

**STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM  
*JEJAK ANAK NEGERI* EPISODE NAPAK PERTIWI  
DI TRANS7 DALAM MENGEMAS KONTEN BUDAYA**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**



**OLEH**

**IKA NURYAH SEPTIANA**

**NIM 17148104**

**PROGRAM STUDI FILM DAN TELEVISI**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN**

**INSTITUT SENI INDONESIA**

**SURAKARTA**

**2022**

**STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM  
*JEJAK ANAK NEGERI* EPISODE NAPAK PERTIWI  
DI TRANS7 DALAM MENGEMAS KONTEN BUDAYA**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

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



**OLEH**

**IKA NURYAH SEPTIANA**

**NIM 17148104**

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

**2022**

**PENGESAHAN**  
**TUGAS AKHIR SKRIPSI**  
**STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM**  
***JEJAK ANAK NEGERI* EPISODE NAPAK PERTIWI DI TRANS7**  
**DALAM MENGEMAS KONTEN BUDAYA**

Oleh  
**IKA NURYAH SEPTIANA**

**NIM. 17148104**

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji  
pada tanggal 12 Januari 2023

Tim Penguji

Ketua Penguji : Sapto Hudoyo, S.Sn., M.A.  
Penguji Bidang : Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A.  
Pembimbing : I Putu Suhada Agung, S.T., M.Eng.


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

Surakarta, 24 Januari 2023

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

  
Dr. Anic Boikmaji, S.Pd., M.Hum.  
NIP. 195312005012003

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Nuryah Septiana

NIM : 17148104

Program Studi : Film dan Televisi

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (Skripsi) berjudul: **Strategi Kreatif Produser Program Jejak Anak Negeri Episode Napak Pertiwi di TRANS7 Dalam Mengemas Konten Budaya** 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 dicetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penelitian karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 24 Januari 2022

Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah postage stamp is shown with a signature written over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI JEMBEL', and the serial number '85E2DAKX131563WZ'.

Ika Nuryah Septiana  
NIM. 17148104

## **MOTTO**

Tulislah apa yang kamu ketahui, kerjakan apa yang kamu ketahui, dan perbanyaklah pengetahuanmu.



## **PERSEMBAHAN**

Teruntuk:

Bapak Drajat Pujonarko

Ibu Nyanem

Adik Kandung Priyo Dwi Ratmoko

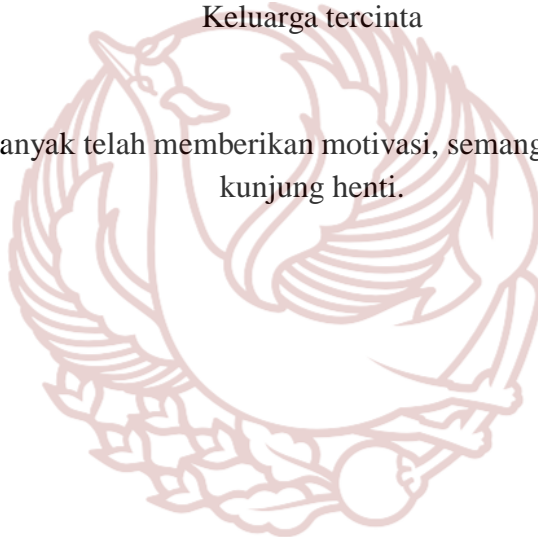
Kakak Perempuan Sumirah

Saudari Umi Mustavidah

Saudari Fitri Wulandari

Keluarga tercinta

Terimakasih banyak telah memberikan motivasi, semangat serta doa yang tak kunjung henti.



## ABSTRAK

### **STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM JEJAK ANAK NEGERI EPISODE NAPAK PERTIWI DI TRANS7 DALAM MENGEMAS KONTEN BUDAYA (Ika Nuryah Septiana, 17148104) Skripsi S-1 Program Studi Film Dan Televisi, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain Intitut Seni Indonesia Surakarta.**

Penelitian ini membahas mengenai strategi kreatif yang diterapkan produser dalam mengemas konten budaya pada program *Jejak Anak Negeri* episode Napak Pertiwi di TRANS7. Episode ini dipilih lantaran merupakan episode dengan *rating and share* tertinggi program *Jejak Anak Negeri* tahun 2020, yakni dengan TVR 1,2 dan TVS 10,1. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data melalui wawancara bersama produser dan asisten produser sekaligus melakukan observasi melalui *copy* tayang yang ada pada kanal *youtube* serta media sosial *Jejak Anak Negeri*. Strategi kreatif yang diterapkan produser dalam mengemas konten budaya meliputi: materi yang memuat tujuh unsur kebudayaan, menerapkan bahasa tradisional dalam mengemas sistem bahasa, memanfaatkan *gimmick and funfare* guna mengemas sistem kekerabatan dan sosial, memanfaatkan penataan artistik serta *music and fashion* untuk mengemas sistem peralatan hidup dan teknologi, mempertimbangkan target pemirsa, format acara, *tune and bumper*, ritme dan birama acara, logo dan *music track id tune*, dan *interactive program*. Namun, pada program ini belum menerapkan *punching line* dan *general rehearsal*. Strategi yang sudah disebutkan saling berkaitan satu sama lain guna menciptakan sebuah tayangan konten budaya yang banyak disaksikan pemirsa.

**Kata kunci:** Strategi kreatif produser, unsur kebudayaan, *Jejak Anak Negeri*

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat rahmat dan karunianya yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Kreatif Produser Program *Jejak Anak Negeri* Episode Napak Pertiwi di TRANS7 dalam Mengemas Konten Budaya. Hal ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Film dan Televisi, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari awal pengajuan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Putu Suhada Agung, S.T.,M.Eng selaku Dosen Pembimbing Skripsi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan arahan, masukan, dan saran selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Citra Dewi Utami, S.Sn., M.A. selaku Dosen Penguji Bidang Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan pengarahan, masukan dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Sapto Hudoyo, S.Sn., M.A. selaku dosen Penguji Utama Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan saran selama proses penyusunan tugas akhir skripsi.
4. Seluruh Dosen Program Studi Film dan Televisi yang telah membagikan ilmunya selama masa perkuliahan di Institut Seni Indonesia Surakarta.



5. Bapak Hadi Sasongko dan Cecep Yanwar selaku produser dan asisten produser program *Jejak Anak Negeri* yang telah membantu dalam mendapatkan data penelitian.
6. Bapak Heri Irfani selaku reporter program *Jejak Anak Negeri* yang telah membantu proses perijinan penelitian.
7. Bapak Drajat Pujonarko dan Ibu Nyanem selaku orang tua yang selalu senantiasa mendukung, memfasilitasi, memercayai semua pilihan anaknya yang dinilai terbaik.
8. Teman-teman Program Studi Film dan Televisi angkatan 2017 yang saling memberi semangat serta tempat berdiskusi selama masa perkuliahan hingga proses Tugas Akhir Skripsi.
9. Ryan Kurnia Aji S.Sn. yang telah memberikan *support* secara moral.
10. Sekumpulan anak bulu, yakni Dora, Dochi, Dona, Doru, Domu, Dominique, dan Doopa. Peran kalian sangat penting bagi kesehatan mental penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan keberkahan yang melimpah atas segala bentuk bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dari berbagai kalangan.

Surakarta, Januari 2023

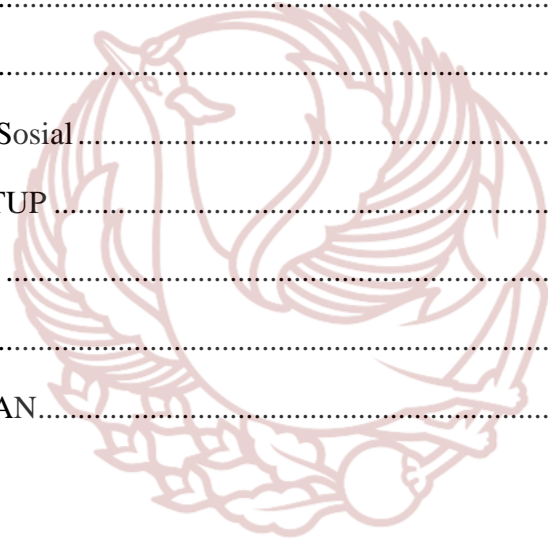
Penulis

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN .....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Kerangka Konseptual .....	7
1. Strategi Kreatif .....	7
2. Produser.....	11
3. Program Acara <i>Magazine</i> .....	12
4. Kebudayaan .....	12
G. Metodologi Penelitian.....	15
1. Jenis Penelitian .....	15
2. Objek Penelitian .....	16
3. Sumber Data .....	17

4. Pengumpulan Data.....	18
5. Teknik Pengambilan Sampel.....	19
6. Analisis Data .....	19
H. Sistematika Penelitian .....	22
<b>BAB II PROGRAM JEJAK ANAK NEGERI EPISODE NAPAK PERTIWI DI</b>	
<b>TRANS7.....</b>	<b>24</b>
A. Format Program Jejak Anak Negeri.....	24
B. Deskripsi Program <i>Jejak Anak Negeri</i> Episode Napak Pertiwi .....	24
1. Segmen 1 .....	25
2. Segmen 2 .....	27
3. Segmen 3 .....	30
C. Pengisi Acara .....	30
D. Tata Suara .....	31
E. Tata Kamera.....	32
F. Kerabat Kerja Program Jejak Anak Negeri.....	34
G. Unsur Kebudayaan.....	34
<b>BAB III STRATEGI KREATIF PRODUSER PROGRAM JEJAK ANAK</b>	
<b>NEGERI EPISODE NAPAK PERTIWI DALAM MENGEMAS KONTEN</b>	
<b>BUDAYA.....</b>	<b>40</b>
A. Pencarian Ide.....	40
B. Metode Produksi .....	42
C. Target Pemirsa .....	44
D. Jam Tayang .....	45
E. Bahasa Naskah .....	46
F. Format Acara.....	51
G. Punching Line .....	52

H. <i>Gimmick and Funfare</i> .....	54
I. <i>Clip Hanger</i> .....	55
J. <i>Tune and Bumper</i> .....	56
K. Penataan Artistik .....	58
L. Music and Fashion .....	61
M. Ritme dan Birama Acara.....	65
N. Logo dan Musik <i>Track</i> untuk <i>ID Tune</i> .....	66
O. <i>General Rehearsal</i> .....	67
P. Interactive Program.....	68
Q. Promosi .....	69
1. Iklan.....	70
2. Media Sosial.....	70
BAB IV PENUTUP .....	72
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	75
DAFTAR ACUAN.....	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gambar Alur Pikir Penelitian.....	15
Gambar 2. Triangulasi Pengumpulan Data.....	22
Gambar 3. Kemeriahan Tradisi Napak Pertiwi di Daerah Bali .....	25
Gambar 4. Ayam Betutu sebagai kuliner khas Bali .....	27
Gambar 5. Tampilan dari sayur plecting gondadan sambal bongkot .....	27
Gambar 6. Tradisi Sapi Gerumbungan .....	28
Gambar 7. Olahan Pesan Telangis dari Ampas Proses Pembuatan Minyak Kelapa.....	29
Gambar 8. Olahan Sayur Jukut Buangit .....	29
Gambar 9. Anak-anak sedang melakukan replika adegan masyarakat Bali zaman dahulu .....	54
Gambar 10. Anak-anak sedang melakukan adegan bermain katapel .....	55
Gambar 11. Cuplikan video bumper program Jejak Anak Negeri .....	57
Gambar 12. Tampilan pakaian tradisional Bali .....	63
Gambar 13. Tata busana peran pendukung pada saat menikmati ayam betutu .....	63
Gambar 14. Tata busana peran pendukung pada saat proses pembuatan jukut buangit ....	64
Gambar 15. Tata busana pembawa acara pada saat melakukan tradisi Sapi Gerumbungan .....	65
Gambar 16. Tata busana pembawa acara pada saat melakukan latihan Tari Barong Ket.	65
Gambar 17. Logo program Jejak Anak Negeri.....	67
Gambar 18. Akun instagram Jejak Anak Negeri .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Beberapa jenis shot pada program "Jejak Anak Negeri" .....	32
Tabel 2. Unsur-unsur kebudayaan pada program Jejak Anak Negeri eps. Napak Pertiwi	34
Tabel 3. Naskah program Jejak Anak Negeri eps. Napak Pertiwi segmen 1 .....	47
Tabel 4. Tata artistik program Jejak Anak Negeri eps. Napak Pertiwi .....	59
Tabel 5. Properti pendukung program Jejak Anak Negeri eps. Napak Pertiwi .....	60



## DAFTARACUAN

### **Buku:**

Djam'an Satori & Aan Komariah. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

H.B. Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Naratama. 2013. *Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single Dan Multicamera*. Jakarta: PT Grasindo

Rusman Latief & Yusiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Nondrama*. Jakarta: Prenadamedia Group

Siany L dan Atiek Catur B. 2009. *Khazanah Antropologi I*. Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional

### **Skripsi dan Jurnal:**

Nurdien Harry Kistanto. 2017. *Tentang Konsep Kebudayaan*. Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan, (Online), Vol. 10, No. 02, (<https://doi.org/10.14710/sabda.10.2.%p>)

Qori Rachmawati Dewi. 2018. *Strategi Kreatif Produser Program Jejak Petualang Di TRANS7 Dalam Mengemas Konten Budaya Indonesia*. Pantarei, (Online), Vol. 03, No.03, (<https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/301>)

Sri Cahyani Putri Purwaningsih. 2018. *Strategi Kreatif Produser Program Acara Wedang Ronde Sebagai Program Unggulan Di ADiTV Yogyakarta*. Jurusan Seni

Media Rekam. Program Studi i Film dan Televisi. Fakultas Seni Rupa dan Desain.  
ISI Surakarta

Wahyu Satrio Pambuko. 2017. Analisis Sajian Program Acara *My Trip My Adventure* Episode Ulang Tahun Kedua Dari Segi Strategi Kreatif. Jurusan Seni Media Rekam. Program Studi Film dan Televisi. Fakultas Seni Rupa dan Desain.  
ISI Surakarta

**Daftar Narasumber:**

Hadi Sasongko, Produser Program *Jejak Anak Negeri*, Jakarta.

Cecep Yanwar, Asisten Produser Program *Jejak Anak Negeri*, Jakarta.





## TRANSKRIP WAWANCARA PRODUSER

Nama : Hadi Sasongko

Tanggal : 7 Juli 2021

1. Bagaimana ide awal pembuatan program *Jejak Anak Negeri*?

**Jawab:** Kalau jejak ini kita kan ada banyak program yang menggunakan nama “jejak”. *Jejak Petualang*, *Jejak Si Gundul*, Kemudian ada walaupun nggak jejak ada *Si Bolang* gitu kan. Itu kan kurang lebih ada berbagai macam program yang dia itu semi *adventure*, semi *culture* yang bener-bener nyari ke pelosok masyarakat gitu kan, cuma dengan segmentasi yang berbeda. Kalau *Jejak Petualang* itu jelas itu lebih ke petualangannya dengan cewek sebagai host nya jadi kan karakternya dah kebentuk. Kemudian ada *Jejak Si Gundul* yang lebih dewasa sasarannya terutama untuk ibu-ibu makanya karakter gundulnya dibuat kaya gitu. Dulu kan gundul sebenarnya petualangan juga kan. Cuma karena penontonnya lebih banyak yang ibu-ibu beralihlah item-itemnya. Kemudian ada *Si Bolang* yang kurang lebih sebenarnya kan ada beberapa materi yang beririsan. Dia itu akhirnya kan khusus anak-anak gitu. Nah, ada satu nih yang kurang yang kira-kira diantara semua itu, ini kan berebeda banget gundul untuk yang ibu-ibu tua, Kemudian *Jejak Petualang* rata-rata itu penggemarnya laki-laki muda trus Kemudian bolang anak-anak. Nah yang beririsan diantara semua itu kurang nih, ada satu yang kurang. Makanya, *Jejak Anak Negeri* ditengah-tengah itu semua, yang biar segmentasinya lebih ter-cover kali ya. Kalau *Jejak Anak Negeri* kan segmentasinya terlalu ibu-ibu juga ngga, terlalu dewasa juga engga, terlalu wanita juga engga. Jadi, percampuran dari semua itu yang ga bisa kejarin semua program yang “jejak jejak” itu kita ambil lah di *Jejak Anak Negeri*. Kurang lebih gitu. Trus diantara semua program itu ga ada yang secara spesifik bener-bener ngangkat budaya atau adat. Nah sedangkan konsentrasi kita di *Jejak Anak Negeri* itu mau mengangkat itu. Itu yang jadi poin penting kita gitu kan. Yang jadi bener-bener, kalo kita nyari apa itu yang kita ambil

dulu kalau kita ke daerah mana adat dan istiadat, Kemudian budaya terus yang berhubungan dengan kaya gitu, lokalitas. Itu yang kita angkat dulu. Sedangkan kalau *Jejak Petualang* kan nggak terlalu, maksudnya nggak mungkin dia tiba-tiba ikut slametan gitu kan, ga mungkin gundul tiba-tiba ikut kenduren. Kalau misalkan mereka lebih ke aktivitasnya nilai budayanya itu hanya sebagai sisipan informasi tambahan lebih. Nah kalo kita, budayanya justru jadi dagingnya.

2. Apa alasan memberikan nama “Jejak Anak Negeri” sebagai judul program?

**Jawab:** Penggunaan kata “jejak” karena tidak terfokus di satu daerah. Focus kita sampai ke pelosok daerah. Karena konsepnya memang perjalanan. Kalo anak negeri sih karena *basic*-nya kita tiap daerah benar-benar menunjukkan lokalitasnya. Kalo *Jejak Si Gundul* konsentrasi ke gundulnya kan ada sosoknya. *Jejak Petualang* memang petualangannya yg di tonjolkan. Tetapi kalo *Jejak Anak Negeri* lokalitasnya, makanya khas nya kita di program JAN kalau kita ke daerah Solo kita mencari *host* di sekitar Solo paling tidak yang logatnya mirip-mirip Kemudian menguasai kebudayaan daerah tersebut termasuk itemnya juga. Mencari orang yang seenggaknya kalo misalkan ngomong sama warga di sana bisa nyambung pake bahasa yg ada di sana. Berkeliling ke pelosok negeri. Niatnya sih ingin meng-*cover* seluruh kebudayaan yang ada di negeri ini.

3. Bagaimana metode produksi pada program *Jejak Anak Negeri*?

**Jawab:** Kita tapping, biasanya kalo liputan itu kurang lebih 12 hari untuk tiga episode.

4. Pembagian segmen pada program *Jejak Anak Negeri* seperti apa?

**Jawab:** Segmen pertama dibuka dengan ritual adat yang besar Kemudian disambungin dengan kuliner yang berkaitan dengan ritual atau adat itu. Jadi, misalkan acara gunungan kita bikin tumpeng itu. Segmen dua juga kurang lebih kaya gitu. Jadi, ada satu adat istiadat lain ada ritual lain ada acara adat lain yang

Kemudian disambungkan dengan dua jenis kuliner biasanya kuliner yang berat apa yang ringan seperti apa. Nanti di segmen tiga biasanya agak tipis itu diisi dengan aktivitas yang seru, entah itu permainan tradisional yang melibatkan anak-anak main-main yang seru-seru atau biasanya kadang kesenian tetapi kesenian yang seru, biasanya gitu. Jadi ada adat atau aktivitas Kemudian ada olahan makanan yang berhubungan dengan adat atau aktivitas itu. Kemudian di segmen tiga yang tipis itu biasanya ada permainan atau kesenian tradisional.

5. Apa yang membedakan program *Jejak Anak Negeri* dengan program lainnya?

**Jawab:** Program kita lebih spesifik mengangkat tentang budaya dan adat istiadat gitu. Kalo di kita itu memang jadi daginya. Jadi, yang kita jual itu bagaimana ritualnya, bagaimana doa-doa masyarakat tertentu, misalkan kita kan di Indonesia banyak banget ritual yang berkaitan mulai dari bayi lahir, dia tumbuh dewasa bahkan meninggal itu pasti selalu ada. Nah dimasing-masih daerah pasti punya ciri khas masing-masing. Entah dipengaruhi oleh budaya atau pun dipengaruhi oleh agama. Nah, itu kan yang menjadi daging kita. Program lain ga ada. Termasuk yang berbau-bau manusia, blm yang berhubungan manusia dan hewan. Kaya di Jawa Timur ada selamatan sapi yang istilahnya karena beberapa daerah di Jawa Timur menjadikan sapi sebagai tabungan. Jadi, ada yang berkaitan dengan tanaman juga. Disekililing itu banyak sekali ritual di Indonesia dan belum ada program di TRANS 7 yang mengangkat tentang itu.

6. Apa yang dilakukan produser saat melakukan riset data?

**Jawab:** Untuk pencarian item ada banyak cara. Salah satunya adalah kalender tahunan. Di daerah mana biasanya ada festival apa, ada yang berkaitan dengan budaya ngga. Oh oke ada kita list. Jadi, masing-masing daerah punya kalender festival, kalender acara. Kita list semua tuh. Kita rekap. Ada beberapa daerah yang ini yang kadang-kadang memang pasti selalu ada dan tepat itu biasanya kaya di Banyuwangi. Banyuwangi beberapa tahun terakhir ini tuh dia tertib.

Dan setiap bulan itu ada acara yang berkaitan dengan budaya lah pokoknya yang menghidupkan kegiatan di Banyuwangi. Tuh biasanya kalau di konfirmasi ke dinas terkait biasanya benar. Tetapi, ada banyak daerah yang ya itu kalender hanya sekedar rencana pada pelaksanaannya banyak yang ngga sesuai itu yang ya ya udah lah kalau bisa kita konfirmasi lebih lanjut bisa kalau engga ya udah kita cari alternatif lain. Jadi, kita udah kaya semacam niteni daerah mana yang biasanya ngadain acara. Trus ke dua, kita kan punya fixer itu. Fixer kan bisa siapa pun karena fixer kan bukan jabatan resmi ya, bukan jabatan formal itu hanya warga lokal yang kita perbantukan untuk cari informasi. Cuma karena Trans 7 sering banget keluar kota sering ke daerah situ akhirnya orang itu terbiasa kalau Trans 7 dateng. Cuman kan ada banyak daerah yang ngga punya fixer gitu kan, ya kita cari sumber lain kita cari kenalan, kita telfon sana benar ngga disini ada ini. Trus ini selain kalender acara, fixer Kemudian kita pahami pola musim. Biasanya kalau di daerah-daerah timur, musim laut musim apa itu sangat penting untuk acara ritual. Misalkan di daerah pulau sekitar Sulawesi Timur kesana itu kalau air surut biasanya ada ritual ini biasanya mencari ikannya di tepi pantai kan kadang-kadang cuma 20 m kalau di daerah umum nah kalau di sana kalau airnya lagi surut bisa berjalan samapi 1km karena sangat dangkal. Nah, itu ikan-ikan banyak kejawab di situ. Jadi, kebiasaan-kebiasaan yang udah kita tahu itu kita perhatikan. Browsing pasti sih untuk suatu daerah yang kita awam banget ya internet sangat membantu.

7. Siapa saja target pemirsa program *Jejak Anak Negeri*?

**Jawab:** Ini dari data AC Nielsen. Program *Jejak Anak Negeri* kan agak-agak dinamis. Kalau dulu sasaran kita itu agak ya orang-orang cenderung dewasa sih ya. Jadi, bisa 30 tahun ke atas karena balik lagi item yang kita pilih itu kan rata-rata ritual, adat. Jadi, kan kalau anak muda ngga terlalu *care* untuk urusan kaya gitu. Itu jadi program-program lain lah yang lebih kekinian. Kita nariknya kesitu makanya banyak acara ritual, makanan yang kita cari juga makanan tradisional yang punya sejarah lebih gitu kan. Rata-rata sih dewasa. Kalau jenis

kelaminnya bisa laki-laki dan perempuan karena menyeluruh. Biasanya strateginya gini, kalau di *week* ini atau bulan ini tiba-tiba penonton *female*-nya turun ya udah kita bisa *upgrade* ke penonton mana yang lebih kuat. Penonton malenya lebih kuat justru kita kuatin yang lagi kuat. Aktivitas kalau misalkan ternyata penonton banyak yang *male* berarti banyakin aktivitas yang *manly* yang mungkin nyari kuliner yang lebih ekstrim yang mungkin panjat-panjat pohon yang sampai aktivitas yang berat gitu lah. Kalau missal penonton ternyata banyak yang *female* yang tinggal banyakin makanan yang warna-warni, masak yang lucu-lucu itu yang lebih menarik. Kalau dari segi ekonomi sih ini hampir merata ya. Sasarannya menengah, karena kalau masyarakat perkotaan mungkin masyarakat yang terlalu tinggi kelasnya nggak terlalu nonton yang kaya gitu lagi. Menengah untuk kelas ekonomi. Kalau umur sih dewasa ke atas 25-30 keatas makanya kita *look*-nya lebih ke cowok-cowok yang lebih disukai ibu-ibu. Jadi ibu-ibu masuk bapak-bapak juga masih masuk dari segi aktivitasnya.

8. Musik yang digunakan program *Jejak Anak Negeri* seperti apa?

**Jawab:** Musik kita menyesuaikan ya. Karena kan ga mungkin ketika kita *ngeshoot* orang berdoa musiknya ceria. Untuk musik kita juga ada yang bikin sendiri, ada juga yang beli. Kita juga pake musik-musik tradisional untuk menguatkan unsur budayanya.

9. Seperti apa konsep *fashion* yang digunakan pada program *Jejak Anak Negeri*?

**Jawab:** Biasanya kita punya ciri khas dari iket kepalanya dari daerah masing-masing. Hal tersebut karena lebih *casual* dan lebih enak dilihat. Pakaian flanel itu terkesan lebih modis dan terlihat lebih sopan. Meskipun kita membahas tentang tradisi tetetapi kita juga ingin menampilkan tampilan yang modis

10. Bagaimana strategi promosi yang diterapkan produser?

**Jawab:** ya kita lewat iklan sama media sosial aja sih

## TRANSKRIP WAWANCARA PRODUSER

Nama : Cecep Yanwar

Metode wawancara : Dilakukan secara bertahap melalui pesan singkat

1. Bagaimana metode produksi program *Jejak Anak Negeri*?

**Jawab:** Kurang lebih sih kalau sekarang berjalan kita trip 12 hari mengerjakan tiga episode. Dulu sempat dengan tiga episode asalkan masih satu daerah hostnya bisa satu aja. Jadi, satu untuk tiga episode. Nah, kalau sekarang mulai agak dipecah-pecah karena kita menghindari kebosanan. Balik lagi karena ciri khasnya *Jejak Anak Negeri* kan bukan *host* yang tetap ya. Tetapi dengan berbagai macam *host* di berbagai daerah. Jadi, kita berangkat 12 hari Kemudian untuk mengerjakan tiga episode berarti kan kalau kepotong hari pertama dan terakhir untuk perjalanan berangkat dan pulang itu kan tinggal 10 hari. Biasanya satu episode itu dikerjakan dalam tiga hari biasanya. Tiga hari satu episode tiga segmen kan sekitar 30 menit *body*-nya ya kalau misalkan durasinya 45. Nah, kalau yang durasi sejam berarti *body* tayangannya sekitar 45 menit tetep dikerjakan dalam tiga hari. Jadi, sehari bisa sekitar dua sampai tiga item liputan kurang lebih gitu.

2. Apakah pada tahap praproduksi program *Jejak Anak Negeri* terdapat skenario?

**Jawab:** Di *Jejak Anak Negeri* ga ada skenario, jadi cuma pake hasil *pitching* buat pegangan pas di lapangan. Jadi ada *meeting* sebelum liputan, semacam susunan buat liputan.

3. Penentuan jam tayang program *Jejak Anak Negeri* seperti apa?

**Jawab:** Untuk jadwal penayangannya itu yang mengatur atasan ya. Karena rating program ini ga terlalu tinggi banget ga jelek banget juga jadi penayangannya dua kali dalam seminggu. Jadi, mungkin dari programing pembagiannya seperti itu sih. Mungkin kalau rating kita tinggi banget kita bisa aja tayang setiap hari. Tetapi karena kita menengah kan ya, tinggi banget engga

jelek banget juga engga jadi disusunnya seperti itu. Yang menentukan hari tanyangnya juga programing karena kan mereka yang survei oh ini program bagusnya ditayangin pada jam sekian dan di hari sekian. Mungkin kenapa kok hari jumat karena mungkin pemirsa yang menjadi target kita lebih banyak nontonnya dihari jumat apalagi itu menuju *weekend* kan banyak dari target pemirsa kita yang udah selesai beraktivitas sehari-hari mereka

4. Apakah pada program *Jejak Anak Negeri* terdapat *punching line*?

**Jawab:** Ada

5. Apakah pada program *Jejak Anak Negeri* terdapat *gimmick and funfare*?

**Jawab:** Ada

6. Apakah pada program *Jejak Anak Negeri* terdapat *clip hanger*?

**Jawab:** Ada

7. Apakah pada program *Jejak Anak Negeri* terdapat *general rehearsal*?

**Jawab:** Ga ada kan kalo masakan emang masakan yang biasa dimasak orang lokal jadi mereka sudah paham tanpa adanya latihan. Kalo lagi meliput acara kebudayaan atau upacara adat ya kita layaknyanya liputan program berita yang apa adanya.

8. Apakah program *Jejak Anak Negeri* menerapkan interactive program pada tiap tayangan?

**Jawab:** Iya, meskipun satu arah ya. Karena kan kita ga *live* jadi kita interaksi sama pemirsa di rumah lewat media sosial. Paling kita itu lewat media sosial ya kaya *instagram, facebook, youtube*. Banyak dari mereka yang *koment* kalo engga lewat DM kita nanyain kapan kita liputan ke daerah mereka. Kadang juga ada yang *koment* pingin ikut liputan juga. Banyak lah macem-macem, nah itu salah satu cara kita bangun *chemistry* ke pemirsa sih