

Komunikasi Kelompok Tim Kreatif Dalam Pengambilan Keputusan Pada Program INSERT PAGI di Trans TV

Ria Yunita

Akademi Komunikasi BSI Jakarta
e-mail: ria.rta@bsi.ac.id

Cara Sitasi: Yunita, R. (2018). Komunikasi Kelompok Tim Kreatif Dalam Pengambilan Keputusan Pada Program INSERT PAGI di Trans TV. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 156–160.

Abstract - *Infotainment is actually a media content or program that remains based on information, which also contains entertainment content with the aim of increasing popularity, communication group communication that takes place between members of a group as face-to-face interaction of three or more individuals in order to obtain the desired intent or purpose such as information sharing, self maintenance or problem solving so that all members can grow the personal characteristics of other members accurately. thinking framework used, group communication, media, television. Infotainment of event packaging is wrapped and inserted in entertainment to attract the attention of the audience. based on information, which also contains entertainment content to increase popularity. This study aims to find out at the same time to study and find out how the Creative Team Team Communication in Decision Making in the Insert Morning Program Program at Trans TV station. "The Communication Process of Creative Team Groups in Decision Making in the Morning Insert Program at the Trans TV station, issuing, Formulating Problems, Analyzing Problems, Evaluating Alternatives, Taking Alternative Decisions.*

Keywords: *Group Communication, Creative Team, Infotainment Program*

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk yang tak lepas dari kegiatan komunikasi. Dalam kegiatan manusia sehari-hari, komunikasi menjadi kegiatan yang paling banyak kita lakukan, mulai dari komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi dengan orang lain-dengan teman atau kerabat, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, bahkan, komunikasi massa. Komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat. (Sendjaja Sasa Djuarsa, 2001)

Televisi merupakan perkembangan medium setelah radio yang ditemukan dengan karakternya yang spesifik yaitu audio visual. Setiap stasiun Televisi dapat menayangkan berbagai program hiburan

seperti film, musik, talk show, dan sebagainya, tetapi siaran berita merupakan program yang mengidentifikasi suatu stasiun televisi kepada pemirsanya atau bisa dikatakan sebagai ujung tombak dalam mengangkat *image* sebuah stasiun televisi.

Dalam memproduksi program Infotainment, harus meliputi berbagai pertimbangan dan pengambilan keputusan agar program Infotainment tersebut menjadi menarik untuk ditonton, karena program Infotainment sesungguhnya memiliki nilai yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya.

Proses komunikasi dalam kegiatan pengambilan keputusan pada sebuah kelompok menjadi satu agenda penting, dimana prosesnya menjadi sesuatu yang tak kalah menarik untuk diamati karena proses yang terjadi bisa lebih rumit disebabkan oleh pilihan yang tersedia juga lebih banyak. Proses komunikasi dalam kegiatan pengambilan keputusan pada sebuah kelompok tak begitu saja terjadi, seperti halnya pada individu. Tim kreatif produksi adalah beberapa anggota kreatif yang tergabung dalam tim dengan tugas menterjemahkan desain sebuah program

menjadi sebuah desain produksi. Tugas tim ini adalah mempelajari, mendalami dan mengembangkan desain program

Infotainment

Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*), dan arena sebagian besar dari mereka bekerja pada *industry* hiburan, seperti pemain sinetron/film, penyanyi dan sebagainya. Infotainment disajikan dalam program berita sendiri yang terpisah dan khusus menampilkan berita-berita mengenai kehidupan selebriti. (Morissan, 2010) Program *Program Insert Pagi di stasiun TransTV* merupakan salah satu program Informasi seputar kehidupan selebriti maupun tokoh selalu menarik untuk disimak ceritanya. Dibawakan secara ringan oleh selebriti terkenal, teraktual, up to date seputar kejadian selebriti maupun tokoh yang sedang hangat dibicarakan dan dirangkum secara menarik yang tayang setiap hari pukul 06.30-07.30 . WIB.

Konsep ini kemudian dipindah oleh media massa, khususnya televisi Indonesia. Jadilah infotainment seperti formula ajaib yang dapat menyihir pemirsa untuk duduk betah berlama-lama didepan layar kaca televisinya (Syahputra, 2006)

Adapun berita adalah informasi yang memiliki fakta peristiwa dan terkonfirmasi kebenaran fakta peristiwanya. Setiap berita memiliki karakteristik intrinsik alias nilai berita (*news value*) yang menjadi ukuran kelayakan berita itu layak disiarkan (*news worthy*) (Hartono, 2012)

Komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat. (Sendjaja Sasa Djuarsa, 2001)

Talk Show adalah acara perbincangan yang bertujuan untuk tukar menukar pendapat serta diselingi dengan *show* yang ada relevansinya dengan topik perbincangan, dimana penyaji siaran bertindak sebagai pengantar, dan sekaligus mengambil peranan aktif tanpa menarik suatu kesimpulan. (Suprpto Tommy, 2006)

METODOLOGI PENELITIAN

Tipe dari penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. (Rakhmat Jalaludin,

2005). Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari "suatu sistem yang terikat" atau "suatu kasus/beragam kasus" yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang "kaya" dalam suatu konteks. Sistem terikat ini diikat oleh waktu dan tempat sedangkan kasus dapat dikaji dari suatu program, peristiwa, aktivitas atau suatu individu. (Yin Robert K, 2003)

Teknik Pengumpulan Data

Data kualitatif sebagian besar disajikan secara naratif. Pengolahan datanya dimulai dari menuliskan hasil observasi, wawancara, rekaman, mengedit dan mengklasifikasi data, mereduksi serta menyajikannya

Data Primer

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dengan narasumber-narasumber yang terkait dalam penelitian ini.

Data Sekunder

Data sekunder di dapat dengan cara studi kepustakaan (*literature*) yaitu seperti buku, koran, majalah, internet, serta bahan dari berbagai sumber yang berhubungan dengan permasalahan yang sudah diteliti guna melengkapi data yang sudah ada.

Unit Analisis Data

Analisis data kualitatif (Bogdan dan Biklen) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik Analisis Data

Setelah menganalisis data, peneliti harus memastikan apakah interpretasi dan temuan penelitian akurat. bahwa peneliti menentukan keakuratan dan kredibilitas temuan melalui beberapa strategi, antara lain *member checking*, *triangulasi* dan *auditing*.

.HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar Logo Trans TV

TRANS TV merupakan salah satu stasiun televisi yang memiliki program – program

acara yang inovatif dan menarik. Stasiun televisi swasta yang dibawah naungan TRANS CORP dan dimiliki oleh CT CORP adalah perusahaan televisi swasta ke-8 yang memperoleh izin mengudara secara nasional di Indonesia. TRANS TV selalu menayangkan tampilan, gaya, serta program yang inovatif, berbeda, dan kreatif sehingga menjadi trendsetter di industri pertelevisian. Perubahan yang mendasar dalam strategi programming TRANS TV yaitu dengan tidak mengutamakan akuisisi program, melainkan melalui in-house production. Dengan motto “Milik Kita Bersama”, konsep yang stasiun ditujukan kepada masyarakat menengah keatas (ABC Class). Trans TV berhasil menjadi televisi nomor 1 untuk kaum menengah ke atas dan mencapai misinya untuk menjadi wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi. Televisi ini maju berkat program buatan sendiri yang menarik dan inovatif. Salah satu program unggulan TRANS TV yang meraih sukses sampai saat ini adalah INSERT (Informasi Selebriti).

Deskripsi Singkat *Infotainment Insert Pagi*



Gambar Logo Insert

Program Insert Pagi Insert merupakan program infotainment satu – satunya yang ada di stasiun televisi Trans TV. mulai Program Insert Siang mengudara pertama kali tanggal 6 Juli 2003, hingga kini program Insert masih tetap eksis dan berhasil bersaing dengan program-program baru yang bermunculan. Insert berhasil membawa warna tersendiri bagi para pemirsa, yaitu dengan gayanya yang khas dan celetukan para pembawa acara yang apa adanya setelah membawakan berita seputar selebriti, serta dengan suasana berita yang santai menjadikan INSERT sebagai salah satu program favorit bagi khalayak, sejalan dengan tagline INSERT sendiri “Where Gossip Can Be Fun!”. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber Kreatif Program Insert Pagi di Trans TV) memberikan penjelasan mengenai bagaimana cara Tim Kreatif merumuskan *problem* pada program *Insert Pagi* adalah sebagai berikut :

“Tim Kreatif di Program Insert Pagi biasanya merumuskan *problem* dengan mengajukan masalah-masalah apa sajakah yang layak diangkat di Program Insert Pagi siapa saja ya diperbolehkan mengajukan ide/gagasan/usulan siapa narasumber yang akan diundang, mengapa narasumber tersebut layak untuk diundang, dan berbagai faktor lain yang akan dipertimbangkan bersama-sama dalam kelompok” Sementara hasil wawancara penulis Program Program Insert Pagi di Trans TV mengenai bagaimanakah cara Tim Kreatif merumuskan *problem* pada program Program Insert Pagi adalah sebagai berikut :

“ya...biasanya pada saat ada rapat...Host dari program tersebut akan menanyakan sama semua anggota dalam kelompok tim kreatif tentang topik apa tuh yang akan diangkat di Program Insert Pagi ...terus narasumbernya siapa saja yang akan dibahas, dan lain-lain...semuanya itu nanti akan “digodok” lagi dalam tahap berikutnya di *meeting* kelompok.

Analisa Problem

berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber (Tim Kreatif Program Insert Pagi di stasiun Trans TV) memberikan penjelasan mengenai analisa problem pada program Insert Pagi adalah sebagai berikut :

“problem yang ditemui pada Program Insert Pagi akan dianalisa secara lebih detail dalam tim kreatif. Dalam *meeting*, banyak faktor yang kita pertimbangkan dalam menganalisa problem, misalnya seperti hal-hal yang berwujud maupun tidak berwujud seperti hal-hal yang emosional dan rasional. Intinya, Setelah masalah dikenali maka dapat dilakukan pencarian terhadap alternatif-alternatif yang mungkin dapat memecahkan masalah yang dihadapi. Dalam mencari alternatif hendaknya tidak mamikirkan masalah efisiensi dan efektifitas. Yang terpenting adalah mengumpulkan sebanyak-banyaknya alternatif. Setelah alternatif terkumpul, barulah disusun berurutan dari yang paling diinginkan sampai yang tidak diinginkan.”(Wawancara dilakukan dengan tim kreatif di Trans TV Maret 2018)

Menetapkan Sejumlah Alternatif

berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber (Tim Kreatif Program Program Insert Pagi di stasiun Trans TV) memberikan penjelasan mengenai bagaimanakah tim kreatif menetapkan sejumlah alternative pada program Program Insert Pagi adalah sebagai berikut :

“pada *meeting* , setiap anggota dalam kelompok tim kreatif akan diminta untuk memberikan berbagai alternative yang memungkinkan untuk digunakan....setiap anggota dalam kelompok diberikan kebebasan penuh untuk mengajukan sebanyak-banyaknya alternative

Sementara hasil wawancara penulis dengan (Produser Senior Program Program Insert Pagi di stasiun Trans TV) mengenai bagaimanakah cara Tim Kreatif menentukan alternatif-alternatif pada program Insert Pagi di stasiun Trans TV adalah sebagai berikut :

“pada tahap ini, kita harus kasih berbagai alternatif yang bisa dipakai untuk mengganti idea tau gagasan topik, narsum dan berbagai aspek yang telah diajukan sebelumnya...siapa tau aja ada alternatif yang lebih baik dari ide yang udah duluan diajukan...” (Wawancara dilakukan dengan tim kreatif di Trans TV, Maret 2018)

Mengambil Alternatif Keputusan

Setelah tahap mengevaluasi alternatif, tahap selanjutnya yang akan dilakukan dalam kelompok tim kreatif adalah mengambil alternatif keputusan. Sebagaimana berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber Tim Kreatif Program Insert Pagi di stasiun Trans TV memberikan penjelasan mengenai pengambilan alternatif keputusan pada program Program Insert Pagi adalah sebagai berikut : “pada meeting, tahap terakhir yang kita lakukan dalam kelompok adalah...setelah evaluasi berbagai alternatif yang telah diajukan...akan diambil keputusan...namun, walaupun setiap anggota dalam kelompok bebas mengutarakan pendapat, kritik dan saran... tetap yang akan mengambil alternatif keputusan ya saya

Sementara hasil wawancara penulis dengan (Produser Program Insert Pagi di stasiun Trans TV) mengenai bagaimanakah cara Tim Kreatif mengambil alternatif keputusan pada Program Insert Pagi adalah sebagai berikut :

“pada tahap akhir ini, yang akan mengambil keputusan terakhir di Program Program Insert Pagi di stasiun Trans TV, namun tetap keputusan diambil berdasarkan berbagai pertimbangan atas saran, kritik dan pendapat...bahkan juga hasil riset di lapangan yang udah dilakukan sama setiap anggota dalam kelompok tim kreatif...” (Wawancara dilakukan dengan tim kreatif di Trans TV Maret 2018)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan data yang telah peneliti analisa, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Tim Kreatif di Program Insert merumuskan problem dengan mengajukan masalah-masalah apa sajakah yang layak diangkat di Program Insert Pagi, setiap anggota dalam kelompok diperbolehkan mengajukan ide/gagasan/usulan siapa narasumber yang akan diundang, mengapa narasumber tersebut layak untuk diundang, dan berbagai faktor lain yang akan dipertimbangkan bersama-sama dalam kelompok.

2. Dalam tahap analisa problem, Problem yang ditemui pada Program Insert Pagi akan dianalisa secara lebih detail dalam tim kreatif . Dalam tahap ini, akan berusaha untuk menemukan cara-cara atau metode, mengembangkan metode, dan menganalisa tindakan yang akan dilakukan, yang semuanya itu dilakukan dalam sebuah meeting kelompok, dengan melibatkan banyak individu.
3. Pada tahap penetapan beberapa alternatif dalam meeting, setiap anggota dalam kelompok tim kreatif akan diminta untuk memberikan berbagai alternatif yang memungkinkan untuk digunakan, setiap anggota dalam kelompok diberikan kebebasan penuh untuk mengajukan sebanyak-banyaknya alternatif.
4. Dalam tahap evaluasi alternative pada Program Insert Pagisemua anggota dalam kelompok setelah mengajukan dan menetapkan berbagai alternatif, akan dievaluasi alternatif-alternatif tersebut, dengan tujuan untuk mematangkan konsep acara yang akan ditayangkan.
5. Tahap terakhir adalah mengambil alternatif keputusan. Di mana pada tahap terakhir ini, setelah evaluasi berbagai alternatif yang telah diajukan, akan diambil keputusan, namun, walaupun setiap anggota dalam kelompok bebas mengutarakan pendapat, kritik dan saran, keputusan akhir adalah di tangan Produser. Namun tetap keputusan diambil berdasarkan berbagai pertimbangan atas saran, kritik dan pendapat yang telah dilakukan oleh setiap anggota dalam kelompok. Produser yang mengambil keputusan karena selain Host acara ini, juga merupakan pemimpin dan program dan orang terakhir yang memutuskan tema mana yang layak atau tidak untuk diangkat di Program Insert Pagi.
6. Tim kreatif dalam Program Insert Pagitelah melakukan proses pengambilan keputusan dan komunikasi kelompok yang sangat baik sekali, di mana setiap anggota dalam kelompok diberikan kesempatan untuk memberikan saran, masukan, pendapat, kritik dan bahkan alternatif keputusan, walaupun keputusan akhir tetap berada di tangan sang Produser, keputusan yang diambil oleh beliau dilakukan berdasarkan berbagai pertimbangan atas saran, kritik dan pendapat yang telah dilakukan oleh setiap anggota dalam kelompok.

REFERENSI

- Hartono, D. I. (2012). *Infotainment ,Akademia*.
Rakhmat Jalaludin. (2005). *Psikologi Komunikasi,Bandung*.
Sendjaja Sasa Djuarsa. (2001). *Teori Komunikasi, Pusat Penerbitan Universitas Terbuka*.
Suprpto Tommy. (2006). *Berkarier di bidang Broadcasting*.
Syahputra, I. (2006). *Jurnalistik*

Infotainment :Konsep Jurnalist dalam Industri Televisi. Jakarta. Pilar Media.

Yin Robert K. (2003). *Studi Kasus : Desain dan Metode, Jakarta.*

PROFIL PENULIS

Ria Yunita, S. I.Kom, M. I.Kom

lahir di Jakarta 29 Januari 1987 adalah seorang Dosen Program Studi Penyiaran di Akademi Komunikasi Bina Sarana Informatika. Memulai karir sebagai dosen di Bina Sarana Informatika sejak 07 Maret 2015. Menyelesaikan studi S1 (Sarjana Ilmu

Komunikasi) pada tahun 2014 jurusan broadcasting dan S2 (Magister Ilmu Komunikasi) September 2016 jurusan Media Industri dan Bisnis di Univ Mercubuana Jakarta, Penulis sangat menyukai dunia pendidikan dan berkecimpung sebagai tenaga pengajar. Di sela-sela kesibukanya sebagai dosen Beliau adalah seorang penyiar radio dan pengisi suara infotainment, dokumenter dan iklan tv radio.