



STRATEGI KREATIF RUMAH PRODUKSI KRAKATOA DALAM PROGRAM KUIS SIAPA BERANI DI TVRI

Erika Dyah Muftiarini ¹
Donie Fadjar Kurniawan ²

Keywords :

*strategi kreatif;
rumah produksi; acara kuis;*

Correspondence Author

Program Studi Film dan Televisi,
Institut Seni Indonesia Surakarta

Email: donie@isi-ska.ac.id,
erikadiah73@gmail.com

History Artikel

Received: 05-04-2023;
Reviewed: 19-05-2023;
Revised: 05-06-2023;
Accepted: 14-06-2023
Published: 02-12-2023

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi kreatif rumah produksi Krakatoa dalam program Kuis Siapa Berani di TVRI. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan secara mendalam dan tertulis mengenai strategi kreatif tim Krakatoa dalam program acara Kuis Siapa Berani. Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan program Kuis Siapa Berani Episode 20 sebagai objek kajian penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kajian dokumen, observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi kreatif yang diterapkan dalam episode 20 meliputi strategi 100 orang peserta, pemilihan host yang sudah familiar dan peserta dari berbagai kalangan, gimmick berupa improfisasi host maupun peserta yang menambah keseruan kuis, penggunaan bahasa yang santun dan sopan, pertanyaan yang mengedukasi dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, serta setiap babak permainan yang memiliki tingkat kesulitan yang berbeda.

ABSTRACT

This study discusses about the creative strategies of Krakatoa Production team in the Kuis Siapa Berani in TVRI. While the purpose of this study is to describe in depth and in writing about creative strategies of Krakatoa Production in the Kuis Siapa Berani. The research method used is qualitative descriptive. The research uses the program Kuis Siapa Berani episode 20 as a study of research. The method that has been used for the data collection is document, observation and interview. The result of the research shows that the creative strategies that has been applied on episode 20 involve 100 people's strategies, familiar host selection and participant from various circles, gimmick that involving improvisation of the host or participant makes the show become exciting, formal and polite language that has been used, question that can educate and the truth is responsible for, also in every game round that have a different level of difficulty.

PENDAHULUAN

Media televisi merupakan salah satu media yang masih banyak diminati sebagai penyedia program hiburan dan informasi. Perkembangan teknologi yang semakin maju tidak menjadi penghalang bagi televisi untuk tetap menjadi media yang program acaranya

masih diminati oleh masyarakat Indonesia. Program acara dibagi menjadi 2. Program informasi meliputi program berita, *infotainment*, *magazine*, dokumenter dan *talk show*. Program hiburan seperti, kuis, game, drama, musik dan sebagainya.

Kuis Siapa Berani adalah program yang

diproduksi oleh Rumah Produksi Triwarsana. Kuis Siapa Berani telah bertahan selama lima tahun di stasiun televisi Indosiar antara tahun 2000-2005. Kemudian rumah produksi Krakatoa dan TVRI memproduksi kembali pada 9 Juli 2018 sampai sekarang Juli 2019. Bergantinya stasiun televisi diikuti perubahan-perubahan lainnya, seperti pembawa acara, juga hal-hal visual lainnya, yang mengindikasikan suatu strategi tim kreatif dalam kuis Siapa Berani.

Ide awal program Kuis Siapa Berani ini sangat sederhana, yaitu mendapatkan pemirsa yang banyak dengan menghadirkan 100 peserta untuk bermain. Pemilihan jumlah peserta yang banyak ini memungkinkan untuk mendapatkan pemirsa yang banyak setiap penayangannya. Menggunakan banyak peserta di setiap episode adalah strategi yang digunakan untuk menarik penonton. Ketika 1 peserta mengikuti kuis kemudian keluarga menontonnya, bagaimana jika keluarga dari 100 orang menonton juga, minimal telah meraih penonton yang banyak. Daripada kuis-kuis yang pesertanya 4 orang.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian difokuskan pada bahasan mengenai strategi kreatif rumah produksi Krakatoa dalam program Kuis Siapa Berani di TVRI. Data diperoleh dengan teknik wawancara dan observasi berperan. Wawancara dilakukan kepada tim kreatif Krakatoa dan ditambah dengan observasi proses produksi Kuis Siapa Berani, hingga melihat file tayangan program acara. Episode yang dipilih adalah episode ke 20 yang ditayangkan pada hari Senin, 04 Oktober 2018. Episode ini menghadirkan mahasiswa dari 5 universitas yang berbeda.

Setting panggung berada di studio 2 LPP TVRI Senayan, Jakarta.

PT. Media Mahakarya Indonesia didirikan pada tahun 2008 memiliki *brand* yaitu *Lemon Production* yang sekarang menjadi Krakatoa production (2018). *Krakatoa production* adalah PH (*production house*) dibawah naungan PT. Media Mahakarya Indonesia yang memproduksi tayangan-tayangan televisi di Indonesia, seperti kuis, *reality show*, tayangan olahraga, tayangan *entertainment*, dan juga konsultan bidang pertelevisian khususnya di bidang kuis dan sportainment. Salah satu program yang diproduksi adalah Kuis Siapa Berani.

Kuis Siapa Berani pertama kali tayang pada tahun 2000 berlangsung hingga tahun 2005 di Indosiar dengan pembawa acara Alya Rohali dan Helmi Yahya. Program ini terdiri dari beberapa babak, diantaranya : berani pilih, berani jawab, berani cepat, dan babak bonus. Setiap babak memiliki tingkat kesulitan yang beragam. Setiap soal mulai dari sejarah, teknologi, entertainment, baik nasional maupun internasional.

Dalam program acara kuis Siapa Berani ini terdapat 2 pembawa acara di setiap episodenya. Pemilihan pembawa acara merupakan pertimbangan antara Krakatoa dengan Helmy Yahya. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama bapak Budi selaku tim kreatif Krakatoa.

“Pemilihan host dikarenakan direktur utama Helmi Yahya sudah cocok dengan Alya Rohali, untuk host laki-laki bisa siapa saja, bebas. Tapi karena sudah terbiasa dengan Uli Herdi, sudah cocok, sudah ada *chemistry*.”
(Hasil Wawancara dengan Kreatif Krakatoa Budi Edit Utomo)

Karena merupakan program kuis, sehingga bintang tamu disini adalah peserta kuis itu sendiri. Peserta bisa berasal dari ibu rumah tangga, karyawan perusahaan, komunitas, keluarga pahlawan, atau siswa sekolah yang berjumlah 100 orang. Peserta bisa datang atau menghubungi sendiri koordinator dan menunggu panggilan lebih lanjut.

Penataan artistik terdiri dari setting panggung, kostum dan penataan cahaya. Pada program Kuis Siapa Berani setting panggung dibuat di dalam studio 2 LPP TVRI, dibuat

semi permanen dan tidak berpindah. Kostum yang digunakan kasual dan sopan untuk host maupun peserta kuis. Pada program Kuis Siapa Berani pencahayaan di buat tepat di atas setting panggung. Sehingga seluruh bagian dapat disinari cahaya lampu.

Setiap episode Kuis Siapa Berani memiliki 6 segmen terdiri dari 5 babak. Diantaranya berani pilih, berani jawab, berani cepat, berani strategi, dan babak bonus.

Segmen	Babak	Peraturan
1	1.Yel yel 2.Berani Pilih	masing masing tim akan menampilkan yel yel kelompok dengan durasi maksimal 40 detik. Peserta dipinjami gadget untuk bermain Terdapat 8 soal pendek dengan pilihan A atau B
2.	1. Pembahasan soal 2.Pengumuman 3 terbaik masing masing tim	Setiap soal akan dibahas jawaban yang benar Pengumuman 3 terbaik masing masing tim Terbaik pertama disetiap tim akan menjadi perwakilan tim di babak selanjutnya
3	Berani Jawab	Perwakilan tim menempati podium Masing masing peserta diberi 100 poin Soal berjumlah 5, dengan clue berjumlah 4 masing-masing nilai clue adalah 100,75,50, dan 25. Tidak ada pengurangan nilai.
4	Berani Cepat	Soal rebutan 20 soal pendek 10 soal pertama poin 10, 10 soal berikutnya poin bertingkat 10-100 Terdapat pengurangan nilai sesuai poin soal
5	Berani Strategi	1 soal panjang dengan 4 pilihan jawaban Masing masing tim mempertaruhkan poin yang diperoleh. Minimal 0 maksimal semua poin Memilih 1 dari 4 pilihan jawaban 2 tim dengan poin tertinggi maju ke babak bonus
6	Babak Bonus	Terdapat 5 soal dengan nilai bertingkat 1-5 poin Pilihan jawaban Benar atau Salah

		Tidak ada pengurangan poin
--	--	----------------------------

Tabel 1. Peraturan permainan Kuis Siapa Berani
(Sumber: Erika Dyah / 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi kreatif rumah produksi Krakatoa dalam program Kuis Siapa Berani di TVRI melalui tahapan, berikut:

1. Praproduksi
 - Pencarian ide
 - Perencanaan dan persiapan
2. Produksi
 - Briefing All Crew
 - Briefing Host dan Peserta
 - Rehearsal
 - Shooting
3. Pascaproduksi
 - Penyuntingan

Pembahasan

Ide awal program Kuis Siapa Berani ini sangat sederhana, yaitu mendapatkan pemirsa yang banyak dengan menghadirkan 100 peserta untuk bermain. Ide tersebut kemudian dikembangkan sedemikian rupa sehingga setiap episode nya mampu mengajak 100 orang peserta yang berbeda dari berbagai kalangan untuk ikut bermain. Menerapkan 13 elemen strategi kreatif diantaranya target penonton, bahasa naskah, format acara, *punching line*, *gimmick and funfare*, *cliff hanger*, *tune and bumper*, penataan artistik, music and fashion, ritme dan birama acara, general rehearsal, dan interactive program . Selain itu Kuis Siapa

Berani juga melakukan riset terhadap calon peserta juga riset mengenai soal kuis. selanjutnya Perencanaan ini diperlukan untuk kelancaran proses produksi. Persiapan meliputi administrasi, pemilihan host, kelengkapan alat produksi, dan juga riset soal. Biaya produksi Kuis Siapa Berani dibuat estimasi 30 juta rupiah untuk 1 episode. Estimasi biaya terdiri dari akomodasi, konsumsi, dan hadiah peserta.

Jenis teknik produksi program televisi adalah taping dan live. Program acara *Kuis Siapa Berani* menerapkan teknik produksi taping. Episode yan ditayangkan juga bisa berubah tidak terpaku pada paket mana yang produksi duluan, karena beberapa hari spesial seperti hari sumpah pemuda atau hari pahlawan maka akan mendahulukan paket produksi yang pesertanya sesuai dengan peringatan pada hari tersebut.

Setting yang digunakan tidak memungkinkan jika harus berpindah-pindah. Studio 2 TVRI merupakan tempat yang dijadikan lokasi produksi Kuis Siapa Berani.



Gambar 1. Studio 2 Program Kuis Siapa Berani(
Sumber:Erika Dyah / 2018)

Pengisi acara terdiri dari host, dan

bintang tamu. Pada program Kuis Siapa Berani host dipilih atas permintaan dari Helmy Yahya yang sebelumnya sudah memiliki kerjasama dengan Kuis Siapa Berani.

Latar pendidikan yang baik dan juga terlihat cerdas ketika berbicara membawakan acara. Ramah dan santun, tidak dipaksakan dan ada kewajaran dalam bertutur. Pada setiap episode disiapkan 100 orang peserta yang dibagi menjadi 5 kelompok. Biasanya pada 1 paket episode peserta memiliki latar belakang yang sama, misalkan dari berbagai organisasi masyarakat, mahasiswa, pelajar, keluarga pahlawan, atau komunitas.

Target penonton merupakan salah satu hal yang ditentukan diawal perencanaan ide sebuah program acara. Untuk siapa program ini ditargetkan akan menjadi acuan tim kreatif untuk mengembangkan ide-ide yang ingin diterapkan pada programnya.

Program acara Kuis Siapa Berani menggunakan bahasa naskah berupa treatment atau pointer yang nantinya akan dikembangkan oleh pembawa acara. Ia menargetkan penonton dari semua kalangan, sehingga penggunaan bahasa yang santun diterapkan pada program ini. Bahasa yang baik dan benar, santun dan terlihat wajar tanpa dibuat-buat.

Pada saat *on stage* pembawa acara diberi kesempatan untuk mengembangkan naskah yang diberikan tim kreatif. Menggunakan bahasa yang santun karena tiap episode yang dibawakan menghadirkan peserta dari berbagai latar belakang yang berbeda.

Gimmick pada program ini dapat dilihat ketika kamera mengambil ekspresi peserta yang sedang serius, atau ketika mereka melakukan selebrasi karena berhasil

menjawab. Mengekspresikan kebahagiaan mereka yang tidak dibuat-buat.

Selanjutnya adalah tahapan *briefing all crew* Rapat besar untuk produksi dilaksanakan 1 kali untuk beberapa episode. Sedangkan sebelum produksi dilakukan, produser akan melakukan *briefing all crew* produksi untuk meninjau kembali kesiapan produksi. Masing-masing tim teknis kembali melakukan cek alat seperti kamera, *lighting*, audio, dan alat lainnya seperti gadget.

Briefing juga sangat penting dalam produksi supaya dalam pelaksanaannya tidak mengalami *misscommunication*. Pada saat *briefing all crew* merupakan kesempatan masing masing tim produksi memperjelas situasi yang ada di *rundown*. *Briefing Host dan Peserta*

Briefing host dilakukan oleh *Program Director*. *Briefing* untuk host tidak memerlukan waktu yang lama. Host akan diberi *rundown* yang berisi pointer setiap segmen, juga sebuah tablet yang berisi soal-soal yang akan dibawakan. Briefing peserta dilakukan di luar studio. Briefing ini dimaksudkan untuk memberi pengarahan kepada tiap peserta tentang apa saja yang harus dilakukan atau yang perlu dihindari selama produksi berlangsung. Kemudian hal yang tak kalah penting yang selalu diingatkan oleh tim kreatif adalah setiap peserta harus menikmati acara dari awal sampai akhir.

Rehearsal, Kuis Siapa Berani ini merupakan program taping, dan sebuah latihan atau general rehearsal sangat diperlukan sebelum produksi dilaksanakan. Pada tahap rehearsal program Kuis Siapa Berani meliputi teknis dan peserta. General Rehearsal ini dilakukan 1 jam sebelum produksi. Jadwal produksi dilakukan pada hari senin sampai dengan kamis.

Rehearsal dilakukan agar produksi berjalan lancar dan teratur. Kesalahan ataupun kekurangan yang akan dijumpai dapat diminimalisir sebelum produksi melalui *rehearsal* tersebut. Tim kreatif memiliki waktu yang cukup untuk melakukan GR supaya produksi Kuis Siapa Berani dapat berjalan dengan lancar.

Shooting, Setelah semua persiapan dirasa cukup, tahap selanjutnya adalah *shooting*. Ketika melakukan *Briefing Crew* Program Director memberikan pengarahan pada kameramen. Terdapat 6 buah kamera dan 1 kamera jimi jip. Masing masing kamera telah dibagi untuk fokus pada objek yang akan diambil. Seperti misal kamera 1 akan fokus ke tim A, kamera 2 ke Tim B dan seterusnya. Sedang jimi jip akan mengambil suasana dari atas (*bird View*).

Kamera disambungkan dengan Video Mixer di OB Van (*Outside Broadcasting Van*). Didalam OB Van nanti ada beberapa orang yang bertugas sebagai PD, *Switcher*, *Audio Record* dan *Video Record*. Kameramen akan menerima arahan dari PD untuk mengambil gambar.

Sebisa mungkin setiap kamera mampu menangkap momen khusus yang jarang terjadi. Biasanya kamera akan mengambil gambar *Middle Close-Up* lalu kembali ke full shot satu tim. Sesekali akan digunakan camera movement, yaitu *pen left right* dan *till up down* sesuai keperluan

Selanjutnya penyuntingan atau biasa disebut editing. Editing merupakan penyaringan kesalahan selama proses produksi, kemudian diperbaiki agar sesuai dengan keperluan dan tetap sesuai dengan norma yang berlaku. Proses editing biasanya memakan waktu 5 sampai 8 jam untuk 1

episode. Pada tahap ini dilakukan oleh Krakatoa. Proses penyuntingan meliputi pemilihan gambar, kemudian melakukan color grading, dan editing audio.

Tim kreatif bersama dengan produser melakukan evaluasi produksi setiap kali diperlukan. Evaluasi dilakukan jika benar-benar ada permasalahan yang fatal dalam produksi. Evaluasi dimaksudkan untuk mengatasi permasalahan dan mencari solusi sebuah masalah. Evaluasi juga dilakukan oleh tim Puslitbang TVRI. Evaluasi meliputi evaluasi hasil rating dan share yang diperoleh setiap bulannya. Selain itu evaluasi juga dapat menjadi perbandingan apakah semua rencana yang disusun pada tahap Praproduksi dapat direalisasikan di tahap Produksi.

SIMPULAN DAN SARAN

Kembalinya program Kuis Siapa Berani di televisi menambah variasi baru program hiburan yang mengedukasi pemirsa. Strategi kreatif diperlukan untuk memperkuat variasi baru tersebut, yaitu

Pada tahap praproduksi tim kreatif menerapkan berbagai macam strategi, seperti pemilihan host, riset soal, dan pemilihan logo maupun artistik yang akan digunakan. Proses kreatif juga diterapkan pada tahap Produksi. Pengambilan gambar, improvisasi dari host dan peserta, atau *gimmick* dan *funfare* yang terjadi di studio. Strategi kreatif tidak hanya berhenti ketika produksi selesai. Tahap selanjutnya adalah pascaproduksi meliputi editing dan evaluasi juga menerapkan proses kreatif. Pada tahap editing akan dipikirkan bagaimana sebuah tayangan akan diterima baik oleh masyarakat dengan menyeleksi kekeliruan selama produksi, dan juga membenahinya.

Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

DAFTAR RUJUKAN

- Burton. Graeme. 1999. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Convelo G. Cevilla, dkk. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Darwanto . 2011. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar,
- Fachrudin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Fred Wibowo. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Gempur Santoso. 2005. *Metodologi Penelitian, Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Gramedia.
- Hidajanto Djamal dan Andi Fachrudin. 2013. *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*(edisi kedua). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Masduki. 2007. *Regulasi Penyiaran dari Otoriter ke Liberal*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Naratama. 2014. *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Kamera*. Jakarta: Grasindo.
- Samiaji Sarosa. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: Indeks.
- Soenarto. 2007. *Teknik produksi program Televisi*, Yogyakarta : FFTV IKJ Press
- Sony Set. 2008. *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian*
- Internet:
- <http://www.TVRI.go.id/>
<http://karyatulisilmiah.com>
www.wordpress.com
<https://trenzindonesia.com/2018/12/09/memori-melodi-di-ganjar-trofi-program-musik-favorite-panasonic-gobel-awards-2018/> (6 maret 2019)
<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34616-siaran-pers-berikut-nama-pemenang-anugerah-penyiaran-ramah-anak-2018> (6 maret 2019)
<https://www.youtube.com/watch?v=bny2EotDucg>
https://www.slideshare.net/Rezka_Judittya/pereencanaan-program-televisi-by-indra-prawira, akses hari sabtu, 19 Mei 2018, pukul 13.11 WIB
- Narasumber:
- Adytia Hafa, 37 tahun, Jakarta, Direktur Krakatoa
- Budi Edit Utomo, 60 tahun, Jakarta, Tim Kreatif Krakatoa