

Rating dan Share pada Program Super Deal Indonesia 2022 di GTV

Mila Arumsari¹, Moehammad Gafar Yoedtadi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: mila.915190020@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: gafary@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

Television is one of the mass media sources of information. Producers have an important role in making a television programme so that it can produce the targeted rating and share. There are three important parts in the production of a programme: pre-production, production, and post-production. In these three stages, the producer plays a role in organising all his responsibilities. This research was conducted to find out how the process a producer goes through in handling a television programme so that it can increase ratings and shares. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques through interviews with producers and executive producers of the "Super Deal Indonesia 2022" programme aired on GTV station, observation and documentation. The results obtained from this study show that the role of the producer affects the performance of a programme in producing a show that has a concept with creativity so that it can increase ratings and shares.

Keywords: *producer, television, television production concept*

Abstrak

Televisi merupakan salah satu media massa sumber informasi. Produser memiliki peran penting pada pembuatan suatu program acara televisi sehingga dapat menghasilkan *rating* dan *share* yang ditargetkan. Terdapat tiga bagian penting dalam produksi suatu program yaitu tahapan pra-produksi, produksi, pasca produksi. Dalam tiga tahapan tersebut, produser memegang peranan dalam mengatur segala tanggung jawabnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses yang dilalui seorang produser dalam menangani program acara televisi sehingga dapat meningkatkan *rating* dan *share*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan produser dan eksekutif produser program "Super Deal Indonesia 2022" yang ditayangkan di stasiun GTV, observasi dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran produser mempengaruhi kinerja suatu program dalam menghasilkan sebuah tayangan yang memiliki konsep dengan kreativitas sehingga dapat meningkatkan *rating* dan *share*.

Kata Kunci: konsep produksi televisi, produser, televisi

1. Pendahuluan

Khalayak membutuhkan informasi setiap hari. Bittner menyatakan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses penyampaian pesan maupun informasi kepada seluruh khalayak yang disebarkan melalui berbagai media massa sehingga khalayak dapat menerima sebuah informasi yang secara cepat (Halik, 2013). Televisi juga bagian dari bentuk komunikasi massa yang berarti komunikasi massa mempunyai sebuah informasi atau pesan yang akan disampaikan melalui media massa. Maka

televisi juga dapat disimpulkan sebagai sarana dari media komunikasi massa yang memiliki kesinambungan dengan sumber informasi yang disebarluaskan kepada masyarakat.

Dalam membuat suatu program dibutuhkan tim yang memadai dalam keunikan maupun kreativitas serta bakat pada setiap peran seseorang. Dengan demikian program siaran pada televisi berpengaruh kepada kepribadian seseorang dalam peran yang dijalannya. Sebuah program televisi tidak dapat berjalan jika tidak ada pemimpin yang memiliki kriteria dalam kepemimpinan suatu organisasi untuk mencapai target yang diinginkan.

Program Super Deal adalah sebuah program yang berkonsepkan permainan yang menghasilkan hadiah yang didapatkan secara mudah dalam segi permainan. Program Super Deal merupakan program yang dimiliki oleh stasiun televisi nasional GTV pada perusahaan MNC Group (Media Nusantara Citra). Program Super Deal memiliki kesamaan pada program televisi luar negeri yaitu program “*Let’s Make a Deal*” kemudian diikuti kembali dengan versi Indonesianya sesuai dengan konsep dari *fremantle* atau tangan pertama pada program tersebut yang kemudian GTV membeli *license* (lisensi) sehingga pada program Super Deal membutuhkan peran kepemimpinan dalam menangani program tersebut.

Dengan demikian program siaran pada setiap stasiun televisi berpengaruh pada kepribadian seseorang bagaimana peran itu dapat dijalankan. Peran seseorang juga dapat berfungsi sesuai yang diharapkan oleh individu atau sekelompok orang dalam suatu perilaku atau sikap yang dimilikinya dalam profesionalitasnya, agar dapat memberikan hasil yang optimal atau memuaskan pada suatu organisasi atau perusahaan yang mengadakan program-program untuk menghasilkan sebuah karya yang hebat maupun materi sebagai pendapatan.

Produser adalah sosok peran yang memiliki peran yang bertanggung jawab atas sebuah perencanaan dalam suatu program siaran dan harus memiliki kemampuan dalam berpikir untuk menuangkan ide pada suatu gagasan maupun tulisan untuk suatu program acara yang akan disusun secara sistematis, serta mampu memiliki peran yang juga dalam memimpin setiap bagian yang bekerja sama dengan unsur-unsur produksi yang terkait (Fachruddin, 2017). Produser memperhatikan setiap aspek pada tahapan-tahapan yang dijalani dari pembuatan suatu program produksi televisi dan dapat menghasilkan materi atau pendapat dari suatu program acara yang dilakukannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran seorang produser dalam membangun ide serta konsep melalui kreativitas sehingga dapat meningkatkan *rating* dan *share*.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif. Menurut Erickson, penelitian kualitatif secara harafiah merupakan jenis penelitian yang berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara lisan, tertulis atau terucap kegiatan dilakukan dan berpengaruh untuk tindakan yang terjadi terhadap kehidupan yang mereka jalani (Anggito & Setiawan, 2018).

Metode dalam penelitian ini adalah studi kasus pada program Super Deal Indonesia di GTV. Menurut Yin, penelitian studi kasus adalah penelitian yang berdasarkan rumusan masalah dengan memberikan pertanyaan mengenai bagaimana dan mengapa, maka metode studi kasus akan cocok untuk digunakan dalam melakukan penelitian (Irene & Rusdi, 2021).

Subjek dalam penelitian ini adalah produser program Super Deal Indonesia 2022, dengan objek penelitian adalah peran produser dalam meningkatkan *rating* dan *share*. Peneliti melakukan wawancara dengan dua narasumber yaitu Produser dan Eksekutif Produser pada program Super Deal Indonesia 2022. Data yang peneliti dapatkan berupa hasil wawancara yang berkaitan dengan peran produser.

Dalam pemilihan teori penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa, yang merupakan sebuah pesan maupun informasi yang dibagikan kepada seluruh masyarakat melalui media massa dalam sejumlah besar orang yang menerimanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa ini sebagai muatan serangkaian informasi yang dapat dipublikasi pada siapa pun tanpa batasan tertentu. Melalui saluran pada alat media yang berupa radio, televisi, koran atau majalah dan film yang akan diterima oleh masyarakat luas dan dapat disebar pula kepada khalayak lainnya sehingga dapat tersebar luas informasi yang didapatkannya (Mukarom, 2020).

Media dalam penyebaran tayangan atau informasi tertentu biasanya menggunakan televisi yang merupakan alat komunikasi yang dapat menyebarkan suatu informasi yang dibagikan atau disampaikan kepada seluruh masyarakat dalam skala yang besar dan tidak terjangkau oleh jarak dalam waktu yang sangat cepat diterima oleh penonton televisi, sehingga semua informasi dapat tersebar luaskan dari sebuah *audio* dan gambar yang dapat dilihat secara langsung (Hilanudin & Nawiroh, 2022).

Penayangan televisi pun tidak terlepas dari konsep-konsep produksi di dalamnya, antara lain melibatkan banyak orang dalam sebuah tim produksi, sehingga diperlukan pengorganisasian yang tersusun dan diperlukan sebuah tahapan yang jelas. Menurut Morissan secara umum terbagi menjadi 3 bagian, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi (Morissan, 2015).

Tahap pra-produksi adalah tahap pencarian data awal yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi. Tahapan ini melakukan persiapan dan perencanaan dari semua kegiatan mulai dari pembahasan ide sampai dengan pelaksanaan pada pengambilan gambar atau *shooting*.

Tahap produksi adalah seluruh kegiatan pengambilan gambar atau *shooting* baik di dalam studio maupun di luar studio. Pada tahapan produksi merupakan tahapan yang mempunyai rincian dalam pengelolaan materi yang akan ditampilkan atau ditayangkan dalam proses pengambilan gambar atau pada saat *shooting* berlangsung. Proses ini disebut juga dengan *taping* yang merupakan proses *shooting* tanpa adanya penyiaran secara langsung. Dalam hal tersebut perlu dilakukan pemeriksaan ulang setelah kegiatan pengambilan gambar selesai dilakukan dan tentunya harus terus berpacu berdasarkan etika jurnalisisme dalam setiap pembuatan program TV.

Sedangkan pada tahap pasca produksi yaitu tahapan akhir dari sebuah proses produksi di mana semua materi-materi, suara, dan efek visual yang telah diambil pada tahap produksi hingga menjadi final dan siap disebar luaskan. Menurut Morissan, tahapan pasca produksi adalah semua kegiatan setelah pengambilan gambar sampai materi itu dinyatakan selesai setelah melewati beberapa proses, seperti *editing*, *effect visual*, *audio*, ataupun *mixing* dan setelah proses tersebut selesai maka siap disiarkan atau diputar kembali.

Pada tiga tahapan tersebut produser melakukan proses kerja pada stasiun televisi dengan kriteria atau memiliki jiwa yang penuh *value* atau nilai yang berbobot hanya dapat diciptakan oleh produser yang memiliki visi bagi dirinya sendiri. Visi itu dapat tumbuh dari suatu acuan yang mendalam pada orientasi, religi, dan pemikiran-pemikiran kritis serta sarana yang dipakai untuk menampilkan materi dari sebuah

produksi (Wibowo, 2015). Menurut Effendy (2015), tugas seorang produser adalah menjadi pemimpin serta memimpin seluruh tim produksi sesuai dengan konsep maupun tujuan bersama yang telah dibuat dan disepakati, baik dalam aspek kreatif maupun dari segi manajemen produksi.

Dalam sebuah produksi, produser juga sebagai pemimpin tertinggi harus mampu bertanggung jawab atas keseluruhan dalam pelaksanaan. Selain itu, produser juga harus mampu bersikap tegas dan bijaksana dalam mengambil setiap langkah dalam keputusan. Produser juga harus peka akan semua hal yang dibutuhkan oleh timnya agar semua dapat berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan. Oleh karena itu kinerja seorang produser sangat lah berpengaruh penting bagi kelangsungan sebuah program.

Dengan demikian laporan *rating* pada program Super Deal memiliki peran yang sangat menentukan bagi stasiun penyiaran atau televisi, karena perannya yang sangat penting maka riset *rating* adalah studi dan penelitian mengenai *audiens* penyiaran. Sehingga *share* juga menjadi bagian penting bagi stasiun televisi yang bersangkutan untuk mengetahui kualitas programnya dibandingkan dengan kompetitor yang dimilikinya.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Peran produser meliputi tiga tahapan konsep produksi televisi yaitu pada tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi. Sebelum produksi dimulai, produser akan melakukan *meeting* terlebih dahulu untuk membahas perencanaan dan konsep yang akan dibuat dengan ide-ide atau masukan dari semua tim, baik itu tim kreatif maupun tim *fremantle*.

Selain itu, produser sendiri memiliki peran untuk menentukan tim kreatif, tetapi di dalam program Super Deal ini, produser tidak memilih satu-satu orang yang akan menjadi tim kreatif, melainkan bekerja secara tim keseluruhan dari tim kreatif GTV dan tim tersebut akan bekerja sama-sama dengan tim kreatif dari *fremantle* untuk memikirkan bagaimana caranya program Super Deal lebih bagus secara kontennya.

Adapun kendala yang dihadapi oleh produser harus dapat dipecahkan dengan mencari solusi terbaik dari perannya terhadap pekerjaannya, seperti keterlambatan peserta, kekurangan *budget*, dan kesalahan teknis. Hal ini dikatakan oleh produser Super Deal dalam wawancara yang telah peneliti lakukan bahwa produser harus dapat memecahkan permasalahan atau *problem solving* untuk mengambil langkah dan solusi yang dimiliki oleh produser tersebut.

“Banyak, jadi secara kita ada kendala teknis, kita ada kekurangan budget, segala macam, terkadang ada peserta yang datangnya telat, masih kekurangan peserta karena tiba-tiba peserta ada yang sakit atau apalah, apalagi kita kan harus mendapatkan 100 orang peserta, otomatis semuanya runutannya banyak. Nah disemua permasalahan itu kita harus selesaikan satu-satu, misalkan ada kendala budget berarti kita harus subsidi silang, walaupun ada kendala teknis kita selesaikan bareng-bareng, kita perbaiki akhirnya kita bisa syuting kembali.” (Wawancara secara langsung, Produser Super Deal Indonesia 2022 Subiyan Zainuddin, 24/11/22).

Sedangkan pada tahapan produksi dilakukannya proses pengambilan gambar untuk memulai konten yang akan disiarkan sesuai dengan pengembangan ide yang

telah dibicarakan pada tahapan pra-produksi. Program Super Deal dilakukan secara *taping*. Produser melakukan koordinasi bersama timnya untuk menyempurnakan dalam kesiapan pengambilan konten, mempersiapkan materi yang akan ditayangkan sehingga pada peran produser akan terlibat untuk memastikan keadaan, perlengkapan, kesiapan, baik dari segi peserta, *host*, kru, maupun segi teknis saat *shooting* berlangsung. Dan seluruh kegiatan akan dilakukan *briefing* atau pembahasan terlebih dahulu mengenai materi yang akan dipublikasikan, karena akan berpengaruh pada konten tersebut sehingga produser memiliki peran dalam mengkoordinasi timnya dalam segala aspek dan mengarahkan timnya untuk menyiapkan tahapan produksi yang akan dipublikasikan.

“Pada tahapan produksi biasanya kita akan syuting itu di hari kamis, jumat sabtu, kita akan taping dengan menunggu semua kehadiran dari peserta yang udah memiliki kelompok-kelompok yang sesuai dengan persyaratan itu 10-15 orang, kita bersama tim tuh akan brief mereka ke peserta kasih tau arahannya kayak gimana aja selama syuting kita jelasin dulu satu-satu, setelah kita jelasin baru kita akan memulai syuting itu. Kita sama tim akan memperhatikan tuh satu-satu dari semua kesiapannya, nah gua sebagai produser gua akan mengarahkan satu-satu tim gua untuk cek semua pokoknya sebelum syuting ini dimulai, kita cek satu-satu persiapannya, semua udah ready baru bisa dikatakan kita siap memulai syuting.” (Wawancara secara langsung, Produser Super Deal Indonesia 2022 Subiyon Zainuddin, 24/11/22).

Pada proses produksi, produser juga memiliki hambatan yang dialami selama proses tersebut berlangsung. Contoh dari hambatan atau kendalanya ialah keterlambatan atau kekurangannya peserta dikarenakan ketidakhadiran mereka dalam mengikuti permainan pada program Super Deal ini. Peneliti melakukan observasi bahwa keterlambatan peserta berpengaruh pada penundaan *shooting* berlangsung yang sudah disesuaikan pada jam yang sudah ditentukan, karena hal tersebut menjadi mundur jam yang ditetapkan untuk menunggu keterlambatan dari peserta atau kelompok yang belum hadir. Akan tetapi jika ada peserta yang sakit dan diharuskan untuk pulang, maka salah satu peserta tersebut harus meninggalkan studio dan *shooting* akan berlanjut dengan kekurangannya peserta dari salah satu kelompok yang ada di dalam permainan Super Deal.

“Kalo masuk proses tahap produksi atau syuting ada kendalanya di peserta, misalkan peserta sakit atau peserta terlambat berarti kita nunggu peserta kita cek semuanya, walaupun pesertanya gak memungkinkan untuk syuting, otomatis dia harus keluar dari syutingan itu, walaupun pesertanya telat, otomatis kita harus menunggu peserta, karena Super Deal itu gak bisa berjalan tanpa adanya peserta.” (Wawancara secara langsung, Produser Super Deal Indonesia 2022 Subiyon Zainuddin, 24/11/22).

Pada tahapan pasca produksi, produser memiliki tanggung jawab dalam mengevaluasi hasil dari pengambilan gambar atau konten yang telah dilakukan pada saat produksi. Kemudian produser bersama tim menerima hasil *rating* dan *share* saat program dari pihak *programming* tersebut sudah ditayangkan maka peran produser akan mengevaluasi lagi jika *rating* dan *share* menurun. Produser akan memberikan

sistematis terbaru untuk tayangan ke depannya agar *rating* dan *share* dapat naik kembali.

“Biasanya kita akan ngubah nih biar gak bosan, misalnya ganti temanya tiap harinya untuk peserta biar pesertanya juga makin semangat mau ikut acara Superdeal, kita akan kasih tau ke mereka untuk setiap peserta memakai misalnya pakaian sesuai hari yang dimainkan, terus juga bisa jadi hadiahnya kita naikin, kita hadirin bintang tamu lainnya biar makin banyak yang nonton juga, kayak gitu kurang lebihnya.” (Wawancara secara langsung, Produser Super Deal Indonesia 2022 Subiyan Zainuddin, 24/11/22).

Program yang bagus adalah program yang akan selalu memunculkan inovasi maupun ide yang dimiliki oleh peran-peran tertentu yang terlibat dalam program tersebut dengan penemuan ide yang baru, sehingga ide-ide yang didapatkan akan berbeda dengan penemuan-penemuan sebelumnya. Maka *rating* dan *share* sangat penting dan berpengaruh bagi seorang produser untuk melihat dan membuktikan suatu keberhasilan kerja produser dalam menangani atau menguasai perannya dan tanggung jawabnya sebagai produser.

Peneliti juga merangkum bahwa produser melakukan kegiatan pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi dengan menentukan ide dan mengembangkan ide sehingga dapat menyajikan konsep untuk konten yang berbeda-beda pada setiap tayangan yang akan disiarkan, berkoordinasi bersama dengan tim kreatif maupun tim *fremantle* dalam membuat konsep sehingga menjadi konten yang maksimal secara keseluruhan, dapat memecahkan atau menyelesaikan masalah yang terjadi, dan dari hasil tersebut dapat meningkatkan *rating* dan *share* dari pengembangan ide atau konsep yang memiliki sistematis berbeda-beda pada setiap episodenya yang ditayangkan seperti menaikkan nominal hadiah, mendapatkan hadiah yang tak terduga yaitu seperti mobil, membuat tema pada pakaian peserta, mendatangkan bintang tamu, maka dari semua jabaran maupun solusi dalam meningkatkan *rating* dan *share* tersebut penonton tidak akan bosan melihat tayangan per-episodenya.

Sesuai hasil dari informan, dalam hal ini produser juga memperhatikan saat produksi yang dilakukan secara *taping* dipersiapkan semaksimal mungkin, maka segi teknis, segi konten adalah lebih dipersiapkan kesempurnaannya melalui koordinasi bersama dengan tim, sehingga berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan narasumber, hal tersebut berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab seorang produser.

Setelah dua tahapan penting sudah dilalui, produser wajib melakukan tahapan pasca produksi untuk melakukan pengecekan dengan dilakukannya *meeting* untuk melihat hasil dan mengevaluasi apa saja bagian yang akan menarik untuk diambil yang terjadi saat pengambilan konten, serta melihat apa saja kekurangannya, jika sudah sesuai dengan pelaksanaannya, maka konten tersebut dapat dipublikasikan atau ditayangkan. Setelah itu *rating* dan *share* dapat dilihat dan dievaluasi. Jadi dari peran yang dimiliki produser dapat menghasilkan *rating* dan *share* dan terus berusaha untuk menayangkan programnya dengan bervariasi tentunya agar penonton tidak merasa bosan pada setiap konten yang akan disiarkan program Super Deal Indonesia 2022.

4. Simpulan

Produser berperan penting dalam menentukan *rating* dan *share* suatu program. Seorang produser melalui 3 tahapan dalam pembuatan program, mulai dari pra produksi-produksi-pasca produksi. Agar mampu menaikkan *rating* dan *share*, produser dituntut memiliki kreativitas. Peran seorang produser sangat penting dalam meningkatkan kinerja tim untuk menghasilkan program yang menarik. Hal ini juga akan berdampak pada pemasukan berupa iklan atau sponsor.

Produser juga bertugas membangun mental timnya. Produser berkolaborasi dengan tim kreatif untuk menyatukan konsep dan ide yang sudah dimiliki sehingga dapat terealisasi dan menghasilkan sebuah tayangan yang menarik dan unik. Selain itu, produser juga memiliki peran yang dapat berpengaruh dalam mendapatkan sebuah pendapatan pada televisi mengenai iklan yang masuk pada program tersebut sehingga banyaknya sponsor atau sebuah *brand* yang akan mendatangi program Super Deal.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Lestari Ella Deffi, Ed.; Cetakan Pertama). CV Jejak.
- Effendy, H. (2015). *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*. Erlangga.
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-Dasar Produksi Televisi* (Cetakan ke-4). Prenada Media Group.
- Halik, A. (2013). *Buku Daras UIN Alauddin Komunikasi Massa Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar* (Amin Muliati, Ed.; 1st ed.).
- Hilanudin, Y. N., & Nawiroh, V. (2022). Strategi Produser Dalam Meningkatkan Rating dan Share Program Redaksi CNN Indonesia Siang. *PANTAREI*, 6(1). <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/822/676>
- Irene, I. & Rusdi, F. (2021). Proses Gatekeeping Portal Media Daring (Studi Kasus pada Media Daring Okezone.com). *Koneksi*, 5(1), 16–22. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10123>
- Morissan. (2015). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (5th ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi* (1st ed.). PT Remaja Rosdakarya
- Wibowo, F. (2015). *Teknik Produksi Program Televisi*. Pinus Book Publisher.