

STRATEGI TIM KREATIF MEMPERTAHANKAN RATING AND SHARE DALAM PROGRAM OPERA VAN JAVA (OVJ) DI TRANS 7

Muhamad Aldi¹, Heribertus Sunu Budihardjo²

*¹Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
Muhamadaldiii29@gmail.com*

*²Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160
H.Sunubudihardjo@gmail.com*

ABSTRAK

Berkembangnya industry media massa di Indonesia membuat berbagai program yang berkualitas, informasi yang disampaikan merupakan suatu keperluan untuk membantu masyarakat dalam mengetahui informasi sedang terjadi di sekitar mereka. Oleh karena itu informasi yang disajikan media harus benar dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Stasiun televisi menayangkan program acara dengan berbagai format yang menarik, baik itu berupa format acara drama, format acara non drama, maupun format acara berita. Karakteristik televisi dapat menampilkan gambar dan suara menjadi faktor utama dan setiap stasiun televisi mempunyai banyak program acara dengan berbagai macam format salah satunya program komedi. Rating televisi mempunyai sejarah sangat panjang, sehingga stasiun televisi menyajikan program yang sangat beragam dan menarik. Khususnya program dengan format komedi seperti salah satu stasiun televisi trans 7 yang menghadirkan Opera Van Java. Dengan mengadaptasi bentuk pertunjukan wayang tradisional yang dikemas secara lebih modern, dengan mengangkat cerita/fenomena di masyarakat. Tujuannya untuk mengetahui strategi tim kreatif mempertahankan rating and share dalam program opera van java di trans 7. Metode penelitian pendekatan kualitatif dengan teori morrisan yaitu menganalisis hasil dalam teori dan memaparkan dengan lengkap pesaingan industry untuk mempengaruhi penonton dengan teknik triangulasi, wawancara dan observasi. Kesimpulannya penerapan model teori SWOT terdapat mengenai kekuatan dan kelemahan yang di miliki program opera van java yang terhadap kondisi internal perusahaan serta mengenai peluang dan ancaman yang di hadapi perusahaan.

Kata Kunci :Rating and share, Strategi Kreatif, , SWOT Analisis, Komponen Analisis Data

ABSTRACT

The development of the mass media industry in Indonesia makes a variety of quality programs, the information conveyed is a necessity to help the public in knowing information is happening around them. Therefore the information presented by the media must be true and useful for the wider community. Television stations broadcast programs with a variety of interesting formats, both in the form of drama programs, non-drama programs, and news programs. The characteristics of television can display images and sound to be the main factor and every television station has many programs with various formats, one of them is comedy program. Television ratings have a very long history, so television stations present programs that are very diverse and interesting. Especially programs with comedy formats such as one of the trans 7 television stations that present Opera Van Java. By adapting traditional forms of wayang performances that are packed in a more modern way, by bringing up stories / phenomena in the community. The aim is to find out the creative team's strategy to maintain rating and share in the opera van java program in trance 7. The qualitative research methodology with morrisan theory is to analyze the results in theory and to fully explain industry competition to influence the audience with triangulation, interview and observation techniques. The conclusion of applying the SWOT theory model is about the strengths and weaknesses of the opera van java program on the company's internal conditions and about the opportunities and threats facing the company.

Key Word: Rating and share, Creative Strategy, SWOT Analysis, Data Analysis

PENDAHULUAN

Berkembangnya industry media massa di Indonesia membuat berbagai program yang berkualitas, informasi yang disampaikan merupakan suatu keperluan untuk membantu masyarakat dalam mengetahui informasi sedang terjadi di sekitar mereka. Oleh karena itu informasi yang disajikan media harus benar dan bermanfaat bagi masyarakat luas. (Elvinaro, 2016)

Stasiun televisi mentayangkan program acara dengan berbagai format yang menarik, baik itu berupa format acara drama, format acara non drama, maupun format acara berita. Karakteristik televisi dapat menampilkan gambar dan suara menjadi faktor utama dan setiap stasiun televisi mempunyai banyak program acara dengan berbagai macam format salah satunya program komedi.

Salah satu acara komedi yang membuat peneliti tertarik karena program "Opera Van Java" di Trans 7 sebuah acara Komedi tradisional yang dibawakan modern.

Program "Opera Van Java" di Trans 7 ditayangkan pada pukul 20:00 ini membahas tema tradisional/trend di setiap episode, program ini berbeda dengan komedi-komedi lainnya. Karena di kemas dengan modern dan bintang tamu yang berbeda-beda.

Opera van java sendiri sebuah program acara lawak yang berbeda di indonesia dengan menggunakan konsep tradisional dengan bentuk modern, kemasan nya juga berbeda dengan

acara lawak yang lain dengan panduan seorang dalang. Para wayang di perankan oleh beberapa komedian, seperti Azis Gagap, Wendy cagur, Denny cagur, Niena carlonina, Mpok alpha dan Adul. Dalang diperankan Parto Patrio. dengan di iringin musik tradisional khas jawa dan sinden. Bintang tamu sering berganti-ganti setiap episode nya.

Opera Van Java termasuk ke dalam tujuh acara komedi terpopuler di Indonesia. Selain Opera Van Java, acara komedi terpopuler lainnya adalah Extravaganza, Ngelenong Nyook, Chatting, Ngelaba, Bagito Show, dan Ria Jenaka. Saat ini, Opera Van Java merupakan satu-satunya program komedi yang mengusung konsep budaya dan tradisional.

Program tersebut berhasil mendapatkan beberapa penghargaan. Penghargaan yang telah diperoleh program Opera Van Java diantaranya adalah sebagai Program komedi lawak Panasonic Gobel Award tahun 2010, Program komedi lawak Panasonic Gobel Award tahun 2011, Program TV favorit pilihan anak muda Indonesia Most Favorite Youth Brand 2011 Majalah *Marketeers & Markplus Insight*, Program komedi/ lawak Panasonic Gobel Award tahun 2012.

Penghargaan yang telah Opera Van Java peroleh merupakan salah satu bukti bahwa program tersebut diterima oleh masyarakat Indonesia. Penghargaan tersebut pula yang membuat program Opera Van Java tetap bertahan. Bertahan nya tayangan

program Opera Van Java hingga saat ini merupakan bentuk dari adanya konsep-konsep kreatif yang dihasilkan oleh tim kreatif yang bekerja dibalik layar Opera Van Java.

Program komedi di stasiun televisi Trans7, menarik perhatian penonton dengan program “OPERA VAN JAVA (OVJ)” Pada tahun 2016, OVJ mencapai urutan 30 dari televisi swasta dengan *rating and share* (1.5/6.1), tahun 2017 OVJ mencapai urutan 23 dengan *rating and share* (1.6/7.0), tahun 2018 OVJ Meraih urutan 13 dengan *rating and share* (2.0/8.2) dan di 2019 OVJ Meraih urutan 4 dengan *rating and share* (3.0/12.6)

Tugas tim kreatif sendiri untuk mencari dan mengembangkan ide serta ikut peran membuat naskah contohnya seperti *script*, *storyline*, dan *screenplay*. konsep dan ide sendiri gagasan tim untuk sebuah program yang akan tayang, dimana tim itu ada penulis naskah, supervise naskah, pembuat konsep, dan editor naskah.(Mabruri, 2010)

Strategy kreatif sangat penting untuk diberikan kepada pembuat program karena strategi kreatif itu berbagai informasi mengenai pasar dan sasaran untuk program tersebut. strategi kreatif sendiri untuk pengembangan konsep atau ide yang dapat membentuk dasar yang efektif. (Kasali, 2007)

Berdasarkan uraian yang berhubungan dengan masalah penelitian ini, adapun tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui peran penting kreatif bagi sebuah acara program, dalam program acara “Opera Van Java” di Trans 7.

KAJIAN LITERATUR

SWOT di artikan dari kekuatan dan kelemahan untuk area fungsional bisnis. sedangkan SWOT sendiri untuk mengukur keseimbangan sebuah bisnis. tujuannya untuk memanfaatkan kekuatan dan kelemahan. (Sondang, 2003)

Dalam menggunakan Fungsi SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari perusahaan/ bisnis tersebut yang dilakukan dengan melihat kondisi peluang dan ancaman yang di lakukan perusahaan untuk melihat kondisi perusahaan.

Strength atau kekuatan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar yang di hasilkan perusahaan atau program tersebut.

Weakness atau kelemahan dalam penelitian untuk melihat dampak yang di berikan masyarakat terhadap program acara atau perusahaan.

Opportunities atau peluang dalam penelitian untuk melihat seberapa besar keuntungan program/perusahaan dan peluang iklan yang masuk untuk program.

Threats atau ancaman dalam penelitian untuk melihat competitor lain dengan programnya masing-masing dan melihat celah untuk digunakan agar rating and share menarik.

Eksternal dalam SWOT adalah sebuah ancaman dan peluang karena dari masing-masing ancaman atau peluang berbeda, sedangkan ancaman sebuah sumber, perkembangan, atau peristiwa yang sedang terjadi sedangkan peluang lebih ke strategi untuk membantu dalam SWOT ini.

Internal dalam SWOT adalah sebuah kekuatan dan kelemahan, internal ini lebih ke sumber daya, keuangan, atau pengalaman jadi internal lebih baik untuk Program atau perusahaan.

Tujuan SWOT adalah untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan menciptakan kelemahan itu menjadi suatu kekuatan. Serta mencoba menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang, maka perlu identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistic dalam mewujudkan visi misinya, maka tujuan analisis swot adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan atau dihadapi perusahaan. (Rangkuti, 2006)

Sebuah rencana, suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar, Sebuah cara, suatu *manuever* spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau competitor. Sebuah pola, dalam suatu rangkaian tindakan. Sebuah posisi, suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan, Sebuah perspektif, suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.

Pihak yang bertanggung jawab atas kelancaran acara televisi adalah pengarah acara. Apabila ingin membuat naskah acara atau membaca naskah acara, ia harus berpikir dalam gambar (*think in picture*). Begitu pula bagi seorang komunikator yang akan menyampaikan informasi, pendidikan atau persuasi, sebaiknya ia dapat melakukan berpikir dalam gambar.

Dibandingkan dengan media lain, pengoperasian media televisi lebih jelas, dan banyak mendapatkan informasi. Dalam program yang ditayangkan banyak crew yang melibatkan seperti, produser, pengarah acara, masalah teknik, gambar, camera, rias, sound, dan lain-lain.

Dalam dunia pertelevisian terdapat persaingan yang semakin menarik. Persaingan ini dilakukan untuk mendapatkan atau menarik perhatian pemirsa terhadap sebuah stasiun televisi. Maka dari itu stasiun televisi pun mulai berlomba – lomba membuat dan merancang program – program acara baru yang memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik perhatian pemirsa, salah satunya

melalui program yang banyak di temui di stasiun televisi adalah program Komedi.

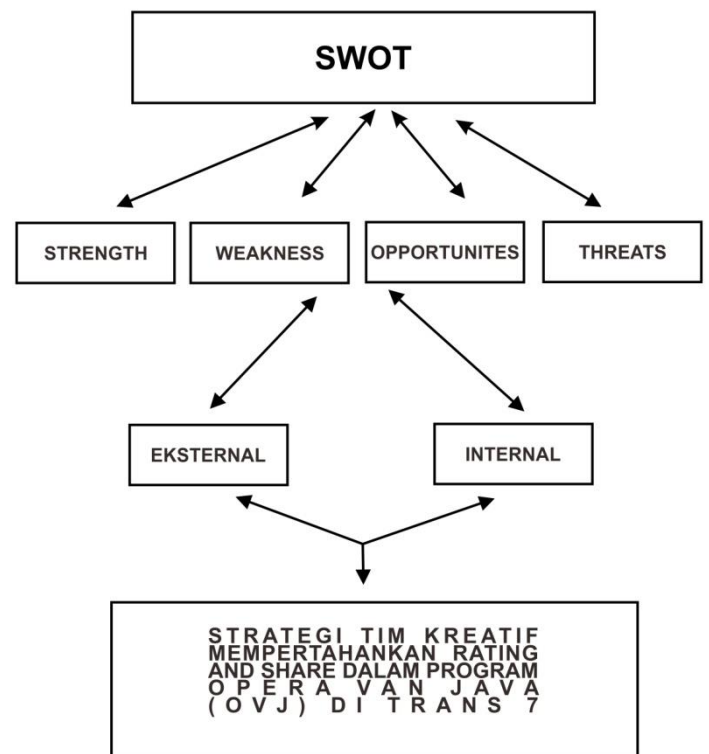
Program ini menampilkan gaya yang berbeda dibanding program lainnya, keunikan lain dari program ini dibanding dengan program lainnya yaitu pembawaan yang bergaya humoris yang dapat mengundang gelak tawa sehingga bintang tamu serta penonton dapat terhibur dan ketegangan disetiap adegan yang akan dilakukan oleh pemain atau bintang tamu yang menjadikan program acara menarik di setiap segmennya.

Program Komedi adalah Program yang menghibur masyarakat dengan candaan-candaan kecil seperti pantun, adegan lucu, atau bintang tamu yang menghibur.

Penelitian Terdahulu

- 1) Nurul Wulan, Institut Teknologi Dan Bisnis, Strategi Kreatif Dalam Memproduksi Program Acara Inewspiration Di Inews Tv (Jurnal Penelitian Komunikasi, 2017)
- 2) Nova Haernissa, Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, Strategi Tim Kreatif Program Kita-Kita Di Go Tv Dalam Menarik Minat Khalayak (Jurnal Penelitian Komunikasi, 2016)
- 3) Pratika Diyah Vivanda, Fakultas Seni Rupa Dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta, Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada

Program Talkshow Ceriwis Di Trans Tv (Jurnal Penelitian Komunikasi, 2015)



Sumber : Freddy Rangkuti (2006)

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan sebuah pendekatan yang dikenal dengan pendekatan kualitatif. Creswell menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan

studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif informan) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori di manfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. (Juliansyah, 2011)

Setiap analisis kasus mengandung data wawancara, data berdasarkan pengamatan, data documenter, kesan dan pernyataan orang lain mengenai kasus tersebut.

Khusus mengenai individu, datanya dapat mencakup catatan klinis, data statistik mengenai orang yang bersangkutan, informasi mengenai latar belakangnya, profil, catatan harian nya. (Deddy, 2010)

Populasi tidak ada dalam penelitian ini dan pengertian sampling ialah pilihan peneliti sendiri secara purposif disesuaikan dengan tujuan penelitiannya. yang menjadi sampel hanyalah sumber yang dapat memberikan informasi yang relevan saja. Sampel berupa peristiwa, manusia, dan situasi yang diteliti. Responden yang dijadikan sample kadang-kadang dapat menunjukkan orang lain yang relevan untuk mendapatkan data, demikian

seterusnya, sehingga sampel bertambah terus yang disebut snowball sampling. (Usman & Setiady, 2000)

Informan orang yang memberikan sumber dengan pengalaman yang pernah dilakukan dan memberikan informasi. jadi informan tidak hanya memberi jawaban tapi pengalaman yang bisa menjawabnya. (Lexy, 2010)

Key informan dan *Key Person* ini adalah tokoh utama. Dalam acara program, tokoh utama sangat penting untuk kelancaran program.

Informan adalah Objek yang diteliti. Yang di maksud dalam penelitian ini adalah orang – orang yang terkait secara langsung maupun tidak langsung.

Berkaitan dengan penentuan informan yang terkait dengan penelitian ini adalah Bobby selaku tim kreatif, Laila Achmad selaku script writer, Kenita selaku tim kreatif magang.

Observasi sendiri untuk mencari data yang jelas, berbeda dengan wawancara atau pun kuesioner. Observasi lebih mendalam tetapi memiliki narasumber yang jelas..(Sugiyono, 2015)

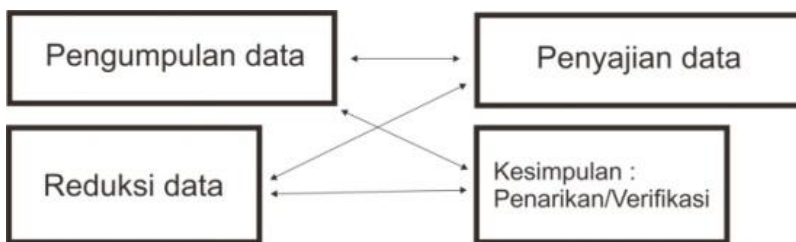
Wawancara adalah Percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan tewawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan

itu”. Berdasarkan Moelong tersebut, yang menjadi pewawancara adalah peneliti dan yang di wawancarai adalah narasumber yang sesuai objek yang akan diteliti. (Lexy, 2010)

Ketika melakukan sesi wawancara, penulis membuat pertanyaan wawancara, untuk mengetahui cerita atau pengalaman yang sudah di lakukan lama.

Pada Jenis penelitian kualitatif ini, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpulkan, data yang sudah ada dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan. (Poerwandari, 2013)

Tahap terakhir adalah koding selektif, melalui mana peneliti menyeleksi kategori yang paling mendasar, secara sistematis menghubungkan dengan kategori-kategori lain, dan memvalidasi hubungan tersebut.(Poerwandari, 2013)



Sumber : Sugiyono

Gambar 1.2 Komponen Analisis Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan melakukan wawancara dengan pihak team kreatif opera van java. Penelitian ini diambil dari sumber terpercaya dan memiliki peran penting dalam program tersebut, lalu di samakan dengan pertanyaan yang di buat penulis yang sebelumnya sudah diuraikan bab ke bab.

Opera Van Java mengadaptasikan bentuk pertunjukan wayang tradisional ke dalam bentuk program televisi yang dikemas secara on-air dan lebih modern. Pertunjukan wayang sendiri merupakan seni asli Indonesia yang berasal dari pulau Jawa. Dengan mengangkat cerita-cerita atau fenomena yang ada di masyarakat, acara ini menyuguhkan penampilan bentuk acara wayang kulit tradisional menjadi suatu program televisi yang lebih masa kini. Tentunya program Opera Van Java mengemas cerita yang diangkat ke dalam format program komedi.

“Jadi opera van java itu, aaa, acara komedi yang bersifat urban legend yang di sajikan menjadi modern, sehingga masyarakat lebih jalan ceritanya.” (Informan 1)

Perbedaan pada tahun 2016 pengadaptasian yang diambil oleh Opera Van Java dari pertunjukan wayang adalah adanya dalang, sinden, dan musik-musik gamelan yang dihadirkan. Selain itu, Opera Van Java juga mengadaptasi bentuk tata panggung dan pakaian yang digunakan oleh dalang, sinden, dan juga para

pemain musik gamelannya yang lebih modern. Opera Van Java ditayangkan pada jam 20.00 wib di stasiun tv Trans7.

“Opera van java itu ehmmm, pertunjukan wayang tradisional yang dibentuk modern dan mengangkat cerita, fenomena sehingga menyuguhkan penampilan komedi yang berbeda.” (Infroman 3)

Tujuan Opera Van Java menghadirkan cerita-cerita atau fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat Indonesia. Sesuai dengan konsep awalnya yaitu pertunjukan wayang, konten cerita yang diangkat Opera Van Java merupakan cerita-cerita budaya Indonesia khususnya budaya Jawa. Seperti cerita rakyat Jawa Barat yaitu Sangkuriang, Jawa Tengah yaitu Roro Jonggrang, Jawa Timur yaitu Ande-Ande Lumut, dan masih banyak cerita rakyat lainnya yang kental dengan nuansa budaya dan tradisionalnya yang tentunya dikemas secara komedi. Pada tahun 2016 cerita sedikit agak di rubah karena mengikuti perkembangan jaman.

Acara ini berbeda dengan tayangan lain karena program komedi tradisional dengan bentuk modern hanya opera van java. mulai dari lawaknya tidak hanya saling ejekan tapi di bales dengan aksi yang tidak terduga. program ini juga menggunakan bahan yang aman sehingga para pemain juga aman untuk melakukan bercandaan yang di luar script.

“Ehmm, perbedaan itu pasti ada karena mengikut jaman untuk menarik penonton lagi, pada waktu itu pernah vakum 2 tahun. Jadi kita tuh harus mengikut jaman yang lebih modern gini.” (Informan 1)

Selain itu properti juga digunakan untuk menunjang jalannya cerita dalam program Opera Van Java. Baik properti dari bahan gabus (mock up), plastik, maupun properti yang sesungguhnya. Semua properti yang digunakan disesuaikan dengan cerita yang diangkat untuk setiap episodenya. Seperti contoh untuk episode yang mengangkat cerita tentang pendekar, properti yang perlu disiapkan adalah seperti pedang, anak panah, perisai dan properti lainnya

“Konsep yang pertama, rembukin ide ceritanya mau seperti dulu atau di rubah, jadi kita masih pake konsep yang lam tapi lebih modern dan pemainnya juga ada yang ganti, sebagian juga ada yang stay. Jadi hampir semua konsep sama tapi ada yang di ubah dikit.” (Informan 1)

Stasiun televisi menayangkan program acara dengan berbagai format yang menarik, baik itu berupa format acara drama, format acara non drama, maupun format acara berita. Karakteristik televisi dapat menampilkan gambar dan suara menjadi faktor utama dan setiap stasiun televisi mempunyai banyak program acara dengan berbagai macam format salah satunya program komedi.

Salah satu acara komedi yang membuat peneliti tertarik karena program “Opera Van Java” di Trans 7 sebuah acara Komedi tradisional yang dibawakan modern.

Program “Opera Van Java” di Trans 7 ditayangkan pada pukul 20:00 ini membahas tema tradisional/trend di setiap episodenya, program ini berbeda dengan komedi-komedia lainnya. Karena di kemas dengan modern dan bintang tamu yang berbeda-beda.

“Yang pertama si kita, membuat ide ceritanya dulu, gmna bisa menarik dan seru. Sesuai dengan nama programnya, Opera Van Java identik dengan budaya Jawa. Dari sisi konten cerita, talent, tata panggung, wardrobe, properti dan lainnya, Opera Van Java menyuguhkan konsep budaya dan tradisional khususnya Jawa. dan di buat modern” (Informan 1)

Peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai konsep kreatif untuk menunjang keberlangsungan program Opera Van Java dan agar selalu dapat bertahan untuk menjadi program komedi unggulan dibanding program komedi lainnya. Oleh karena itu, peneliti menjadikan hal ini sebagai penelitian dengan judul “Strategi Tim Kreatif Mempertahankan *Rating And Share* Dalam Program Opera Van Java.

Strategy atau penyajian yang memang dituntut kepada pengarah acara untuk kreatif dan menjalankan prosedur yang ada. Seperti persiapan, pengarah acara tidak harus terlalu

fokus kepada masing-masing divisi dalam kerabat kerja yang bertugas, karena pada dasarnya semua kerabat kerja telah mengetahui apa yang harus dilakukan.

Tahap pertama yang diperoleh berdasarkan SOP (Standar Operasional Prosedur) sudah dilaksanakan, yaitu dengan briefing pra produksi mengenai cerita apa yang diangkat, disini juga momen pemberian motivasi kepada kru dan kerabat kerja dalam melaksanakan proses produksi. Dimana ada kesalahan pahaman tentang membuat program sehingga rundown/naskah ada yang kurang. Penting komunikasi dalam team apalagi tim kreatif program acara komedi. Untuk menghindari kendala dalam rundown maupun naskah di adakanya briefing sebelum acara di mulai, seperti member tugas gmna, talentnya harus apa, semua sudah clear baru acara di mulai.

“Jadi properti yang digunakan aman buat para pemain untuk komedi diluar scenario dan tidak bahaya menggunakan bahan gabus. Jadi baik aman untuk pemain atau penonton yang di ajak bermain.” (Informan 1)

Riset Dalam produksi sebuah program acara, seorang pengarah acara dan semua kerabat kerja yang terlibat dalam proses produksi dituntut menghasilkan sebuah tayangan yang baik dan berkualitas, sehingga mempunyai nilai dan layak tayang.

“Kalo apa yang perlu di riset si, pertama ide ceritanya dong, set panggung, wardrobe,dll” (Informan 1)

Semua Program harus di bicara oleh semua crew untuk mencegah salah script atau tanggung jawab. Maka dari itu semua pemain crew harus ada koordinasi untuk memajugakan program ini bersama-sama.

Untuk tahap awal pra produksi yang dilakukan adalah pengarah acara memberi arahan kepada camera person untuk menyelaraskan gambar, lighting untuk menyelaraskan pencahayaan sesuai kebutuhan rundown, audio man untuk menyelaraskan WHM (mic) dan clip on yang akan digunakan oleh sinden, floor director leader, dan bintang tamu yang akan performance. Floor director membantu pengarah acara di studio, hal ini dilakukan sebelum dan on air berlangsung.

“Kalo kendala si, pas waktu live atau taping, kalo livekan kaya ngatur pemain, penonton, naskah yang baik agar tidak kena KPI, kalo taping masalahnya ya sensor men sensor.(Informan 3)

Proses selanjutnya adalah pengarah acara briefing bersama kru, talent, dan bintang tamu. Agar talent dan bintang tamu mengetahui jalan cerita seperti yang ada dinaskah, memberikan peran kepada talent dan bintang tamu sesuai cerita dinaskah. Pada saat briefing juga bisa terjadi pengembangan naskah, talent dan kru bisa memberi masukan agar cerita lebih menarik lagi. Setelah deal kru kembali menyelesaikan tugas masing-masing.

Kekuatan Opera Van Java juga ada pada jalan cerita yang sangat serba

spontan, seenaknya, suka-suka pemain, keluar dari skenario, dan bahkan melawan sang dalang. Tak jarang, para kru Trans7 maupun penonton digeret ke panggung dan ikut kena usil. Tidak hanya itu, dalam spontanitas ini, karakter dan kehidupan personal para pelawaknya ikut dibawa-bawa. Batas antara pribadi pemain dengan karakter yang sedang dibawakannya jadi ”kabur“, bahkan tidak penting. Gaya seperti ini yang membuat Opera Van Java unik dan disukai orang muda karena jauh dari hipokrisi (ketidakjujuran) dan kepura-kepuraan ala sandiwara.

“Aaa sebenarnya yang menjadikan kekuatan Opera Van Java bukan hanya scenario atau pemainnya yang spontan. Tapi dimana semua crew untuk membangun suasana menjadi seru. dan semua pemain merasakannya sehingga pemain jadi semangat walau diluar scenarionya. Biasanya dalam untuk meningkat kekuatan program, aaa kita juga mencari yang disenangi penonton sehingga keberhasilan membuat kreatifitas program juga bagus.” (Informan 1)

Opera van java sendiri sebuah program acara lawak yang berbeda di idonesia dengan menggunakan konsep tradisional dengan bentuk modern, kemasanya juga berbeda dengan acara lawak yang lain dengan panduan seorang dalang. Para wayang diperankan oleh beberapa pelawak, seperti Azis Gagap, Wendy cagur, Denny cagur, Niena carlonina, Mpok alpha dan Adul. Dalang diperankan

Parto Patrio. dengan di iringin musik tradisional khas Jawa dan sinden. Bintang tamu sering berganti-ganti setiap episodanya.

“Jadi ga hanya mencari yang disenangi tapi kita mencari kualitas dan tanyangan yang bagus, karena penonton sendiri mencari yang bagus dan tidak mencari yang itu itu aja.”
(Informan 1)

Kendala yang terjadi dalam proses produksi Opera Van Java yang sering terjadi adalah keterlambatan masuknya talent di sketsa. Di backstage talent sudah di cue oleh kru, jika mood talent kurang baik maka kru akan terus mengingatkan dengan sopan dan baik juga mengingatkan durasi dan penonton yang menunggu.

Pembahasan

Rating televisi mempunyai sejarah sangat panjang, sehingga stasiun televisi menyajikan program yang sangat beragam dan menarik. Khususnya program dengan format komedi seperti salah satu stasiun televisi Trans 7 yang menghadirkan Opera Van Java. Dengan mengadaptasi bentuk pertunjukan wayang tradisional yang dikemas secara lebih modern, dengan mengangkat cerita/fenomena di masyarakat. Tujuannya untuk mengetahui strategi tim kreatif mempertahankan rating and share dalam program Opera Van Java di Trans 7.

Metode penelitian pendekatan kualitatif dengan menganalisis hasil dalam teori dan memaparkan dengan

lengkap persaingan industry untuk mempengaruhi penonton dengan teknik triangulasi, wawancara dan observasi. Kesimpulannya penerapan model teori SWOT terdapat mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki program Opera Van Java yang terhadap kondisi internal perusahaan serta mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Untuk mengetahui bagaimana team kreatif membuat acara program "Opera Van Java" berjalan seperti biasa adalah mulai dari script yang digunakan untuk membantu pemain agar acara program bisa teratur.

Setelah melakukan pembuatan script team kreatif juga menggunakan property yang aman bagi para pemain untuk berjalannya program tersebut.

Proses selanjutnya adalah pengarah acara briefing bersama kru, talent, dan bintang tamu. Agar talent dan bintang tamu mengetahui jalan cerita seperti yang ada di naskah, memberikan peran kepada talent dan bintang tamu sesuai cerita di naskah. Pada saat briefing juga bisa terjadi pengembangan naskah, talent dan kru bisa memberi masukan agar cerita lebih menarik lagi. Setelah deal kru kembali menyelesaikan tugas masing-masing.

Acara ini jalannya cerita yang sangat serba spontan, seenaknya, suka-suka pemain, keluar dari skenario, dan bahkan melawan sang dalang. Tak jarang, para kru Trans7 maupun penonton digeret ke panggung dan ikut kena usil.

Briefing pra produksi mengenai cerita apa yang diangkat, disini juga momen pemberian motivasi kepada kru dan kerabat kerja dalam melaksanakan proses produksi.

Tema sebuah program acara harus melakukan riset atau yang trend, untuk pengarah acara dan semua kerabat kerja yang terlibat dalam proses produksi dituntut menghasilkan sebuah tayangan yang baik dan berkualitas, sehingga mempunyai nilai dan layak tayang.

KESIMPULAN

Dalam penerapan model teori SWOT terdapat mengenai kekuatan dan kelemahan yang di miliki program opera van java dan kenapa saya ngambil strategi tim kreatif karena ingin mengetahui tugas/peran yang dilakukan dalam membuat program itu sendiri untuk mempertahankan rating and share. Dan untuk mengetahui faktor dan penghambat tim kreatif itu sendiri.

Tim Kreatif “Opera Van Java” berperan cukup besar dalam mengerjakan sebuah program. Dan selalu mengecek naskah yang kurang bagus pada saat acara belum di mulai serta memberikan keputusan yang cukup baik kepada tim kreatif yang lain bila ada kendala dalam proses produksi berlangsung.

Opera van java salah satu program komedi urban legend yang di kemas modern. Peneliti mengharapkan di tahun-tahun berikutnya ada program acara komedi yang lain sehingga

generasi berikutnya bisa memilih program comedi yang lain untuk di teliti lebih lanjut. Karena acara komedi di era sekarang kurang di minati generasi milenial.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Komala, & Karlinah. (2012). In Ardianto, Komala, & Karlinah, *Komunikasi Massa* (p. 17). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Deddy, M. (2010). In D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (pp. 9, 202). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Elvinaro, A. (2016). In A. Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (p. 15). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Fred, W. (1997). In F. Wibowo, *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi* (p. 1). Jakarta: Grasindo.

H.M, J. (2005). In J. H.M, , *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis* (p. 46). Yogyakarta.

Juliansyah, N. (2011). In N. Juliansyah, *Metodologi Penelitian* (p. 34). Jakarta: Prenada Media Group.

Kasali, R. (2007). In R. Kasali, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning* (p. 50). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Lexy, M. J. (2010). In L. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (pp. 112-132). Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

- Mabruri, A. (2010). In M. Anton, *Manajemen Produksi Program Acara Televisi* (p. 73). Depok: Mind 8 Publising House.
- MintzBerg, H., & Quinn, J. B. (1995). In H. MintzBerg, & J. B. Quinn, *Strategy Process* (p. 5). New Jersey: Prentice Hall.
- Poerwandari. (2013). In Poerwandari, *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia* (p. 184). Jakarta: LPSP3 UI.
- Rangkuti, F. (2006). In F. Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* (p. 20). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sondang, S. P. (2003). In S. P. Siagian, *Kepemimpinan Organisasi & Perilaku Administrasi* (p. 172). Jakarta: Penerbit Gunung Agung.
- Sugiyono. (2015). In Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (p. 37). Bandung: Alfabeta.
- Usman, & Setiady, P. (2000). Jakarta: Bumi Aksara.