

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

Ika Nuryah Septiana<sup>1</sup>, I Putu Suhada Agung<sup>2</sup>

Fakultas Seni Rupa dan Desain,  
Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

<sup>1</sup>Email: ikanuryah14@gmail.com

<sup>2</sup>Email: ipsa@isi-ska.ac.id

## ABSTRACT

*This study discusses the creative strategies implemented by producers in packaging cultural content in the Napak Pertiwi episode of Jejak Anak Negeri program in TRANS7. This research method uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques through interviews with producers and assistant producers as well as making observations through broadcast copies on the youtube channel and the official social media of Jejak Anak Negeri. The producer's creative strategy is analyzed using 13 creative strategy elements based on the book by Naratama.*

**Keywords:** *Producer's creative strategy, cultural elements, Jejak Anak Negeri*

## PENDAHULUAN

Televisi merupakan media massa elektronik modern yang sangat efektif karena memiliki kandungan informasi yang jauh lebih besar daripada media lainnya, baik itu media cetak maupun radio. Perkembangan televisi di Indonesia yang cukup pesat, menyebabkan stasiun televisi berlomba-lomba meraih pemirsa melalui program acara mereka. Di tengah persaingan dunia pertelevisian nilai-nilai edukasi dan hiburan harus diwujudkan, demi terciptanya televisi yang bernilai *edutainment* atau *edukasi-entertainment*.

TRANS7 merupakan salah satu stasiun televisi yang berkomitmen untuk menyajikan tayangan yang cerdas serta mampu menghibur masyarakat Indonesia melalui program-programnya yang bersifat *edutainment*. Upaya agar masyarakat senantiasa mencintai budaya bangsa merupakan suatu hal yang mendasari setiap tayangan program TRANS7. Unsur kebudayaan menarik diteliti karena kurangnya

minat masyarakat khususnya bagi kalangan anak muda dalam melestarikan kebudayaan Indonesia. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Koordinator IndoWYN Lenny Hidayat yang mengungkapkan bahwa rasa bangga dan kepedulian melestarikan budaya kurang tertanam di generasi muda Indonesia saat ini. Minat mereka untuk mempelajari kebudayaan negeri sendiri kurang dan lebih tertarik belajar kebudayaan asing.<sup>1</sup>

Dari sekian banyak program di TRANS7, *Jejak Anak Negeri* merupakan salah satu program yang mengangkat mengenai kebudayaan. Program ini dibawakan oleh pemuda-pemudi lokal yang memahami betul adat dan kebudayaan daerah mereka masing-masing untuk bisa dibagikan kepada pemirsa. Program ini menarik untuk diteliti karena lebih spesifik mengangkat mengenai adat dan kebudayaan serta kearifan lokal suatu daerah. Program acara *Jejak Anak Negeri* selalu

berkembang setiap tahunnya. Bahkan, program ini mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Dibalik keberhasilan program *Jejak Anak Negeri* tidak luput dari keberadaan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sarana yang mendukung. Produser merupakan salah satu SDM yang memiliki peran penting dalam suatu keberhasilan program. Seorang produser harus mampu mengoordinasikan dan mengontrol semua aspek mulai dari praproduksi hingga pascaproduksi. Dari latar belakang tersebut penelitian ini terfokus pada bagaimana strategi kreatif produser program *Jejak Anak Negeri* episode Napak Pertiwi di TRANS7 dalam mengemas konten budaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif bersifat deskriptif. Objek penelitian berupa program *Jejak Anak Negeri* episode Napak Pertiwi yang tayang pada 13 Maret 2020 di TRANS7. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu observasi, wawancara dan studi pustaka. Analisis data terdiri dari reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/verifikasi.

## PEMBAHASAN

Pada episode Napak Pertiwi Wayan Sugiarta mengajak pemirsa untuk jalan-jalan di Pulau Dewata Bali. Episode yang tayang pada 13 Maret 2020 ini mengangkat mengenai adat istiadat serta kebudayaan yang ada di Bali. Selain tentang ritual adat dan kebudayaan episode ini juga menampilkan aneka ragam kuliner Bali, mulai dari kuliner khas hingga kuliner yang sudah jarang dikonsumsi oleh masyarakat sekitar. Berikut hasil penelitian mengenai strategi kreatif produser program *Jejak Anak Negeri* episode Napak Pertiwi di TRANS7 dalam mengemas konten budaya.

<sup>1</sup> <https://nasional.kompas.com/read/2008/11/26/17323361/~Oase~Cakrawala>

### 1. Pencarian Ide

Dalam mengemas unsur kebudayaan materi yang menjadi sasaran produser adalah kegiatan festival budaya ataupun upacara adat. Hal tersebut lantaran pada kegiatan festival budaya maupun upacara adat sudah mengandung unsur kebudayaan meliputi: sistem bahasa, sistem pengetahuan, sistem kekerabatan dan sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian, sistem religi, serta sistem kesenian yang saling berkaitan satu sama lain. Dalam pencarian ide materi strategi yang dilakukan produser supaya tayangan tersebut mampu menarik minat pemirsa yakni dengan mempertimbangkan seberapa mistis ritual yang ditampilkan.

Strategi lain yang diterapkan produser dalam mengemas unsur kebudayaan yakni dengan mempertimbangkan materi kuliner sebagai upaya mengemas sistem peralatan hidup dan teknologi. Kuliner yang dibahas mencakup kuliner khas, kuliner yang sudah jarang dikonsumsi serta kuliner wajib pada kegiatan festival budaya maupun upacara adat. Misalnya pada episode Napak Pertiwi kuliner yang menjadi item liputan meliputi *ayam betutu*, *plecing gonda*, *sambal bongkot*, *pesan telengis* dan *sayur jukut buangit*. *Ayam betutu* merupakan salah satu kuliner khas Bali yang selalu ada pada setiap acara keagamaan atau kebudayaan Bali. Sedangkan *plecing gonda*, *sambal bongkot*, *pesan telengis* dan *sayur jukut buangit* merupakan kuliner yang sudah jarang dikonsumsi oleh masyarakat sekitar. Pada proses pencarian materi produser akan melakukan riset terlebih dahulu baik itu melalui internet, rekap data kegiatan festival, pola musim, dan *fixer*.

### 2. Metode Produksi

Metode produksi program *Jejak Anak Negeri* dilakukan secara *tapping*, yaitu sebuah proses produksi program televisi yang tidak disiarkan secara langsung karena harus melalui serangkaian kegiatan pengeditan terlebih

dahulu. *Tapping* dilakukan agar tayangan tersebut sesuai dengan kaidah yang ada, lebih menarik, serta minim kesalahan. Metode *tapping* sangat sesuai diterapkan lantaran produksi program ini dilakukan di luar studio dengan proses produksi memakan waktu lama dan dikhawatirkan akan terjadi hal-hal tidak diinginkan. Selain itu, program ini berformat *magazine* yang menampilkan beberapa rubrik pada tiap episodenya sehingga dibutuhkan sentuhan *editing* terlebih dahulu agar program yang dihasilkan lebih menarik dan informatif.

### 3. Target Pemirsa

Strategi produser dalam mengemas konten budaya pada program *Jejak Anak Negeri* yakni dengan mempertimbangkan target pemirsanya. Hal tersebut bertujuan agar media dapat melayani pemirsa secara baik dengan melakukan komunikasi persuasif serta memuaskan kebutuhan dan keinginan pemirsa yang dituju. Target pemirsa program *Jejak Anak Negeri* selalu berubah menyesuaikan data dari AC Nielsen. Namun, secara keseluruhan target program ini yaitu untuk semua jenis kelamin pada usia dewasa hingga orang tua dengan kelas ekonomi bawah hingga menengah. Penentuan target program diperuntukkan untuk mempertimbangkan materi atau item-item yang diliput. Jika pada data AC Nielsen episode minggu sebelumnya lebih banyak disaksikan oleh perempuan maka minggu selanjutnya aktifitas-aktifitas yang ditampilkan lebih diperbanyak kegiatan yang diperuntukkan perempuan seperti memasak, menenun, atau tarian yang anggun begitupun sebaliknya.

Meskipun demikian pada akhirnya dalam sebuah tayangan televisi pasti akan berusaha mengambil hati pemirsa sebanyak-banyaknya dari berbagai kalangan. Seperti pada episode Napak Pertiwi, strategi yang dilakukan produser untuk menarik minat anak-anak dan remaja yakni dengan menampilkan sebuah permainan tradisional seperti *jaranan* dan *ceruring manggis*. Selain untuk menarik minat pemirsa

pada kalangan anak-anak dan remaja strategi tersebut juga bisa dijadikan media nostalgia bagi pemirsa dewasa dan orang tua.

### 4. Jam Tayang

*Jejak Anak Negeri* merupakan sebuah program yang tayang setiap hari Jumat pukul 14.15 WIB. Pada tahap penentuan jam tayang program ini tidak terdapat strategi khusus yang dilakukan oleh produser. Hal tersebut lantaran penyusunan jam tayang seluruh program di TRANS7 diaturoleh tim *programmer*. Sehingga pada tahap ini tugas produser hanya memantau keputusan dari tim *programmer*.

### 5. Bahasa Naskah

Bahasa naskah pada program *Jejak Anak Negeri* episode Napak Pertiwi menggunakan Bahasa Indonesia yang tidak baku sehingga memberikan kesan yang santai. Selain itu, pemilihan bahasa Indonesia sebagai bahasa naskah karena Bahasa Indonesia merupakan bahasa persatuan sehingga lebih tepat digunakan agar masyarakat mudah menerima informasi yang disajikan. Salah satu strategi produser dalam mengemas konten budaya yaitu dengan menyelipkan beberapa bahasa daerah dalam naskah. Tidak hanya dengan menyelipkan bahasa daerah, dialek yang diucapkan juga harus sesuai dengan daerah yang sedang dibawakan. Pada episode Napak Pertiwi, penggunaan Bahasa Indonesia lebih banyak dibandingkan dengan bahasa daerah. Namun, penggunaan dialek bahasa Bali cukup kental pada episode ini. Pengucapan Bahasa Indonesia dengan dialek Bali dapat dikenali pada pelafalan bunyi “t” dan “d” yang tebal.

Penyajian bahasa daerah pada program ini juga dijadikan sebagai alternatif membangun konflik atau membangkitkan emosi pemirsa yang tinggal berlainan dengan daerah tersebut. Dengan forma yang ditampilkan diharapkan mampu menarik minat pemirsa dalam menyaksikan setiap tayangan program *Jejak Anak Negeri*.

## 6. Format Acara

*Jejak Anak Negeri* merupakan program *magazine* yang fokus pada item kebudayaan. Program ini mengemas kontennya dengan konsep *semi documenter* dengan tujuan mampu menampilkan adat dan budaya Indonesia sesuai dengan kondisi sesungguhnya. Maka dari itu pemilihan format *magazine* sangat tepat dilakukan lantaran pada format ini dapat berisikan berbagai macam rubrik dan tema. Pemilihan format *magazine* pada program *Jejak Anak Negeri* merupakan strategi produser dalam mengemas konten budaya. Seperti yang sudah dijelaskan pada subbab pencarian ide bahwa terdapat unsur kebudayaan pada isi kontennya dengan berbagai macam kegiatan. Maka dari itu untuk mengemas item yang berbeda maka dibutuhkan suatu format acara yang mampu mewadahi item tersebut. Dari sekian banyak format program televisi, *magazine* merupakan format yang sesuai dengan deskripsi, materi dan target program *Jejak Anak Negeri*.

## 7. Punching Line

Berdasarkan hasil pengamatan melalui *copy tayang* episode Napak Pertiwi, produser tidak menerapkan *punching line* dalam mengemas konten budaya. Hal tersebut lantaran pada program ini tidak terdapat naskah skenario guna mempercepat proses praproduksi. Skenario yang dibuat hanya berupa skenario kasar yang berisi runtutan kegiatan sebagai acuan saat proses produksi.

## 8. Gimmick and funfare

Dalam mengemas konten budaya produser menerapkan *gimmick* pada episode NapakPertiwi. *Gimmick* yang dilakukan berupa reka adegan sejarah permainan tradisional Bali yaitu *jaranan* dan *ceruring manggis*. *Jaranan* dan *ceruring manggis* merupakan hasil kebudayaan pada sistem sosial. Strategi tersebut diterapkan supaya informasi yang disampaikan lebih menarik. *Gimmick* yang ditampilkan pada segmen dua ini berupa reka

adegan yang dilakukan anak-anak dalam menggambarkan kondisi masyarakat Bali jaman dahulu. Adegan yang ditampilkan yaitu saat masyarakat Bali berkegiatan sehari-hari mulai dari membersihkan sungai, bekerja di kebun, dan aktivitas lainnya. Disamping itu terdapat anak-anak yang bermain ketapel untuk menangkap burung, karena hal tersebut dapat merusak lingkungan maka anak-anak lainnya mengajak untuk melakukan permainan tradisional sehingga terciptalah permainan *jaranan* dan *ceruring manggis*.



Gambar 1. Anak--anak sedang melakukan replika adegan masyarakat Bali jaman dahulu

(Sumber gambar: *screen capture copy* tayang program acara *Jejak Anak Negeri* eps. Bali segmen 2 time code 00:09:00)



Gambar 2. Anak-anak sedang melakukan adegan bermain ketapel (Sumber gambar: *screen capture copy* tayang program acara *Jejak Anak Negeri* eps. Napak Pertiwi segmen 2 time code 00:09:16)

Sementara *funfare* adalah puncak acara (keriuhan) yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan, dan kebersamaan. Biasanya *funfare* diletakkan pada akhir acara sebagai penutup. Namun, *funfare* juga bisa dipakai sebagai kemeriahan pembuka acara. Seperti pada eps. Napak

Pertiwi *funfare* diletakkan pada awal segmen yaitu dengan menampilkan kemeriahan tradisi Napak Pertiwi. Pada acara tersebut terdapat beberapa tarian tradisional, ritual adat, dan keriuhan saat beberapa orang *kerawuhan*. Dengan menampilkan orang-orang yang *kerawuhan* membuat pemirsa penasaran dengan segmen-segmen selanjutnya. Hal tersebut juga merupakan strategi produser supaya banyak pemirsa yang menyaksikan program ini.

### 9. Clip Hanger

Program *Jejak Anak Negeri* menerapkan *clip hanger* pada setiap tayangannya. Biasanya *clip hanger* berupa cuplikan kegiatan pada segmen selanjutnya. Menurut penulis penerapan *clip hanger* pada program *Jejak Anak Negeri* sudah sesuai dengan teori yang ada yakni penggunaan *clip hanger* bertujuan untuk menciptakan rasa penasaran pemirsa tentang apa yang akan terjadi selanjutnya sehingga membuat pemirsa tetap menyaksikan program acara hingga akhir segmen.

### 10. Tune and Bumper

*Opening tune* merupakan identitas pada pembuka sebuah acara. Pada episode Napak Pertiwi *opening tune* berupa kompilasi cuplikan seluruh kegiatan bertema kebudayaan pada episode tersebut dengan durasi sekitar 50 detik. Cuplikan yang ditampilkan berupa prosesi Upacara Napak Pertiwi, latihan Tari Barong Ket, pertunjukan Barong Ket, memasak ayam betutu dan pesan telengis, serta Tradisi Sapi Gerumbungan. Dengan tampilan *opening tune* demikian mampu memberikan gambaran kepada pemirsa mengenai episode Napak Pertiwi program *Jejak Anak Negeri* sehingga penasaran dengan keseluruhan segmen.

Sedangkan *bumper* adalah pembatas atau penamaan sebuah program drama atau non drama yang ditempatkan sebelum atau sesudah iklan. Berdasarkan hasil pengamatan, produser tidak memasukan unsur-unsur kebudayaan pada desain *bumper* program. Meskipun demikian,

desain bumper yang ditampilkan sudah mampu menggambarkan deskripsi program. Desain bumper program *Jejak Anak Negeri* dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3. Cuplikan video bumper program *Jejak Anak Negeri* (Sumber gambar: screen capture copy tayang program acara *Jejak Anak Negeri* eps. Napak Pertiwi segmen 1 time code 00:00:00)

Desain bumper program *Jejak Anak Negeri* diawali dengan gambar animasi pria, jejak sepatu, gunung dan pohon kemudian di ikuti tulisan “Jejak Anak Negeri” dengan tambahan efek khusus. Bumper muncul dengan efek *fade in* kemudian bumper menghilang dengan efek *fade out*. Desain bumper program *Jejak Anak Negeri* terdapat animasi seorang pria dengan tampilan petualang, yakni menggunakan kaos, kemeja flanel sebagai outer, pengikat kepala dan celana. Tampilan tersebut juga sebagai tinjauan tata busana pembawa acara. Dibalik kata “Jejak Anak Negeri” juga terdapat sebuah gambar jejak sepatu yang mengartikan sebuah perjalanan. *Background* pada desain bumper tersebut terdapat gambar gunung dan pepohonan yang menggambarkan tentang alam.

Hal tersebut sesuai dengan deskripsi program *Jejak Anak Negeri* yaitu sebuah perjalanan pemuda lokal dalam memberikan informasi mengenai kebudayaan dan alam Indonesia. Dalam desain bumper juga tertera tulisan yang selalu diucapkan pembawa acara yakni “alam memberikan banyak manfaat” namun dengan gayanya masing-masing. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa desain *tune* dan *bumper* program *Jejak Anak Negeri* sudah sesuai dengan deskripsi program

dan mampu menggambarkan isi dari program tersebut meskipun tidak terdapat unsur-unsur kebudayaan di dalamnya.

### 11. Penataan Artistik

Strategi produser dalam mengemas konten budaya yaitu dengan memanfaatkan konsep tata artistiknya. Pada kegiatan upacara adat ataupun festival budaya tata artistik

yang digunakan menyesuaikan dengan lokasi dilaksanakannya kegiatan tersebut. Sedangkan pada sesi pembahasan tentang kuliner lokasi yang dipilih adalah tempat dengan *background* pemandangan baik itu pegunungan, persawahan, pepohonan ataupun rumah tradisional. Contoh tata artistik pada eps. Napak Pertiwi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Tata artistik program Jejak Anak Negeri eps. Napak Pertiwi

No.	Tata Artistik	Deskripsi
1.	 <p data-bbox="379 1081 715 1115">Segmen 1 (00:03:53-00:07:45)</p>	<p data-bbox="842 763 1436 947">Pada segmen ini, lokasi yang dipilih adalah sebuah tempat semacam gazebo dengan <i>background</i> tanaman berwarna hijau. Sehingga sedikit memberikan kesan <i>nature</i> pada sebuah <i>frame</i>.</p>
2.	 <p data-bbox="379 1507 715 1541">Segmen 1 (00:08:00-00:09:24)</p>	<p data-bbox="858 1178 1428 1312">Lokasi kedua yang dipilih masih sama yaitu sebuah gazebo namun dengan <i>background</i> kayu ekspose dan tanaman di kanan kirinya sehingga memberikan kesan tradisional dan <i>nature</i>.</p>
3.	 <p data-bbox="379 1888 715 1921">Segmen 2 (00:08:00-00:09:24)</p>	<p data-bbox="858 1554 1428 1753">Lokasi selanjutnya yaitu tempat terbuka namun tetap memberikan kesan tradisional yakni terdapat gapura yang dibebat kain poleng sebagai <i>background</i>. Kain dengan motif kotak-kotak hitam putih ini merupakan kain khas Bali sebagai simbol <i>Rwa Bhineda</i>.</p>

Selain pemilihan lokasi *shooting*, penggunaan properti juga sangat penting pada sebuah program sebagai pendukung jalannya cerita atau skenario yang diinginkan. Pada program episode Napak Pertiwi properti yang digunakan adalah properti yang memiliki unsur tradisional. Hal tersebut dikarenakan program ini mengangkat tentang unsur kebudayaan sehingga menggunakan alat-alat tradisional. Pada eps. Napak Pertiwi contoh properti yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Properti pendukung program Jejak Anak Negeri eps. Napak Pertiwi

No.	Contoh	Keterangan
1.	 <p data-bbox="347 992 678 1066">Lumpang dan alu Segmen 1 (00:03:54-00:03:56)</p>	<p data-bbox="807 674 1394 779">Lumpang dan alu adalah sepasang alat dapur tradisional yang digunakan untuk menumbuk.</p>
2.	 <p data-bbox="331 1462 699 1536">Baki bambu Segmen 1 (00:04:21-00:04:23)</p>	<p data-bbox="807 1122 1394 1312">Baki bambu merupakan salah satu tempat tradisional yang terbuat dari anyaman bambu. Biasanya digunakan untuk menaruh barang-barang masakan seperti sayuran, bumbu, atau umbi-umbian.</p>
3.	 <p data-bbox="331 1877 699 1951">Tungku api Segmen 1 (00:05:29-00:06:38)</p>	<p data-bbox="807 1559 1394 1704">Tungku api merupakan sebuah tempat api yang digarisi batu, bata atau tanah liat yang digunakan untuk memanaskan atau memasak makanan.</p>

<p>4.</p>	 <p>Gentong gerabah Segmen 1 (00:09:59-00:10:43)</p>	<p>Gentong gerabah adalah alat dapur tradisional untuk menyimpan air. Biasanya gentong air terbuat dari tanah liat.</p>
<p>5.</p>	 <p>Cething Segmen 1 (00:06:55-00:06:58)</p>	<p>Cething adalah tempat nasi tradisional yang terbuat dari anyaman bambu.</p>

## 12. Music and Fashion

Strategi produser dalam mengemas sistem kesenian yakni dengan memanfaatkan elemen musik pada tayangannya. Musik atau *background* yang digunakan juga berfungsi untuk mengilustrasikan suatu adegan dan membantu membangun suasana yang terdapat dalam jalan cerita. Pada episode Napak Pertiwi segmen pertama strategi produser dalam menampilkan sistem kesenian dapat didengar dengan penggunaan musik tradisional Bali pada sesi Upacara Napak Pertiwi. Selain untuk menguatkan unsur kebudayaan, *background* yang digunakan mampu memberikan kesan mistis sehingga banyak diminati pemirsa.

Selain musik, *fashion* atau tata busana merupakan salah satu elemen yang tidak bisa dilewatkan dalam sebuah program televisi. Pada episode Napak Pertiwi yang menjadi ciri khas pembawa acara adalah penggunaan ikat kepala kain khas Bali. Tata busana yang diterapkan juga menyesuaikan dengan acara yang sedang

diliput. Seperti pada episode Napak Pertiwi segmen pertama, kegiatan yang disampaikan yaitu rangkaian Upacara Napak Pertiwi. Pada kegiatan tersebut tata busana yang dikenakan pembawa acara yakni dengan menggunakan baju safari, kain kamen dan udeng atau pengikat kepala. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. Tampilan pakaian tradisional Bali Sumber gambar: screen capture copy tayang program acara Jejak Anak Negeri eps. Napak Pertiwi segmen 1 time code 00:01:37

### 13. Ritme dan Birama Acara

Pada eps. Napak Pertiwi ritme dan birama acara dapat dilihat pada segmen pertama dengan menampilkan Tradisi Napak Pertiwi. Saat menggambarkan suasana tersebut produser menggunakan musik tradisional Bali dengan tempo yang cepat. Hal tersebut karena pada Tradisi Napak Pertiwi banyak masyarakat Bali yang *kerawuhan* sehingga produser ingin menyampaikan ketegangan saat mengikuti tradisi tersebut.

### 14. Logo dan Music Track ID Tune

Dalam mengemas konten budaya produser *Jejak Anak Negeri* tidak memanfaatkan desain logo dan musik track pada program. Desain logo yang ditampilkan cukup sederhana supaya lebih mudah diingat oleh pemirsa. Logo hanya bertuliskan “Jejak Anak Negeri” disertai tulisan “alam memberi banyak manfaat” sebagai slogan program. *Font* yang digunakan dengan penambahan *effect 3D*. Musik pada program *Jejak Anak Negeri* berupa musik sederhana dengan tempo yang cepat untuk menampilkan suasana gembira. Berikut gambar logo program *Jejak Anak Negeri*:



Gambar 5. Logo program *Jejak Anak Negeri*

Sumber gambar: akun *facebook Jejak Anak Negeri* di *Jejak Anak Negeri TRANS7*

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa logo acara program *Jejak Anak Negeri* sudah sesuai dengan tujuan pembuatan yakni mudah diingat pemirsa

dan *music track* yang digunakan enak untuk dinikmati. Hal tersebut mampu membuat pemirsa bisa menikmati tayangan melalui logo dan musik.

### 15. General Rehearsal

Pada program *Jejak Anak Negeri* tidak terdapat kegiatan *general rehearsal* atau latihan. Hal tersebut lantaran format program ini adalah *magazine show* yang menampilkan gabungan antara dokumenter dan *feature*. Selain itu materi yang ditampilkan pada program ini berupa informasi faktual yang ditayangkan apa adanya sehingga tidak diperlukan *general rehearsal* sebelum melakukan *shooting*. Meskipun tidak terdapat *general rehearsal* pada proses produksi tim liputan beserta pembawa acara sudah mengetahui apa yang harus dilakukan. Strategi ini diterapkan produser untuk menghemat tenaga, waktu produksi sekaligus meminimalisir pengeluaran dana.

### 16. Interactive Program

*Interactive Program* yaitu suatu percakapan atau interaksi timbal balik dengan pemirsa di rumah. Hal tersebut bertujuan untuk membuat pemirsa merasa dilibatkan dan semakin tertarik pada program bersangkutan. Berhubung program *Jejak Anak Negeri* tidak ditayangkan secara *live* bahkan pada proses peliputan tidak ada penonton maka salah satu strategi produser dalam membangun *chemistry* pemirsa yaitu dengan melalui media sosial khususnya *instagram* dan *youtube*. dalam menjalin emosi pemirsa salah satu cara yang dilakukan produser yaitu dengan membalas pesan melalui *direct message* akun *instagram*, *facebook* serta *youtube*. Selain untuk memberikan partisipasi pemirsa, pesan serta komentar yang masuk pada akun media sosial *Jejak Anak Negeri* digunakan produser dalam menampung ide-ide kreatif baru. Biasanya pesan tersebut berisikan kritik dan saran yang sangat membantu dan dibutuhkan dalam pengembangan program *Jejak Anak Negeri* khususnya pada tahap

praproduksi. Tidak jarang juga dari pemirsa yang memberikan informasi mengenai daerah-daerah yang belum dikunjungi sehingga bisa menjadi pertimbangan produser dalam mencari topik tayangan. Jika saran tersebut terealisasi akan membuat pemirsa merasa dilibatkan pada proses produksi program *Jejak Anak Negeri*.

*Interactive* program yang diterapkan merupakan salah satu strategi produser agar program acara *Jejak Anak Negeri* tetap diminati pemirsa sekaligus membuat pemirsa merasa memiliki acara tersebut dengan ikut berpartisipasi dalam pengembangan konten program.

### 17. Promosi

Pada *Jejak Anak Negeri* terdapat beberapa metode yang diterapkan produser untuk mempromosikan program. Metode yang diterapkan, yakni sebagai berikut:

### 18. Iklan

Iklan merupakan salah satu strategi promosi program yang cukup efektif. Biasanya tim marketing memasukan promosi program pada setiap jeda iklan sekurang-kurangnya satu sampai tiga promosi yang mengumumkan suatu program akan ditayangkan dengan cara menampilkan cuplikan (klip) program yang bersangkutan. Cuplikan program yang ditampilkan sama seperti video pada *opening tune* program *Jejak Anak Negeri*.

### 19. Media Sosial

Selain menggunakan iklan, strategi lainnya yaitu dengan memanfaatkan media sosial. Pemanfaatan media sosial tidak hanya digunakan sebagai tempat berinteraksi dengan pemirsa namun juga bisa digunakan sebagai tempat promosi. Penerapan promosi melalui media sosial dapat dilihat pada akun *instagram Jejak Anak Negeri* di *@official\_jejakanaknegeri7*. Penerapan promosi pada media sosial hampir sama seperti promosi iklan yakni dengan menampilkan

cuplikan kegiatan pada episode yang akan datang serta menampilkan informasi menggunakan kalimat yang menarik. Promosi program *Jejak Anak Negeri* episode Napak Pertiwi dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 6. Akun *instagram Jejak Anak Negeri* Sumber gambar: *screen capture* akun *instagram Jejak Anak Negeri* di *@official\_jejakanaknegeri7*

## SIMPULAN

Strategi yang digunakan produser dalam mengemas konten budaya pada program *Jejak Anak Negeri* episode Napak Pertiwi, yakni sebagai berikut: memasukan tujuh unsur kebudayaan pada setiap materi program, menerapkan elemen target pemirsa pada strategi kreatif dalam menentukan materi program. Menerapkan elemen bahasa naskah pada strategi kreatif dengan menerapkan dua bahasa, yakni Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah. Selain itu, dialek bahasa daerah yang diucapkan harus sesuai dengan daerah yang sedang diliput. Menerapkan elemen format acara pada strategi kreatif dengan menerapkan format *magazine* sebagai format program. Strategi tersebut dilakukan produser sebagai upaya dalam mengemas unsur kebudayaan secara menyeluruh. Produser tidak menerapkan *punching line*. Namun, produser menerapkan strategi lain yakni dengan penggunaan slogan sebagai hentakan emosi. Menerapkan elemen *gimmick and funfare* pada strategi kreatif.

Strategi tersebut dilakukan produser untuk mengemas sistem kekerabatan dan sosial, sistem kesenian, dan sistem religi. *Gimmick* yang diterapkan berupa reka adegan sejarah terciptanya permainan tradisional Bali. Permainan tradisional merupakan hasil dari sistem kekerabatan dan sosial. *Funfare* yang diterapkan berfungsi untuk mengemas sistem kekerabatan dan sosial, sistem religi, dan sistem kesenian. Hal tersebut lantaran adegan *funfare* yang ditampilkan pada episode Napak Pertiwi berupa kegiatan upacara adat yang mengandung sistem kekerabatan dan sosial, sistem kesenian, dan sistem religi. Menerapkan elemen *clip hanger* pada strategi kreatif, namun tidak terdapat unsur-unsur kebudayaan.

Menerapkan *tune and bumper* pada strategi kreatif sebagai upaya mengemas seluruh kebudayaan. *Opening tune* yang ditampilkan berupa cuplikan kegiatan pada episode Napak Pertiwi sehingga mengemas seluruh unsur. Sedangkan pada desain bumper unsur kebudayaan hanya terlihat pada animasi pengikat kepala yang digunakan oleh sosok laki-laki. Menerapkan elemen penataan artistik pada strategi kreatif sebagai upaya mengemas sistem peralatan hidup dan teknologi. Strategi yang dilakukan produser adalah menentukan lokasi dan peralatan yang digunakan bernuansa tradisional. Menerapkan elemen *music and fashion* pada strategi kreatif sebagai upaya mengemas sistem kesenian dan sistem peralatan hidup dan teknologi. Strategi yang dilakukan produser yakni dengan menerapkan musik tradisional menyesuaikan dengan adegan yang ditampilkan. Serta menerapkan *fashion* berupa pakaian tradisional. Sebagai ciri khas pembawa acara produser menerapkan pengikat kepala kain khas daerah Bali. Menerapkan elemen ritme dan *birama* acara pada strategi kreatif dengan menyesuaikan adegan yang ingin ditampilkan. Pada episode Napak Pertiwi salah satu strategi untuk menerapkan elemen ini adalah dengan menggunakan musik tradisional Bali dengan tempo cepat saat menampilkan

prosesi Upacara Napak Pertiwi. Elemen logo dan *music track ID tune* yang diterapkan produser tidak mengandung unsur kebudayaan. Produser tidak menerapkan *general rehearsal*. Strategi yang dilakukan produser dalam menerapkan elemen *interactive program* yakni dengan memanfaatkan media sosial.

## DAFTAR ACUAN

### 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 Non-Drama*. 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 Rachmawai 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. *Analisa 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.