

**PENERAPAN ELEMEN STRATEGI KREATIF
DALAM PROGRAM *SUPER 10 INDONESIA*
DI RAJAWALI TELEVISI EPISODE SELEBRASI**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



Oleh:

**HIMA LAILY MADU PRAMESWARI
NIM. 16148112**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2021**

**PENERAPAN ELEMEN STRATEGI KREATIF
DALAM PROGRAM *SUPER 10 INDONESIA*
DI RAJAWALI TELEVISI EPISODE SELEBRASI**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan guna
mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S-1)
Program Studi Film dan Televisi
Jurusan Seni Media Rekam



Oleh:

**HIMA LAILY MADU PRAMESWARI
NIM. 16148112**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2021**

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**PENERAPAN ELEMEN STRATEGI KREATIF
DALAM PROGRAM *SUPER10 INDONESIA*
DI RAJAWALI TELEVISI EPISODE SELEBRASI**

Oleh:

**Hima Laily Madu Prameswari
NIM.16148112**

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
Pada tanggal, 11 Februari 2021

Tim Penguji

Ketua Penguji : Widhi Nugroho S.Sn., M.A.
Penguji Bidang : Citra Dewi Utami S.Sn., M.A.
Pembimbing : Drs. Achmad Sjafi'i, M.Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai
Salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn.)
Pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 2021
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Joko Budiwiyanto S.Sn., M.A.
NIP.197207082003121001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hima Laily Madu Prameswari

NIM : 16148112

Prodi/Jurusan : Film dan Televisi / Seni Media Rekam

Fakultas : Seni Rupa dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir Skripsi dengan judul **PENERAPAN ELEMEN STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM SUPER 10 INDONESIA DI RAJAWALI TELEVISI EPISODE SELEBRASI** adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 15..... Juni..... 2021

Yang menyatakan,



Hima Laily Madu Prameswari
NIM. 16148112

ABSTRAK

PENERAPAN ELEMEN STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM SUPER 10 INDONESIA DI RAJAWALI TELEVISI EPISODE SELEBRASI (Hima Laily Madu Prameswari, 16148112, 2021, Halaman i-xi dan 1-125) Skripsi S-1 Program Studi Film dan Televisi, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Skripsi berjudul *Penerapan Elemen Strategi Kreatif dalam Program Super 10 Indonesia di Rajawali Televisi Babak Selebrasi* menganalisis dan mendeskripsikan penerapan strategi kreatif program *Super 10 Indonesia*, khususnya episode selebrasi yang diproduksi secara *taping*. RTV telah melakukan pembelian lisensi dan melakukan adaptasi terhadap program *variety show* berjudul *Super 10* dari Workpoint Entertainment. Babak selebrasi dipilih karena merupakan episode puncak program ini. Skripsi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kajian dokumen. Strategi yang digunakan tim kreatif bersama produser dari praproduksi hingga pascaproduksi yaitu pencarian ide secara *brainstorming*, pengelolaan dana dengan *financial oriented*, pemilihan lokasi dengan barter, teknik produksi *taping*, pemilihan pengisi acara berdasarkan kriteria, memperhatikan kebijakan finansial, dan penonton yang ditargetkan, target penonton yang dicapai pada jam *prime time*, bahasa naskah menyesuaikan target penonton, format acara *talent show* non-kompetitif, *punching line* dengan cerita peserta, *gimmick* pertunjukan solo komedi dan *fun fare* di akhir acara, *tune*, *bumper*, penataan artistik, logo dan musik *track* menyesuaikan ketentuan dari Workpoint Entertainment, musik yang menonjolkan keahlian peserta, kostum yang menguatkan karakter, ritme yang sesuai grafik Lutters 1, *rehearsals* secara *runthrough*, *interactive program* berupa promosi, pengambilan gambar dengan multicamera, penyuntingan dengan penambahan detail elemen, dan evaluasi yang diakomodir. Salah satu elemen strategi kreatif yang tidak diterapkan adalah *clip hanger*.

Kata Kunci: Strategi Kreatif, *Variety Show*, *Super 10 Indonesia*

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas nikmat, rahmat, dan kasih sayangnya sehingga penulis diberikan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penyusunan skripsi tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. Achmad Sjafi'i, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi dan Pembimbing Akademik yang meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan, memberikan masukan, dan saran selama proses penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.
2. Citra Dewi Utami S.Sn., M.A. selaku Dosen Penguji dan Widhi Nugroho S.Sn., M.A. selaku Ketua Penguji yang telah memberikan arahan, memberi masukan serta saran dalam penyempurnaan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Program Studi Film dan Televisi yang telah membagikan ilmu selama masa perkuliahan saya di Institut Seni Indonesia Surakarta.
4. Kedua Orang Tua yang memberikan dukungan berupa materi maupun moril selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Produser dan Tim Kreatif *Super 10 Indonesia* sebagai narasumber serta Tim Produksi *Super 10 Indonesia* yang telah bersedia membantu proses pengumpulan data yang diperlukan.
6. Teman-teman program Studi Film dan Televisi angkatan 2016 yang saling memberi semangat dan masukan selama masa kuliah hingga skripsi ini berhasil disusun.

7. Seluruh pihak yang secara tidak langsung telah membantu proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki ketidak sempurnaan dari segi isi maupun penyusunannya. Oleh karena itu, kritik dan saran terhadap laporan ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pembacanya.



Surakarta, 2021

Penulis

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka.....	4
F. Kerangka Konseptual.....	6
1. Program Acara <i>Variety Show</i>	6
2. Strategi Kreatif Program Acara Televisi	8
3. Produser.....	21
4. Tim Kreatif.....	22
G. Metode Penelitian	25
1. Objek Penelitian	25
2. Jenis Penelitian.....	25
3. Sumber Data.....	26
4. Teknik Cuplikan (<i>Sampling</i>)	27
5. Teknik Pengumpulan Data	27
6. Analisis Data	29
H. Sistematika Penulisan	30
BAB II PROGRAM ACARA <i>SUPER 10 INDONESIA</i> DI RAJAWALI TELEVISI	
A. Program Acara <i>Super 10 Indonesia</i>	33
1. Deskripsi Program Acara	33

2. Pengisi Acara	36
3. Tata Artistik	39
4. Pembagian Segmen	40
5. Ketentuan Produksi Program <i>Super 10</i>	41
B. Program Acara <i>Super 10 Indonesia</i> Episode Babak Selebrasi.....	45
1. Deskripsi Episode Babak Selebrasi.....	45
2. Pengisi Acara	46
3. Pembagian Segmen	49
C. Kerabat Kerja Program <i>Super 10 Indonesia</i>	52

BAB III PENERAPAN ELEMEN STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM

SUPER 10 INDONESIA DI RAJAWALI TELEVISI EPISODE SELEBRASI

A. Praproduksi	56
1. Pencarian Ide	56
2. Perencanaan dan Persiapan	58
B. Produksi	93
1. Pengisi Acara	93
2. Bahasa Naskah	95
3. <i>Punching Line</i>	98
4. <i>Gimmick and Fun fare</i>	99
5. <i>Music and Fashion</i>	101
6. Penataan Artistik	106
7. Pengambilan Gambar	112
C. Pascaproduksi	114
1. Penyuntingan.....	115
2. Evaluasi	118

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	120
B. Saran	124

DAFTAR ACUAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Banner</i> program <i>Super 10 Indonesia</i>	35
Gambar 2. <i>Host</i> dan juri <i>Super 10 Indonesia</i>	36
Gambar 3. Panggung utama <i>Super 10 Indonesia</i>	39
Gambar 4. Lokasi di luar studio RTV	63
Gambar 5. Naskah episode 26 segmen 1	69
Gambar 6. Potongan pola <i>opening tune Super 10 Indonesia</i> Eps. 26	76
Gambar 7. Penataan artistik pada <i>family room</i>	79
Gambar 8. Penataan artistik pada <i>commercial room</i>	79
Gambar 9. Properti yang dibawa peserta dan properti yang disiapkan tim	81
Gambar 10. <i>Giant check</i> dan plakat	82
Gambar 11. Penataan cahaya peserta kategori musik	83
Gambar 12. Logo <i>Super 10 Indonesia</i>	89
Gambar 13. Materi <i>interactive program</i>	92
Gambar 14. Potongan naskah episode 26	96
Gambar 15. <i>Punching Line</i> episode 26	98
Gambar 16. <i>Gimmick</i> oleh Awil	99
Gambar 17. <i>Fun fare</i> episode 26	100
Gambar 18. Kostum Irgi sebagai pembawa acara	103
Gambar 19. Kostum dewan juri	104
Gambar 20. Kostum Zara sebagai bintang tamu	104
Gambar 21. Kostum 10 peserta babak selebrasi	105
Gambar 22. Properti pertunjukan Diego dan Ghanim	107
Gambar 23. Properti pertunjukan Kim	108
Gambar 24. Properti pertunjukan Elliot	109
Gambar 25. Properti pertunjukan Awil dan Azqy	109
Gambar 26. Properti pertunjukan Bima, Ni Luh, Kayla	111
Gambar 27. Properti pertunjukan Athallah	112
Gambar 28. <i>Jumping shot</i> dan respon penonton	113
Gambar 29. <i>VT</i> selebrasi	116

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Bagan Alur Penelitian	24
Bagan 2. Skema analisis interaktif Miles & Huberman.....	30
Bagan 3. Struktur kerja tim produksi program <i>Super 10</i>	52
Bagan 4. Grafik Elizabeth Lutters (1).....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Log Tayang Program <i>Super 10 Indonesia</i>	33
Tabel 2. Beberapa Ketentuan Produksi Program <i>Super 10</i>	42



DAFTAR ACUAN

A. Buku

- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bignell, Jonathan. 2004. *An Introduction to Television Studies*. London: Routledge
- Fachruddin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Jakarta: Andi Offset
- Fachruddin, Andi. 2017. *Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Jakarta: Kencana
- Goffrey, Rawlinson J. 1989. *Berpikir Kreatif dan Sumbang Saran*. Jakarta: Gower Publishing – Bina Rupa Aksara
- Hendratman, Hendi. 2017. *Computer Graphic Design: Warna Layout Teks Logo Ilustrasi Efek Produksi WPAP*. Bandung: Hendi Hendratman
- Juju, Dominikus. 2007. *Desain Promosi Dengan Coreldraw X3 & Adobe Photoshop Cs2*. Jakarta: Elex Media Computindo
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Gramedia
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Non Drama: Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Kencana
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. 2017. *Menjadi Produser Televisi: Profesional Mendesain Program Televisi. Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. 2017. *Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News, Drama, Non-Drama*. Jakarta: Prenamedia
- Lutters, Elizabeth. 2004. *Kunci Sukses Menulis Skenario (Rev)*. Jakarta: Grasindo
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Jawa
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Extended Sourcebook*. California: Sage Publications
- Morissan. 2018. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Jakarta: Prenamedia
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single Dan Multi Camera*. Jakarta: Grasindo

- Palmer, Gareth. 2016. *Exposing Lifestyle Television: The Big Reveal*. New York: Routledge.
- Seran, Sirilius. 2020. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish
- Sevilla, Consuelo G., dkk. 1992. *Research Methods*. Manila: Rex Bookstore, Inc.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2020. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Bantul: Pustaka Baru
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher
- Yusanto, Freddy. 2017. *Buku Ajar Produksi Program Televisi Multi Camera*. Yogyakarta: Deepublish
- Wurtzel, Alan. 1979. *Television Production*. New York: McGraw-Hill Publisher

B. Skripsi

- Pambuko, Wahyu Satrio. *Analisa Sajian Program Acara My Trip My Adventure Episode Ulang Tahun Kedua dari Segi Strategi Kreatif*. Skripsi. Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, 2017.
- Purwaningsih, Sri Cahyani Putri. *Strategi Kreatif Produser Program Acara Wedang Ronde Sebagai Program Unggulan di AdiTV Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta. 2018.
- Puspitasari, Riza Marinda. *Strategi Kreatif Produksi Program Acara Musik Gentara Di Mncv Episode Stadion Rawa Badak*. Skripsi. Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, 2017.

C. Sumber Lainnya

- Instagram Program *Super 10 Indonesia*. <https://Instagram.com/super10id/> Diakses pada 17 Juni 2020
- Press Release RTV. <http://www.rtv.co.id/pressreleasertv.php?id=8> Diakses pada 09 Mei 2020
- Program Acara RTV. http://www.rtv.co.id/view_program.php Diakses pada 09 Mei 2020
- Youtube Program *Super 10 Indonesia*. <https://youtube.com/super10indonesiartv> Diakses pada 5 September 2020

Workpoint TV. *Program List*. <https://www.workpointtv.com/program/super-10-ซูเปอร์เท็น ซูเปอร์เท็น/> Diakses pada 01 Maret 2021

Workpoint Group. *Content Licensing*.
<https://www.workpointworldwide.com/title.php?title=SUPER10>
Diakses pada 01 Maret 2021

D. File Pendukung

Budget Super 10 Indonesia Agustus – Desember 2020

Daily Report Super 10 Indonesia 4 April 2020

Naskah Super 10 Indonesia Episode 26

PowerPoint Rancangan Program Super 10 Indonesia

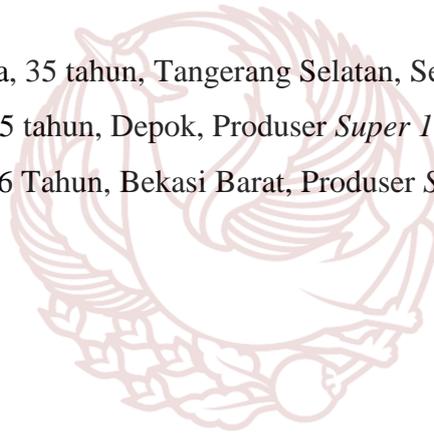
PowerPoint Rancangan Babak Selebrasi

E. Narasumber

Roseita Deseiana, 35 tahun, Tangerang Selatan, Senior Kreatif

Annisa Utami, 35 tahun, Depok, Produser *Super 10 Indonesia*

Dian Kurniati, 36 Tahun, Bekasi Barat, Produser *Super 10 Indonesia*



LAMPIRAN

PERTANYAAN TERKAIT Pengerjaan Skripsi Strategi Kreatif Produksi *SUPER 10 INDONESIA* DI RTV EPISODE BABAK SELEBRASI

Nama Narasumber Roseita Deseiana
Umur 35
Jabatan dalam program Senior Kreatif
Tanggal Wawancara 27 Juli dan 7 September 2020

A. Pemilihan Pengisi Acara
1. Bagaimana proses pemilihan juri dan <i>host</i> untuk program ini?
<i>Proses awalnya adalah dengan melakukan riset, siapa saja artis yang sesuai dengan karakter program. Kemudian list nama-nama tersebut presentasikan ke management dan dipilihlah beberapa kandidat. Proses selanjutnya adalah cek schedule dan dealing budget.</i>
2. Kriteria apa saja yang mendasari terpilihnya mereka?
a. <i>Host</i> Kriteria yang paling mendasar untuk genre talent search anak ini adalah, <i>Host</i> harus "dekat" dengan anak, mampu menguasai keadaan saat terjadi hal-hal diluar rencana (misal peserta badmood). Secara kualitas, <i>host</i> juga harus mampu menggali story peserta sebagai kekuatan program.
b. <i>Juri 1</i> Kurang lebih sama dengan pemilihan <i>host</i> . Kriteria yang paling mendasar untuk genre talent search anak ini adalah, <i>Host</i> harus "dekat" dengan anak, mampu menguasai keadaan saat terjadi hal-hal diluar rencana. Secara kualitas, <i>Juri 1</i> mewakili dari sisi psikologi anak, output yang diharapkan adalah juri mampu memberi menggali story peserta, dan memberikan motivasi untuk lebih baik lagi.
c. <i>Jvuri 2</i> Kurang lebih sama dengan pemilihan <i>host</i> . Kriteria yang paling mendasar untuk genre talent search anak ini adalah, <i>Host</i> harus "dekat" dengan anak, mampu menguasai keadaan saat terjadi hal-hal diluar rencana. Secara kualitas, <i>Juri 2</i> mewakili dari sisi entertainer/komedian yang diharapkan bisa membawa suasana menjadi lebih santai dan juga memberikan motivasi untuk peserta.
d. <i>Juri Tamu</i> Kurang lebih sama dengan pemilihan <i>host</i> . Kriteria yang paling mendasar untuk genre talent search anak ini adalah, <i>Host</i> harus "dekat" dengan anak, mampu menguasai keadaan saat terjadi hal-hal diluar rencana. Secara kualitas, <i>Juri tamu</i> mewakili dari sisi bakat tertentu, output yang diharapkan adalah juri mampu memberi masukan untuk perkembangan bakat anak kedepannya.

<p>e. <i>Bintang Tamu</i> <i>Sesuai dengan kebutuhan performa, bintang tamu diharapkan bisa melengkapi aksi panggung peserta dan menjadi daya tarik sendiri untuk program.</i></p>
<p>3. Mengapa terkadang terlihat sulit dalam menentukan bintang tamu yang cocok? (juri tamu/bintang tamu untuk peserta)</p>
<p><i>Penentuan juri tamu dan bintang tamu untuk program ini tentunya berkaitan dengan kebijakan management. Apakah bintang tamu dan juri tamu dianggap sesuai. Ketika sudah sesuai pun "wise budget" menjadi pertimbangan, apakah dengan spend budget besar dengan mengundang bintang tamu dipastikan bisa menaikkan performa rating share.</i></p>
<p>4. Mengapa pada akhirnya Zara Leola terpilih untuk menjadi bintang tamu pada babak selebrasi?</p>
<p><i>Vokalis sebagai bintang tamu di babak selebrasi diharapkan bisa memperkuat performa BAND, namun kembali lagi kebijakan perusahaan "wise budget" harus juga diperhatikan. Secara performa Zara Leola cukup menjadi idola anak-anak zaman now dan secara budget program, Zara Leola terhitung paling sesuai.</i></p>
<p>5. Menurut anda, bagaimana <i>output</i> yang dihasilkan oleh pengisi acara yang terpilih bagi program <i>Super 10 Indonesia</i>? Khususnya pada episode selebrasi?</p>
<p><i>Ke 10 peserta tersebut menampilkan performa terbaiknya dengan sangat percaya diri, star quality nya pun sangat terlihat</i></p>
<p>6. Apa saja kriteria-kriteria yang mendasari terpilihnya peserta untuk dapat masuk ke babak selebrasi?</p>
<p><i>10 anak terpilih adalah anak-anak dengan karakter kuat dan skill yang unik.</i></p>

<p>B. Bahasa Naskah</p>
<p>1. Bagaimana penggunaan bahasa naskah pada program ini?</p>
<p><i>Semi formal</i></p>
<p>2. Bahasa yang digunakan apakah bahasa formal atau bahasa sehari-hari? Kenapa memilih penggunaan bahasa naskah tersebut?</p>
<p><i>Perpaduan antara keduanya, agar lebih akrab dengan anak</i></p>
<p>3. Kebutuhan naskah dibuat untuk siapa dan apa saja?</p>
<p><i>Host</i></p>
<p>4. Apakah naskah untuk program seperti ini dibuat secara full script atau berupa pointer-pointer saja?</p>
<p><i>Full script</i></p>
<p>5. Apa saja elemen-elemen penting yang akan selalu hadir di setiap naskah pada program ini?</p>
<p><i>Perkenalan - chitchat story dan planting hadiah - tantangan - pemberian hadiah</i></p>
<p>6. Apakah ada perbedaan <i>treatment</i> naskah yang digunakan pada episode seleksi dan kolaborasi dengan episode selebrasi?</p>

Pada tahap seleksi secara script masih banyak memperkenalkan karakter peserta, pada babak kolaborasi secara bahasa script memperkuat karakter dan skill peserta. Pada babak selebrasi bahasa script memperkuat alasan kenapa 10 peserta terpilih menjadi Super 10 Indonesia

C. *Punching Line*

Punching line atau hentakan emosi secara sengaja dimunculkan di dalam naskah pada tiap segmen saat penonton dirasa akan bosan atau jenuh. Hentakan ini bisa berupa dialog komedi, celetukan, pertanyaan, tangisan, atau pantun maupun peribahasa

1. Apakah pada program ini terutama pada episode selebrasi terdapat *punching line*?

Terdapat punchline sedih

2. Jika ada, seperti apa bentuk *punching line* yang digunakan pada episode selebrasi?

Disaat Elliot yang memiliki karakter ceria, tiba-tiba menjadi haru saat ditanya perihal dukungan orangtuanya.

3. Bagaimana cara memprediksi segmen yang dirasa membutuhkan *punching line*?

idealnya, di setiap segmen ada punch line yang disesuaikan dengan kontennya

D. *Gimmick dan Fun fare*

Ada berbagai macam bentuk *gimmick*, di antaranya adalah pergerakan kamera, kelucuan pemain atau *host*, *sound effect*, *backsound*, atau dapat juga dilakukan dengan teknik *editing*. Sedangkan *fun fare* merupakan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan yang dianggap sebagai puncak kemeriahan acara

1. Seperti apa *gimmick* yang dihadirkan di program ini?

Untuk menambah keseruan, sebelum melakukan tantangan biasanya akan dibuat gimmick yang melibatkan juri, misal untuk mencoba skill peserta atau melawan peserta

2. Bagaimana cara menghadirkan *gimmick* tersebut?

Caranya dengan mengenali karakter peserta/juri yang akan dilibatkan dalam gimmick, apakah gimmick tersebut tepat/sesuai atau tidak

3. *Gimmick* apa saja yang diciptakan pada episode selebrasi?

Salah satunya adalah monolog AWIL kendang sebelum masuk ke perform. AWIL dengan karakter lucunya, mampu menampilkan monolog/single show komedi dengan kendangnya.

4. Terdapat *fun fare* di akhir episode selebrasi, bagaimana perencanaan *fun fare* tersebut?

Di puncak acara, ke 10 peserta SUPER10 Indonesia menerima plakat, kemudian Host mempresent ke 10 anak terbaik tersebut dengan ditandai angkat piala dan Giant Convetty.

5. Mengapa <i>fun fare</i> hanya dihadirkan di babak selebrasi?
<i>Karena goals dari program ini adalah mencari 10 anak terbaik di Indonesia. Dan di Babak Selebrasi tersebut baru terpilih ke 10 peserta tersebut.</i>

E. Music dan Fashion
1. Konsep kostum pada episode ini seperti apa?
<i>Pada babak selebrasi, wardrobe berkonsep elegant dan colourful. Untuk peserta lebih menguatkan penggambaran karakter.</i>
2. Mengapa memilih konsep tersebut di episode akhir <i>Super 10 Indonesia</i> ?
<i>Untuk mewakili "kemewahan sebuah perayaan puncak acara"</i>
3. Mohon dapat dijelaskan alasan dipilihnya kostum tiap pengisi acara dan tiap peserta secara detail.
a. <i>Irgi : Konsepnya smart elegant</i>
b. <i>Tara : Elegant & colourful</i>
c. <i>Narji : Elegant & colourful</i>
d. <i>Demian : Karakter Demian</i>
e. <i>Diego : Karakter & colourful</i>
f. <i>Ghanim : Karakter & colourful</i>
g. <i>Kim : Karakter & colourful</i>
h. <i>Elliot : Karakter & colourful</i>
i. <i>Awil : Karakter & colourful</i>
j. <i>Azqy : Tematik Betawi & colourful</i>
k. <i>Bima : Karakter & colourful</i>
l. <i>Kayla : Karakter & colourful</i>
m. <i>Ni Luh : Karakter & colourful</i>
n. <i>Athallah : Tematik japannese</i>
o. <i>Zara Leola : Karakter & colourful</i>

F. Ritme dan Birama
Bagaimanakah tempo, ritme dan birama berjalannya program ini pada episode babak selebrasi? (tangga dramatik, dapat secara keseluruhan maupun per-segmen)
Agar penonton tetap stay dan tidak berpindah channel, penyusunan rundown peserta sangatlah penting. Peserta yang memiliki daya tarik "lebih" ditempatkan pada segmentasi yang berbeda, supaya masing ² segmen memiliki kekuatan.

G. General Rehearsal
1. Seberapa bermanfaatnya <i>rehearsal</i> untuk acara ini?
<i>Sangat penting dan bermanfaat. Untuk mengetahui kemungkinan atau tidak konsep yang dirancang, sehingga jika ada kendala dapat menjalankan Plan B.</i>

2. Pada episode selebrasi, apakah hasil dari GR sesuai dengan yang diharapkan?
<i>90% sesuai</i>
3. Bagaimana proses <i>rehearsal</i> dilakukan pada produksi episode selebrasi?
<i>Selebrasi dilakukan runthrough sesuai dengan segmentasi pada rundown</i>

H. Pertanyaan Tambahan
1. Apa saja yang harus diarahkan ketika memberikan <i>brief</i> kepada pengisi acara
<i>Host: Semua harus dibrief, siapa pesertanya, latar belakang pesertanya (story), flow episodenya, seperti apa challengenya, apa hadiah yang diinginkan, siapa bintang tamu surprise yang diundang</i> <i>Juri: poin utama yang harus mereka tau adalah story peserta dan hadiah apa yang ingin mereka dapet</i>



PERTANYAAN TERKAIT Pengerjaan Skripsi
STRATEGI KREATIF PRODUKSI *SUPER 10 INDONESIA* DI RTV
EPISODE BABAK SELEBRASI

Nama Narasumber Annisa Utami
Umur 35 th
Jabatan dalam program Produser
Tanggal Wawancara 27 Juli 2020 dan 08 Januari 2021

I. Pencarian Ide	
1. Bagaimana proses pencarian ide untuk episode selebrasi?	<i>Diawali dengan brainstorming dengan melihat kelebihan dan keahlian dari para peserta, kira-kira talenta mana yang bisa digarap menjadi show yang menarik melalui tantangan yang disuguhkan</i>
2. <i>Super 10 Indonesia</i> ini memiliki konsep seperti apa?	<i>Super 10 Indonesia merupakan sebuah tayangan variety show yang basis nya adalah talentsearch, namun di Super 10 Indonesia, messagenya adalah perjuangan dan persistence maka tidak dimasukkan kedalam kategori talentsearch karena tidak ada adu bakat dalam programnya, yang dilihat adalah elemen kepercayaan diri, keunikan bakat dan alasan para peserta dalam menjalani dan mendalami keahliannya, dan kegigihan peserta saat menjalankan tantangan.</i>
3. Dalam proses eksekusi konsep, apakah konsep yang diinginkan dapat terwujud sesuai rencana?	<i>Sejauh ini selalu terwujud sesuai rencana, penyebab tidak maksimal terlaksananya konsep lebih diakibatkan oleh keahlian si peserta</i>
4. Mengapa diantara banyaknya program <i>talent search</i> , <i>Super 10 Thailand</i> terpilih untuk diproduksi versi Indonesianya?	<i>Pesan dibalik pertunjukan bakatnya yang diharapkan bisa menjadi inspirasi bagi anak-anak Indonesia yang menonton</i>
5. Apa saja pertimbangan dalam pembelian format program <i>Super 10 Thailand</i> ?	<i>Ini mungkin bisa ditanyain sama mas widi atau programming karena ini desicionmakernya bukan gw tapi mereka</i>

J. Target Penonton	
Klasifikasi target penonton ada tiga, yaitu usia, jenis kelamin, dan status sosial.	
1. Siapa target penonton penonton dari ketiga klasifikasi target penonton?	<i>Usia : 10 – 45 Jenis Kelamin : Male Female Status Sosial : All parts</i>
2. Mengapa menargetkan penonton dengan klasifikasi tersebut?	<i>Family dan karena program ini cocok dan baik ditonton oleh semua</i>

<i>umur</i>
3. Bagaimana proses penentuan target penonton?
<i>Berdasarkan program yang dibuat</i>
4. Apakah posisi program yang berada diantara program zona ceria berpengaruh pada target penonton yang ingin dicapai?
<i>Jelas bersinggungan, karena pada dasarnya ada di RTV ya semuanya target penonton dan khalayaknya sama</i>

K. Clip Hanger/Hooker
1. Hooker pada program ini biasanya berisi adegan apa?
<ul style="list-style-type: none"> - Part menegangkan dari challenge - Part sedih dari cerita peserta - Part penentuan lolos atau tidak
2. Bagaimana menghadirkan hooker? Apakah diciptakan ketika proses penyuntingan atau terdapat clip hanger lain yang diciptakan melalui gimmick ketika proses produksi berlangsung?
<i>Diciptakan saat shooting, namun di pertajam saat proses post pro</i>
3. Mengapa pada episode selebrasi tidak terdapat hooker apapun di tiap akhir segmen?
<i>Pertimbangannya karena bukan sedang melakukan tantangan, hanya merupakan sebuah pertunjukkan yang menyuguhkan sisi lain dari para peserta yang juga menjadi pertimbangan penilaian para juri</i>

L. Opening Tune and Bumper
1. Bagaimana proses penciptaan opening tune pada program ini?
<i>Openingtune itu dilakukan oleh pihak Thailand, karena ini adalah program beli, pattern seperti tuneopening merupakan prerogatifnya mereka, monggo di tanyain ke phi sub hahahaha</i>
2. Bagaimana konsep penggunaan opening tune dan bumper Super 10 Indonesia?
<i>Digunakan sebagai pembuka</i>
3. Seberapa penting peran opening tune disini?
<i>Sangat penting, merupakan identitas</i>

M. Penataan Artistik
1. Bagaimana proses pembuatan set dan penataan artistiknya?
<i>Pattern bentuk dan warna dilakukan sesuai dengan pattern yang sudah di tentukan oleh pihak Thailand, again karena ini program beli yaa...</i>
2. Apakah penataan artistik pada Super 10 Indonesia memiliki perbedaan dengan Super 10 Thailand atau memang dibuat semirip mungkin dengan program tersebut?
<i>Dibuat mirip karena harus mirip, aturannya begitu</i>
3. Pada episode selebrasi apakah ada penataan artistik yang memang

<p>khusus dibuat untuk episode tersebut? jika ada berupa apa dan bagaimana proses hingga menjadi penataan akhir?</p>
<p><i>Hanya berupa treatment lighting saja berubah mood warna</i></p>

<p>N. Music dan Fashion</p>
<p>1. Bagaimana proses pemilihan musik untuk menjadi penunjang peforma/penunjang tayangan program ini?</p>
<p><i>Disesuaikan dengan tense yang dibutuhkan, untuk wardrobe arah looknya grande dan elegan karena ini tayangan primetime dan show yang diharapkan memiliki look yang grand</i></p>
<p>2. Pada episode selebrasi, terdapat beberapa lagu yang digunakan oleh peserta. Mengapa memilih lagu-lagu tersebut dan apa pertimbangannya?</p>
<p><i>Lagu yang dipilih memiliki tema yang masih relate dengan anak-anak dan keluarga, selain itu pemilihannya ditentukan berdasarkan kesulitan yang akan bisa semakin menonjolkan kapabilitas talenta si peserta</i></p>
<p>3. Bagaimana peran musik dalam menunjang penampilan peserta di episode babak selebrasi?</p>
<p><i>Sangat penting untuk menyelaraskan mood tayangan menjadi semakin megah dan meriah</i></p>

<p>4. Logo dan Music Track</p>
<p>1. Bagaimana makna logo dan music track pada program ini menurut anda?</p>
<p><i>?? ga paham logo dan music track yang mana?</i></p>

<p>5. Editing</p>
<p>1. Berapa lama proses penyuntingan untuk satu episode berlangsung?</p>
<p><i>1 hari selama 4 shift</i></p>
<p>2. Bagaimana proses penyuntingan video dari setelah produksi hingga siap untuk ditayangkan?</p>
<p><i>Tahapannya :</i> <i>Offline yaitu menyelaraskan gambar dan suara</i> <i>Online yaitu masuk di tahap proses penyuntingan kesalahan berbicara, memasukkan audio pendukung seperti sfx atau backsound dan menempel OBB serta template</i></p>
<p>3. Apa saja detail-detail penting dalam penyuntingan program Super 10 Indonesia?</p>
<p><i>OBB, musik latar, template, memasukkan item shooting diluar studio</i></p>

PERTANYAAN TERKAIT Pengerjaan Skripsi
STRATEGI KREATIF PRODUKSI *SUPER 10 INDONESIA* DI RTV
EPISODE BABAK SELEBRASI

Nama Narasumber Dian Kurniati
Umur 36
Jabatan dalam program Produser
Tanggal Wawancara 30 Juli dan 3 September 2020

6. Penyediaan dan Estimasi Dana
1. Darimana sumber pendanaan dan diatur oleh siapa pendanaan tersebut? <i>Sumber dana di awal dari manajemen krn belum ada sponsor masuk. Mengenai pendanaan atau budget ditentukan GM berapa yg harus kita keluarkan lalu produser mengatur utk keperluan apa saja</i>
2. Saat melakukan perincian estimasi dana, kira-kira estimasi tersebut untuk berapa lama? Apakah untuk satu kali produksi atau satu musim tayang? <i>Biasanya pembuatan budget dibuat berdasarkan session, nah s10 satu session ada 26 episode</i>
3. Mohon dijelaskan estimasi dana digunakan untuk keperluan apa saja secara garis besar. <i>Budget besar pada honor artis dan biaya set</i>
4. Estimasi dana untuk per episodenya apakah sama rata? <i>Tiap episode harus sama jumlahnya, jika beda akan ditanyakan oleh direksi knp beda.</i>
5. Berapa persen dari total estimasi dana untuk satu episode selebrasi? <i>Email</i>

7. Teknik Produksi
1. <i>Super 10 Indonesia</i> melakukan berapa kali proses produksi? <i>Email</i>
2. Mengapa produksi <i>taping</i> lebih dipilih untuk program ini? <i>Tidak memungkinkan produksi live krn alasan teknis, efisien waktu dan referensi program asalnya yg jg melakukan taping (1 tantangan bisa dilakukan sampai 2 jam per peserta)</i>
3. Bagaimana proses penyesuaian jadwal pengisi acara (bintang tamu dan peserta) program ini? <i>Pertama dicek jadwal anaknya lalu cek artis yg akan diundang. Lalu dicocokkan tgl yg sekiranya bisa taping</i>

8. Pemilihan Lokasi
1. Bagaimana menentukan lokasi syuting untuk <i>VT challenge</i> ? <i>Penentuan lokasi outdoor yang bisa mensupport kebutuhan challenge</i>

<i>dan pastinya bisa barter</i>
2. Bagaimana proses penyediaan lokasi tersebut?
<i>Kita lakukan challenge di outdoor itu perjanjian sama management lokasinya kapan kita bisa bebas pakai, dan biasanya kita diluar jam pengunjung. Ada beberapa tempat yang harus sewa dan ada juga yang barter. Contoh yang barter itu di Monas, free. Kalo yang bayar itu di sirkuit sentul, bayar 5juta.</i>

9. Format Acara
1. <i>Super 10 Indonesia</i> ini memiliki format program yang seperti apa?
Format talent search
2. Apa perbedaan <i>Super 10 Indonesia</i> dengan program kompetisi bakat anak yang pernah diproduksi oleh stasiun televisi lain?
<i>Sangat berbeda, karena pada program ini ada berbagaimacam bakat anak tidak hanya 1 bakat saja</i>
3. Dengan membeli format program <i>Super 10 Indonesia</i> , apakah program ini dibuat semirip mungkin dengan <i>Super 10 Thailand</i> ?
<i>Tidak semuanya mirip karna kita sesuaikan dengan pemirsa indonesia</i>

10. Interactive Program
1. Bagaimana program ini berinteraksi dengan penonton?
.....
2. Apakah program ini melakukan promosi dengan kuis interaktif? Jika iya bagaimana teknis pelaksanaannya dan melalui media apa saja?
.....
3. Mengapa interaksi dengan penonton diperlukan bagi program ini?
.....
4. Apakah hal ini cukup membantu promosi program <i>Super 10 Indonesia</i> agar lebih banyak ditonton oleh khalayak?
<i>Program Super 10 melakukan promo melalui promo on air dan sosmed</i>

11. Pengambilan Gambar
1. Berapa jumlah kamera yang digunakan pada produksi program ini? Apakah dengan jumlah kamera tersebut bisa meng-cover <i>angle-angle</i> yang diperlukan?
<i>7 dan sudah bisa mengcover angle2 tsb</i>
2. Apakah terdapat <i>shot-shot</i> khusus yang diperlukan? (contohnya <i>shot</i> permintaan dari sponsor)
<i>Shot-shot khusus biasanya berupa shot detail tantangan peserta berhasil atau tidak.</i>

12. Evaluasi
1. Apa saja aspek yang perlu dievaluasi setelah dilakukannya produksi? <i>Shot2 yg masih kurang</i> <i>Proses editing kurang maks di penayangan 3 episode awal</i>
2. Bagaimana proses evaluasi berjalan? <i>Eval bisa di akomodir dan selanjutnya sudah sesuai dengan apa yang diinginkan</i>
3. Siapa saja yang melakukan evaluasi? <i>Manager ep produser pd editor</i>
4. Biasanya, bagaimana proses pengaplikasian hasil evaluasi dilakukan dan apa hasil evaluasi tersebut banyak berpengaruh pada kinerja/hasil produksi di kemudian hari?

13. Pertanyaan Tambahan
1. Bagaimana proses <i>set up</i> panggung? Apa saja yang harus ditata dan berapa lama prosesnya? <i>Set up panggung, set up lighting, set up audio lalu set up video system.</i> <i>Dilakukan selama 5 hari.</i>

