

STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM STASIUN DANGDUT JTV SURABAYA

¹Aufanado Revinansyah Purnawan, ²Herlina Kusumaningrum, ³Dewi Sri Andika Rusmana
^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
aufanadorevi@gmail.com

Abstract

With the growth of mass media, competition among television stations has intensified, particularly in creating creative programs. One such example is JTV Surabaya, which has successfully maintained its Dangdut Station as an entertainment program for almost 20 years. This study explores the creative strategies of the producers at JTV Surabaya's Dangdut Station that have contributed to the longevity of the entertainment program. The research methodology employed is qualitative descriptive, utilizing the 13 creative strategy elements from Naratama and the Fourth Stage of Television Production by Alan Wurtzel. Creative strategies are integrated across the four stages of television production, encompassing pre-production planning, preparation and rehearsals, production, and post-production. During pre-production planning, there is involvement in concept brainstorming, with a focus on song selection and the selection of performers. The preparation and rehearsal stage emphasize achieving harmony between singers and the orchestra, along with technical adjustments. Production involves live broadcasts and tapping sessions. Post-production includes editing and evaluation processes aimed at enhancing the program's quality and appeal. The producer's creativity in selecting songs, presenters, singers, and orchestras has been instrumental in maintaining the program's continuity since 2004. Support for this creativity is also evident in content selection, presenter choices, and innovations such as the "Mendadak Bintang" segment, providing opportunities for new singers while keeping audience interest.

Keywords: *Creative Strategy, Producer, "Stasiun Dangdut" Program*

Abstrak

Seiring dengan berkembangnya media massa, membuat kompetisi antar stasiun televisi semakin meningkat terutama dalam menciptakan program kreatif. Salah satunya adalah JTV Surabaya, yang telah berhasil mempertahankan Stasiun Dangdut sebagai program hiburan selama hampir 20 tahun. Penelitian ini mengeksplorasi strategi kreatif produser Stasiun Dangdut JTV Surabaya yang berhasil mempertahankan program hiburannya selama 20 tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan 13 elemen strategi kreatif dari Naratama dan Fourth Stage of Television Production dari Alan Wurtzel. Strategi kreatif terintegrasi pada empat tahap produksi televisi, meliputi perencanaan pra-produksi, persiapan dan latihan, produksi, dan pascaproduksi. Pra-produksi melibatkan brainstorming konsep, fokus pada seleksi lagu, dan pemilihan pengisi acara. Tahap persiapan dan latihan menitikberatkan pada harmoni antara penyanyi dan orkes, serta penyesuaian teknis. Produksi mencakup siaran langsung dan tapping. Pascaproduksi melibatkan proses editing dan evaluasi untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik program. Kreativitas produser dalam memilih lagu, presenter, penyanyi, dan orkes telah menjaga keberlanjutan program sejak 2004. Dukungan terhadap kreativitas ini juga tercermin dalam pemilihan konten, presenter, dan inovasi dengan

segmen "Mendadak Bintang," memberikan peluang kepada penyanyi pendatang baru serta menjaga minat penonton.

Kata Kunci : Strategi Kreatif, Produser, Program Stasiun Dangdut

Pendahuluan

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, media massa sebagai sarana informasi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Menurut Denis McQuail (2000) seperti yang dikutip oleh Hasan, mengemukakan bahwa media massa memiliki sifat dan karakteristik yang memungkinkannya untuk mencapai *audiens* dalam skala yang sangat besar, dengan jumlah yang *signifikan*, dan bersifat publik sehingga dapat memberikan popularitas kepada siapa pun yang tampil di media massa (Hasan, 2021). Media massa berfungsi sebagai alat informasi yang memungkinkan penyebaran berita secara menyeluruh, memungkinkan setiap individu untuk mengetahui berbagai informasi di luar lingkungannya. Setiap orang memerlukan media sebagai sarana untuk mengkomunikasikan ide dan gagasan mereka kepada khalayak secara luas. Tanpa adanya media massa, gagasan seseorang hanya akan mencapai orang-orang di sekitarnya (Imroni, 2022).

Televisi adalah contoh media massa yang dinamis dan menarik, merupakan produk dari kreativitas yang merangsang rasa ingin tahu. Keunggulan televisi terletak pada daya tariknya yang tinggi, didorong oleh kekuatan audio visual yang dimilikinya. Semua informasi yang disebarkan melalui media televisi dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat (Aria, 2019). Terbentuknya sebuah kompetisi yang ketat pada industri televisi menjadikan seorang produser dituntut untuk memiliki berbagai macam strategi kreatif untuk mempertahankan eksistensi dari program yang produser bawakan dan memenangkan persaingan dalam menghadapi kompetitor. Menurut Michael E. Potter esensi dari sebuah strategi ada pada ketika melakukan hal yang berbeda dari apa yang dilakukan oleh kompetitor lainnya. Konteks berbeda dalam hal ini merupakan sesuatu yang unik ataupun menarik agar memiliki daya pikat tersendiri di industri televisi dalam menarik ataupun menjaga minat penonton. Sangat penting untuk merencanakan sebuah program agar dapat memenuhi harapan penonton dan memberikan kesan unik dan menarik. Pada dasarnya tidak dapat dipungkiri juga bahwa setiap program membutuhkan penonton yang setia untuk mempengaruhi rating dari program tersebut (Felsanindhita, 2021).

Semakin ketatnya persaingan industri *broadcasting* akan menuntut berbagai pihak stasiun televisi untuk membuat program yang berkualitas dan unik daripada yang lain maka dari itu dalam tenaga profesional di bidang industri kreatif dituntut untuk selalu mengedepankan kreatifitasnya maupun inovatif untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan dari industri televisi saat ini (Khusna et al., 2018). Peran tersebut ada pada produser, karena produser memiliki peran yang sangat besar dalam proses produksi karena produser adalah orang yang bertanggung jawab dalam mengubah ide maupun gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis dan dapat di jual. Hal tersebut yang membuat produser harus berpikir keras saat membuat strategi agar ide-ide tersebut menghasilkan sesuatu yang kreatif dan inovatif sehingga dapat digunakan dalam program agar penonton dapat menikmati program tersebut (Oktaviansyah & Vera, 2018).

Sebagian besar stasiun televisi hampir selalu menyajikan program musik *live*, yang melibatkan interaksi antara penyanyi dan pembawa acara untuk menciptakan keharmonisan dalam suatu acara. Menurut Wibowo, program musik dianggap sebagai elemen yang menambah

daya tarik, atau dengan kata lain, program musik termasuk dalam kategori hiburan pop. Genre hiburan pop mencakup berbagai jenis program, seperti komedia, musik pop, acara kuis, atau kombinasi dari ketiganya. Penyelenggaraan program dapat dilakukan baik di dalam ruangan (*indoor*) maupun di luar ruangan (*outdoor*) (Linardi et al., 2015).

Di Indonesia, industri pertelevisian melibatkan televisi swasta nasional dan televisi lokal. Sejak pengesahan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, televisi lokal mulai muncul dengan eksistensinya. Keberadaan televisi lokal membantu mempromosikan identitas daerah, mengangkat nilai-nilai budaya, dan menawarkan variasi konten televisi. Sebagai contoh, JTV Surabaya, stasiun televisi lokal pertama di Indonesia, mencerminkan visi untuk membangun pertelevisian yang berkarakter dan berciri khas Jawa Timur, serta memberikan pencerahan terhadap potensi dan seni budaya daerah tersebut (Baidlowi, 2015).

Sebagai stasiun lokal, JTV Surabaya memiliki program musik dengan nilai-nilai khas Jawa Timur, program musik yang diproduksi oleh JTV Surabaya antara lain, Larasati, Musik Asik, ML (Muter Lagu) dan Stasiun Dangdut. Program Stasiun Dangdut merupakan salah satu program musik yang hadir untuk menemani masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Jika dibandingkan dengan program musik lainnya yang di JTV Surabaya, program Stasiun Dangdut merupakan salah satu program musik yang telah eksis dan bertahan selama lebih dari 10 tahun dan menjadi program unggulan yang dimiliki oleh JTV Surabaya hingga saat ini. Kehadiran stasiun dangdut selama ini bisa diakui betahan cukup lama jika dibandingkan dengan program-program JTV lainnya, selain itu program tersebut menjadi salah satu program unggulan dari JTV Surabaya karena konsep program tersebut memakai set acara musik dengan konsep memadukan musik dangdut dengan Bahasa khas suroboyoan yang menjadi ciri khas dari program tersebut. Program dengan memakai konsep musik *live* ini merupakan salah satu program hiburan terlama yang sedang tayang hingga kini di televisi baik lokal maupun nasional (Linardi et al., 2015). Keunggulan yang dimiliki oleh Stasiun Dangdut seperti konsep dari program tersebut sangat menggambarkan khas Suroboyoan serta dalam program ini terdapat sesi kirim-kirim salam melalui telephone dan bisa juga *request* lagu selain itu Stasiun Dangdut telah tayang maupun eksis menemani warga Surabaya dan sekitar selama lebih 10 tahun.

Sementara itu terkait dengan kajian mengenai penelitian terdahulu yang berjudul Strategi Kreatif Program Larasati Dalam Mempertahankan Eksistensinya di JTV Surabaya yang dilakukan oleh Fared Ahli Syhabudin dengan subjek penelitian strategi kreatif pengarah acara kemudian pada penelitian tersebut memakai teori kontruksi sosial media massa, kemudian metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan fenomenologi Hasil pada penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat komponen utama dalam penyusunan program kreatif yang dapat dijadikan sebuah ide maupun kreatifitas agar menarik minat penonton antara lain mulai dari pemilihan lagu, pemain band, tema, nama program, sampai pada kustom dan make up.

Dengan latar belakang di atas, bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu terdapat perbedaan dari objek program yang akan diteliti selain itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana strategi kreatif produser program Stasiun Dangdut selama dia menjabat. Permasalahan yang timbul bagaimana strategi produser dalam mempertahankan program yang menggunakan bahasa daerah dalam acaranya. Sehingga program tersebut dapat eksis hingga sekarang dan peneliti mempunyai tujuan untuk eksplorasi strategi kreatif yang digunakan oleh produser serta manfaat yang didapat JTV Surabaya berupa masukan hingga

bahan pertimbangan dalam mempertahankan eksistensi dari suatu program dengan strategi kreatif produser. Peneliti juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan untuk menggambarkan kreatifitas produser peneliti menggunakan “*Four Stage of Television Production*” dari Alan Wurtzel, yaitu: (1) *preproduction planning*; (2) *set up and rehearsal*; (3) *production*; (4) *post production* dan 13 elemen strategi kreatif dari Naratama yang digunakan oleh produser sehingga dapat mempertahankan eksistensi dari program Stasiun Dangdut selama lebih dari 10 tahun.

Metode Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman terkait kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi dalam suatu konteks yang alami. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang diamati. Metode ini juga dapat memberikan rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit ditangkap dan diungkapkan melalui metode kuantitatif (Nugrahani, 2014:87-88). Jenis penelitian yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yaitu metode penelitian yang menekankan proses yang berlangsung dari waktu ke waktu dalam situasi alami tanpa intervensi yang diatur oleh peneliti. (Nugrahani, 2014:32).

Subjek penelitian yang bisa disebut seseorang dalam hal ini adalah pihak yang dimintai keterangan tentang suatu fakta atau memberikan pendapat yang kredibel,. Sedangkan untuk objek penelitian merupakan permasalahan yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian karena objek penelitian merupakan tujuan yang ingin dicapai guna mendapatkan jawaban dan solusi atas permasalahan yang timbul. Dari kriteria di atas maka subjek penelitian ini adalah Produser dan Asisten Produser Stasiun Dangdut JTV Surabaya, maka objek penelitian dari penelitian ini adalah strategi kreatif dari program Stasiun Dangdut di JTV Surabaya (Nugrahani, 2014). Dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan 3 teknik, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi dan teknik analisis pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penjelasan dari hasil penelitian Alan Wurtzel dalam bukunya yang berjudul “*Television Production*” menyebutkan bahwa terdapat istilah “*Four Stage of Television Production*” di mana memiliki empat tahapan yang menjadi pedoman kerja dalam pembuatan program siaran televisi, yaitu *preproduction planning*, *set up and rehearsal*, *production* dan *postproduction*.

Dalam perencanaan *preproduction planning*, Alan Wurtzel menjelaskan bahwa perencanaan produksi suatu program dapat dimulai beberapa hari, berminggu-minggu, atau bahkan berbulan-bulan sebelum tanggal produksi sebenarnya. Pada tahap ini, terlibat pelaksanaan, pembahasan, dan pencarian ide untuk sebuah acara. Proses ini mencakup perencanaan dan pemilihan lokasi serta kerabat kerja yang relevan. Tanggung jawab pada tahap ini diserahkan kepada eksekutif produser, produser, direktur program, dan tim kreatif yang berkumpul dalam forum brainstorming yang dikenal sebagai *meeting planning*. Hasil dari pertemuan ini mencakup proposal rundown, naskah, dan jadwal waktu program. Pertemuan berikutnya melibatkan

pelaksana teknis seperti technical director, audio engineer, lighting art director, dan desain grafis untuk menghubungkan ide dengan aspek teknis produksi.

Sebelum memproduksi episode program stasiun dangdut, perlu dilakukan proses persiapan ide. Pencarian ide atau brainstorming untuk program ini dilakukan sekali sebulan oleh produser dan asisten produser untuk menentukan konsep program selama satu bulan ke depan. Setelah pertemuan awal dengan produser dan asisten produser, dilakukan koordinasi dengan divisi pelaksana teknis untuk implementasi ide dalam program. Alan Wurtzel menekankan bahwa perencanaan pra-produksi adalah hal yang sangat penting untuk kesuksesan program, dan kesalahan dapat dihindari dengan perencanaan yang matang sebelumnya. Produser program stasiun dangdut, meskipun awalnya menargetkan kelas menengah ke bawah, telah mengalami perubahan dengan memperbaiki tampilan pengisi acara, pencahayaan set, dan menggunakan kembali bahasa Jawa dalam interaksi program. Penggunaan formula kategori A, B, C, dan D dalam pemilihan bintang tamu memberikan keleluasaan kepada produser untuk menentukan formula yang sesuai untuk setiap episode, dengan minimal satu penyanyi kategori A untuk meningkatkan daya tarik program. Pemilihan lagu pada program ini produser stasiun dangdut menekankan untuk menayangkan lagu-lagu yang viral hal tersebut sebagai bentuk relevansi atas tren yang ada. Meskipun mempertahankan presenter utama Chanda, produser memperkenalkan dua presenter pendamping baru, Monica dan Tiara, sebagai co-host bergantian sesuai jadwal. Inovasi terbaru melibatkan segmen "Mendadak Bintang" yang membuka peluang bagi penyanyi dangdut pendatang baru untuk tampil di televisi.

Dalam *set up and rehearsal* Alan Wurtzel menjelaskan bahwa rangkaian proses *set up* untuk produksi dimulai secara berurutan, dimulai dari pengaturan dekorasi, pencahayaan, audio, dan diakhiri dengan penyiapan *broadcast audio, video* dan rekaman *tape*. Sebelum *rehearsal*, akan dilakukan *briefing* untuk memberikan penjelasan dan arahan lisan kepada kru dan pengisi acara. Setelah *briefing*, dilakukan *breakdown rundown, blocking camera*, dan *rehearsal* dalam bentuk *full dress rehearsal*.

Proses *set up* dalam program stasiun dangdut dalam dua jam pertama kru produksi hanya menyalakan *equipment* mereka karena posisi seperti kamera, lampu serta set panggung sudah berada tepat di posisinya karena proses produksi program stasiun dangdut hanya di studio 2 stasiun JTV Surabaya saja dan tidak berpindah lokasi. Proses selanjutnya dilanjutkan *general rehearsal* yang dilakukan untuk memantapkan kekompakan antar penyanyi dan orkes dalam harmoni sebelum siaran langsung, sedangkan kedua *presenter* tidak melakukan *general rehearsal*. Karena kedua *presenter* telah melakukan *briefing* dengan asisten produser untuk mengembangkan sendiri tema yang telah ditentukan. Demikian pula dengan kerabat kerja, produser dan asisten produser yang melakukan *general rehearsal* untuk memastikan segala perisapan telah sesuai dengan *rundown*, jika dirasa oleh produser masih ada yang tidak sesuai dengan proses *general rehearsal* maka tugas dari asisten produser untuk melakukan revisi *rundown* pada saat itu juga dan fokus utama dari program stasiun dangdut dalam tahapan ini hanya pada memastikan bahwa musik atau lagu yang akan dibawakan berupa *check sound*. Dengan seiringnya penayangan program stasiun dangdut setiap harinya, pada proses *set up and rehearsal* tidak terlalu menempatkan penekanan yang signifikan pada aspek teknis, hal tersebut dikarenakan pengalaman yang dimiliki oleh para kru produksi. Para kru produksi ini telah merutinkan diri dengan menjalani rutinitas produksi secara berkala, sehingga pada proses *set up and rehearsal* lebih cenderung difokuskan kepada penyempurnaan harmoni antar penyanyi dan

orkes serta aspek kreatif lainnya dalam rangka memberikan kualitas penampilan yang optimal dalam setiap *episodenya*.

Pada tahapan *production* menurut Alan Wurtzel sebagai upaya untuk mengubah naskah menjadi bentuk audio video (AV), sebuah program dapat diproduksi dengan beberapa cara yang berbeda, Alan Wurtzel membagi dengan dua cara yaitu, siaran langsung atau *live* dan *videotape* atau *tapping*. Siaran langsung merupakan segala bentuk program siaran yang ditayangkan tanpa penundaan waktu, sedangkan *tapping* merupakan kegiatan merekam adegan dari naskah menjadi bentuk audio visual (AV). Dalam produksi program stasiun dangdut terdapat dua cara dalam penayangannya di JTV Surabaya, yaitu secara siaran langsung dan juga *tapping*. Selama satu minggu, stasiun dangdut melakukan kegiatan produksi selama tiga hari, yaitu hari Sabtu, Minggu dan Senin. Selama tiga hari tersebut mereka melakukan produksi secara siaran langsung hingga *tapping*, contoh pada hari Sabtu mereka melakukan produksi secara siaran langsung pada pukul 12 siang karena jadwal program ini tayang pada pukul tersebut hingga pukul 1 siang sesuai tayangan program ini selesai. Kemudian pada pukul 2 siang, stasiun dangdut melakukan produksi kembali secara *tapping* hingga jam 3 untuk ditayangkan pada minggu depannya lagi. Jadi, selama satu hari program stasiun dangdut melakukan produksi sebanyak 2 kali, yaitu satu kali secara siaran langsung dan satu kali secara *tapping*. Dalam satu minggu program stasiun dangdut telah melakukan produksi sebanyak 6 kali. Dengan adanya produksi secara *tapping* dan ketika sosok produser tidak ada atau sedang melakukan tugas lainnya maka rekaman *tapping* ditayangkan sesuai dengan jadwal program stasiun dangdut. Hal tersebut sesuai dengan perkataan Alan Wurtzel dalam bukunya "*The development of videotape has changed this, and allows the producer and director far more flexibility*".

Menurut Alan Wurtzel dalam proses produksi terdapat beberapa teknik yang dilakukan pada produksi secara siaran langsung maupun *tapping*. Pada produksi siaran langsung hanya menekankan bahwa program dimulai dan diakhiri sesuai dengan waktu tayang yang telah direncanakan sebelumnya, dengan kata lain sebuah program ditayangkan tanpa penundaan waktu dan bisa juga digunakan sebagai data untuk bukti pertanggungjawaban kepada pemasang iklan bahwa spot iklanya telah ditayangkan pada program *live*. Sedangkan pada produksi *tapping* terdapat beberapa teknik seperti *live on tape*, *multi camera recording*, *recording in segment* dan *single camera*. Produksi program stasiun dangdut, baik melalui siaran langsung maupun *tapping*, memiliki tujuan yang sama yaitu menampilkan musik dangdut, penyanyi dan orkes dengan proses pengambilan gambar tidak memiliki perbedaan antara kedua proses tersebut. Walaupun memiliki tujuan yang sama, terdapat beberapa perbedaan dalam proses tahapan ini dan perbedaannya terletak pada interaksi. Produksi siaran langsung stasiun dangdut melibatkan interaksi antara pengisi acara seperti *presenter*, penyanyi, dan orkes. Interaksi tersebut mencakup unsur-unsur seperti *guyonan*, *built in* iklan dan penyampaian informasi terkait program stasiun dangdut. Sedangkan pada proses produksi secara *tapping*, program stasiun dangdut hanya melibatkan interaksi dua *presenter* saja dan interaksi tersebut hanya berupa *guyonan* dan penyampaian informasi terkait program ini. Pada teknis produksinya, kedua *presenter* tersebut *shooting* menggunakan teknik *single camera*, di mana kedua *presenter* tersebut melakukan pengambilan gambar sesuai dengan kebutuhan dari *episode* tersebut.

Untuk mengubah naskah menjadi format audio visual (AV), langkah yang diambil adalah melalui proses produksi. Dalam konteks produksi program stasiun dangdut, digunakanlah suatu panduan yang disebut *rundown* yang mengarahkan seluruh jalannya program dari awal hingga akhir. Dalam implementasinya, produser stasiun dangdut membagi program ini menjadi empat

segmen, masing-masing dengan durasi 12 menit. Setiap segmen mencakup dua lagu yang dinyanyikan oleh 1 hingga 2 penyanyi, sehingga dalam satu episode, terdapat penayangan total 8 lagu dengan 4 pengisi acara atau penyanyi yang berpartisipasi. Dengan penayangan harian, produser stasiun dangdut bertanggung jawab menciptakan daya tarik yang konsisten agar penonton tetap tertarik dan setia menyaksikan program ini. Salah satu strategi yang diimplementasikan untuk menjaga tempo dan kestabilan program adalah melalui pembagian segmen seperti yang dijelaskan sebelumnya. Dalam menjaga tempo, beberapa poin ditekankan oleh produser, termasuk pemilihan lagu untuk menciptakan variasi ritme dengan kombinasi lagu berbeat dan mellow, penekanan pada satu bintang tamu kelas A setiap episode untuk menarik penonton, dan penekanan pada tampilan visual pengisi acara untuk menciptakan daya tarik visual. Stasiun dangdut menampilkan setlist atau susunan lagu dalam satu episode dengan pendekatan tempo naik turun, mengadopsi lagu-lagu dangdut populer dan merujuk pada karya-karya musisi terkenal seperti Elvi Sukaisih, Rhoma Irama, Happy Asmara, Ike Nurjanah, serta musik dangdut original. Keberlanjutan dan pelestarian musik dangdut menjadi perhatian khusus stasiun dangdut. Produser stasiun dangdut juga memberikan perhatian khusus pada aspek fashion dan penampilan visual penyanyi. Mereka menekankan pentingnya beradaptasi dengan tren terkini, terutama dalam gaya pakaian casual, untuk menjaga relevansi dengan target penonton di siang hari. Produser memberikan kebebasan kreatif kepada pengisi acara untuk memilih pakaian mereka sendiri, tetapi tetap memberikan referensi dan saran sesuai dengan tren yang sedang berlaku.

Menurut Alan Wurtzel pada proses *postproduction* sebagai tahapan penting bagi proses produksi secara *tapping* karena memerlukan fase pasca produksi, pada saat ini sutradara mengawasi pengeditan rekaman untuk memilih pengambilan atau *segmen* yang akan dimasukkan dalam versi final yang telah diedit. Pada tahapan editing digunakan untuk penyuntingan, pemotongan, penyambungan, merangkai pemotongan gambar dan utuh dari bagian-bagian dari hasil rekaman gambar dan suara. Dalam *editing* terdapat dua teknik yang digunakan, yaitu *editing* linear dan *editing* nonlinear. Pengertian dari *editing* linear adalah sistem *editing* teknologi *analog* (dari kaset ke kaset) menggunakan *video tape recorder* (VTR), sedangkan *editing* non linear adalah *editing* digital menggunakan komputer sebagai media kerjanya. Materi didapat dari kaset *tape* diubah menjadi data. Data tersebutlah yang diedit.

Proses *postproduction* pada program stasiun dangdut, khususnya untuk produksi secara *tapping*, mengikuti prinsip-prinsip yang dijelaskan oleh Alan Wurtzel. Setelah selesai tahap produksi secara *tapping*, asisten produser melakukan pemindahan hasil pengambilan gambar dari *hardisk* ke *mybook* produser dan kemudian file tersebut yang akan diedit oleh editor. Langkah ini dilakukan untuk memungkinkan editor melakukan *editing* digital melalui komputer, sesuai dengan konsep *editing* non-linear yang mengubah materi dari kaset *tape* menjadi data yang dapat diedit dengan lebih efisien dan fleksibel. Pada langkah ini produser stasiun dangdut tidak mengawasi proses *editing* karena editor sudah diberi panduan dalam menggabungkan, pemotongan dan merangkai *segmen* dari *rundown* yang sudah direvisi oleh asisten produser atas perubahan dari produser stasiun dangdut. Selain itu pada tahap *postproduction* menurut Alan Wurtzel juga terdapat evaluasi, di mana evaluasi tersebut berguna untuk melihat apakah program yang selama ini diproduksi sudah memenuhi target atau tujuan tertentu. Program stasiun dangdut mengadakan proses evaluasi ini diikuti oleh eksekutif produser, produser dan asisten produser, dalam evaluasi tersebut mencakup pemantauan dan analisis terhadap *rating* yang diperoleh selama sebulan terakhir. Dengan melakukan evaluasi, produser dan asisten produser dapat

mengidentifikasi keberhasilan dan kelemahan untuk pengambilan strategi guna meningkatkan kualitas dan daya tarik dari program stasiun dangdut. Evaluasi yang dilakukan oleh program stasiun dangdut memiliki fokus terhadap *rating*, jika pada episode tertentu memiliki *rating* dan *share* yang bagus, biasanya produser dan asisten produser memakai cara yang sama namun ada penambahan beberapa jika masih memiliki kekurangan. Begitu pun sebaliknya apabila episode tertentu memiliki *rating* dan *share* yang kurang bagus, biasanya produser dan asisten produser melakukan perubahan yang dirasa masih terdapat kekurangan.

Penutup

Penarikan kesimpulan dalam menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan mengenai bagaimana strategi kreatif produser dalam menjaga keberlanjutan program Stasiun Dangdut di JTV Surabaya. Program musik dangdut ini telah ditayangkan sejak tahun 2004 dan berhasil bertahan hingga saat ini, menjadi sukses yang patut diakui bagi JTV Surabaya. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari kreativitas produser yang berperan penting. Strategi kreatif yang diterapkan oleh produser fokus pada pemilihan lagu serta seleksi pengisi acara, termasuk presenter, penyanyi, dan orkes.

Dalam hal pemilihan presenter, produser Stasiun Dangdut mempertahankan Chandra sebagai presenter utama karena keberlanjutan dan identitas yang kuat antara beliau dengan program Stasiun Dangdut. Selain itu, mereka memperkenalkan dua presenter baru, Monica dan Tiara, dengan alasan program ini lebih berorientasi pada musik dangdut. Interaksi ketiga presenter tersebut, yang ditampilkan dengan menggunakan bahasa Jawa atau suroboyoan sebagai icebreaking, dianggap sebagai langkah kreatif. Produser juga menekankan pemilihan penyanyi kategori A pada setiap episode untuk menjaga daya tarik program dan mencegah agar tidak terlalu monoton. Kemudian dalam pemilihan orkes, produser melakukan audisi dan kunjungan langsung ke tempat latihan orkes sebagai bentuk evaluasi kualitas orkes yang akan tampil di program Stasiun Dangdut. Pemilihan lagu dilakukan dengan menampilkan lagu-lagu yang sedang viral, menunjukkan keterkaitan dengan tren musik terkini. Strategi kreatif lainnya adalah inovasi dengan diperkenalkannya segmen baru bernama "Mendadak Bintang," yang dirancang sebagai wadah bagi penyanyi pendatang baru yang ingin memulai karier di industri hiburan melalui stasiun televisi. Dengan adanya segmen ini, produser berharap memberikan kesempatan lebih besar kepada penyanyi pendatang baru untuk tampil dalam program ini.

Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis berupaya memberikan rekomendasi yang diharapkan akan memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini, antara lain, rekomendasi dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menyediakan dan memperluas referensi serta informasi-informasi untuk peneliti yang melakukan kajian dengan judul strategi kreatif, serta untuk menambah literasi jika ingin melakukan penelitian di Stasiun Dangdut JTV Surabaya. Rekomendasi lainnya untuk program acara musik Stasiun Dangdut, dibelakang seorang produser sudah seharusnya terdapat tim kreatif yang profesional karena pengolahan konten kreatif yang lebih menarik sangat diperlukan agar program ini dapat terus bertahan sebagai cara untuk terus melestarikan budaya musik dangdut itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Aria, R. (2019). *Strategi Kreatif Produser Program Acara Bintang Cilik ADITV Dalam Mempertahankan Konten Hiburan Anak*.
- Baidlowi, A. (2015). *Analisa Produksi Siaran Berita Satus Persen Jatim di JTV Surabaya*.
- Felsanindhita, C. I. (2021). *Strategi Kreatif Produser Program 15 Minutes Metro TV*. 1–6.
- Hasan, I. (2021). *Analisis Strategi Konvergensi Media Digital Pada Radio Duta Nusantara Ponorogo*.
- Imroni, M. (2022). *Eksistensi Televisi Lokal di Tengah Era Konvergensi Media Digital (Studi kasus Pada Pengelolaan Konten Siaran dan SDM di Jawa Timur Televisi (JTV) Jember)*.
- Khusna, I. A., Studi, P., Komunikasi, I., & Sosial, I. (2018). *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Kangen Tembang-Tembung di ADITV Yogyakarta*.
- Linardi, L. N., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2015). *Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Tayangan Stasiun Dangdut di JTV*.
- Nugrahani, F. (2014a). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Nugrahani, F. (2014b). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Oktaviansyah, A., & Vera, N. (2018). *Peran Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Acara Variety Show The New Eat Bulaga Indonesia di ANTV*.