berkompeten dengan penelitian kreatifitas dalam pra produksi program “ Rising Star Indonesia ” 2014 di RCTI. .

Langkah-langkah yang akan dilaksanakan peneliti untuk menganalisis data yang diperoleh dengan:

1. Mengumpulkan data dari informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi.
2. Masing-masing data dan informasi tersebut digabungkan secara sistematis dengan mendeskripsikan secara kualitatif untuk mencari hubungan antara jawaban dengan pertanyaan penelitian.
3. Uraian dari hubungan tersebut merupakan jawaban dari tujuan penelitian.

Deskripsi disajikan dalam bentuk kualitatif sebagai hasil olah data dan wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan kreatifitas dalam pra produksi Rising Star Indonesia 2014 di RCTI..

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum RCTI**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat RCTI**

RCTI yang merupakan singkatan dari Rajawali Citra Televisi Indonesia adalah stasiun televisi pertama di Indonesia. PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia berdiri pada tanggal 21 Agustus 1987 dan dibangun di atas tanah seluas 10 Hektar.

RCTI memulai siaran percobaan pertama kali, selama empat jam sehari, pada tanggal 14 November 1988. Kemudian mulai mengudara pada tanggal 24 Agustus 1989, siaran RCTI hanya dapat ditangkap oleh pelanggan yang memiliki decoder dan membayar iuran setiap bulannya.

Pada tanggal 1 Agustus 1990 berdasarkan keputusan Menteri Penerangan, perusahaan yang masih satu group dengan TPI dan Global TV INI, mulai melakukan pelepasan penggunaan decoder. Sehingga masyarakat luas yang tidak berlangganan decoder dapat melihat tayangan RCTI.

Menayangkan berbagai macam program acara hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan menarik. Saat ini RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jaringan terluas di Indonesia. Melalui 48 stasiun relaynya program-program RCTI disaksikan oleh sekitar 180 juta pemirsa

yang tersebar di 302 kota di seluruh Nusantara, atau kira-kira 80% dari jumlah penduduk Indonesia. Kondisi demografi ini disertai rancangan program-program menarik diikuti rating yang bagus, menarik minat pengiklan untuk menayangkan promo mereka di RCTI.

Sejak awal, cita-cita RCTI adalah menciptakan serangkaian acara unggulan dalam satu saluran, yang memungkinkan para pengiklan memilih RCTI sebagai media iklan-iklan mereka. Cita-cita itu menjadi nyata karena sejak berdiri hingga saat ini RCTI senantiasa menjadi market leader. Hingga tahun 2007, RCTI tetap mempertahankan posisi market leader dengan pangsa pemirsa mencapai 17,9 % (ABC 5+) dan 17, 5% (all demo). RCTI juga berhasil mempertahankan pangsa periklanan televisi tertinggi terbesar 15,2 % seperti dilaporkan oleh AGB Nielsen Media Research.

Di bawah naungan perusahaan induknya PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNC), RCTI berhasil menempati posisi nomor satu di antara stasiun televisi lainnya di Indonesia. Selain itu pengembangan teknologi yang dilakukan RCTI juga memungkinkan pemirsa menikmati program-program RCTI melalui saluran telpon dan internet.

Didukung oleh tenaga professional yang penuh semangat, berdedikasi tinggi terhadap perusahaan, berkomitmen tinggi, serta konsisten memberikan pelayanan terbaik mereka terhadap pemirsa, menjadikan RCTI sebagai pelopor dalam hal penyediaan program-program informasi dan hiburan

terbaik yang paling digemari oleh pemirsanya.

Di RCTI, kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari kreatifitas, idealism, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan doa. Enam aspek tersebut tercermin dan mewarnai program-program RCTI yang mengusung motto “Kebanggaan Bersama Milik Bangsa” namun tampil dalam kemasan yang “Oke” Kualitas Program-program RCTI pada akhirnya mengantarkan RCTI untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industry penyiaran TV di Indonesia.

#### 4.1.2 Visi, Misi dan Tiga Pilar Utama PT. Rajawali Citra Televisi

##### Indonesia

##### 4.1.2.1 Visi :

Visi PT Rajawali Citra Televisi Indonesia adalah *Media Utama Hiburan dan Informasi*. Kata “utama” mengandung makna lebih dari yang “pertama” karena kata “pertama” hanya mencerminkan klerarki pada dimensi tertentu. Sedangkan kata “utama” mengandung unsur kemuliaan karena melibatkan aspek kualitas, integritas dan dedikasi.

Media utama hiburan dan informasi memiliki makna:

1. RCTI unggul dalam hal kualitas materi dan penyajian program hiburan dan informasi

2. RCTI memperhatikan keseimbangan factor bisnis dan tanggungjawab social atas sajian program-programnya.
3. RCTI menjadi pilihan yang utama dari para *stakeholder* (karyawan, pemirsa, pengiklan, pemegang saham, pemasok, pesaing, perusahaan afiliasi, mitra strategi, masyarakat, dan penyelenggara Negara).

#### 4.1.2.2 Misi :

Sedangkan Misinya adalah *Bersama Menyediakan Layanan Prima*, yang memiliki makna interaksi kerja di perusahaan lebih mengutamakan semangat kebersamaan sebagai sebuah tim kerja yang kuat. Hal ini memungkinkan seluruh komponen perusahaan mulai dari level teratas sampai dengan level terbawah mampu bersama-sama terstimulasi, terkoordinasi dan tersistemasi memberikan karya terbaiknya demi mewujudkan pelayanan terbaik dan utama pada *stakeholder*.

#### 4.1.2.3 Tiga Pilar Utama :

Selain visi dan misi, RCTI memiliki tiga nilai sebagai pilar utama yang menjadi motivasi, inspirasi dan semangat juang insang RCTI, yaitu :

1. Keutamaan Dalam Kebersamaan
2. Bersatu Padu
3. Oke

Proses kerja dilakukan dengan semangat kebersamaan untuk sampai pada hasil yang mendapat pengakuan dari para *stakeholder* atas kualitas integritas dan dedikasi yang ditampilkan.

#### 4.1.3 Profile PT Rajawali Citra Televisi Indonesia

Nama Perusahaan : PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)  
Alamat : JL. Raya Perjuangan No. 1, Kebon Jeruk, Jakarta  
11530, Indonesia.  
Telepon : (021) 5303540, 5303550  
Fax : (021) 5320906  
Email : [webmaster@rcti.tv](mailto:webmaster@rcti.tv)  
Website : <http://www.rcti.tv>  
Slogan : RCTI Semakin Oke

#### 4.1.4 Logo PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia

Nama Rajawali Citra Televisi Indonesia secara keseluruhan menggambarkan bahwa RCTI mempunyai komitmen yang tinggi untuk bekerjasama mengabdikan kepada bangsa melalui sumbangannya memberikan informasi, pengetahuan, dan sekaligus hiburan melalui televisi Indonesia, seperti tampak dalam gambar.

## Logo RCTI



### a. Arti Logo

Logo dari RCTI menggambarkan sikap RCTI yang selalu tanggap serta sigap setiap saat, turut serta mencerdaskan bangsa dalam era pembangunan semesta nasional. Bermediakan teknologi televisi yang dilandasi semangat perjuangan serta wawasan nasional maupun internasional, demi mencapai kesejahteraan lahir dan batin seluruh rakyat Indonesia.

### b. Simbol Burung Rajawali

Simbol burung rajawali menggambarkan tekad RCTI bahwa dengan kegiatan teknologi, komunikasi dan visual televisi khususnya yang berwawasan nasional, RCTI siap mengemban tugas menyebarkan informasi, pengetahuan dan hiburan.

### c. Huruf "RCTI"

Huruf RCTI dengan tipografi tebal namun dalam bentuk sederhana, lugas tanpa ornament berwarna biru murni dengan latar belakang menyiratkan ilusi optis. Seluruh rangkaian disatukan oleh garis merah yang melintas di bagian kepala huruf. Tipografi ini menyiratkan kedinamisan langkah yang

tidak dibatasi oleh rumit dan ketatnya aturan formal. Sedangkan segmen-segmennya menyiratkan aspek teknologi komunikasi visual.

#### **4.1.5 Struktur PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia**

##### **4.1.5.1 Struktur Direksi PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia**

Direktur Utama	: Hary Tanoesoedibjo
Wakil Direktur Utama Bidang Sales &Marketing, produksi & Programming	: Kanti Mirdiati Imansyah
Wakil Direktur Utama Bidang Keuangan &Administrasi, HR, Teknik, Legal dan IT	: Beti P. Santoso
Direktur Program dan Produksi	: Dini Aryanti Putri
Direktur Penjualan dan Pemasaran	: Tantan Sumartana
Direktur Corporate Affairs	: Syafril Nasution

#### 4.1.5.2 Struktur Dewan Komisaris RCTI

Komisaris Utama	: Posma L. Tobing
Komisaris	: Bambang Rudijanto Tanoesoedibjo
Komisaris	: Oerianto Guyandi
Komisaris	: Liliana Tanoesoedibjo

#### 4.1.6 Target Penonton RCTI

RCTI merupakan jaringan TV swasta nasional pertama di Indonesia dan menjadi jaringan siaran TV nasional terdepan berdasarkan pangsa pemirsa, dengan pangsa pemirsa rata-rata sekitar 17,6 % dan memiliki presentase tertinggi dalam pendapatan iklan TV sebesar 14.1 % selama tahun 2008. Sasaran pemirsa RCTI adalah semua lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi dan hiburan, sesuai dengan program acara yang disajikan.

Program RCTI dirancang untuk mengakomodasi keluarga yang berpenghasilan menengah ke atas (target pemirsa ABC 5+). Susunan program RCTI mencakup drama serial, berita, olahraga, music, hiburan, variety shows, acara anak-anak, dan film documenter. RCTI memusatkan upayanya pada peningkatan kualitas produksi local, sementara di saat yang sama secara selektif memperoleh hak untuk menyiarkan content asing yang diyakini RCTI sesuai dengan selera local.

#### 4.1.7 Gambaran Umum Program Rising Star Indonesia

Rising Star Indonesia adalah acara realitas kompetisi menyanyi dan ajang pencarian bakat Indonesia yang mulai mengudara di stasiun TV RCTI pada tanggal 28 Agustus 2014. Acara ini diadaptasi dari kompetisi menyanyi Amerika Serikat berjudul Rising Star, yang ditayangkan oleh ABC. Format program ini adalah dengan cara mengajak pemirsa untuk memilih kontestan melalui aplikasi telepon pintar.

Artis yang sempat menjadi juri Rising Star Indonesia adalah Beby Romeo, Judika, Millane Fernandez, Ahmad Dhani, Lilo, Andien, Anang Hermansyah, Dewi Sandra, Sammy Simorangkir, Kevin Aprilio, Shanty, Syahrini, Narova Morina Sinaga, Sophia Latjuba, Melly Goeslaw, Ayu ting ting, Afgan, dan Rossa.

Pembawa acara yang memeriahkan Rising Star Indonesia adalah Boy William, dan ko-presenter yaitu Ovi Dian dan Kimmy Jayanti. Rising Star Indonesia mulai ditayangkan pada tanggal 28 Agustus 2014, setelah sebelumnya menggelar audisi di 5 kota besar di Indonesia. Musim Pertama Rising Star Indonesia dimenangkan oleh penyanyi solo asal kota Medan Indah Nevertari.

**Format program :**

- a. Durasi : 3 jam
- b. On air type : Live
- c. Jadwal tayang : Kamis dan Jumat, 21.00-24.00
- d. Judul program : Rising Star Indonesia
- e. Host : Boy William
- f. Co Host : Ovi Dian

## **4.2 Hasil Penelitian Kreatifitas dalam Pra produksi Program Rising Star Indonesia 2014**

Pada bab ini penulis akan memaparkan hasil penelitian mengenai “Kreatifitas Dalam Pra Produksi program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI. Setelah peneliti melakukan penelitian dan wawancara, maka didapatkan bahwa tahap kreatif pra produksi yang dilakukan oleh tim produksi antara lain :

### **4.2.1 Proses Pra Produksi Program Rising Star Indonesia**

#### **4.2.1.1 Rapat Produksi**

Rapat Produksi adalah rapat yang dilakukan sebelum produksi program dimulai untuk membahas hal –hal mengenai produksi mengenai topik, konsep serta budget. Rapat produksi adalah awal dari dimulainya sebuah program produksi.

Dalam rapat produksi, dihadiri oleh seluruh tim produksi yang mendukung program *Rising Star Indonesia*, seperti kutipan wawancara dengan produser *Rising Star Indonesia*, Rahmat Welly :

*“rapat produksi sebelum acara live merupakan keharusan bagi kita untuk menyamakan kembali content maupun teknis yang akan dilakukan pada saat live. Yang terlibat dalam rapat produksi sebagian besar adalah orang-orang yang bertugas dilapangan pada saat live berlangsung seperti; Director, Cameraman, Audioman, Lightingman, Teknik, Floor Director, Creative, Produser, Production Assistant dll. Dan yang dibahas dalam Rapat produksi adalah mengenai treatment, content maupun teknis yang akan dijalankan pada episode tersebut.”*

Namun, untuk sebuah proses perencanaan awal program dan untuk perubahan-perubahan konsep, terkadang bukan hanya tim produksi saja yang datang menghadiri rapat produksi, namun juga Executive Producer dan juga Manajer Produksi juga datang untuk mengontrol jalannya rapat tersebut.

Dalam rapat juga membahas mengenai berbagai perencanaan program *Rising Star Indonesia*. Perencanaan merupakan proses penentuan tujuan dan pedoman untuk memilih alternatif yang terbaik, dimana yang

turut menentukan suksesnya suatu program adalah dengan melalui tahap pemikiran yang matang, serta penentuan sasaran dan tindakan.

#### **4.2.1.2 Konsep Dasar Program Rising Star Indonesia**

Konsep dasar adalah sebuah acuan atau ide awal produksi dalam tulisan ataupun gambar. Konsep dasar Program Rising Star Indonesia adalah mencari talenta-talenta muda berbakat di dunia seni vocal berupa solo, duet, maupun group/band di seluruh Indonesia.

#### **4.2.1.3 Penentuan Tema Rising Star Indonesia**

Pada dasarnya tema yang di usung setiap episodenya berbeda beda. Hal demikian dikatakan oleh Musida Puspitasari sebagai Tim kreatif Rising Star:

*“Untuk tema yang kami usung setiap episode berbeda-beda seperti rock, melayu, barat, dangdut sebagai salah satu cara menarik perhatian penonton dan menguji mental finalis”*

Dalam hal penentuan tema setiap episodenya harus di sesuaikan dengan apa maunya juri expert yang berhak menentukan tema apa yang akan di ambil pada episode berikutnya.

#### 4.2.1.4 Strategi yang dilakukan dalam program Rising Star

Strategi dalam suatu program sangat penting dilakukan oleh produser program tv, diantaranya adalah untuk mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat. Itu dilakukan oleh semua stasiun tv di Indonesia sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kualitas program. Hal demikian yang dikatakan oleh produser Rising Star Indonesia Rahmat Welly:

*“Strategi yang kami gunakan untuk meraih/ mendapatkan perhatian pemirsa diantaranya adalah promo sebelum acara dan menampilkan lagu-lagu yang memang familiar di telinga pemirsa baik lagu lama maupun lagu baru dan Konsep tersebut dipilih karena dalam dunia bisnis broadcasting masih banyak masyarakat Indonesia yang menginginkan menjadi artis khususnya artis yang berhubungan dengan vocal.*

”  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Strategi yang dilakukan pada dasarnya hanya berbeda pada pemilihan lagu baru dan lagu lama, semakin lagu itu diminati masyarakat maka semakin berhasil menarik minat menonton program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI.

#### 4.2.1.5 Rundown Program

Rundown merupakan susunan acara dalam suatu program dalam bentuk dalam bentuk tulisan dan gambar agar sebagai acuan produser pada saat program itu di mulai. Dalam pembuatan rundown program Rising Star itu sendiri terdiri dari enam segmen. Dari mulai opening segmen sampai closing program berupa Credit Title. Di setiap segmennya terdapat promo Advan sebagai sponsor utama Rising Star Indonesia.

#### 4.2.1.6 Tahap Audisi

Proses audisi Rising Star Indonesia melalui beberapa tahap yaitu :

- a. Audisi langsung
- b. Duel
- c. Wildcard
- d. Final Duel
- e. Eliminasi
- f. The bottom two Duel
- g. Semifinal
- h. Final

#### 4.2.1.7 Set Up Panggung & Rehearsal Program Rising Star Indonesia

##### a. Set Up

Merupakan tahapan persiapan-persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan oleh seluruh kerabat kerja, mempersiapkan kebutuhan peralatan yang digunakan. Setelah penataan panggung yang dipersiapkan secara matang seperti penataan cahaya dan suara.

##### 1. Penataan Cahaya

Pada tahap ini adalah pengesetan atau penataan lampu sesuai dengan keperluan dan disesuaikan dengan desain tata panggung dan artistik, sehingga lampu berfungsi dengan maksimal dan *lighting* yang dihasilkan bagus. Dengan penataan yang tepat, maka akan terlihat panggung yang sangat mewah.

Pencahayaan adalah tanggung jawab penata cahaya, tetapi bekerjanya selalu berkonsultasi dengan kameraman. Agar cahaya yang dihasilkan maksimal seperti yang diinginkan oleh pengarah acara, karena itu harus bekerjasama dengan kameraman dan dikontrol oleh pengarah acara melalui monitor.

Seperti yang dikatakan oleh Murtiyono Muksin sebagai coordinator ruang kendali operasional Program Rising Star Indonesia 2014:

*“Untuk penataan cahaya memang banyak sekali, setiap lampu panggung harus kita atur agak dapat terlihat mewah ketika di lihat di studio dan di rumah. Persiapan untuk penataan saja sekitar seminggu.*

## **2. Penataan Suara**

Pengecekan penataan suara oleh *Audioman*, pengecekan diruang *audio* untuk memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik, sehingga ketika produksi dilakukan tidak ada masalah yang terjadi mengenai *audio*. Dan mempersiapkan *mic wireless* untuk masing-masing finalis.

Selain itu, penataan suara juga penting ketika ingin membuat *bacsound* ketika *host* itu berbicara sampai tahap eliminasi di *umumkan*. Penataan suara harus dibuat sebegus mungkin agar terdengar lebih jelas dan mengundang apresiasi dari pemirsa atau penonton.

Seperti yang dikatakan oleh Murtiyono Muksin sebagai coordinator ruang kendali operasional Program Rising Star Indonesia 2014:

*“Untuk unsur suara adalah nomor satu karena ini ajang mencari bakat menyanyi jadi harus di dahulukan jangan*

*sampai terjadi hal yang tidak di inginkan makanya kita bekerja sama dengan audioman untuk mengatur suara yang masuk.”*

**b. Rehearsal**

*Rehearsal* atau latihan biasanya dilakukan dalam bentuk *reading script* oleh para host dan co host dari segmen pertama sampai segmen terakhir. Biasanya di dampingi oleh produser program.

#### **4.2.2 Bentuk Ide Kreatif Utama Dalam Program Rising Star Indonesia**

Ide kreatif utama suatu program harus dimunculkan dan menjadi salah satu bentuk kelebihan. Karena program Rising Star merupakan program yang di adaptasi dari luar negeri, maka tim kreatif menjalankan yang sudah ada dan juga ada ide kreatif tambahan. Berikut adalah beberapa bentuk kreatifitas utama dalam program Rising Star Indonesia:

**i. Cara Voting**

Cara voting setiap program pasti berbeda-beda, biasanya voting melalui sms dan telepon. Namun pada proses voting pemirsa menggunakan aplikasi khusus yang memang sudah terkoneksi dengan server utama Rising Star, seperti yang dikatakan oleh rahmat welly sebagai produser rising star Indonesia:

*“Perbedaan yang paling terlihat adalah dari sistem Voting, program ini adalah pertamakali di indonesia dengan sistem voting melalui aplikasi di Android dan IOS”*

Berikut adalah cara voting program Rising Star Indonesia sebagai berikut:

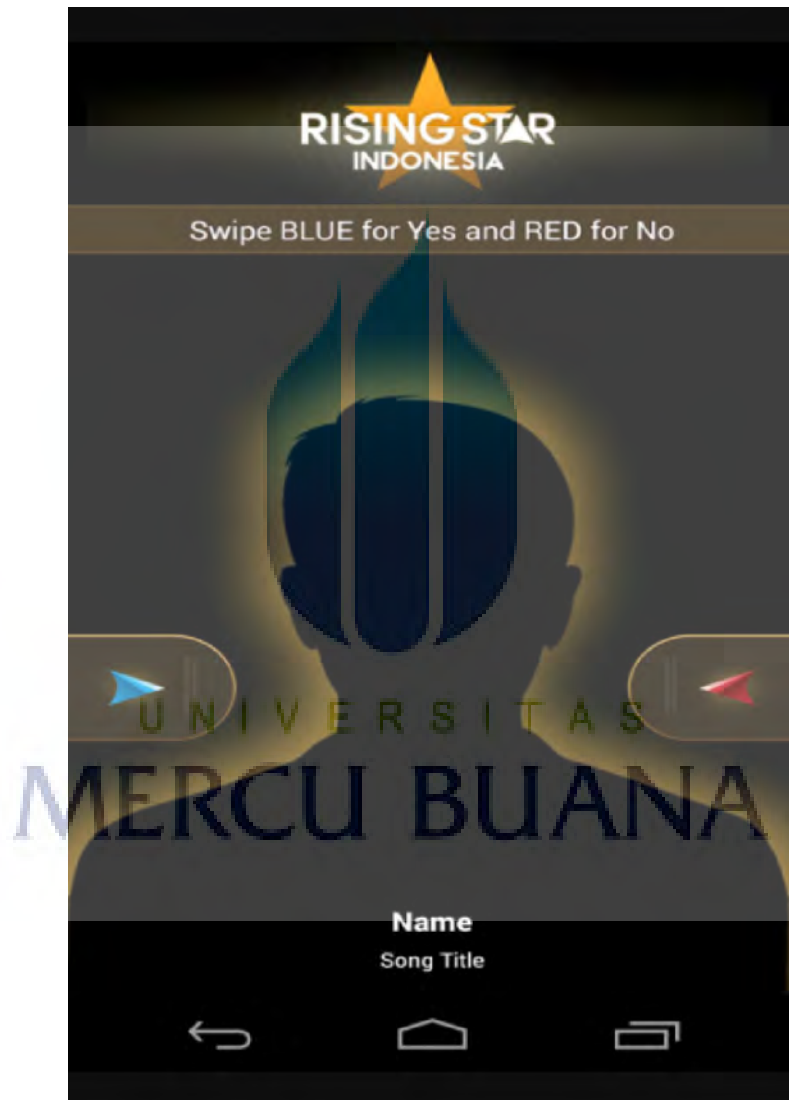
- j. Download Aplikasi Rising Star Indonesia melalui android dan IOS



- k. Check in yang tertera di aplikasi telepon seluler anda pada saat finalis tampil



1. Geser ke kanan (biru) untuk vote yes/ke kiri (merah) untuk vote no



maka hasil akan secara otomatis tampil dilayar interaktif raksasa



### **b. Layar Besar Interaktif**

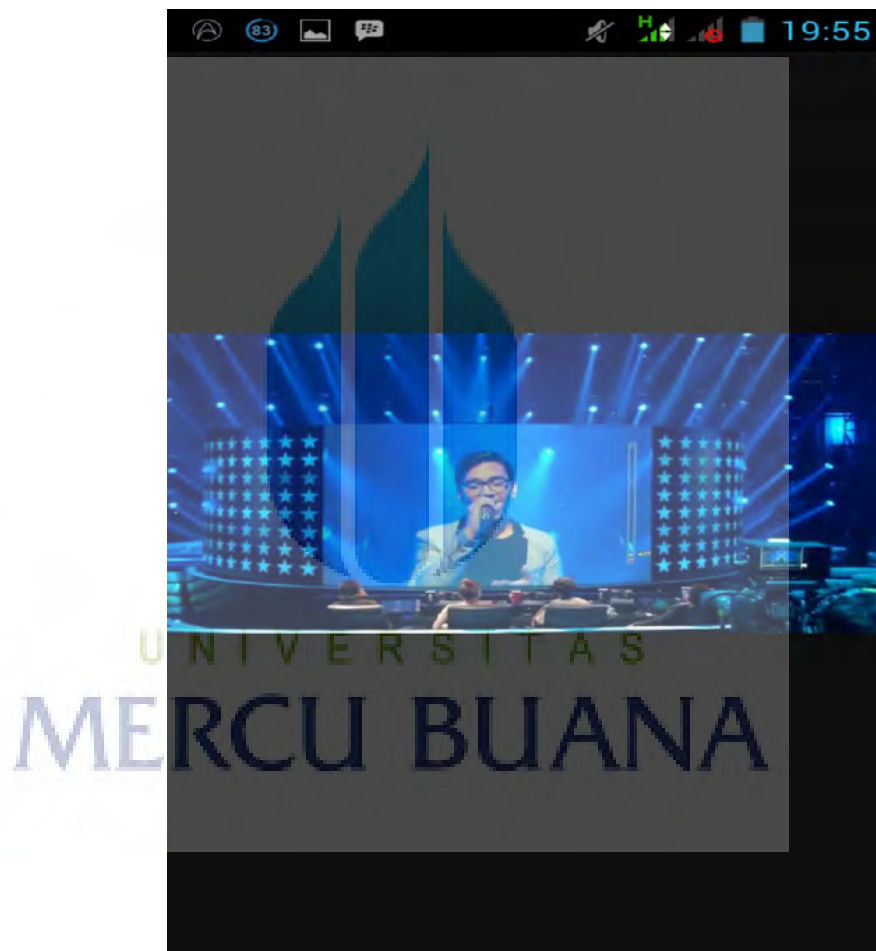
Dalam babak audisi langsung (live audition), masing-masing kontestan akan bernyanyi di belakang sebuah layar *Interaktif* besar . Saat jumlah suara “yes” kontestan telah mencapai 70%, maka layar akan naik dan kontestan lolos ke babak berikutnya. Selain suara “yes” dari pemirsan di rumah, suara “yes” dari empat juri expert juga akan menambah total suara sebanyak 7%.

Memang layar besar *Interaktif* di Rising Star Indonesia 2014 menjadi perhatian sendiri di masyarakat terutama para finalis Rising Star Indonesia. Layar besar *Interaktif* situ terdapat foto-foto pemirsan yang ikut voting melalui telepon pintar tersebut dan secara otomatis muncul di layar besar *Interaktif*.

Di sinilah para kontestan harus bisa mengangkat layar besar *Interaktif* tersebut untuk melihat para juri expert dan penonton di studio untuk lolos ke tahap berikutnya. Ketegangan kontestan terlihat ketika layar belum mencapai angka 70%, dan disitulah nilai jual program Rising Star Indonesia selain voting melalui telepon genggam. Seperti yang dikatakan oleh Produser Rising Star Indonesia 2014 :

*“Proses voting pemirsa menggunakan aplikasi khusus yang memang sudah terkoneksi dengan server utama Rising Star, setelah itu apabila pemirsa mengikuti cara-cara yang telah diinformasikan maka hasil akan secara otomatis tampil dilayar interaktif raksas.”*

Selain itu peserta yang belum mencapai nilai voting di atas 70% bisa mendapatkan wildcard namun akan diadu kembali finalis yang tidak lolos untuk berhak mendapatkan wildcard . Seperti gambar berikut ini :



### 4.2.3 Ide Kreatif tambahan Program Rising Star Indonesia

Ide kreatif tambahan Rising Star yang di tambahkan dan sudah dijalankan setiap episodenya adalah

#### a. Kuis

Kuis merupakan suatu cara kreatif program untuk menarik minat menonton suatu program di televisi. Stasiun televisi sekarang berlomba-lomba memeberikan hadiah untuk pemirsa setianya yaitu dengan member uang tunai, gadget, vocer belanja dan lain-lain.

Rising Star Indonesia mencoba hal tersebut untuk memancing minat pemirsa dengan cara memeberikan hadiah yang menarik untuk komentar finalis Rising Star Indonesia lewat twitter di awal segmen dan di umumkan pemenangnya di akhir segmen bagi pemirsa yang beruntung.

#### b. Story tentang Finalis Rising Star Indonesia

Story yang dimaksud adalah menceritakan sisi para finalis sebelumnya yang ditayangkan pada episode berikutnya berupa video berdurasi singkat. Berdasarkan ulasan yang diberikan oleh tim kreatif Rising Star Indonesia, Musida Puspitasari:

*“ide Kreatif tambahan dalam program Rising Star sebenarnya tidak banyak karena program ini merupakan format dari program yang sudah berjalan, hanya saja mungkin dari sisi konten masing-masing peserta yang kita angkat dalam sebuah story.”*

Story ini merupakan hasil murni ide kreatif program Rising Star Indonesia 2014 yang dihasilkan dalam rapat produksi program dan merupakan ide unggulan di setiap episodenya.

#### **4.3 Pembahasan Kreatifitas dalam Pra Produksi Program Rising Star Indonesia 2014**

Rising Star Indonesia adalah acara realitas kompetisi menyanyi dan ajang pencarian bakat Indonesia yang mulai mengudara di stasiun TV RCTI pada tanggal 28 Agustus 2014. Acara ini diadaptasi dari kompetisi menyanyi Amerika Serikat berjudul Rising Star, yang ditayangkan oleh ABC. Format program ini adalah dengan cara mengajak pemirsa untuk memilih kontestan melalui aplikasi telepon pintar.

Program Rising Star Indonesia dengan format yang berbeda merupakan program pertama kali di siarkan di Indonesia tetapi sebelumnya sudah di siarkan di berbagai Negara. Selain mencari penyanyi baru, Rising Star Indonesia juga mencari duet, group band baru.

Dari segi kreatifitas, jika kompetisi serupa seperti X-Factor Indonesia dan Indonesia Idol menggunakan metode melalui sms, telepon ataupun twitter, maka

Rising Star Indonesia menggunakan telepon genggam yang bekerja sama dengan Advan.

Proses Kreatif adalah kemampuan yang memiliki kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berfikir serta kemampuan untuk mengelaborasi suatu gagasan. Untuk menciptakan kreatifitas dalam suatu program perlu adanya pemikiran kreatif yang berpotensi dijadikan bahan dan dapat berfungsi secara baik.

Tahap pra produksi itu sendiri artinya dilakukan pada saat sebelum program dilaksanakan atau dapat diartikan proses awal pembuatan program. Keinginan masyarakat yang sangat tinggi membuat pihak televisi lebih inovatif dan kreatif lagi demi memuaskan hati masyarakat.

Pra produksi adalah persiapan aktivitas menuju tahap produksi, pada tahapan ini merupakan proses awal dari seluruh kegiatan yang akan datang, atau disebut juga tahap perencanaan. Makin baik sebuah perencanaan produksi, maka akan memudahkan proses produksi.

Pada tahap pra produksi, yang dilakukan oleh tim produksi sebelum acara live merupakan keharusan bagi tim untuk menyamakan kembali content maupun teknis yang akan dilakukan pada saat live dan harus membuat treatment, content maupun teknis yang akan dijalankan pada episode setiap minggu.

Dari keseluruhan pada tahap pra produksi, penulis melalui hasil wawancara dengan Produser Rising Star Indonesia, Rahmat Welly, tidak terlalu menemukan banyak hal masalah atau kendala sehingga para tim produksi sudah terbiasa dan

professional dalam tugasnya masing-masing.

Kendala yang dihadapi dalam proses pra produksi diantaranya adalah bagaimana me-brief talent agar mereka tampil maksimal pada saat live selain itu adalah kendala yang berhubungan dengan teknis-teknis dlapangan seperti kerusakan peralatan dan lain-lain.

Set up dan Rehearsal merupakan tahapan persiapan-persiapan yang bersifat teknis dan dilakukan angoota inti bersama kerabat kerjanya, dan mempersiapkan peralatan yang akan digunakan. Untuk set up panggung itu sendiri terdiri dari 2 unsur, suara dan cahaya.

Dalam penataan cahaya di perlukan koordinasi yang tepat agar semua lampu dapat berjalan maksimal dan terlihat mewah. Dalam penstaan suara memang sangat diandalkan karena Rising Star Indonesia merupakan ajang mencari penyanyi baru maka audioman sangat di tuntutan untuk bekerja keras semaksimal mungkin.

Kendala yang dihadapi dalam set up dan rehearsal adalah persiapan yang cukup lama terutama cahaya dan suara yang masuk agar terdengar bagus dan memenuhi standar international Rising Star..

Ide kreatif utama suatu program harus dimunculkan dan menjadi salah satu bentuk kelebihan. Karena program Rising Star merupakan program yang di adaptasi dari luar negeri, maka tim kreatif menjalankan yang sudah ada dan juga ada ide kreatif tambahan.

Bentuk ide kreatif utama program Rising Star Indonesia sebenarnya hanya menjalankan yang sudah ada seperti cara voting melalui android/IOS dan juga layar besar interaktif di tengah panggung yang sangat mewah.

.Dalam pembuatan ide kreatif, tim Rising star harus menemukan formula yang pas untuk menarik perhatian masyarakat. Dan ide Kreatif tambahan dalam program Rising Star sebenarnya tidak banyak karena program ini merupakan format dari program yang sudah berjalan, hanya saja ada beberapa tambahan seperti kuis yang berhadiah sangat menarik berupa uang tunai dan dari sisi konten masing-masing peserta yang kita angkat dalam sebuah story.

Kendala yang dihadapi dalam penentuan ide kreatif adalah bagaimana menemukan hal sederhana namun mempunyai nilai jual yang tinggi. Dan itu merupakan tugas dari tim kreatif Rising Star Indonesia, namun hal itu bisa dijawab dengan cara melihat program sejenis dan memperkirakan apa kekurangan program tersebut dan dijadikan kelebihan untuk program rising star Indonesia 2014.

Kendala yang dihadapi dalam penentuan ide kreatif adalah menemukan Cara voting setiap program pasti berbeda-beda, biasanya voting melalui sms dan telepon. Namun pada proses voting pemirsa menggunakan aplikasi khusus yang memang sudah terkoneksi dengan server utama Rising Star.

Kendala yang dihadapi dalam proses voting adalah perlu adanya koneksi internet yang bagus karena menggunakan smartphone android dan IOS di rumah

maupun di studio yang memungkinkan jaringan lemah di tempat tertentu dan membutuhkan waktu lama untuk memvoting Finalis unggulan pemirsa.

Dalam babak audisi langsung (live audition), masing-masing kontestan akan bernyanyi di belakang sebuah layar *Interaktif* besar . Di sinilah para kontestan harus bisa mengangkat layar besar *Interaktif* tersebut untuk melihat para juri expert dan penonton di studio untuk lolos ke tahap berikutnya. Ketegangan kontestan terlihat ketika layar belum mencapai angka 70%, dan disitulah nilai jual program Rising Star Indonesia selain voting melalui telepon genggam.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis dengan judul Kreatifitas dalam Pra Produksi Program Rising Star Indonesia 2014 di RCTI Penulis menyimpulkan :

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses Pra Produksi Rising Star Indonesia meliputi, rapat produksi, konsep dasar, tema, strategi program, rundown program, dan tahap audisi yang dilakukan di 5 kota besar di Indonesia
2. Proses set up dan rehearsel yang meliputi penataan cahaya, dan penataan suara sangat penting dalam program Rising Star Indonesia.
3. Tahap audisi Program Rising Star Indonesia melalui beberapa tahap yaitu audisi langsung, duel, wildcard, final duel, eliminasi, the bottom two duel, semifinal, dan final.

4. Bentuk ide kreatif utama dalam program Rising Star Indonesia adalah voting menggunakan smartphone yang akan muncul di layar besar interaktif secara otomatis.
5. Ide kreatif tambahan program Rising Star Indonesia adalah story yang berisi konten finalis.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, ada beberapa saran dan masukan, diantaranya yaitu:

1. Ide kreatif harus di tambahkan lagi seperti adanya kuis interaktif secara langsung untuk menambah antusias penonton di rumah dan hadiah yang lebih besar dan menarik lagi.
2. Untuk menambah minat menonton Rising Star Indonesia perlu diadakan roadshow untuk episode tertentu.
3. Hadirnya bintang tamu ternama untuk memeriahkan penonton setia Rising Star Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan (Ed.). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo, 2007.
- Fachruddin, Andy. *Dasar-Dasar Produksi Televisi, Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*. Jakarta:Kencana, 2012.
- K. Yin, Robert. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Persada, Jakarta:Pt. Rajagrafindo, 1996.
- Krisyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta:Kencana, 2006.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya Cetakan Ke-22, 2006.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola Radio & Televisi*, Jakarta:Kencana, 2008. Hal 9
- Rahmawati, Indah & Dodoy Rusnandi. *Berkarir Di Dunia Broadcast Televisi Dan Radio*. Bekasi:Laskar Askara, 2011.
- S. C. U, Munandar. *Kreatifitas dan Keberbakatan, Strategi mewujudkan potensi kreatif dan bakat*. Jakarta:PT.Gramedia, 1999.
- Setyadin. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta, Gramedia, 2005.
- Strauss, Anselm-Corbin. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Cet. Ke-1, 2003.
- Subroto, Darwanto Sastro. *Produksi Acara Televisi*, Yogyakarta:Duta Wacana, 1994
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta, 2005.  
Tangerang: Ramdina Prakarsa, 2005

W, Adipoetra. *Upaya Peningkatan Kinerja pemasaran dengan Konsep Marketing strategi Melalui kreatifitas Strategi pembelajaran Operasional, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Jogjakarta:Pustaka Belajar, 2004.

[www.wiwinhartanto.student.fkip.uns.ac.id](http://www.wiwinhartanto.student.fkip.uns.ac.id)





# LAMPIRAN

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAILY ACTIVITY RISING STAR INDONESIA

Day	Date	Time	Activity	PIC	Remarks
<b>LIVE AUDITION 1- 2</b>					
Sun	24-Aug	09.00- End	Kedatangan kontestan Live 1 & 2	Koor. Kontestan	
		15.00- end	Song selection	Team Music	
Mon	25-Aug	10.00- end	VT profil & Marketing	Team ENG	
			Shooting & Photo Promo	Team Promo	
Tue	26-Aug	13.00- end	Latihan w/ Home Band	Home Band & Team Music	
		10.00- end	VT profil & Marketing	Team ENG	
Wed	27-Aug	13.00-17.00	General Reaharsal Live Audition 1	All Crew	
		19.00- end	General Reaharsal Live Audition 2	All Crew	
Thu	28-Aug	20.00- end	<b>Live Audition 1</b>	All Crew	
Fri	29-Aug	09.00- end	Kepulangan kontestan live 1	Koor. Kontestan	
		20.00- end	<b>Live Audition 2</b>	All Crew	
Sat	30-Aug	09.00- end	Kepulangan kontestan live 2	Koor. Kontestan	
<b>LIVE AUDITION 3-4</b>					
Sun	31-Aug	09.00- End	Kedatangan kontestan Live 3 & 4	Koor. Kontestan	
Mon	1-Sep	10.00- end	Song selection	Team Music	
			VT profil & Marketing	Team ENG	
			Shooting & Photo Promo	Team Promo	
Tue	2-Sep	10.00- end	VT profil & Marketing	Team ENG	
		13.00- end	Latihan w/ Home Band	Home Band & Team Music	
Wed	3-Sep	13.00-17.00	General Reaharsal Live Audition 3	All Crew	

		19.00- end	General Reaharsal Live Audition 4	All Crew	
Thu	4-Sep	20.00- end	<b>Live Audition 3</b>	All Crew	
Fri	5-Sep	10.00- end	Kepulangan kontestan live 3	Koor. Kontestan	
		20.00	<b>Live Audition 4</b>	All Crew	
Sat	6-Sep	10.00- end	Kepulangan kontestan live 4	Koor. Kontestan	
<b>LIVE AUDITION 5-6</b>					
Sun	7-Sep	09.00- End	Kedatangan kontestan Live 5&6	Koor. Kontestan	
Mon	8-Sep	10.00- end	Song selection	Team Music	
			VT profil & Marketing	Team ENG	
			Shooting & Photo Promo	Team Promo	
Tue	9-Sep	10.00- end	VT profil & Marketing	Team ENG	
		13.00- end	Latihan w/ Home Band	Home Band & Team Music	
Wed	10-Sep	13.00-17.00	General Reaharsal Live Audition 5	All Crew	
		19.00- end	General Reaharsal Live Audition 6	All Crew	
Thu	11-Sep	20.00- end	<b>Live Audition 5</b>	All Crew	
Fri	12-Sep	10.00- end	Kepulangan kontestan live 5	Koor. Kontestan	
		20.00	<b>Live Audition 6</b>	All Crew	
Sat	13-Sep	10.00- end	Kepulangan kontestan live 6	Koor. Kontestan	
<b>LIVE AUDITION 7-8</b>					
Sun	14-Sep	09.00- End	Kedatangan kontestan Live 7&8	Koor. Kontestan	
Mon	15-Sep	10.00- end	Song selection	Team Music	
			VT profil & Marketing	Team ENG	
			Shooting & Photo Promo	Team Promo	
Tue	16-Sep	10.00- end	VT profil & Marketing	Team ENG	
		13.00- end	Latihan w/ Home Band	Home Band & Team Music	

Wed	17-Sep	13.00-17.00	General Reaharsal Live Audition 7	All Crew	
		19.00- end	General Reaharsal Live Audition 8	All Crew	
Thu	18-Sep	20.00- end	<b>Live Audition 7</b>	All Crew	
Fri	19-Sep	10.00- end	Kepulauan kontestan live 7	Koor. Kontestan	
		20.00	<b>Live Audition 8</b>	All Crew	
Sat	20-Sep	10.00- end	Kepulauan kontestan live 8	Koor. Kontestan	
<b>PLAY OFF 5 (8 Nop- 14 Nop 2014)</b>					
Sat	8-Nov	10.00- End	Family Visit	Team Kontestan	Hotel
			Free Time		
Sun	9-Nov	10.00- 12.00	Psychology Class	SHA	RCTI
		13.00- End	Song Selection & Key Selection	Team Music & Irvnat	RCTI
Mon	10-Nov	13.00- End	VT Shoot Marketing/ Promo/ Profil	Team ENG	RCTI
		15.00- End	Vocal Coaching	Indra Aziz	
Tue	11-Nov	10.00- End	Latihan Kontestan ( Band)	Team Music & Irvnat	Studio 1 RCTI
		10.00- End	Continue VT Profil Band	Team ENG	RCTI & Sekitar
		13.00- End	Latihan Kontestan (Solo & Group) w/ Home Band	Home Band & Irvnat	Studio Latihan
Wed	12-Nov	10.00- 12.00	Vocal Coaching	Indra Aziz	RCTI
		13.00- End	Continue VT Shoot Profil	Team ENG	TBA
Thu	13-Nov	13.00- End	General Rehaersal	All Team	Studio 9
Fri	14-Nov	13.00- End	Final Rehaersal	All Team	
		21.00- End	<b>Live Play Off 5</b>	All Team	
<b>PLAY OFF 6 ( 15 Nop- 21 Nop2014)</b>					
Sat	15-Nov	10.00- End	Family Visit	Team Kontestan	Hotel
			Free Time		
Sun	16-Nov	10.00- 12.00	Character Building Class	SHA	RCTI
		13.00- End	Song Selection & Key Selection	Team Music & Irvnat	RCTI

Mon	17-Nov	13.00- End	VT Shoot Marketing/ Promo/ Profil	Team ENG	RCTI	
		15.00- End	Vocal Coaching	Indra Aziz		
Tue	18-Nov	10.00- End	Latihan Kontestan ( Band)	Team Music & Irvnat	Studio 1 RCTI	
		10.00- End	Continue VT Profil Band	Team ENG	RCTI & Sekitar	
		13.00- End	Latihan Kontestan (Solo & Group) w/ Home Band	Home Band & Irvnat	Studio Latihan	
Wed	19-Nov	10.00- 12.00	Vocal Coaching	Indra Aziz	RCTI	
		13.00- End	Continue VT Shoot Profil	Team ENG	TBA	
Thu	20-Nov	13.00- End	General Rehaersal	All Team	Studio 9	
Fri	21-Nov	13.00- End	Final Rehaersal	All Team		
		21.00- End	<b>Live Play Off 6</b>	All Team		
<b>PLAY OFF 7 ( 22 Nop- 30 Nop 2014)</b>						
Sat	22-Nov	10.00- End	Family Visit	Team Kontestan	Hotel	
			Free Time			
Sun	23-Nov	10.00- 12.00	Public Speaking Class	SHA	RCTI	
		13.00- End	Song Selection & Key Selection	Team Music & Irvnat	RCTI	
Mon	24-Nov	13.00- End	VT Shoot Marketing/ Promo/ Profil	Team ENG	RCTI	
		15.00- End	Vocal Coaching	Indra Aziz		
Tue	25-Nov	10.00- End	Latihan Kontestan ( Band)	Team Music & Irvnat	Studio 1 RCTI	
		10.00- End	Continue VT Profil Band	Team ENG	RCTI & Sekitar	
		13.00- End	Latihan Kontestan (Solo & Group) w/ Home Band	Home Band & Irvnat	Studio Latihan	
Wed	26-Nov	10.00- 12.00	Vocal Coaching	Indra Aziz	RCTI	
		13.00- End	Continue VT Shoot Profil	Team ENG	TBA	
Thu	27-Nov	13.00- End	General Rehaersal	All Team	Studio 9	
Fri	28-Nov	13.00- End	Final Rehaersal	All Team		
		21.00- End	<b>Live Play Off 7</b>	All Team		

## TRANSKIP WAWANCARA

**Nama Narasumber : Rahmat Welly**

**Jabatan : Produser Program Rising Star**

**1. Apa peran utama anda sebagai produser dalam Program Rising Star?**

**Jawaban :** produser berperan sebagai eksekutor produksi dilapangan, dan Sbertanggung jawab untuk berjalanya program tersebut dari segala hal yang berhubungan dengan produksi program yang dijalankan

**2. Hal apakah yang diusung dalam program Rising Star Indonesia?**

**Jawaban :** yang diusung dalam program Rising Star adalah mencari talenta-talenta atau bintang-bintang baru dalam bidang musik. (baik itu Solo, Group dan Band)

**3. Apakah ada rapat produksi sebelum acara live berlangsung? Jika ada, maka siapa saja yang terlibat dalam rapat produksi tersebut?**

**Jawaban :**Ya Ada, rapat produksi sebelum acara live merupakan keharusan bagi kita untuk menyamakan kembali content maupun teknis yang akan dilakukan pada saat live.

Yang terlibat dalam rapat produksi sebagian besar adalah orang-orang yang bertugas dilapangan pada saat live berlangsung seperti; Director, Cameraman, Audioman, Lightingman, Teknik, Floor Director, Creative, Produser, Production Assistant dll.

**4. Apa saja yang dibahas dalam rapat produksi?**

**Jawaban :**yang dibahas dalam Rapat produksi adalah mengenai treatment, content maupun teknis yang akan dijalankan pada episode tersebut.

**5. Strategi apa yang anda gunakan agar meraih banyak perhatian pemirsa dalam program Rising Star?**

**Jawaban :**Strategi yang kami gunakan untuk meraih/ mendapatkan perhatian pemirsa diantaranya adalah promo sebelum acara dan menampilkan lagu-lagu yang memang familiar di telinga pemirsa baik lagu lama maupun lagu baru

6. **Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi pada program Rising Star?**

**Jawaban :**Kendala yang kami hadapi dalam proses produksi (pra,produksi dan pasca) diantaranya adalah bagaimana me-brief talent agar mereka tampil maksimal pada saat live selain itu adalah kendala yang berhubungan dengan teknis-teknis dllapangan seperti kerusakan peralatan dan lain-lain.

7. **Apa saja yang produser lakukan dalam proses pengarahan kepada team yang bertugas selama produksi?**

**Jawaban :**Yang saya lakukan selaku produser untuk proses pengarahan kepada team adalah memberikan informasi yang sebanyak-banyaknya sebelum program dimulai tentang berbagai hal yang berhubungan dengan program Rising Star

8. **Bagaimana Proses voting Pemirsa hingga masuk Layar interaktif raksasa sampai lolos ke Tahap berikutnya?**

**Jawaban :**Proses voting pemirsa menggunakan aplikasi khusus yang memang sudah terkoneksi dengan server utama Rising Star, setelah itu apabila pemirsa

mengikuti cara-cara yang telah diinformasikan maka hasil akan secara otomatis tampil dilayar interaktif raksasa

**9. Apakah yang sangat diandalkan pada program Rising Star ?**

**Jawaban :** Yang sangat diandalkan pada program Rising Star Indonesia adalah satu-satunya talent search di Indonesia yang penilaiannya berdasarkan pemirsa dirumah bukan expert/ juri di studio. Selain itu ini merupakan talent search terlengkap dalam pencarian bakat menyanyi (solo, Group dan band)

**Nama Narasumber : Musida Puspitasari**

**Jabatan : Creative Program Rising Star Indonesia**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**1. Apa konsep dasar dari program Rising Star?**

**Jawab :** Konsep dasar dari program Rising Star adalah mencari talenta-talenta dari masyarakat indonesia dalam bidang vokal (menyanyi) dan meliputi solo, group dan Band

2. **Mengapa konsep tersebut dipilih?**

**Jawab :** Konsep tersebut dipilih karena dalam dunia bisnis broadcasting masih banyak masyarakat Indonesia yang menginginkan menjadi artis khususnya artis yang berhubungan dengan vocal.

3. **Apa yang membedakan acara Rising Star dengan acara-acara yang lain yang sejenis?**

**Jawab :** perbedaan yang paling terlihat adalah dari sistem Voting, program ini adalah pertamakali di indonesia dengan sistem voting melalui aplikasi di Android dan IOS

4. **Apa ide kreatif tambahan dalam program Rising Star?**

**Jawab :** Ide Kreatif tambahan dalam program Rising Star sebenarnya tidak banyak karena program ini merupakan format dari program yang sudah berjalan seperti kuis, hanya saja mungkin dari sisi konten masing-masing peserta yang kita angkat dalam sebuah story.

5. **Bagaimana ide kreatif itu muncul?**

**Jawab :** Ide Kreatif itu muncul dari hasil diskusi bersama-sama yang melibatkan Creative, Production Assistant dan juga produser

6. **Dapatkah anda menceritakan dari awal, bagaimana ide kreatif yang ada ,diwujudkan dalam bentuk program?**

**Jawab :** sebuah awal ide kreatif muncul susah diceritakan dalam sebuah kata maupun kalimat tertulis.

7. **Bagaimana mematangkan ide-ide kreatif tersebut?**

**Jawab :** Mematangkan ide kreatif tersebut adalah melalui proses dilapangan, baik itu disengaja maupun tidak disengaja.

8. **Bagaimana dengan proses penentuan kreatif di setiap episodenya?**

**Jawab :** Untuk penentuan kreatif disetiap episodenya, team secara rutin berdiskusi (regular meeting) untuk mencari ide-ide baru

9. **Adakah Trik khusus atau gimik untuk menarik perhatian masyarakat?**

**Jawab :** Trik khusus atau gimmick untuk menarik perhatian masyarakat pada dasarnya tidak ada, namun untuk menarik perhatian biasanya dilakukan promo baik On Air Maupun Off Air.

10. **Seberapa pentingkah perencanaan tim kreatif dalam program Rising Star?**

**Jawab :** sangat penting, karena perencanaan itu mempermudah kami untuk dapat me-aplikasikannya dalam sebuah gambar di televisi.

**Nama Narasumber :** Murtiyono Muksin

**Jabatan :** Koordinator Ruang Kendali Operasional Program Rising Star Indonesia

1. **Apa saja yang dilakukan di dalam ruang kendali operasional pada saat pra produksi?**

**Jawab :** memang pada saat pra produksi tidak banyak yang dilakukan, tetapi untuk memastikan bahwa semua alat seperti layar besar interaktif berjalan

dengan lancar maka kita melakukan rehearsal atau pengecekan supaya tidak kesalahan pada saat produksi berlangsung

**2. Apakah ada kendala yang dihadapi pada saat pra produksi yang dilakukan?**

Jawab :untuk kendalanya adalah karena program ini menggunakan layar besar interaktif yang baru dan pertama kali di Indonesia, maka butuh waktu lama untuk mensinkronasikan antara panggung dan ruang kendali untuk memaksimalkan program.

**3. Bagaimana cara mengatur ruang kendali operasional agar mendapatkan timing yang pas?**

Jawab :perlu koordinasi yang intens dari setiap kru studio untuk menghasilkan timing yang maksimal, karena Rising Star merupakan acara live dan berdurasi tiga jam yang cukup lama dan butuh koordinasi yang kuat.

**4. Apakah layar besar interaktif itu terangkat secara otomatis atau manual sesuai perintah dan bagaimana proses di ruang kendalnya?**

Jawab : untuk layar besar interaktif ini sistemnya otomatis terangkat jika finalis mencapai vote lebih dari 70 %, namun perlu di setting di ruang kendali agar terangkat otomatis dan prosesnya dilakukan secara singkat dan cepat.

**5. Bagaimana penataan suara dan cahaya untuk Panggung Rising Star Indonesia? dan apa kendalanya?**

Jawab : Untuk penataan cahaya memang banyak sekali, setiap lampu panggung harus kita atur agak dapat terlihat mewah ketika di lihat di studio dan di rumah. Persiapan untuk penataan saja sekitar seminggu. Untuk unsur suara adalah nomor satu karena ini ajang mencari bakat menyanyi jadi harus di dahulukan jangan sampai terjadi hal yang tidak di inginkan makanya kita bekerja sama dengan audioman untuk mengatur suara yang masuk.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



GAMBAR 1.0 PRODUSER RISING STAR INDONESIA 2014 DI RCTI KEBUN  
JERUK JAKARTA BARAT.



**GAMBAR 1.1 STUDIO RISING STAR INDONESIA DI RCTI KEBUN JERUK JAKARTA BARAT.**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

# DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## **Data Pribadi**

Nama : Harly Harland  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 25 Maret 1991  
Kebangsaan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Tinggi/Berat : 182 cm / 80 kg  
Agama : Islam  
Alamat : Jln. Ujung Harapan  
Perum Candrabaga Blok AR 5 NO 11  
Bekasi Utara- 17610  
No. Ponsel : 081285317634  
E-mail : [harly\\_hystoris@yahoo.co.id](mailto:harly_hystoris@yahoo.co.id)

### **Pendidikan**

1999 – 2005 : SDN Kaliabang Tengah 7 Bekasi  
2005 – 2007 : SMPN 5 Bekasi  
2007 – 2009 : MA Attaqwa Pusat Putra Bekasi  
2009 – 2012 : Akomm RTVi Global Media Jakarta Raya  
2012– 2015 : Broadcasting Program kelas karyawan  
Universitas Mercubuana, Jakarta

### **Skills**

- Komputer (M.Word/M.Excel)
- Bahasa Inggris
- Editing Video & Photo
- Creative Program / Program Director
- Presenting Program/Host
- News Reporter

### **Riwayat Pengalaman Kerja**

1. PT. Nada Komunikasi Utama sebagai Account Executive dan Anchor pada bulan juni 2012 sampai februari 2013, Bekasi utara.
2. PT.Telkom Indonesia (Speedy) sebagai telemarketing komunikasi pada bulan juli 2013 sampai September 2013, bekasi utara.
3. PT. Interpan sebagai HRD pada bulan September 2013 sampai maret 2014. Cengkareng.

Jakarta, 10 Januari 2014

Harly Harland