



UNIVERSITAS INDONESIA

PROTOTYPE PROGRAM TV MAGAZINE
“KREASI ANAK KREATIF”

TUGAS KARYA AKHIR

RENO DALU MAHARSO
0806346451

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA REGULER
KEKHUSUSAN JURNALISME SIAR
DEPOK
JANUARI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

PROTOTYPE PROGRAM TV MAGAZINE
“KREASI ANAK KREATIF”

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana

RENO DALU MAHARSO
0806346451

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM SARJANA REGULER
KEKHUSUSAN JURNALISME SIAR
DEPOK
JANUARI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Reno Dalu Maharso

NPM : 0806346451

Tanda Tangan :

Tanggal : 19 Desember 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Reno Dalu Maharso

NPM : 0806346451

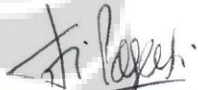
Program Studi : Jurnalisme Siar

Judul Tugas Karya Akhir : Prototype Program TV Magazine “Kreasi Anak Kreatif”

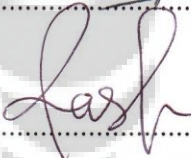
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program S1 Reguler Departemen Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalisme Siar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas.

DEWAN PENGUJI

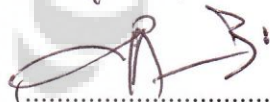
Pembimbing : Dra. Rosy Tri Pagiwati, M.A.


(.....)

Penguji : Asty Rastiya, S.Sos., M.Comm.


(.....)

Ketua Sidang : Drs. Awang Ruswandi, S.Sos., M.Si.


(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 12 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Kreativitas memegang peranan penting dalam perkembangan seorang individu. Sejak masih anak-anak, setiap orang sebenarnya mempunyai potensi untuk menjadi kreatif. Tapi, seiring dengan berjalannya waktu, potensi tersebut lama-lama menghilang karena tidak pernah diterapkan. Kini, kreativitas menjadi fokus perhatian dalam kehidupan manusia.

Anak-anak memiliki potensi kreatif yang besar. Oleh karena itu, sayang sekali jika kreativitas yang mereka miliki ini hilang begitu saja. Oleh karena itu, bakat kreatif mereka harus dirangsang keluar dan dipancing untuk aktif, supaya anak-anak terbiasa menggunakan kreativitas mereka. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk memancing bakat mereka adalah mengajak mereka ke dalam suatu situasi yang kreatif. Jika melihat pola kehidupan anak-anak, mereka senang menonton televisi. Televisi menjadi tempat mereka mendapatkan informasi, dan anak-anak belajar dari situ. Oleh karena itu, usaha menumbuhkan minat kreatif anak dapat dilakukan dengan bantuan media televisi. Melalui program “Kreasi Anak Kreatif”, anak-anak diajak berkenalan dengan berbagai kreasi seni. Bukan kreasi seni biasa, tapi kreasi yang menghadirkan seni tradisional, modern, kontemporer, dan populer. Lebih dari itu, program ini menampilkan modifikasi-modifikasi seni berupa penggabungan unsur tradisional dan modern, sehingga lebih diminati anak-anak. “Kreasi Anak Kreatif” dikemas agar dapat memancing potensi kreativitas dalam diri anak.

Depok, 12 Januari 2012

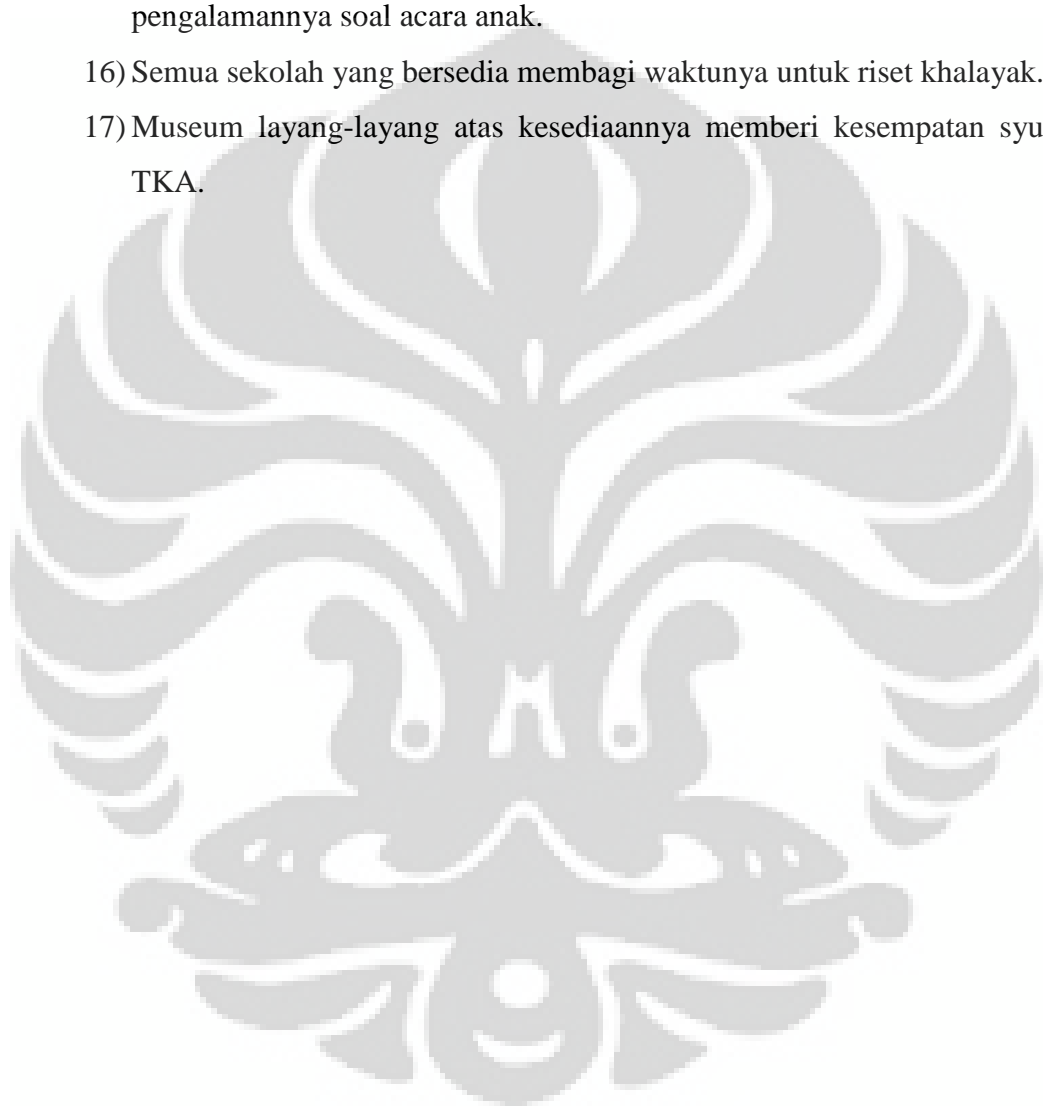
Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat dan rahmat-Nya Tugas Karya Akhir (TKA) ini dapat diselesaikan. Allah SWT menunjukkan jalan setiap saya menemui kesulitan, sehingga saya dapat meneruskan usaha saya menyelesaikan proposal ini. Saya berterimakasih kepada pembimbing dan semua pihak terkait yang mengulurkan tangannya untuk membantu saya bangkit..

- 1) Mama dan Ayah, Ludiarsih dan Harda Wahana atas dukungan yang luar biasa.
- 2) Hiro Ardi Widyanto, mendorong saya untuk menjadi kakak yang baik.
- 3) Dra. Rosy Tri Pagiwati, M.A., selaku pembimbing Tugas Karya Akhir.
- 4) Semua pengajar di Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- 5) Keluarga Ilmu Komunikasi 2008 yang mewarnai hidup saya.
- 6) Teman satu kos dan teman seperjuangan, Gilang Pratama Nugraha Putra dan Ajie Artotian Diarso.
- 7) Sobat Jurnal 2008 yang mengisi hari-hari saya.
- 8) Segenap teman-teman saya di Universitas Indonesia dan FISIP UI, yang menjadi bagian hidup saya beberapa tahun terakhir..
- 9) Ruktiningsih dan Yon Hardoyono, yang sangat mendukung saya sepenuhnya mengerjakan TKA, memberikan masukan yang sangat berarti, serta buku-bukunya yang berharga dan sangat bermanfaat.
- 10) Suprapti atas bantuannya dalam usaha saya melengkapi data untuk TKA.
- 11) Atiek Nur Wahyuni, yang sangat membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan saya.
- 12) Puri Handoko, yang *start* bersama ketika memulai mengerjakan TKA, mendorong saya untuk bergerak dan berusaha lebih.

- 13) Delvi Yandri selaku produser Laptop Si Unyil, yang telah membuka wawasan saya dan memberi saran-saran yang sangat berguna.
- 14) Bobby Muchromi, Ivan Syahreza dan Mochammad Iqbal yang meminjamkan laptopnya dan mempersilakan rumahnya untuk saya sambangi selama mengerjakan *dummy* TKA.
- 15) Segenap produser dan eksekutif produser Trans 7 yang telah membagi pengalamannya soal acara anak.
- 16) Semua sekolah yang bersedia membagi waktunya untuk riset khalayak.
- 17) Museum layang-layang atas kesediaannya memberi kesempatan syuting TKA.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reno Dalu Maharso
NPM : 0806346451
Program Studi : Jurnalisme Siar
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia, **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Rights)** Atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Prototype Program TV Magazine

“Kreasi Anak Kreatif”

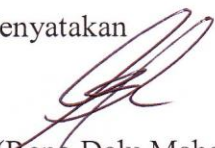
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 12 Januari 2012

Yang Menyatakan


(Reno Dalu Maharso)

RINGKASAN EKSEKUTIF

Bagian 1	<p>Analisis Situasi Kreativitas adalah hal yang penting dewasa ini. Anak-anak yang kreatif memiliki kualitas yang lebih baik. Pendidikan kreativitas adalah hal yang harus dilakukan sekarang ini. Salah satu caranya adalah dengan kreativitas seni. Program “Kreasi Anak Kreatif” akan mengajak anak-anak melihat berbagai jenis kreasi seni yang memiliki nilai kreativitas. Dengan begitu, program ini mampu menumbuhkan kreativitas anak-anak.</p>
Bagian 2	<p>Manfaat dan Tujuan Pengembangan <i>Prototype</i> Manfaat bagi khalayak: memancing kreativitas anak melalui berbagai kreasi seni yang dimunculkan dalam program ini. Manfaat bagi pengelola: mendatangkan keuntungan finansial.</p> <p>Tujuan: secara sosial membangkitkan minat anak terhadap kreasi seni dan memancing kreativitas anak. Secara ekonomis mendatangkan keuntungan finansial bagi stasiun televisi.</p>
Bagian 3	<p><i>Prototype</i> yang Dikembangkan Program ini berjudul “Kreasi Anak Kreatif”, formatnya adalah TV Magazine. Program ini mengangkat kreasi seni yang memiliki nilai kreativitas. Rencana tayang di Trans 7 setiap hari Jumat pukul 15.00 WIB. Durasi program 30 menit. Target khalayak primer anak-anak usia 9-12 tahun, target khalayak sekunder anak usia 6-8 tahun, di atas 12 tahun, dan orang tua dari keluarga SES A, B, C.</p>
Bagian 4	<p>Evaluasi <i>Pre-Test</i> dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 60 siswa-siswi sekolah dasar sesuai dengan kriteria responden riset khalayak. Evaluasi dilakukan setelah penayangan program. Metode yang digunakan antara lain evaluasi internal (tim produksi) dan evaluasi eksternal (khalayak)</p>
Bagian 5	<p>Anggaran</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Jumlah total anggaran pembuatan <i>prototype</i>: Rp 547.000,00 b. Jumlah total anggaran pembuatan program: Rp 4.370.000,00 (Jabodetabek) dan Rp 13.655.000,00 (luar Jabodetabek) c. Jumlah perkiraan pendapatan (slot iklan): Rp 2.283.190.000,00 (Jabodetabek) dan Rp 2.162.485.000,00 (luar Jabodetabek) d. Jumlah anggaran evaluasi: Rp 700.000,00

EXCECUTIVE SUMMARY

Part 1	<p>SITUATION ANALYSIS</p> <p>Creativity is the most important thing these days. Creative children tend to have better quality among children their age. Thus, creative education is a concern of today's education. One of the ways that can be done is to engage children into art. As a TV program, "Kreasi Anak Kreatif" will take children to see many types of art creation which have elements of creativity. Therefore, this program is able to develop and nurture children's creativity.</p>
Part 2	<p>Advantages and Purposes of Prototype Development</p> <p>Advantages for society: to take out children's creative potential through various art creation show in this program. Benefit for developer: to obtain profit for the station.</p> <p>Purposes: socially to rise children's interest for art creation and take out their creative potential. Economically to give financial profit for the TV station.</p>
Part 3	<p>Developing Prototype</p> <p>This program is called "Kreasi Anak Kreatif", a TV Magazine. It talks about art creation which have creative value. Planned to be broadcasted on Trans 7 TV station every Friday at 03.00PM. The program runs for 30 minutes. The primary target audience is children of 9-12 years-old. Secondary target audience is children of 6-8 years-old, above 12 years-old, and parents from family of SES A, B, C.</p>
Part 4	<p>Evaluation</p> <p><i>Pre-Test</i> is conducted by questionnaire to 60 elementary school students. The criteria is the same as respondents for audience research.</p> <p>Evaluation is conducted after the program is aired. The method is internal evaluation (production team) and external evaluation (audience).</p>
Part 5	<p>Budgeting</p> <p>Budget for prototype development: Rp 547.000,00</p> <p>Budget for program production: Rp 4.370.000,00 (Jabodetabek) and Rp Rp 13.655.000,00 (outside Jabodetabek)</p> <p>Estimated total income (TVC): Rp 2.283.190.000,00 (Jabodetabek) and Rp 2.162.485.000,00 (outside Jabodetabek)</p> <p>Budget of evaluation: Rp 700.000,00</p>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
RINGKASAN EKSEKUTIF	viii
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GRAFIK, GAMBAR, DAN TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

I. Analisis Situasi

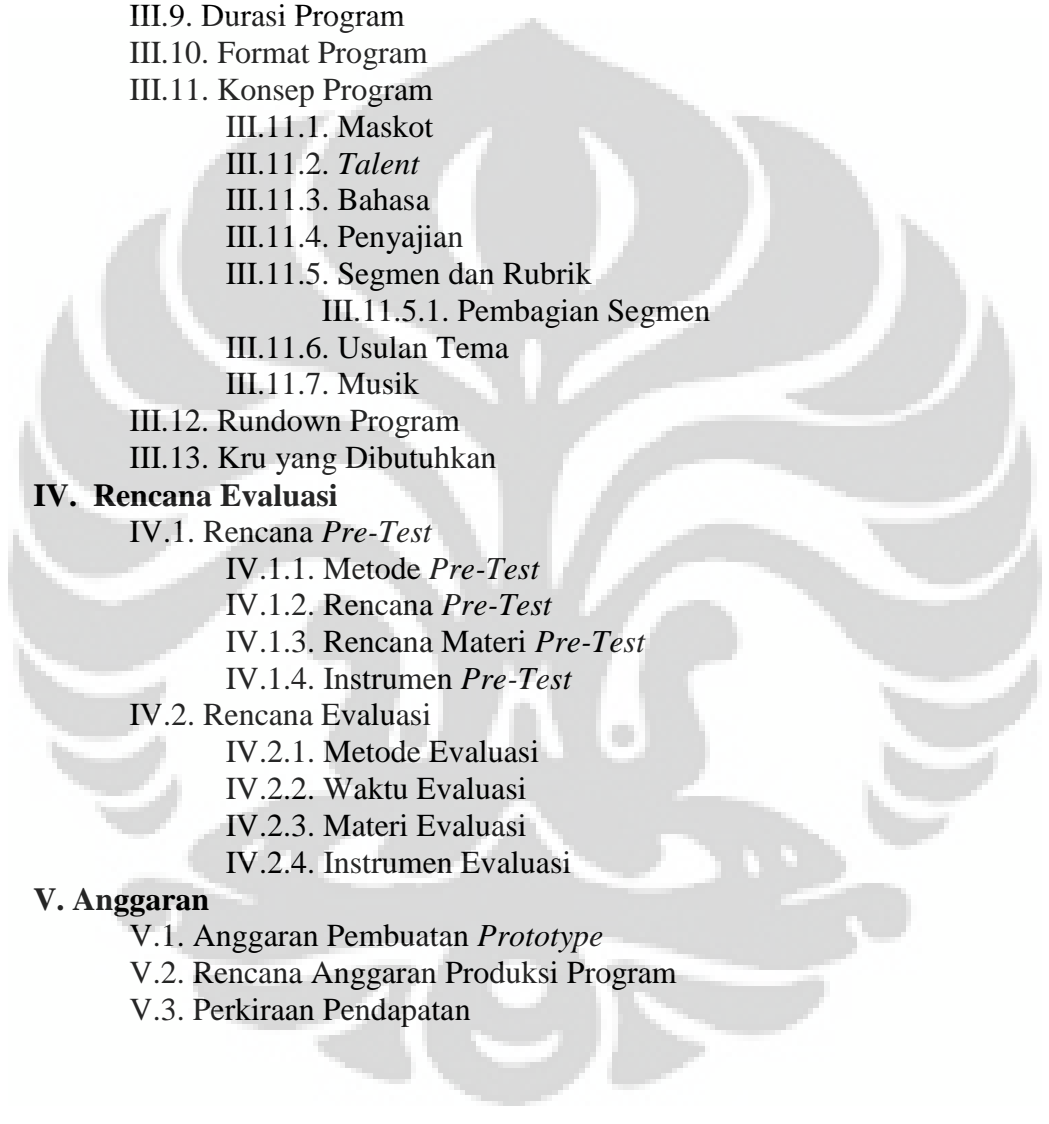
- I.1. Latar Belakang
 - I.1.1. Kreativitas Sebagai Hal yang Krusial
 - I.1.2. Kreativitas dan Seni
 - I.1.3. Kreativitas dan Anak-Anak
 - I.1.4. Kreativitas dan Pendidikan Kesenian
 - I.1.5. Kreativitas Seni dan Industri Kreatif
 - I.1.6. Media dan Kreativitas Seni
- I.2. Hasil Riset Khalayak dan Riset Program
 - I.2.1. Riset Khalayak
 - I.2.2. Riset Program
 - I.2.3. Pernyataan Kebutuhan

II. Manfaat dan Tujuan Pengembangan *Prototype*

- II.1. Manfaat
 - II.1.1. Manfaat Bagi Khalayak
 - II.1.2. Manfaat Bagi Pengelola
- II.2. Tujuan
 - II.2.1. Tujuan Sosial
 - II.2.2. Tujuan Ekonomi

III. *Prototype* yang Dikembangkan

- III.1. Tentang Program “Kreasi Anak Kreatif”
- III.2. Stasiun Televisi
- III.3. Khalayak Sasaran
 - III.3.1. Aspek Geografis
 - III.3.2. Aspek Demografis
 - III.3.3. Aspek Sosial Ekonomi
 - III.3.4. Aspek Psikografis
 - III.3.5. Aspek Teknografis

- 
- III.4. Analisis SWOT
 - III.4.1. *Strengths*
 - III.4.2. *Weaknesses*
 - III.4.3. *Opportunities*
 - III.4.4. *Threats*
 - III.5. *Positioning* dan Diferensiasi Program
 - III.6. Judul Program
 - III.7. Sinopsis Program
 - III.8. Waktu Tayang
 - III.9. Durasi Program
 - III.10. Format Program
 - III.11. Konsep Program
 - III.11.1. Maskot
 - III.11.2. *Talent*
 - III.11.3. Bahasa
 - III.11.4. Penyajian
 - III.11.5. Segmen dan Rubrik
 - III.11.5.1. Pembagian Segmen
 - III.11.6. Usulan Tema
 - III.11.7. Musik
 - III.12. Rundown Program
 - III.13. Kru yang Dibutuhkan
 - IV. Rencana Evaluasi**
 - IV.1. Rencana *Pre-Test*
 - IV.1.1. Metode *Pre-Test*
 - IV.1.2. Rencana *Pre-Test*
 - IV.1.3. Rencana Materi *Pre-Test*
 - IV.1.4. Instrumen *Pre-Test*
 - IV.2. Rencana Evaluasi
 - IV.2.1. Metode Evaluasi
 - IV.2.2. Waktu Evaluasi
 - IV.2.3. Materi Evaluasi
 - IV.2.4. Instrumen Evaluasi
 - V. Anggaran**
 - V.1. Anggaran Pembuatan *Prototype*
 - V.2. Rencana Anggaran Produksi Program
 - V.3. Perkiraan Pendapatan

DAFTAR GRAFIK, GAMBAR, DAN TABEL

Tabel 1.1. Top-10 Rating Program Anak Periode 24-30 Oktober 2011 SES ABC 10 Kota

Tabel 3.1. Program Anak Trans 7

Tabel 3.2. Rating dan *Share* Program Anak Trans 7

Tabel 3.3. Top 10 Programs 24-30 Oktober 2011 SES ABC 10 Kota

Tabel 3.4. Segmentasi Pasar dan Positioning Berdasarkan SES

Tabel 3.5. Average Number of Audience

Tabel 3.6. Jadwal acara TV pukul 15.00-15.30 Jumat, 2 Desember 2011

Tabel 3.7. Rundown Prototype “Kreasi Anak Kreatif” Episode Layang-Layang Kreasiku

Tabel 5.1 Anggaran Produksi *Prototype*

Tabel 5.2 Anggaran Produksi Jabodetabek

Tabel 5.3 Anggaran Produksi Luar Jabodetabek

Tabel 5.4. Anggaran Evaluasi

Gambar 3.1. Jadwal Acara Trans 7 Jumat, 2 Desember 2011

Gambar 3.2. Brandon

Gambar 3.3. J.P. Millenix

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Riset Khalayak
- Lampiran 2 Diagram Hasil Riset Khalayak
- Lampiran 3 Data Lembaga Riset Nielsen
- Lampiran 4 Instrumen *Pre-Test*
- Lampiran 5 Instrumen Evaluasi
- Lampiran 6 Rundown Program
- Lampiran 7 Pertanyaan Wawancara Narasumber (Atiek Nur Wahyuni, Trans 7)
- Lampiran 8 Pertanyaan Wawancara Narasumber (Boby Guntarto, YPMA)
- Lampiran 9 Pertanyaan Wawancara Narasumber (Delvi Yandri, Trans 7)
- Lampiran 10 Rate Card Trans 7



Bagian I

Analisis Situasi

I.1. Latar Belakang

I.1.1 Kreativitas Sebagai Hal yang Krusial

Kreativitas adalah sebuah nilai lebih bagi seorang individu dewasa ini. Kreativitas membuat seorang individu memiliki kualitas lebih dibanding individu lainnya. Perusahaan-perusahaan percaya bahwa kreativitas memegang peranan penting bagi perkembangan perusahaan. Pada tahun 2010, IBM Global CEO Study melakukan survei terhadap 1.500 CEO di 60 negara. Dari survei ini, mengemuka fakta bahwa para CEO percaya untuk memimpin dunia yang semakin kompleks membutuhkan kreativitas.

Kreativitas merupakan proses mental individu untuk menghasilkan ide atau gagasan baru. Kreativitas membutuhkan imajinasi otak kanan, serta logika otak kiri.¹ Hasil kerja dua bagian otak ini akan menghasilkan gagasan atau konsep yang berbeda dengan yang lain. Di dalam kreativitas terdapat kemampuan berkreasi. Seseorang dapat menjadi kreatif karena orang tersebut berpikir. Lewat berpikir, ide-ide atau gagasan baru dapat dihasilkan.

Edward de Bono (1970) merumuskan tahapan-tahapan seseorang ketika mengalami proses kreativitas. Tahapan-tahapan tersebut antara lain:

- a. Latar belakang atau akumulasi pengetahuan
- b. Proses inkubasi
- c. Melahirkan ide
- d. Evaluasi dan implementasi

Proses kreatif memiliki empat karakteristik. Pertama, berpikir kreatif selalu melibatkan berpikir atau bertindak imajinatif. Kedua, aktivitas imajinatif ini

¹ <http://www.creativityatwork.com/CWServices/CW-whole-brain-innovation.html> (Diakses Rabu, 16 November 2011 pukul 15.48 WIB)

memiliki tujuan. Ketiga, proses ini akan selalu menghasilkan sesuatu yang orisinal. Keempat, hasil berpikirnya selalu mempunyai nilai tertentu. Ada kalanya pada saat-saat tertentu kreativitas dapat dipaksa muncul. Kondisi-kondisi tertentu tersebut misalnya ketika seseorang menghadapi masalah. Saat dihadapkan pada kondisi seperti itu, ia ditantang untuk memecahkan masalah tersebut. Proses kreatif seringkali muncul pada saat-saat itu.

I.1.2. Kreativitas dan Seni

Menurut Ki Hajar Dewantara, seni adalah hasil keindahan sehingga dapat menggerakkan perasaan orang yang melihatnya. Oleh karena itu, perbuatan manusia yang dapat menimbulkan perasaan indah disebut seni.² Pengertian di atas merupakan seni dalam arti luas. Dalam hal ini, kesenian bisa sangat beragam dan bermacam-macam bentuknya.

Kesenian berhubungan dengan kreativitas. Melalui kesenian, kreativitas seorang individu dapat dikembangkan. Banyak orang yang mengasosiasikan kreativitas terutama kepada seni seperti tari, musik, drama, dan literatur. Bidang-bidang seni yang berhubungan dengan kreativitas di atas disebut seni kreatif. Hasil dari kreativitas bisa menjadi karya seni dan diadopsi di kebudayaan. Di zaman modern seperti sekarang, kemampuan untuk berkreasi menjadi sebuah kemampuan yang penting. Dengan berkreasi, manusia mampu mengembangkan peradaban dan kebudayaan. Di era globalisasi dan industri media, kreativitas memiliki posisi penting sebagai ujung tombak berbagai kampanye di media. Kreativitas digunakan untuk menciptakan berbagai benda-benda seni.

I.1.3. Kreativitas dan Anak-anak

George Land, yang meneliti untuk NASA tahun 1968, melakukan penelitian terhadap 1.600 anak usia lima tahun. Kemudian, pada saat umur mereka

² <http://senirupa.net/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&cid=6&artid=116> (diakses Rabu, 16 November 2011 pukul 17.28 WIB)

sepuluh dan 15 tahun, mereka diteliti lagi. Dari penelitian ini, Land memperoleh kesimpulan bahwa kreativitas merupakan sifat alami manusia. Land menyimpulkan bahwa tindakan yang tidak kreatif justru dipelajari saat masa pertumbuhan.

Karena kreativitas merupakan sebuah proses, maka kreativitas dapat diajarkan dan dipelajari.³ National Advisory Committee on Creative and Cultural Education (NACCCE) menekankan bahwa semua anak dan remaja dapat mengambil manfaat dari mengembangkan kemampuan kreatif mereka. Anak-anak yang kreatif membawa dampak yang menguntungkan bagi dirinya dan lingkungan sekitar. Pengembangan kreativitas juga dapat dilihat sebagai sebuah fungsi pendidikan. Menurut lembaga ini, kreativitas dapat dikembangkan di semua bidang dalam kurikulum sekolah.

Menurut Piaget dalam Scholnik, anak-anak memiliki intuisi tertentu yang memungkinkan mereka merasakan suatu pengalaman yang melebihi pengetahuan mereka. Intuisi ini juga berperan untuk membedakan pengalaman baru dengan pengalaman yang pernah mereka rasakan. Kreativitas dapat dikembangkan berdasarkan teori ini. Anak-anak dapat dipicu potensi kreatifnya dengan memberikan anak pengalaman baru. Salah satu cara menanamkan anak pengalaman baru yang memicu kreativitas mereka adalah mengajarkan pendidikan kesenian.

Dari berbagai pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa kreativitas adalah hal yang penting. Oleh karena itu, penting untuk menumbuhkan kreativitas dalam diri anak-anak. Cara untuk menumbuhkan kreativitas salah satunya adalah dengan pendidikan seni. Seni yang diajarkan adalah seni yang memiliki nilai-nilai kreativitas.

Pendidikan kesenian dapat digolongkan menjadi dua, yaitu pendidikan formal dan pendidikan nonformal.⁴ Pendidikan kesenian formal merupakan bentuk pendidikan seni yang dilakukan oleh lembaga sekolah. Dalam pendidikan

³ Simatupang, Togar M. *Industri Kreatif: Untuk Kesejahteraan Bangsa*. Halaman 25.

⁴ <http://www.dikbangkes-jatim.com/?p=478> (diakses Senin, 31 oktober 2011 pukul 15.38)

kesenian formal, metode pembelajaran telah disusun secara sistematis dalam kurikulum. Saat ini, pendidikan kesenian di Indonesia meliputi antara lain seni musik, seni lukis, dan seni tari. Melalui pendidikan seni, siswa didorong untuk mengenal dan mencintai budaya nasional. Lalu, jalur pendidikan kesenian nonformal adalah pembelajaran seni yang dilakukan di luar institusi sekolah. Proses pembelajarannya dapat dilakukan di sanggar, mengambil kursus, atau otodidak. Namun bukan berarti kedua cara pembelajaran ini berdiri sendiri. Keduanya harus bersinergi untuk menghasilkan pribadi yang utuh tentang seni.

Untuk dapat mengembangkan keterampilan kreatif, tidak bisa jika diajarkan melalui buku saja, namun harus didukung oleh kesempatan melakukan praktek. Menurut National Advisory Committee on Creative and Cultural Education (NACCCE), kemampuan-kemampuan kreatif dikembangkan melalui praktik-praktik yang bersifat aplikatif.⁵ Untuk dapat meningkatkan kreativitas, seseorang harus langsung terlibat dalam suatu proses kreatif melalui produksi. Beberapa contoh kegiatan produksi yang dimaksud antara lain: membuat musik, menulis cerita, membuat kerajinan tangan, melakukan penelitian, dan sebagainya.

I.1.4. Kreativitas Seni dan Industri Kreatif

Di North Ayrshire, Skotlandia, lembaga pendidikan diarahkan untuk dapat membuka potensi anak-anak, termasuk potensi kreatif mereka. Sebuah aktivitas yang disebut Determined to Success (DtS) memperkenalkan tujuh orang siswa sekolah kepada pembuat film, penulis, pengrajin, dan komposer musik. Para siswa diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam jenis kesenian yang mereka pilih di antara beberapa profesi menyangkut seni di atas. Puncak proyek ini, para siswa mengadakan Pekan Budaya Kreatif yang menampilkan hasil kreasi mereka dari ilmu pengetahuan yang baru mereka dapatkan. Bahkan, siswa-siswa senior dari

⁵ <http://www.hmie.gov.uk/documents/publication/hmiepcie.html> (diakses Rabu, 16 November 2011 pukul 17.02 WIB)

Irvine Royal Academy, Skotlandia telah bekerja sama dengan lembaga Scottish Opera untuk membuat pakaian yang nantinya digunakan untuk pementasan.⁶

Dewasa ini, kreativitas memiliki nilai ekonomi. Hal ini terbukti dari adanya istilah yang disebut ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah kegiatan perekonomian yang berdasarkan industri kreatif. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag RI), industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menghasilkan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Pada tahun 2006, ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar Rp104,4 triliun, atau sekitar 4,75% dari Pendapatan Domestik Bruto Indonesia selama periode 2002-2006, dan memberikan kontribusi sebesar 7% terhadap nilai ekspor. Industri kreatif telah menyediakan lapangan pekerjaan bagi 3,7 juta orang, atau sekitar 4,7% dari total pekerjaan.⁷

Kemendag mengelompokkan industri kreatif ke dalam 14 subsektor, antara lain:

- a. Arsitektur (*town planning, urban design*, arsitektur taman, perencanaan kota, dan lain-lain)
- b. Desain (desain grafis, desain interior, desain produk, pengemasan dan jasa pengepakan, dan lain-lain)
- c. Fesyen (kreasi desain pakaian, alas kaki, aksesoris, lini produk fesyen, dan lain-lain)
- d. Film, video dan fotografi (produksi film, jasa fotografi, penulisan naskah, jasa dubbing film, sinematografi, dan lain-lain)
- e. Kerajinan (kerajinan dari kayu, batu berharga, tanah liat, kulit, dan lain-lain)

⁶ Ibid.

⁷ Widiyanti, A. *Industri Ekonomi Kreatif Menggeliat*. Jakarta: Detik Finance. <http://finance.detik.com/index.php/detik.read/tahun/2007/bulan/10/tgl/23/time/170644/idnews/844156/idkanal/4> (diakses Jumat, 16 Desember 2011)

- f. Layanan komputer dan piranti lunak (pengolahan data, pengembangan *database*, pengembangan piranti lunak, dan lain-lain)
- g. Musik (kreasi komposisi, pertunjukan musik, reproduksi, distribusi rekaman suara)
- h. Pasar barang seni (perdagangan barang antik, unik, langka, dan bernilai seni)
- i. Penerbitan dan percetakan (penerbitan konten dan penerbitan buku, pencari berita, penulisan konten, konten digital, dan lain-lain)
- j. Periklanan (pemasangan poster, perencanaan komunikasi iklan, produksi material iklan, tampilan iklan di berbagai media, dan lain-lain)
- k. Permainan interaktif (permainan komputer dan video)
- l. Riset dan pengembangan (penemuan ilmu dan teknologi)
- m. Seni pertunjukan (konten pertunjukan: tari balet, tari tradisional, tari kontemporer, opera, tata panggung, dan tata pencahayaan)
- n. Televisi dan radio (kreasi pengemasan acara televisi dan radio)

Jadi, kesenian-kesenian yang mengandung nilai kreativitas telah dikelompokkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sesuai dengan kriteria di atas. Melalui pembagian kriteria di atas, yang selanjutnya disebut sebagai subsektor, telah dibuat penggolongan yang jelas terhadap industri kreatif. Di dalam penggolongan subsektor di atas, sebagian besar masuk ke ranah seni.

I.1.5. Media dan Kreativitas Seni

Menurut ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA), Bobby Guntarto, rasa ingin tahu anak-anak prasekolah dan sekolah dasar sangat besar. Maka dari itu, anak-anak belajar dari apapun di lingkungannya. Tidak hanya lingkungan, anak-anak juga menyerap berbagai informasi dari media. Salah satunya televisi.

Oleh karena itu, untuk memberikan pendidikan kepada anak, media memiliki peran yang signifikan. Kreativitas dapat diajarkan melalui media. Karena melalui media, anak-anak akan mampu menyerap informasi tentang kesenian dan akhirnya menumbuhkan semangat kreatif dalam diri mereka.

I.2. Hasil Riset Khalayak dan Riset Program

I.2.1. Riset Khalayak

Untuk mengetahui keinginan khalayak tentang program kreativitas anak, diadakan riset khalayak. Riset khalayak yang dilakukan berupa penyebaran kuesioner kepada siswa-siswi sekolah dasar. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan-pertanyaan yang mendukung keperluan riset khalayak ini. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Metode ini memilih target sampel dari sekumpulan orang tertentu, dalam hal ini anak-anak usia sekolah dasar.

Kuesioner disebar kepada 60 siswa laki-laki dan perempuan sekolah dasar berusia 9-12 tahun SES ABC. Dalam rentang usia ini, responden duduk di kelas 3 sampai 6 SD. Kuesioner disebar ke sekolah dasar di Jabodetabek. Kuesioner disebar di tiga tempat, yaitu: SDN Sukamaju Baru 3, Depok, SD Bani Saleh 5, dan SDN Pondok Labu 13 Pagi Jakarta. SDN Sukamaju Baru 3 dan SD Bani Saleh 5 adalah sekolah dengan siswa-siswinya dari SES A dan B. Sedangkan, SDN Pondok Labu 13 Pagi adalah sekolah dengan siswa-siswinya dari SES C. Penentuan SES responden merujuk kepada penghasilan orang tua, karena responden anak-anak belum memiliki penghasilan sendiri.

Dari hasil kuesioner, diketahui bahwa anak-anak selalu menonton televisi setiap hari antara pukul 14.00-17.59. Waktu menonton seperti ini menunjukkan anak-anak menonton televisi pada sore hari. Kemudian, hasil paling banyak menunjukkan bahwa durasi responden menonton televisi paling tinggi 2-3 jam setiap harinya. Waktu menonton paling pukul 14.00-17.59 menunjukkan bahwa sebagian besar anak telah pulang sekolah lalu menonton televisi. Mereka biasanya

menghabiskan waktu dua hingga tiga jam sebelum melakukan aktivitas lain seperti belajar.

Dari hasil riset, responden mengaku mau menonton acara tentang kreativitas jika acara itu ditayangkan. Hampir semua responden sepakat bahwa menjadi anak kreatif itu penting. Alasannya, dengan menjadi anak kreatif maka dapat mengembangkan bakat, menguji banyak hal, serta menjadi kreatif itu menyenangkan. Dari kuesioner, responden juga menunjukkan keinginan yang besar untuk melihat tema-tema tentang berbagai kegiatan yang kreatif. Dari kuesioner, responden juga menunjukkan rasa ingin tahu yang besar tentang berbagai kesenian di dunia. Oleh karena itu, tema “Kreasi Anak Kreatif” yang menampilkan kesenian yang memiliki nilai kreativitas akan diminati anak-anak.

I.2.2. Riset Program

Tabel 1.1. Top-10 Rating Program Anak Periode 24-30 Oktober 2011 SES ABC 10 Kota

Target		SES ABC					
No.	Program	Channel	Program Type	Average number of audience	Rating (%) [*]	Share (%) ^{**}	Index
1	NONO FOREST	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1.590.000	4.1	19.3	102
2	SHAUN THE SHEEP	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1.458.000	3.7	16.8	95
3	THE OWL	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1.198.000	3.1	14.3	98
4	AKSI DIDI TIKUS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1.130.000	2.9	16.8	94
5	DORAEMON	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	929.000	2.4	19.7	91
6	OSCAR'S OASIS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	873.000	2.2	13.5	93
7	SPONGEBOB SQUAREPANTS	GLOBAL TV	Children:Series Anim/Puppe	813.000	2.1	14.8	102
8	LAPTOP SI UNYIL	TRANS7	Children:Edutainment	726.000	1.9	14.5	100
9	CRAYON SHINCHAN	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	682.000	1.7	15.5	97
10	CITA CITAKU	TRANS7	Children:Edutainment	676.000	1.7	14.0	100

Source: Nielsen Audience Measurement

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari sepuluh acara anak dengan rating tertinggi, acara tertinggi masih dipegang oleh program dengan tipe *Animation/Puppet*. Dari tabel di atas juga dapat dinyatakan bahwa program anak didominasi oleh tipe *Animation/Puppet*. Program *edutainment* yang berada di *top 10* rating sebesar 20% dari total program *top 10* yang ada. Kedua program *edutainment* merupakan program yang ditayangkan oleh Trans 7. Acara Laptop Si Unyil dan Cita-Citaku menempati posisi delapan dan sepuluh. Tabel di atas menggambarkan keadaan Trans 7 sedang menurun. Pada tahun 2009, Petualangan Si Bolang pernah menduduki rating yang lebih baik, yaitu 2,5 poin dan share yang

lebih besar, yaitu 18,4%. Melihat fakta di atas, terlihat ada kejenuhan terhadap penyajian program Trans 7. Oleh karena itu, dibutuhkan program baru yang membawa napas baru bagi stasiun televisi ini. “Kreasi Anak Kreatif” menawarkan penyajian yang baru dan tema program baru, sehingga diharapkan dapat meningkatkan rating dan share Trans 7 untuk program anak.

I.3. Pernyataan Kebutuhan

Dari berbagai pendapat ahli yang telah dipaparkan di atas, tidak dapat dipungkiri bahwa televisi dapat menjadi alat pendidikan anak. Televisi masih memiliki peran besar dalam kehidupan anak-anak. Hal ini terbukti dari hasil riset khalayak yang menunjukkan bahwa anak-anak masih menonton televisi setiap hari. Perhatian anak-anak masih lekat dengan televisi dalam aktivitas mereka sehari-hari. Televisi sekarang tidak hanya menjadi media untuk menyampaikan hiburan atau informasi pendidikan saja. Kedua hal tersebut telah dipadukan menjadi jenis program *edutainment*. Program *edutainment* sifatnya mendidik sekaligus menghibur. Jenis program seperti ini sangat tepat untuk mengajarkan kreativitas dan menyebarkan semangat positif untuk menjadi kreatif. Dengan muatan hiburan dan permainan, anak diajak berkenalan dengan berbagai karya seni budaya, baik tradisional, populer, maupun kontemporer. Penonton anak akan merasa diajak berada di situasi tersebut karena jenis penyajiannya seperti sedang bermain dengan suasana yang menyenangkan. Anak kemudian akan mendapat informasi berupa pengetahuan tentang seni dan budaya yang bernilai kreatif dan menambah wawasan. Jadi, anak mendapat hiburan, informasi sekaligus interaksi dengan lingkungan sekitar dalam tayangan tersebut (utilitas sosial), persis seperti pernyataan Schramm.

Industri kreatif adalah bagian dari ekonomi kreatif. Jenis-jenis kesenian yang termasuk ke dalam industri kreatif dapat menjadi sebuah alternatif materi kesenian seperti apa yang dapat diajarkan kepada khalayak. Menurut salah satu artikel di situs resmi Pikiran Rakyat, ekonomi kreatif akan menjadi fokus perkembangan ekonomi beberapa tahun ke depan.

BAGIAN DUA

MANFAAT DAN TUJUAN PENGEMBANGAN *PROTOTYPE*

II.1. Manfaat

II.1.1. Manfaat Bagi Khalayak

Muatan program “Kreasi Anak Kreatif” diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat seperti berikut ini:

- a. Memancing sisi kreatif anak
- b. Menambah pengetahuan dan wawasan anak tentang seni
- c. Mengajak anak agar berkreasi

II.1.2. Manfaat bagi pengelola

Trans 7 sebagai pengelola program akan mendapat manfaat antara lain:

- a. Memberikan keuntungan finansial kepada stasiun televisi
- b. Menambah citra stasiun televisi sebagai televisi yang peduli pada pengembangan kreativitas anak
- c. Ambil bagian dalam pendidikan seni dan kreativitas
- d. Memberi sumbangsih dalam dalam tren industri kreatif

II.2. Tujuan

II.2.1. Tujuan Sosial

Tujuan sosial acara ini antara lain adalah:

- a. Membangkitkan minat anak terhadap kreativitas
- b. Memperkenalkan berbagai macam seni dan kreasinya pada anak
- c. Membuka wawasan anak tentang kreasi seni

II.2.2. Tujuan Ekonomi

Program “Kreasi Anak Kreatif” selain diharapkan mampu meningkatkan kreativitas anak, menambah wawasan seni, dan berperan dalam pendidikan kreatif, juga diharapkan mampu mendatangkan keuntungan finansial. Keuntungan yang dapat diperoleh melalui acara ini adalah keuntungan yang didapat dari pengiklan dan sponsor. Iklan-iklan yang menunjang adalah iklan-iklan tentang produk anak, alat tulis, pakaian, atau alat edukasi anak. Selain itu, tidak menutup kemungkinan berbagai macam iklan lain yang sesuai dengan program anak Trans 7. Iklan-iklan yang dimunculkan bisa disesuaikan dengan kebijakan Trans 7.



BAGIAN TIGA

PROTOTYPE YANG DIKEMBANGKAN

III.1. Tentang Program “Kreasi Anak Kreatif”

Program televisi yang diusulkan berjudul “Kreasi Anak Kreatif”. Program ini membahas seputar kreativitas dalam berbagai bentuk kreasi seni. Program ini memiliki format *TV magazine*. “Kreasi Anak Kreatif” memiliki target utama anak laki-laki dan perempuan usia 9-12 tahun SES ABC. Target kedua program ini adalah anak-anak usia 6-8 tahun, anak di atas 12 tahun, dan orang tua dengan SES ABC. Orang tua menjadi target sekunder karena penting untuk mengajak orang tua aktif dalam pendidikan seni anak-anaknya. Menurut penelitian yang dilakukan The Communications Trust, Inggris, 78% orang tua membiarkan anak-anak menonton televisi selama dua jam tanpa pengawasan.¹ Oleh karena itu, “Kreasi Anak Kreatif” akan mengajak orang tua ikut mendampingi anak saat menonton televisi. Menjadikan orang tua sebagai target sekunder acara anak-anak sangat memungkinkan.

“Kreasi Anak Kreatif” menampilkan berbagai kreasi seni yang di dalamnya sarat dengan nilai-nilai kreativitas. Nilai kreativitas yang terdapat dalam seni adalah praktek seni, seperti yang dinyatakan oleh NACCCE. “Kreasi Anak Kreatif” menampilkan berbagai bentuk kreasi seni. Program ini juga menampilkan bentuk seni yang telah mengalami modifikasi. Modifikasi yang dimaksud adalah modifikasi yang memadukan dua unsur berbeda. Contohnya antara lain seperti unsur tradisional dengan unsur modern. Penerapan modifikasi ini sesuai dengan pendapat Delvi Yandri, produser Laptop si Unyil, yang mengatakan bahwa modifikasi menjadi kunci untuk memikat khalayak mempelajari seni. Dalam “Kreasi Anak Kreatif”, seni yang diperlihatkan antara lain seni tradisional, modern, kontemporer, dan populer. Seni yang ditampilkan di program ini adalah

¹ http://www.waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=194242:78-orangtua-gunakan-tv-sebagai-pengasuh&catid=54&Itemid=84 (diakses Minggu, 18 Desember 2011)

seni-seni yang dimodifikasi sehingga menghasilkan suatu kreasi yang menarik dan mengandung nilai kreativitas. “Kreasi Anak Kreatif” menampilkan cerita seorang anak yang mempelajari suatu karya seni. Selain menampilkan cerita tersebut, program ini juga menampilkan info-info unik seputar seni yang sedang dipelajari.

Setiap episode “Kreasi Anak Kreatif” menampilkan sebuah bentuk kesenian sebagai tema utama di episode tersebut. Dalam satu episode terdapat tiga segmen. Setiap segmen memiliki konten yang berbeda. Konten-konten utama dalam tiap episode antara lain: *pertama*, mengenalkan bentuk kesenian apa yang dimunculkan di episode tersebut. *Kedua*, informasi menarik seputar kesenian yang diangkat. *Ketiga*, membuat kreasi seni dan modifikasinya. “Kreasi Anak Kreatif” didukung oleh *backsong* dan *sound effect* yang riang dan bersemangat. Penggunaan audio seperti itu agar dapat mewakili perasaan ingin bermain anak-anak.

“Kreasi Anak Kreatif” disajikan dalam format *TV Magazine*. Format ini memungkinkan dimuatnya berbagai informasi untuk khalayak. Hal ini merupakan keuntungan format *TV Magazine* karena dapat memberikan informasi yang beragam dan menarik.

III.2. Stasiun televisi

Stasiun televisi yang dipilih untuk menyiarkan program ini adalah Trans 7. Alasannya antara lain:

- a. Trans 7 menaruh perhatian terhadap program-program yang ditujukan untuk anak. Di stasiun televisi ini, salah satu kategori acara yang dimiliki dari total 13 kategori adalah kategori Kids & Education. Di bawah kategori ini adalah program-program anak yang diproduksi secara *in-house*. Kategori Kids & Education ada di bawah departemen News Trans 7. Kategori program anak Trans 7 memiliki 15 program. Program-program

yang sudah dikenal luas dan akrab di telinga khalayak adalah Si Bolang, Laptop si Unyil, dan Dunia Air.

Tabel 3.1. Program Anak Trans 7

No.	Program
1.	Buku Harian Si Unyil
2.	Teropong Si Bolang
3.	Cita-Citaku
4.	Dunia Air
5.	Dunia Binatang
6.	Home Stay
7.	Koki Cilik
8.	Kuas Ajaib
9.	Laptop Si Unyil
10.	Si Bolang
11.	Si Bolang Jalan-Jalan
12.	Kisah Anak Nusantara
13.	Si Bolang Keliling Dunia
14.	Aku dan Cita-Citaku
15.	Koki Cilik Tamasya

(sumber: www.trans7.co.id)

Tabel 3.2. Rating dan Share Program Anak Trans 7

Reported date(s): 27/11/2011 - 03/12/2011;
 Selected date(s): 27/11/2011 - 03/12/2011;
 Selected channel(s): TRANS7;
 Selected day part(s): 02.00.00 - 25.59.59 (SMTWTFs);
 Selected variable(s): STime; 000s; (r)TVR; Share; Index; Cost; Cost/TVR; ETime;
 Selected activities: Non Bedtime Viewing;

Description	Channel	Level 2 Variable	STime	000s	(r) TVR	Share	Index	Cost	Cost/TVR	ETime
LAPTOP S	TRANS7	Children:Et	12:59:43	242	2,3	15,6	128	15.000 Rp	6.652 Rp	13:28:44
CITA CITA	TRANS7	Children:Et	13:29:23	206	1,9	15,0	120	15.000 Rp	7.797 Rp	13:58:23
DUNIA BIN	TRANS7	Information	13:59:32	198	1,9	15,2	129	15.000 Rp	8.102 Rp	14:28:51
SI BOLAN	TRANS7	Children:Et	12:31:11	190	1,8	12,5	129	15.000 Rp	8.436 Rp	12:59:42
DUNIA AIR	TRANS7	Children:Et	13:57:39	183	1,7	13,3	121	15.000 Rp	8.773 Rp	14:26:31
HOME STA	TRANS7	Children:Et	15:00:34	177	1,7	13,4	154	15.000 Rp	9.078 Rp	15:28:44
KUAS AJA	TRANS7	Children:Et	14:59:35	167	1,6	15,0	153	15.000 Rp	9.640 Rp	15:30:09

- b. Sejalan dengan alasan pertama, lembaga survei Nielsen juga mencatat Trans 7 sebagai stasiun televisi yang memiliki program anak dengan kategori *children:edutainment*. Kategori ini berbeda dengan stasiun

televisi lain yang lebih banyak menayangkan kategori *children:Series Animation/Puppet*. Program dengan kategori *children:Series Animation Puppet* yang muncul di kebanyakan stasiun televisi dalam tabel di bawah adalah program yang dibeli dari pihak luar. Stasiun-stasiun televisi tersebut tidak memproduksi program-program itu sendiri. Berbeda dengan Trans 7. dalam tabel di bawah, program Laptop Si Unyil dan Cita-Citaku merupakan program *in-house* Trans 7. Maka, disimpulkan bahwa Trans 7 dapat membuat acara anak yang bersifat *edutainment*.

Tabel 3.3. Top 10 Programs 24-30 Oktober 2011 SES ABC 10 Kota

Target SES ABC							
No.	Program	Channel	Program Type	Average number of audience	Rating (%)	Share (%)**	Index
1	NONO FOREST	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,590,000	4.1	19.3	102
2	SHAUN THE SHEEP	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,459,000	3.7	16.6	95
3	THE OWL	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,199,000	3.1	14.3	96
4	AKSI DIDI TIKUS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,130,000	2.9	16.8	94
5	DORAEMON	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	929,000	2.4	19.7	91
6	OSCAR'S OASIS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	873,000	2.2	13.5	93
7	SPONGEBOB SQUAREPANTS	GLOBAL TV	Children:Series Anim/Puppe	813,000	2.1	14.8	102
8	LAPTOP SI UNYIL	TRANS7	Children:Edutainment	726,000	1.9	14.5	100
9	CRAYON SHINCHAN	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	682,000	1.7	15.5	97
10	CITA CITAKU	TRANS7	Children:Edutainment	676,000	1.7	14.0	100

Source: Nielsen Audience Measurement

- c. Trans 7 memiliki kriteria tersendiri untuk program anak. Kriteria tersebut terpaku pada konten yang mendidik. Konten yang mendidik yang dimaksud menurut Atiek Nur Wahyuni adalah edukatif, menambah wawasan anak, dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti anak.

Dari ketiga alasan di atas, maka memilih Trans 7 sebagai stasiun televisi untuk menayangkan “Kreasi Anak Kreatif” adalah pilihan yang tepat.

III.3. Khalayak Sasaran

Target primer “Kreasi Anak Kreatif” adalah anak laki-laki dan perempuan usia 9-12 tahun SES A, B, dan C. Target sekunder adalah anak laki-laki usia 6-8

tahun, anak-anak di atas 12 tahun, dan orang tua SES A, B, dan C. Pembagian target khalayak menjadi primer dan sekunder merujuk pada penjelasan ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA), Bobby Guntarto, yang mengatakan pola pikir anak usia sekolah dasar (6-12 tahun) dibagi menjadi dua kelompok sesuai daya tangkap mereka. Penjelasan mengenai khalayak sasaran akan dijelaskan lebih rinci jika dilihat dari aspek geografis, aspek demografis, aspek status sosial ekonomi dan aspek psikografis.

III.3.1. Aspek Geografis

Program “Kreasi Anak Kreatif” disiarkan ke seluruh wilayah Indonesia. Program ini siaran secara nasional untuk semua daerah. Siaran Trans 7 dapat ditangkap di berbagai daerah di Indonesia. Untuk dapat menangkap siaran Trans 7, dapat menggunakan antena biasa maupun antena parabola untuk televisi berlangganan.

III.3.2. Aspek Demografis

Aspek demografis program “Kreasi Anak Kreatif” antara lain:

1. Usia : 6-12 tahun
2. Pendidikan : Sekolah dasar
3. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
4. SES : A, B, dan C

III.3.3. Aspek Sosial Ekonomi

Penentuan *social economic status* (SES) berdasarkan pada penggolongan yang dibuat oleh lembaga survei Nielsen. Program “Kreasi Anak Kreatif” sangat tepat ditujukan untuk khalayak SES A, B, dan C. Penentuan target khalayak anak-

anak ke dalam SES mengacu kepada penghasilan orang tua karena anak-anak belum memiliki penghasilan sendiri.

Tabel 3.4. Segmentasi Pasar dan Positioning Berdasarkan SES

SES	Penghasilan
A1	>Rp 3.000.000,00
A2	Rp 2.000.001,00 s.d. Rp 3.000.000,00
B	Rp 1.500.001,00 s.d. Rp 2.000.000,00
C1	Rp 1.000.001 s.d. Rp 1.500.000,00
C2	Rp 700.001,00 s.d. Rp 1.000.000,00
D	Rp 500.001 s.d. Rp 700.000,00
E	<Rp 500.000,00

Sumber: Nielsen

Tabel 3.5. Average Number of Audience

Channel	Target	Average number of audience	Rating (%)*
Total TV	SES AB	1,569,000	12.2
	SES C	3,239,000	12.4
	SES DE	1,561,000	11.9

Source: Nielsen Audience Measurement

III.3.4. Aspek Psikografis

Plumer (1974) menyatakan bahwa aspek psikografis atau gaya hidup khalayak dapat diukur berdasarkan tiga aspek. Aspek-aspek tersebut antara lain: *activity*, *interest*, dan *opinion*. (Morissan, 2008, p.178). Untuk khalayak sasaran program “Kreasi Anak Kreatif”, penggolongan aspek-aspek di atas dapat menjelaskan karakteristik khalayak sasaran yang diinginkan, yaitu:

a. *Activity*

Khalayak sasaran “Kreasi Anak Kreatif” adalah anak-anak sekolah dasar. Rentang usia anak-anak sekolah dasar pada umumnya 6-12 tahun. Aktivitas utama khalayak pada masa-masa ini adalah pergi sekolah. Maka, secara umum anak-anak sekolah dasar akan menonton televisi di luar jam

sekolah. Anak-anak menonton televisi sepulang sekolah. Lalu, pada hari libur, waktu mereka menonton televisi lebih banyak. Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak, Bobby Guntarto, menjelaskan bahwa kategori anak usia sekolah dasar dibagi lagi, yaitu anak usia 6-8 tahun (1-2 SD) dan 9-12 tahun (3-6 SD). Perbedaan ini dilakukan berdasarkan pertimbangan perbedaan pola pikir anak pada kedua kategori. Oleh karena itu, program ini menekankan target khalayak utama adalah anak usia 9-12 tahun. Target kedua adalah anak usia 6-8 tahun dan di atas 12 tahun.

b. *Interest*

“Kreasi Anak Kreatif” ditujukan untuk menunjukkan nilai kreativitas dalam suatu kreasi seni. Kreasi seni yang dimaksud adalah kreasi yang telah mengalami modifikasi. Program ini menargetkan anak-anak sekolah dasar secara umum. Lebih spesifik, program ini mengincar khalayak sasaran anak-anak yang tertarik kepada berbagai kegiatan seni, serta ingin mempelajarinya. Maka, anak-anak akan mendapatkan nilai positif untuk memiliki kreativitas. Namun, khalayak sasaran yang dituju bukan hanya anak-anak yang menaruh minat pada kesenian tradisional, tapi juga yang populer dan kontemporer.

c. *Opinion*

Khalayak sasaran “Kreasi Anak Kreatif” adalah semua anak yang mencakup rentang usia pada poin (a.), karena mereka semua memiliki potensi untuk menjadi kreatif. Khalayak sasaran ini memiliki minat, aktif, atau menyukai berbagai hal yang berkaitan dengan kreativitas. Khalayak sasaran ini juga ingin belajar berkreasi dari ilmu yang mereka dapatkan.

III.3.5. Aspek Teknografis

Khalayak sasaran program “Kreasi Anak Kreatif” adalah semua anak yang memiliki akses televisi. Namun, tidak hanya itu. Tidak menutup kemungkinan bahwa anak-anak tersebut telah akrab dengan media lain seperti media cetak

(majalah, buku) serta internet yang juga menambah wawasan mereka tentang hal-hal yang berbau kreatif.

III.4. Analisis SWOT

Di bawah ini adalah analisis *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* (SWOT) dari program “Kreasi Anak Kreatif”:

III.4.1. Strengths

- a. Konsep kreasi seni yang menampilkan informasi dan modifikasi seni adalah konsep yang tergolong baru
- b. Menampilkan kreasi seni yang memiliki nilai kreativitas
- c. Menampilkan modifikasi-modifikasi yang mungkin dibuat dari suatu bentuk kesenian
- d. Mengeksplorasi tema seni yang memiliki nilai kreativitas
- e. Mengembangkan tema kesenian yang sangat luas menjadi bervariasi
- f. Penyajian dinamis dan menarik membuat acara ini tidak membosankan.

III.4.2. Weaknesses

- a. Jumlah episode yang terbatas membuat tidak semua seni mampu dieksplorasi
- b. Perlu perencanaan untuk menentukan tema lebih dari 13 episode
- c. Memerlukan pertimbangan tertentu untuk menentukan jenis kesenian seperti apa yang mampu memikat khalayak di episode-episode pertama

III.4.3. Opportunities

- a. Beragamnya kesenian tradisional, modern, kontemporer dan populer yang sedang berkembang dan menunjukkan eksistensinya
- b. Sejalannya tema kreativitas dengan tren industri kreatif
- c. Industri kreatif menjadi primadona pembangunan ekonomi

III.4.4. *Threats*

- a. Pemahaman khalayak tentang seni masih terbatas. Artinya, khalayak mengasosiasikan seni hanya sebatas menari, menggambar, dan melukis.
- b. Istilah kreativitas belum akrab bagi khalayak

III.5. *Positioning dan diferensiasi program*

“Kreasi Anak Kreatif” memposisikan diri sebagai program *edutainment* untuk anak tentang kreativitas yang terdapat dalam berbagai kreasi seni. Program ini dikemas secara ringan, menarik, menghibur, dan mengandung informasi. Program *edutainment* berarti menggabungkan *education* dengan *entertainment*. Maka, program ini dapat menampilkan informasi yang mendidik sekaligus menghibur.

Di Indonesia, stasiun televisi yang memiliki program-program untuk anak adalah Trans 7. Trans 7 adalah bagian dari Trans Corporation. Stasiun televisi ini memiliki 13 kategori program. Kids & Education adalah salah satu kategori yang ada. Kids & Education merupakan kategori yang menayangkan program untuk anak. Kategori ini mengelompokkan program-program *in-house* Trans 7. Kategori Kids & Education memiliki total 15 program. Program-program yang dinaungi di kategori ini antara lain Laptop si Unyil, Si Bolang, Cita-Citaku dan Dunia Air. Pada tahun 2009, Si Bolang memperoleh rating 2,5 poin dan *share* 18,4 persen. Angka yang cukup tinggi bagi program anak di stasiun televisi nasional. Maka, “Kreasi Anak Kreatif” dapat ditawarkan kepada stasiun televisi tersebut dan menjadi program di bawah kategori Program Anak.

Menurut presiden direktur Trans 7, Atiek Nur Wahyuni, sebuah program dapat dikategorikan sebagai program anak karena konten yang mendidik. Dijelaskan lebih lanjut, konten yang mendidik mencakup konten yang edukatif, menambah wawasan anak, serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh mereka. Karena pertimbangan di atas, Trans 7 dianggap cocok untuk menayangkan acara anak yang bersifat edukatif dan bertujuan merangsang kreativitas anak. Trans 7 sejalan dengan isi program “Kreasi Anak Kreatif” yang

menyajikan konten edukatif melalui pengajaran keterampilan seni, menambah wawasan melalui info-info seputar seni dan budaya, serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti anak-anak.

“Kreasi Anak Kreatif” menampilkan kreasi seni dan modifikasinya, sehingga kental dengan muatan kreativitas. Kreasi seni yang dimunculkan adalah seni tradisional, modern, kontemporer, dan populer. Kreasi seni dalam program ini merupakan seni yang dimodifikasi sehingga tampil lebih modern.

Program “Kreasi Anak Kreatif” akan menampilkan usaha seorang anak yang menjadi tokoh utama cerita untuk mempelajari satu bentuk kesenian. Dalam cerita, dikisahkan anak tersebut belajar dari pengrajin, seniman, atau instruktur. Anak tersebut diperkenalkan hal-hal yang berkaitan dengan kesenian tersebut. Kemudian, si anak belajar membuat. Anak tersebut juga diperkenalkan dengan modifikasi dari bentuk seni itu.

Jika melihat program-program bertema kreativitas di televisi, belum ada program yang menyajikan modifikasi kreasi seni. Selain menampilkan modifikasi seni, “Kreasi Anak Kreatif” juga menyajikan informasi-informasi unik dan menarik seputar kesenian tersebut. Maka, program ini memiliki keunggulan dalam hal konten yang edukatif. “Kreasi Anak Kreatif” menampilkan kreasi seni dan modifikasinya, serta memberikan informasi tentang seni yang menambah wawasan, sesuai dengan pernyataan Atiek Nur Wahyuni.

III.6. Judul Program

Penentuan judul program ini telah melalui riset khalayak lewat penyebaran kuesioner. Kuesioner disebar kepada 60 responden, dan di dalamnya ditanyakan pilihan judul yang paling diinginkan responden. Tiga judul telah ditawarkan, yaitu “Ayo Berkreasi”, “Kreasi Anak Kreatif”, dan “Karnaval Anak Kreatif”. Dari tiga judul yang ditawarkan, “Kreasi Anak Kreatif” menjadi pilihan pertama (53%), kemudian “Ayo Berkreasi” (40%) lalu “Karnaval Anak Kreatif” (7%). Oleh

karena pertimbangan di atas, maka pilihan judul jatuh pada “Kreasi Anak Kreatif”.

Kata “Kreasi” dihubungkan dengan kata *creation* yang asal katanya *to create*. Kata ini dipakai untuk menggambarkan pembuatan gagasan, konsep, atau karya baru. Kata “Anak” berarti bahwa program ini adalah program anak dan menampilkan kegiatan anak-anak. Kata “Kreatif” menunjukkan bahwa program ini adalah program seputar kreativitas.

III.7. Sinopsis Program

Setiap episode “Kreasi Anak Kreatif” memiliki satu buah tema utama dan dibagi ke dalam tiga segmen. Fokus segmen pertama adalah mengenalkan kesenian yang menjadi tema. Fokus segmen kedua adalah memperkenalkan ragam kesenian. Fokus segmen ketiga adalah membuat beragam kesenian. Selama acara, akan digunakan narasi suara maskot program sebagai *voice over* untuk mengantarkan ke cerita.

Segmen satu merupakan perkenalan tokoh dan seni yang ingin ditampilkan. Tokoh anak bertemu dengan tokoh narasumber yang akan menemani anak tersebut di sepanjang episode. Narasumber adalah pengrajin, seniman, atau instruktur. Di segmen ini juga ditampilkan informasi menarik seputar kesenian yang muncul dalam episode tersebut.

Segmen dua menampilkan informasi tentang wawasan seni. Informasi yang ditampilkan bisa berupa asal kesenian sampai variasi dari sebuah bentuk seni. Variasi seni juga termasuk modifikasi tertentu dari sebuah kesenian. Modifikasi tersebut berupa gabungan seni itu dengan elemen lain, sehingga menampilkan karya seni yang segar. Jika seni yang ditampilkan adalah seni tari atau pertunjukan, maka modifikasi yang dapat ditampilkan antara lain pertunjukan seni tersebut.

Segmen tiga menunjukkan cara membuat kesenian. Di sini, anak yang menjadi tokoh utama akan diajarkan untuk membuat sebuah karya seni. Jika

seninya berupa kerajinan tangan, maka akan ditampilkan cara membuatnya. Namun, jika seninya berupa tarian bentuk seni pertunjukan, maka akan ditampilkan teknik-teknik yang menarik untuk dipelajari.

III.8. Waktu Tayang

Program televisi “Kreasi Anak Kreatif” akan ditayangkan seminggu sekali. Program ini ditayangkan setiap Jumat. Program ini berdurasi 30 menit (24 menit tayangan dan 6 menit iklan) dan ditayangkan pukul 15.00-15.30. “Kreasi Anak Kreatif” ditayangkan di stasiun televisi Trans 7. Pertimbangan yang digunakan untuk menentukan waktu tayang adalah riset khalayak, kebijakan perusahaan Trans 7, dan riset terhadap kompetitor lain.

Kuesioner disebar ke 60 responden yang duduk di kelas 4, 5 dan 6 SD. Di ketiga rentang kelas tersebut, didapatkan anak-anak berusia 9-12 tahun. Dari hasil riset khalayak, diperoleh fakta bahwa 50% responden menonton televisi selama dua hingga tiga jam. Dari hasil riset, diketahui juga bahwa 53% responden menonton televisi pukul 14.00-17.59. Responden paling banyak memilih hari Jumat sebagai hari mereka biasa menonton televisi saat *weekdays*.

Fakta ini sejalan dengan alasan Trans 7 meletakkan program anak pada *weekdays*. Menurut Atiek Nur Wahyuni, presiden direktur Trans 7, program anak ditempatkan terutama pada *weekdays* karena pola aktivitas harian anak-anak sekolah. Anak-anak pulang sekolah siang hari, lalu pulang ke rumah. Saat mereka di rumah, mereka menonton televisi. Oleh karena itu, tayangan televisi *edutainment* lebih banyak jumlahnya saat *weekdays*.

Hari Jumat dipilih sebagai hari untuk menayangkan “Kreasi Anak Kreatif” karena hasil kuesioner menunjukkan hari terbanyak responden menonton televisi pada saat *weekdays* adalah hari Jumat. Menurut Atiek Nur Wahyuni, *weekend* adalah hari berkumpul bersama keluarga. Oleh karena itu, program-program yang diletakkan di *weekend* adalah program yang ditargetkan untuk seluruh keluarga. Maka, porsi program *edutainment* dikurangi saat *weekend*.

Jadi, keputusan menempatkan “Kreasi Anak Kreatif” pada *weekdays* sudah tepat. Hari Jumat dipilih karena dari hasil kuesioner, responden paling banyak memilih hari Jumat (14%). Jika ditayangkan pada *weekdays*, potensi anak menonton lebih besar karena anak-anak sudah pulang sekolah. Pada hari Jumat, semua anak esok harinya libur. Sehingga pada hari Jumat, anak-anak memiliki waktu lebih banyak untuk menonton televisi lebih banyak dibanding hari-hari lain di *weekdays*.

Ketua Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA), Bobby Guntarto, mengatakan jam tayang ideal anak-anak menonton adalah pukul 15.00-18.00. Waktu tayang ini harus diutamakan untuk menayangkan program anak. Maka, berdasarkan alasan tersebut, jam tayang “Kreasi Anak Kreatif” adalah 15.00-15.30. Pendapat Bobby Guntarto sejalan dengan hasil kuesioner. Dari hasil kuesioner, anak-anak paling banyak menonton di jam 14.00-17.59.

Penempatan waktu ini didasari pada strategi penempatan *flow-through*. Artinya, pada rentang jam tayang tersebut adalah waktunya tayang acara-acara anak. Program “Kreasi Anak Kreatif” mengisi salah satu waktu tayangnya, yaitu pukul 15.00-15.30.

Gambar 3.1 Jadwal Acara Trans 7 Jumat, 2 Desember 2011

TRANS7, Jumat 02 Desember 2011	
	Posted by akbarri
05:00	Khalifah
05:30	Scooby Doo Where Are...
06:00	Sport7
06:30	Redaksi Pagi
07:30	Selebrita Pagi
08:00	Wara Wiri
08:30	Karaoke Keliling
09:00	Ups Salah
09:30	Spotlite
10:30	Warna
11:30	Redaksi Siang
12:00	Selebrita Siang
12:30	Teropong Si Bolang
13:00	Laptop Si Unyil
13:30	Aku dan Cita-Citaku...
14:00	Dunia Binatang
14:30	Koki Cilik Tamasya
15:00	Home Stay
15:30	Buku Saku Asal Usul...
16:00	Jejak Petualang
16:30	Redaksi Sore
17:00	Jejak Si Gundul
17:30	Orang Pinggiran
18:00	Hitam Putih
19:00	On The Spot
20:00	Opera Van Java
22:00	Bukan Empat Mata
23:30	Dua Dunia
00:00	Wisata Malam
00:30	Sport7 Malam
01:00	Redaksi Malam
01:30	Theater7 Malam

Di jam tayang yang sama, stasiun televisi lain tidak ada yang menampilkan program *edutainment*. Program berjenis ini hanya ditayangkan di Trans 7. Oleh karena itu, dengan menggunakan strategi *flow-through* seperti yang

telah dijelaskan di atas, “Kreasi Anak Kreatif” sangat tepat jika ditempatkan di stasiun televisi Trans 7.

Tabel 3.6. Jadwal acara TV pukul 15.00-15.30 Jumat, 2 Desember 2011

Stasiun Televisi	Program
Trans 7	Home Stay
Trans TV	Keluarga Minus
ANTV	Mantap (live)
Bchannel	Janggeum's Dream
Global TV	Hand Made
Indosiar	KISS Sore
Jak TV	Lejel Home Shopping
Metro TV	Headline News
RCTI	Cek & Ricek
SCTV	Uya Emang Kuya
Space Toon	Cinta Indonesia
TV One	Selera Asal

III.9. Durasi Program

Program “Kreasi Anak Kreatif” ditayangkan selama 30 menit. Menurut Bobby Guntarto, durasi program anak yang ideal adalah 30 menit. Sejalan dengan hal itu, program-program anak di Trans 7 memang telah disesuaikan agar berdurasi 30 menit.

Durasi program “Kreasi Anak Kreatif” adalah 30 menit. Lamanya sudah termasuk iklan. Maka, durasi bersih “Kreasi Anak Kreatif” adalah 20 menit. Tayangan ini akan dibagi menjadi tiga segmen yang masing-masing sepanjang 8 menit. Di antara tiap segmen, akan ditayangkan iklan sepanjang 3 menit. Tayangan iklan akan disiarkan sesuai materi yang disarankan oleh YPMA dan sesuai kebijakan Trans 7.

III.10. Format Program

“Kreasi Anak Kreatif” menggunakan format *TV Magazine*. Format ini dipilih karena mampu menampilkan beragam format berbeda kepada khalayak.

Dengan begitu, ragam penyampaian informasi yang bisa disampaikan akan lebih banyak.

Satu episode “Kreasi Anak Kreatif” menampilkan satu buah tema besar tentang suatu kreasi seni. Di episode tersebut, akan disajikan sebuah cerita, cara bermain, cara membuat, info menarik, dan modifikasi yang dilakukan. Semua unsur yang telah disebutkan akan dikemas dalam tiga segmen.

III.11. Konsep Program

Program “Kreasi Anak Kreatif” adalah sebuah program *TV Magazine* yang menampilkan usaha seorang anak mempelajari suatu seni dan budaya. Oleh karena formatnya *TV Magazine*, maka konsep programnya:

III.11.1. Maskot

“Kreasi Anak Kreatif” menggunakan maskot sebagai salah-satu ciri utama program ini. Maskot “Kreasi Anak Kreatif” adalah dua tokoh kartun bernama Kaka dan Kiki. Mereka berdua berumur 12 tahun. Kaka dan Kiki adalah anak kembar yang riang, kreatif, dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

Selain sebagai ciri utama program, penggunaan maskot juga dimanfaatkan sebagai *host* dan membacakan narasi selama program.

III.11.2. Talent

“Kreasi Anak Kreatif” menggunakan seorang anak sebagai *talent* dalam tiap episode. Berdasarkan wawancara ketua YPMA, Bobby Guntarto, menggunakan tokoh seorang anak dalam program *edutainment* sangat mungkin dilakukan. Penggunaan satu *talent* akan membuat penyajian program ini fokus memperlihatkan aktivitas anak tersebut. Teknik ini akan sangat membantu,

terutama untuk membangun alur cerita yang diinginkan dan menciptakan kedekatan.

Boby Guntarto juga mengatakan, untuk program edutainment tanpa *host* seperti ini, *talent* yang digunakan adalah anak-anak yang memiliki usia sebaya dengan target khalayak. Usia anak yang sebaya berguna untuk menciptakan kedekatan emosional. Talent yang ideal adalah anak-anak umur 10-12 tahun, terutama untuk efektivitas produksi di lapangan.

Selain itu, karena tidak ada tuntutan untuk memandu acara, maka *talent* dapat fokus kepada aktivitas yang akan dilakukan selama episode itu berlangsung. Pemilihan talent tiap acara melalui *open casting*. Kriteria yang dibutuhkan adalah anak laki-laki atau perempuan berusia 10-12 tahun, ceria dan riang, dan mudah beradaptasi. *Talent* harus *camera face* dan mampu menerima arahan saat syuting di lapangan.

Talent yang memenuhi kriteria “Kreasi Anak Kreatif” adalah anak-anak dengan ciri-ciri dan sifat seperti Brandon dan J.P. Millenix.

Gambar 3.2. Brandon



Gambar 3.3. J.P. Millenix



III.11.3. Bahasa

Program “Kreasi Anak Kreatif” menggunakan bahasa yang digunakan anak sehari-hari. Menurut Bobby Guntarto, gaya bahasa program anak yang ditampilkan di Trans 7 adalah santai, cukup pas, dan tidak terlalu formal. Hasil kuesioner riset juga menunjukkan, penyajian program secara formal sama sekali tidak diinginkan (0%). Oleh karena itu, bahasa yang sering digunakan anak sehari-hari sudah tepat digunakan sebagai pilihan bahasa pengantar.

III.11.4. Penyajian

Program “Kreasi Anak Kreatif” akan disajikan secara riang dan cerita. Hal ini didasari oleh hasil riset khalayak yang menyatakan sebagian besar anak ingin program disajikan dengan riang dan ceria. Penyajian seperti ini tepat karena program *edutainment* membutuhkan porsi informasi dan hiburan yang seimbang. Selain itu, program dibuat riang dan ceria untuk menjaga antusiasme khalayak terhadap tayangan. Penayangan tiap episode akan banyak gambar aksi-aksi tokoh utama yang mampu menarik perhatian khalayak. Pada kesempatan-kesempatan tertentu, dapat juga digunakan alur bernada petualangan jika kesenian yang akan ditampilkan masih benar-benar asing untuk khalayak.

III.11.5. Segmen dan Rubrik

III.11.5.1. Pembagian Segmen

Setiap episode, program “Kreasi Anak Kreatif” akan dibagi ke dalam tiga segmen. Gambaran umum tiap segmen adalah sebagai berikut:

Segmen 1:

- a. Memperkenalkan tema kesenian yang ditampilkan di episode
- b. Memperkenalkan *talent* dan narasumber
- c. Menyajikan informasi umum tentang kesenian dan informasi unik

Segmen 2:

- a. Memperkenalkan sejarah dan perkembangan seni dari dulu hingga sekarang
- b. Memperkenalkan modifikasi kesenian dan variannya yang bersifat modern

Segmen 3:

Membuat berbagai variasi seni, baik tradisional maupun modern

III.11.6. Usulan Tema

Program “Kreasi Anak Kreatif” mengambil tema seputar kreativitas dalam kreasi seni. Seni-seni yang ditampilkan antara lain adalah seni-seni tradisional yang mengalami modifikasi sehingga menjadi lebih modern. Kesenian yang terdapat dalam industri kreatif rumusan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menjadi sebuah rujukan untuk menentukan tema. Dengan pengambilan tema berdasarkan Kementerian Perdagangan, anak dapat diarahkan untuk mengenal dan mempersiapkan diri jika ingin terjun ke dunia kreatif serta ingin terlibat dalam industri kreatif.

Pemilihan tema didasari oleh pertimbangan hasil riset khalayak. Tema-tema tersebut antara lain:

- a. Seni *Street Art*: Menggambar Graffiti
- b. Berkreasi dengan Layang-Layang
- c. Kreasi Musik: Orkes Angklung Modern
- d. Kreasi dari Kertas: *Papercraft* yang Mengagumkan
- e. Membuat Drama Boneka Tangan
- f. Es Krim Buatanku: Membuat Sorbet!?
- g. Dunia Komik: Menggambar Tokoh *Manga*
- h. Belajar Koreografi! *Modern Dance*
- i. Kreasi Topeng Nusantara: Topeng *Fiberglass* Raksasa
- j. Seni Merakit: Berimajinasi dengan Lego
- k. Membuat Kreasi Batik: Baju Batik
- l. Gasing Tradisional dan Modern
- m. Engrang Tradisional dan Modern

III.11.7. Musik

Penggunaan musik dapat memberikan mood yang tepat terhadap program. Dengan menggunakan musik, antusiasme penonton dapat dipertahankan serta menghindari rasa bosan. Musik yang disiapkan adalah musik riang serta ceria, atau dramatis sesuai dengan kebutuhan episode. Musik yang sesuai konsep riang dan ceria akan ditempatkan menjadi opening dan closing program. *Background* akan menyesuaikan suasana tayangan yang bersemangat dan ceria.

III.12. Rundown *Prototype*

Tabel 3.7. Rundown *Prototype* “Kreasi Anak Kreatif” Episode Layang-Layang Kreasiku

No.	Materi	Durasi	Video	Audio
Segmen 1				
1	OBB	20”	Grafis animasi	Musik OBB
2	Opening Kaka dan Kiki	17”	Animasi disertai klip	Suara Kaka dan Kiki, backsong musik
3	Pengenalan tokoh utama: Shinta	51”	Pak Asep bermain layang-layang, Shinta bermain layang-layang	Natural sound + BGM
4	Info Unik: Festival layang-layang	1’11”	Video Festival Internasional layang-layang Youtube.com	
5	Bumper out	3”		
6	Commercial break	29”		
7	Bumper in	3”		
Segmen 2				
8	Melihat koleksi layang-layang tradisional	1’00”	Koleksi museum layang-layang	Natural sound + BGM
9	Info Unik: layang-layang modern	47”	Layang-layang perang, layang-layang diamond, selular, delta, rotor, kreasi	Natural sound + BGM
10	Bumper out	3”		
11	Commercial break	29”		
12	Bumper in	3”		
Segmen 3				
13	Pak Asep dan Shinta membuat layang-layang diamond	1’37”		
14	Pak Asep dan Shinta membuat layang-layang delta	2’00”		Natural sound + BGM
16	<i>Closing</i> maskot	16”		
17	<i>Teaser</i> : Orkes Angklung	14”		
18	Credit title	21”		

III.13. Kru yang Dibutuhkan

III.13.1. Tim Produksi

- a. Produser/Koordinator Liputan (Reno Dalu Maharso)
Bertanggungjawab atas keseluruhan program. Hal tersebut meliputi pemilihan tema, riset, rundown, tim liputan, naskah, produksi, pascaproduksi, hingga penayangan.
- b. *Talent* (Shinta Sulistianingsih)
Menjadi tokoh utama dalam cerita. Mampu berkoordinasi dengan tim liputan. Setiap episode menggunakan *talent* yang berbeda.
- c. Camera person (Reno Dalu Maharso)
Bertanggungjawab atas keseluruhan pengambilan gambar dan ketersediaan gambar.
- d. Penata rias busana, rambut (Shinta Sulistianingsih)
Bertanggungjawab terhadap kostum, tata rias, serta tata rambut host dan narasumber.
- e. Transportasi dan *general affairs* (Reno Dalu Maharso)
Mengurus perizinan tempat, transportasi, dan konsumsi.

III.13.2. Tim Pascaproduksi

- a. Editor (Reno Dalu Maharso)
Menyunting gambar, audio, dan menggabungkan berbagai elemen visual lain.
- b. Graphic designer (Sena Putra Pratama)
Membuat OBB, *bumper*, *teaser*, dan *credit title*.
- c. Animator (Widiani Budiarti)
Membuat animasi maskot.

BAGIAN EMPAT

RENCANA EVALUASI

IV.1. Rencana *Pre-Test*

Pre-test dilakukan dengan tujuan mengetahui pendapat khalayak terhadap acara ini sebelum benar-benar ditayangkan. Dengan melakukan *pre-test*, pembuat program akan dapat mengetahui informasi yang belum bisa ia dapatkan pada saat riset khalayak. Melalui *pre-test*, dapat diketahui pendapat, saran, masukan tambahan serta kritik terhadap program. Berbagai informasi tambahan ini akan sangat berguna bagi pembuat program, terutama produser yang bertanggung jawab terhadap acara. Informasi tersebut dapat digunakan untuk memperbaiki hal-hal yang masih dirasa kurang, atau hal kekurangan yang belum disadari namun baru terlihat setelah *pre-test*. Nantinya, produser dapat mengubah, menambahkan, atau menghilangkan unsur-unsur yang menjadi masalah untuk mendapatkan program maksimal dengan kualitas terbaik.

IV.1.1. Metode *Pre-Test*

Dalam proposal “Kreasi Anak Kreatif”, metode *pre-test* yang digunakan adalah *focus group discussion* (FGD). Penggunaan FGD berguna untuk mengetahui hal-hal yang dirasakan khalayak setelah menonton “Kreasi Anak Kreatif”. Kelebihan FGD adalah mampu mengetahui secara mendalam pendapat khalayak dan yang diinginkan di episode berikutnya. Yang menjadi responden untuk *pre-test* adalah siswa-siswi sekolah dasar umur 6-12 tahun. Jumlah responden yang dibutuhkan adalah 20 orang. Kriteria responden untuk *pre-test* adalah siswa-siswi sekolah dasar, umur 6-12 tahun, dan berasal dari SES ABC.

IV.1.2. Rencana *Pre-Test*

Pre-test dilakukan setelah *prototype* selesai diproduksi.

IV.1.3. Rencana Materi *Pre-Test*

Pada saat *pre-test*, akan ditayangkan *prototype* yang sudah selesai dibuat. Setelah itu, responden akan diajak mengikuti sesi FGD. Pada saat *pre-test*, materi yang akan ditanyakan meliputi:

- a. Program acara keseluruhan. Meliputi: daya tarik tema yang disajikan, kejelasan *prototype* menyampaikan konsep utama, serta keselarasan konsep dengan *prototype* yang dihasilkan.
- b. Keseluruhan isi program. Meliputi: materi yang disajikan, daya tarik informasi, penyajian wawasan tentang bidang kreativitas tertentu.
- c. Karakter anak dalam *prototype*. Meliputi: daya tarik terhadap si anak, sikap anak selama penayangan (ceria, aktif), mampu mengambil hati khalayak (melalui hal-hal tertentu dari kepribadian si anak).
- d. Desain dan kemasan program. Materi tentang desain dan kemasan program cukup banyak, seperti: visual (kualitas gambar, kadar gambar hidup/aksi yang muncul, gambar-gambar yang menarik perhatian, gambar-gambar tentang kegiatan si anak), kreatif (pengemasan *prototype*, bentuk logo, pemilihan ikon, warna-warna yang digunakan), audio (pemilihan musik dan kualitas *natsound*, *soundbite*, serta VO), dan *wardrobe* serta tata rias.

IV.1.4. Instrumen *Pre-Test*

Metode *pre-test* yang digunakan adalah FGD. Oleh karena itu, instrumen yang digunakan adalah panduan FGD yang akan dibawakan oleh seorang moderator.

IV.2. Rencana Evaluasi

Program televisi ”Kreasi Anak Kreatif” akan melakukan dua tipe evaluasi. Kedua tipe tersebut adalah:

a. Evaluasi internal

Evaluasi internal merupakan evaluasi tim produksi. Evaluasi ini melibatkan anggota internal tim yang terlibat dalam penggarapan program, baik produksi (produser, camera person, talent anak) maupun pascaproduksi (editor, animator).

b. Evaluasi eksternal

Evaluasi eksternal merupakan evaluasi yang melibatkan pihak lain di luar tim produksi dan posproduksi. Evaluasi eksternal melibatkan khalayak televisi.

IV.2.1. Metode Evaluasi

Evaluasi Internal

Dalam evaluasi internal, tim produksi dan pascaproduksi mengadakan rapat untuk memberikan penilaian tentang sebak terjang program sejauh ini. Dari rapat-rapat yang dilakukan, akan dapat ditemukan hal-hal positif yang dapat terus dikembangkan serta hal-hal negatif yang harus dibenahi.

Evaluasi Eksternal

Karena evaluasi eksternal melibatkan khalayak, maka metode evaluasi eksternal yang efektif dan efisien adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner akan disebar ke responden yang memenuhi kriteria responden riset khalayak dan *pre-test*.

IV.2.2. Waktu Evaluasi

Untuk melakukan evaluasi internal, tim yang terlibat dalam proses produksi dan pascaproduksi akan mengadakan rapat minimal satu minggu sekali. Rentang waktu seperti ini sangat tepat. Evaluasi satu minggu sekali tidak akan mengganggu ritme produksi. Evaluasi satu minggu sekali juga tepat untuk menjaga konsentrasi tim produksi dan pascaproduksi terhadap kualitas program. Evaluasi akan dilakukan hari Rabu, sesuai dengan hari keluarnya laporan rating dari lembaga riset Nielsen. Untuk evaluasi eksternal, dapat dilakukan setelah program berjalan tiga bulan (kurang lebih 13 episode), atau sesuai kebijakan khusus stasiun televisi.

IV.2.3. Materi Evaluasi

Evaluasi Internal

Pada evaluasi internal yang dilaksanakan secara mingguan, hal-hal yang akan diangkat antara lain:

a. Rating dan share program

Melalui perkembangan rating dan share, dapat diketahui kondisi program setelah tayang dan ditonton khalayak. Melalui rating dan share, dapat dipetakan peringkat program "Kreasi Anak Kreatif" dan posisinya dibandingkan program-program untuk anak lainnya.

b. Kualitas produk

Kualitas produk dilihat antara lain dari komponen visual, daya tarik, berbagai pilihan tema, talent, editing, dan audio.

c. Kreatif

Segi kreatif meliputi pengemasan program dan berbagai hal lain yang menunjang penampilan program di mata khalayak

d. Kesulitan yang dihadapi di lapangan

Hal ini perlu diangkat untuk memecahkan masalah yang muncul di lapangan. Selain itu, berbagai permasalahan yang telah dibahas dapat dituliskan lalu dipakai untuk memecahkan masalah serupa.

e. Kerjasama tim

Untuk meneliti kondisi komunikasi dan kerjasama tim demi kelancaran produksi.

f. Anggaran

Pengeluaran dan pemasukan program perlu dievaluasi agar dapat mengetahui posisi tim dan program saat ini. Evaluasi anggaran berguna untuk mengetahui bahwa pengeluaran tim masih sesuai rencana.

Evaluasi Eksternal

Pada evaluasi eksternal, diadakan serangkaian evaluasi yang melibatkan khalayak. Evaluasi eksternal dijalankan dengan metode penyebaran kuesioner kepada khalayak sasaran program ini. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk evaluasi eksternal berkaitan dengan penerimaan khalayak terhadap program. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan antara lain:

- a. Program acara keseluruhan. Meliputi: daya tarik tema yang disajikan, kejelasan *prototype* menyampaikan konsep utama, serta keselarasan konsep dengan *prototype* yang dihasilkan.
- b. Keseluruhan isi program. Meliputi: materi yang disajikan, daya tarik informasi, penyajian wawasan tentang bidang kreativitas tertentu.
- c. Karakter anak dalam *prototype*. Meliputi: daya tarik terhadap si anak, sikap anak selama penayangan (ceria, aktif), mampu mengambil hati khalayak (melalui hal-hal tertentu dari kepribadian si anak).
- d. Desain dan kemasan program. Materi tentang desain dan kemasan program cukup banyak, seperti: visual (kualitas gambar, kadar gambar hidup/aksi yang muncul, gambar-gambar yang menarik perhatian, gambar-

gambar tentang kegiatan si anak), kreatif (pengemasan *prototype*, bentuk logo, pemilihan ikon, warna-warna yang digunakan), audio (pemilihan musik dan kualitas *natsound*, *soundbite*, serta *voice over*), dan *wardrobe* serta tata rias.

IV.2.4. Instrumen Evaluasi

Evaluasi Internal

Pada evaluasi internal, tim produksi menggunakan Lembar Evaluasi Internal. Lembar ini berfungsi sebagai panduan selama evaluasi berlangsung dan berisi hal-hal yang akan diangkat dalam evaluasi.

Evaluasi Eksternal

Pada evaluasi eksternal, responden mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Isi kuesioner adalah seputar penerimaan khalayak terhadap program “Kreasi Anak Kreatif”.

BAGIAN LIMA

ANGGARAN

V.1. Anggaran Pembuatan *Prototype*

Prototype program “Kreasi Anak Kreatif” durasinya 9 menit 53 detik.
Rincian dananya sebagai berikut:

Tabel 5.1 Anggaran Produksi *Prototype*

Anggaran	Subtotal	Total
Praproduksi		
<i>Print</i> master kuesioner riset khalayak		Rp 1.000,00
Fotokopi kuesioner	60 x Rp 300,00	Rp 18.000,00
<i>Souvenir</i> riset khalayak (3 kotak Gery Chocolatos @24)	3 x Rp 14.000,00	Rp 43.000,00
Transportasi		Rp 50.000,00
Komunikasi		Rp 10.000,00
GRAND TOTAL		Rp 122.000,00
Produksi		
<i>Perlengkapan produksi</i>		
DSLR Canon EOS 550D		Rp 0,00
Tripod Excell x1		Rp 0,00
GRAND TOTAL		Rp 0,00
<i>Honor kru dan talent</i>		
<i>Talent</i>		Rp 50.000,00
Reporter		Rp 0,00
Camera person		Rp 0,00
Narasumber		Rp 20.000,00
GRAND TOTAL		Rp 70.000,00
<i>Lain-lain</i>		
Tiket masuk Museum	2 orang x Rp 10.000,00	Rp 20.000,00
Transportasi		Rp 50.000,00
Konsumsi		Rp 50.000,00
Layang-layang Delta x1		Rp 35.000,00
GRAND TOTAL		Rp 155.000,00
Pascaproduksi		
Editing		Rp 0,00
OBB dan animasi		Rp 200.000,00

Musik Latar		Rp 0,00
GRAND TOTAL		Rp 200.000,00
TOTAL ANGGARAN PROTOTYPE		Rp 547.000,00

Dalam pembuatan *prototype*, ada *item* yang tidak keluar biaya karena tidak perlu sewa. Oleh karena itu, keterangan harga beberapa peralatan ditulis Rp 0,00. Reporter, camera person, *talent*, editing, dan musik latar tidak mengeluarkan biaya.

V.2. Rencana Anggaran Produksi Program

Program "Kreasi Anak Kreatif" akan ditayangkan di Trans 7. Stasiun televisi ini memproduksi program-program anaknya secara *in-house*. Keuntungan produksi *in-house* adalah angka produksi dapat ditekan seminimal mungkin. Hal ini menjadi mungkin karena Trans 7 memiliki sumber daya manusia dan peralatan yang memadai. Liputan Jabodetabek lamanya dua hari dan liputan luar Jabodetabek lamanya tiga hari. Rincian rencana anggaran produksi tiap episode adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 Anggaran Produksi Jabodetabek

Anggaran	Subtotal	Total
Praproduksi		
Riset dan pengembangan		Rp 100.000,00
Pembuatan <i>storyboard</i> dan <i>rundown</i>		Rp 0,00
GRAND TOTAL		Rp 100.000,00
Produksi (liputan Jabodetabek)		
<i>Perlengkapan produksi</i>		
Kamera video Sony PD170 x1	2 hari x Rp 350.000,00	Rp 700.000,00
Kaset Mini DV 60 menit x 2	2 x Rp 50.000,00	Rp 100.000,00
Tripod Manfrotto x 1	2 hari x Rp 75.000,00	Rp 140.000,00
Mikropon <i>clip-on</i> x3	2 hari x 3 x Rp 350.000,00	Rp 2.100.000,00
Lighting	2 hari x Rp 40.000,00	Rp 80.000,00
GRAND TOTAL		Rp 3.120.000,00
<i>Honor kru dan talent</i>		
Reporter		Rp 0,00
Camera person		Rp 0,00
Talent anak		Rp 50.000,00

Narasumber/kontributor		Rp 500.000,00
GRAND TOTAL		Rp 550.000,00
<i>Lain-lain</i>		
Perizinan/tiket masuk tim		Rp 500.000,00
Transportasi		Rp 100.000,00
GRAND TOTAL		Rp 600.000,00
TOTAL ANGGARAN TIAP EPISODE		Rp 4.370.000,00

Tabel 5.3 Anggaran Produksi Luar Jabodetabek

Anggaran	Subtotal	Total
Praproduksi (luar Jabodetabek)		
Riset dan pengembangan		Rp 100.000,00
Pembuatan <i>storyboard</i> dan <i>rundown</i>		Rp 0,00
GRAND TOTAL		Rp 100.000,00
Produksi (luar Jabodetabek)		
<i>Perlengkapan produksi</i>		
Kamera video Sony PD170 x1	3 hari x Rp 350.000,00	Rp 1.050.000,00
Kaset Mini DV 60 menit x 2	2 x Rp 50.000,00	Rp 100.000,00
Tripod Manfrotto x 1	3 hari x Rp 75.000,00	Rp 225.000,00
Mikropon <i>clip-on</i> x3	3 hari x 3 x Rp 350.000,00	Rp 3.150.000,00
GRAND TOTAL		Rp 4.525.000,00
<i>Honor kru dan talent</i>		
Reporter		Rp 90.000,00
Camera person		Rp 90.000,00
Talent anak		Rp 50.000,00
Honor narasumber/kontributor		Rp 500.000,00
GRAND TOTAL		Rp 730.000,00
<i>Transportasi dan akomodasi</i>		
Tiket pesawat <i>round trip</i> (1 campers, 1 reporter)	2 x (2 orang x Rp 700.000)	Rp 2.800.000,00
Penginapan 2 kamar untuk 3 hari	3 hari x (2 kamar x Rp 500.000,00)	Rp 3.000.000,00
GRAND TOTAL		Rp 5.800.000,00
<i>Lain-lain</i>		
Perizinan/tiket masuk tim		Rp 500.000,00
Transportasi		Rp 2.000.000,00
GRAND TOTAL		Rp 2.500.000,00
TOTAL ANGGARAN TIAP EPISODE		Rp 13.655.000,00

V.3. Perkiraan Pendapatan

Program “Kreasi Anak Kreatif” mengandalkan sumber pendapatan utama dari iklan. Keuntungan didapat dari pengiklan yang memasang iklan di slot program ini. Rate Card Trans 7 bulan Desember 2011 menunjukkan bahwa tarif iklan program pukul 15.00-15.30 adalah Rp 15.000.000,00 per-30 detik. Durasi iklan yang direncanakan untuk program ini adalah 20% dari total slot waktu. Karena total durasi adalah 30 menit, maka durasi iklan adalah 6 menit. Jika selama 60 ada 12 slot iklan, maka pendapatan dari iklan sebesar:

$$\begin{aligned} &\text{Jumlah slot iklan per-30 detik} \times \text{harga slot untuk 30 detik} = \text{pendapatan iklan} \\ 12 &\qquad \qquad \qquad \times \text{Rp } 15.000.000,00 = \text{Rp } 180.000.000,00 \end{aligned}$$

Lalu, untuk memperkirakan laba maksimal dalam tiap episode adalah seperti ini:

$$\text{Pendapatan iklan} - \text{biaya produksi minimum} = \text{keuntungan per episode}$$

Jabodetabek

$$\text{Rp } 180.000.000,00 - \text{Rp } 4.370.000,00 = \text{Rp } 175.630.000,00$$

Luar Jabodetabek

$$\text{Rp } 180.000.000,00 - 13.655.000,00 = \text{Rp } 166.345.000,00$$

Maka, rencana keuntungan per-13 episode yang dapat dirumuskan adalah:

$$\text{Total pendapatan iklan per-13 episode} - \text{total produksi minimum per-13 episode} = \text{total keuntungan per-13 episode}$$

Jabodetabek

$$(13 \times \text{Rp } 180.000.000,00) - (13 \times \text{Rp } 4.370.000,00) = \text{total keuntungan per episode}$$

$$\text{Rp } 2.340.000.000,00 - \text{Rp } 56.810.000,00 = \text{Rp } 2.283.190.000,00$$

Universitas Indonesia

Luar Jabodetabek

$(13 \times 180.000.000,00) - (13 \times 13.655.000,00) = \text{total keuntungan perepisode}$

$(2.340.000.000,00) - (177.515.000,00) = \text{Rp } 2.162.485.000,00$

V.4. Rencana Anggaran Evaluasi

Tabel 5.4. Anggaran Evaluasi

Alokasi dana	Subtotal	Total
Pre-Test		
Kuesioner		Rp 0,00
Konsumsi responden	50 x Rp 5.000,00	Rp 250.000,00
Komunikasi		Rp 50.000,00
TOTAL		Rp 300.000,00
Evaluasi Internal		
Lembar evaluasi internal		Rp 0,00
Konsumsi tim		Rp 300.000,00
TOTAL		Rp 300.000,00
Evaluasi Eksternal		
Data rating dan share dari Nielsen		Rp 0,00
Kuesioner (cetak dan fotokopi)		Rp 50.000,00
Komunikasi		Rp 50.000,00
TOTAL		Rp 100.000,00
TOTAL ANGGARAN EVALUASI		Rp 700.000,00

Referensi

Buku

- Bandura, A. (1965). *Vicarious processes: a case of no-trial learning*, in L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 2. New York: Academic Press.
- Bedford, Allan. (2005). *The Unofficial LEGO Builder's Guide*. No Starch Press.
- Boyd, Andrew. (1988). *Broadcast Journalism Techniques of Radio and TV News*. Heinemann Professional Publishing.
- Brace, Ian. (2004). *Questionnaire Design How to Plan, Structure and Write Survey Material for Effective Market Research*. London & Philadelphia: Kogan Page.
- Callery, Emma. (1995). *The Encyclopedia of Origami and Papercraft Techniques*. Chartwell.
- De Bono, Edward. (1970). *Lateral Thinking*. Penguin Books.
- Johnson-Woods, Toni. (2010). *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*. The Continuum International Publishing Group Inc.
- Jooss, Kurt. (1994). *The Dance Theater*. Routledge.
- Newcomb, A.F. and W.E. Collins. (1979). *Children's Comprehension of Family Role Portrayals in Televised Dramas : Effect of Socio-economic Status, Ethnicity, and Age*. *Developmental Psychology*.
- Scholnick, Ellin Kofsky. (1999). *Conceptual Development: Piaget's Legacy*. Jean Piaget Symposium Series.
- Semi, M. Atar. (1995). *Teknik Penulisan Berita, Features, dan Artikel*. Bandung: Mugantara.
- Supangkat, S.H., Zaman, Biranul Anas., dan Simatupang, T (peny.). *Industri Kreatif: Untuk Kesejahteraan Bangsa*. Bandung: Inkubator Industri dan Bisnis ITB.
- Sumadiria, A.S. Haris. (2005). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Weinstein, Bruce. (1999). *The Ultimate Ice Cream Book: Over 500 Ice Creams, Sorbets, Granitas, Drinks, And More*. William Morrow Cookbooks.
- Wright, Denise Anton (1990). *One-person Puppet Plays*. Libraries Unlimited.

Karya Akademis

Astarini, Sitaresti. (2011). *Prototype TV Magazine Kawan Semesta*. Depok: FISIP UI

Febrina, Dhea. (2011). *Prototype TV Magazine The Fashion Gate*. Depok: FISIP UI.

Jurnal

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. *Studi Industri Kreatif Indonesia 2007*. Jakarta.

Internet

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. "Klasifikasi Subsektor."
<http://www.indonesiakreatif.net/index.php/id/page/read/klasifikasi-subsektor>
 (diakses Rabu, 16 November 2011 pukul 17.42 WIB)

Naiman, Linda. "Ideas are Currency of the New Economy."
<http://www.creativityatwork.com/articlesContent/Currency.html>
 (diakses Selasa, 13 Desember 2011 pukul 22.30 WIB)

Naiman, Linda. "Whole-Brain Thinking: A Balanced Approach to Developing Creativity and Innovation."
<http://www.creativityatwork.com/CWServices/CW-whole-brain-innovation.html>
 (diakses Selasa, 13 Desember 2011 pukul 22.35 WIB)

National Advisory Committee on Creative and Cultural Education. "Promoting Creativity in Education: Overview of Key National Policy Developments Across the UK."
<http://www.hmie.gov.uk/documents/publication/hmiepcie.html>
 (diakses Rabu, 16 November 2011 pukul 17.02 WIB)

Rahayu, Eva Martha. "Menyulap yang Lesu Jadi Happening."
<http://swa.co.id/2010/11/menyulap-yang-lesu-jadi-happening>
 (diakses Rabu, 30 November 2011 pukul 18.53 WIB)

Saung Angklung Udjo
<http://www.angklung-udjo.co.id/>
 (diakses Minggu, 18 Desember 2011)

Lampiran 1
Kuesioner Riset Khalayak

No. Kuesioner :

Tanggal :

Selamat pagi/siang Adik-Adik.

Kakak adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Kakak sedang melakukan penelitian untuk tugas kuliah kakak. Kakak ingin membuat program televisi bertemakan kreativitas anak.

Kakak butuh bantuan Adik-Adik untuk mengisi kuesioner yang kakak buat. Tujuannya, supaya kakak tahu apa yang kalian mau kalau program ini ditayangkan.

Terima kasih,

Reno Dalu Maharso.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Nama Sekolah :

Lingkari satu pilihan yang paling sesuai menurut kamu.

1. Berapa lama kamu menonton televisi dalam sehari?
 - a. kurang dari 2 jam
 - b. 2-3 jam
 - c. 4-6 jam
 - d. lebih dari 6 jam

2. Jam berapa kamu biasa menonton televisi?
 - a. 06.00-09.59
 - b. 10.00-13.59
 - c. 14.00-17.59
 - d. 18.00-22.00

3. Hari apa kamu biasa menonton televisi? (Boleh dilingkari lebih dari satu)
 - a. Minggu
 - b. Senin
 - c. Selasa
 - d. Rabu
 - e. Kamis
 - f. Jumat
 - g. Sabtu

4. Apa program televisi favorit kamu? (Boleh dilingkari lebih dari satu)
 - a. Si Bolang
 - b. Power Rangers
 - c. Upin dan Ipin
 - d. Doraemon
 - e. Laptop si Unyil
 - f. Naruto
 - g. Spongebob Squarepants
 - h. Lainnya (sebutkan)...

Tentang program

1. Apa kamu suka acara televisi anak-anak yang sudah ada sekarang?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Apa kamu pernah menonton program mengenai kreativitas untuk anak-anak?
 - a. Ya, judulnya..
 - b. Tidak

3. Apa kamu mau menonton acara tentang kreativitas anak?
 - a. Ya, karena..
 - b. Tidak, karena..

4. Apa menurut kamu menjadi anak kreatif itu penting?
 - a. Ya, karena..
 - b. Tidak, karena..

5. Apa harapan positif yang kamu ingin ada di program kreativitas untuk anak?
 - a. Anak kecil itu kreatif
 - b. Anak kecil bisa berkreasi dengan banyak hal
 - c. Anak kecil bisa melakukan apa saja

6. Apa judul acara yang kamu suka untuk acara bertema kreativitas?
 - a. Kreasi Anak Kreatif
 - b. Ayo Berkreasi
 - c. Karnaval Anak Kreatif

7. Hari apa kamu mau menonton acara bertema kreativitas? (Boleh dilingkari lebih dari satu)
 - a. Minggu
 - b. Senin
 - c. Selasa
 - d. Rabu
 - e. Kamis
 - f. Jumat
 - g. Sabtu

8. Jam berapa kamu mau menonton acara bertema kreativitas?
 - a. 06.00-09.59 WIB
 - b. 10.00-13.59 WIB
 - c. 14.00-17.59 WIB
 - d. 18.00-21.59 WIB

9. Jika program ini punya ikon (maskot) dalam bentuk kartun, bentuk apa yang kamu mau?
 - a. Anak-anak
 - b. Badut
 - c. Pelukis
 - d. Burung kakaktua

10. Tema apa yang paling ingin kamu lihat di acara tentang kreativitas? (Tandai lima hal yang paling ingin kamu lihat)
 - a. Memasak (...)
 - b. Fotografi (...)
 - c. Akting dan teater (...)
 - d. Mendekorasi kamar dan rumah sendiri (...)
 - e. Menggambar dan melukis (...)
 - f. Main musik (...)
 - g. Membuat boneka (...)
 - h. Membuat layang-layang (...)
 - i. Menghias halaman rumah (...)
 - j. Memodifikasi sepeda (...)
 - k. Menari tradisional dan modern (...)
 - l. Menulis cerita (...)
 - m. Membuat komik (...)

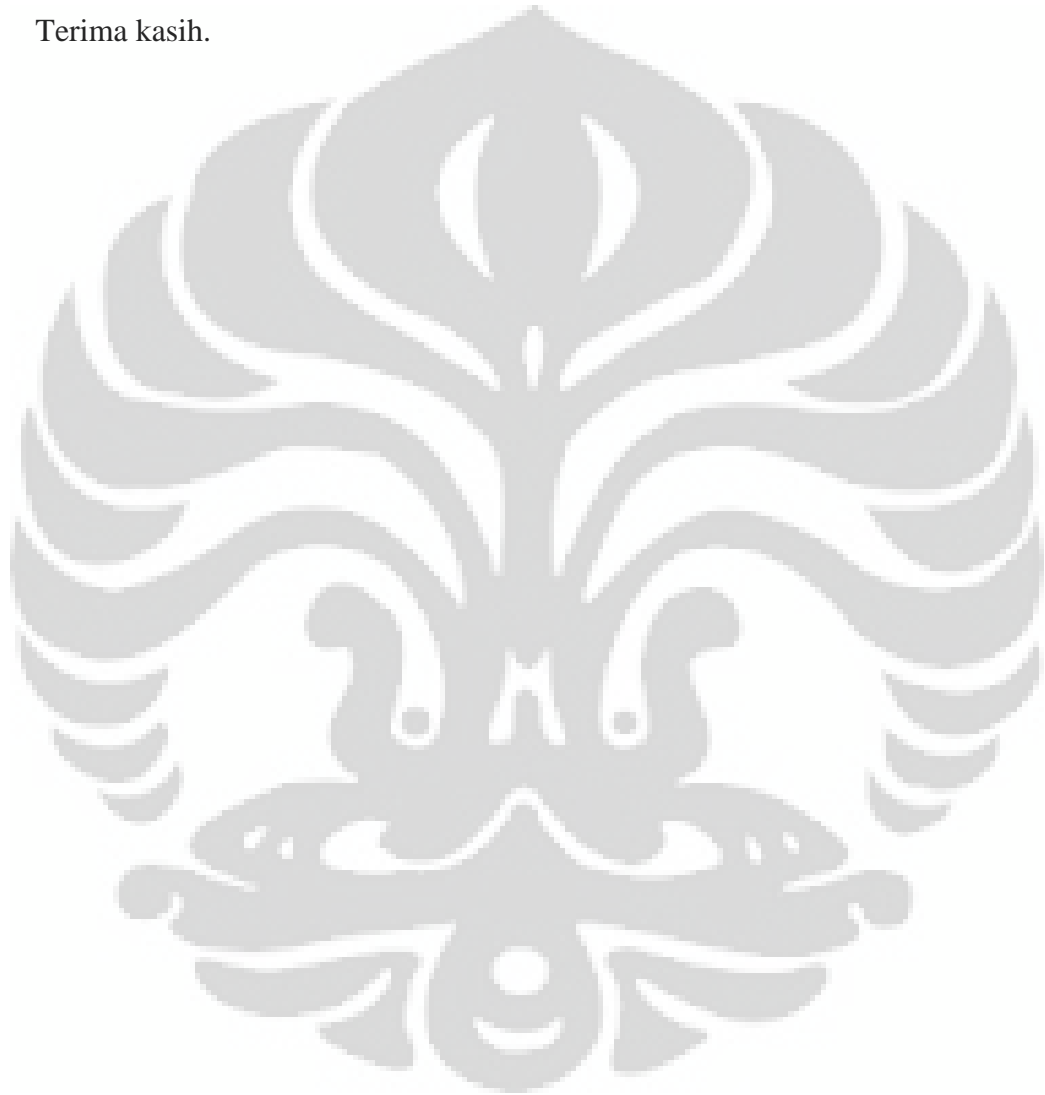
11. Apa yang kamu harapkan dari program kreativitas untuk anak-anak?
 - a. Tontonan yang lucu dan menghibur

- b. Wawasan tentang berbagai kesenian di dunia
- c. Cara-cara berkreasi

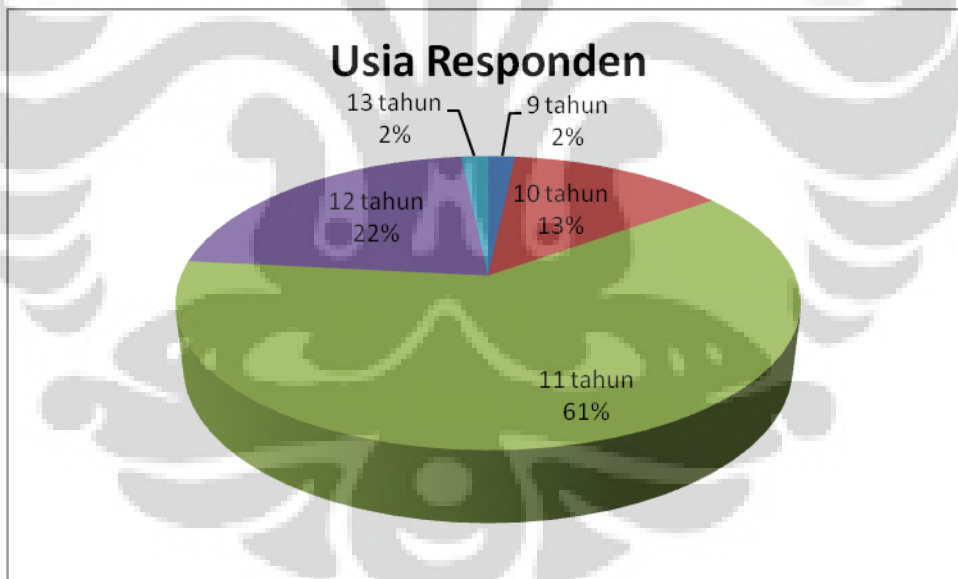
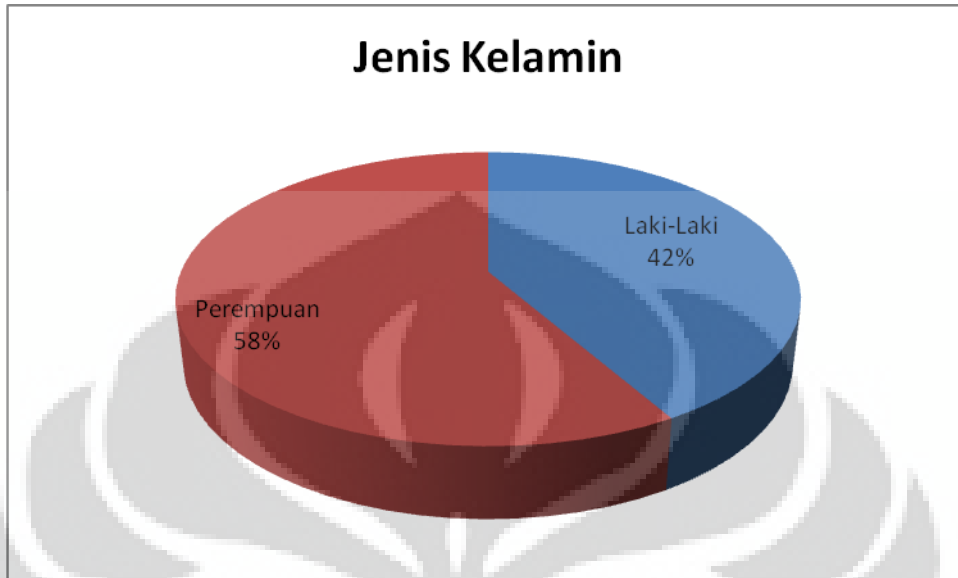
12. Seperti apa tayangan ini mau disajikan?

- a. Riang dan ceria
- b. Bersemangat
- c. Santai
- d. Formal
- e. Lucu

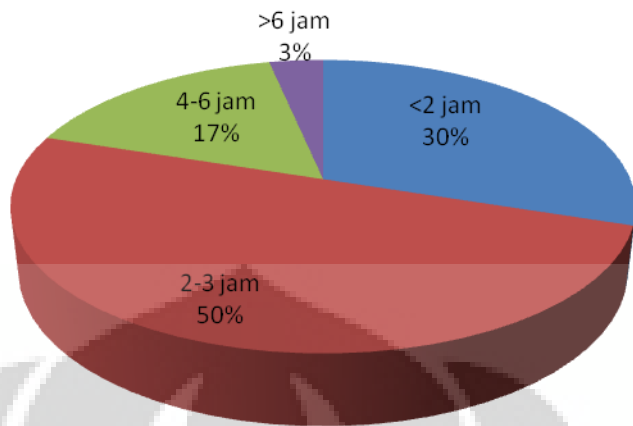
Terima kasih.



Lampiran 2
Diagram Hasil Riset Khalayak

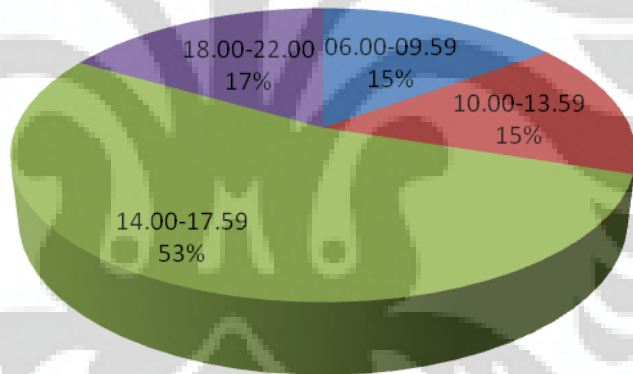


Durasi Menonton Televisi



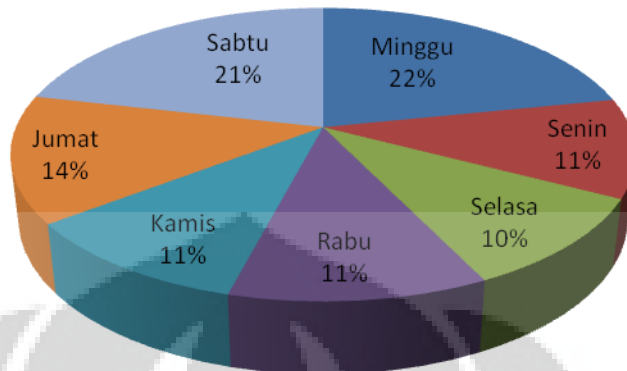
1.

Waktu Menonton Televisi



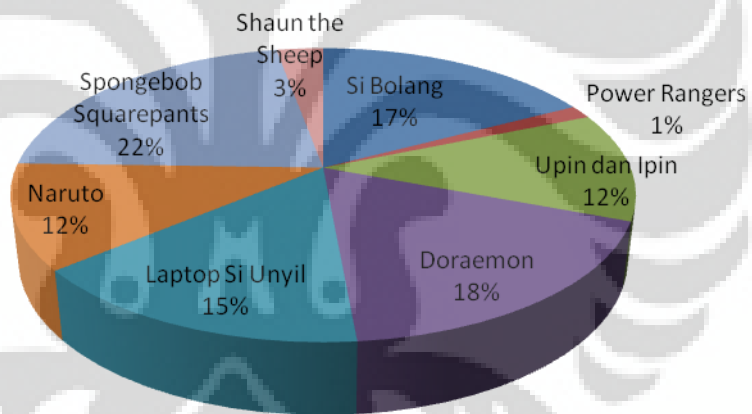
2.

Hari Apa Biasa Menonton Televisi



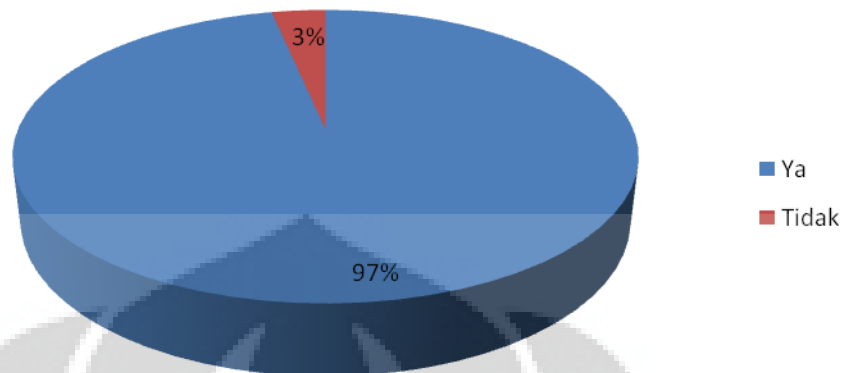
3.

Acara Televisi Favorit



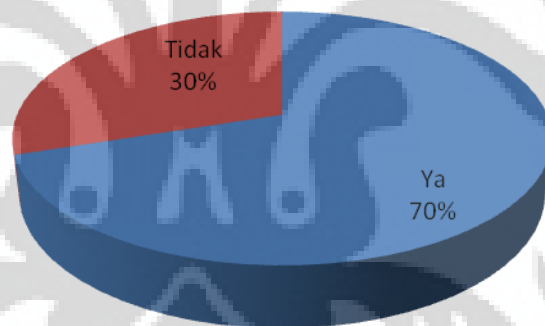
4.

Suka Acara Televisi Anak Sekarang



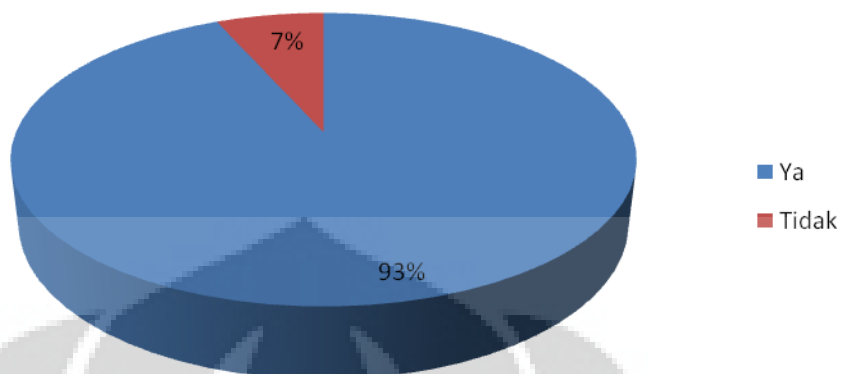
5.

Pernah Menonton Program Kreativitas untuk Anak



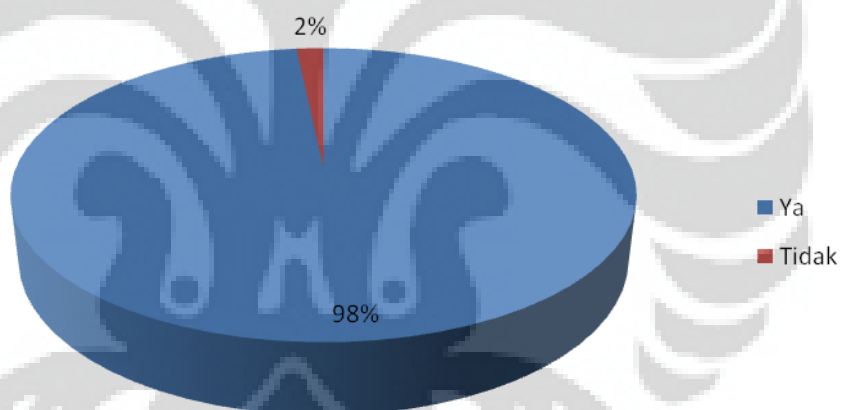
6.

Mau Menonton Acara Kreativitas



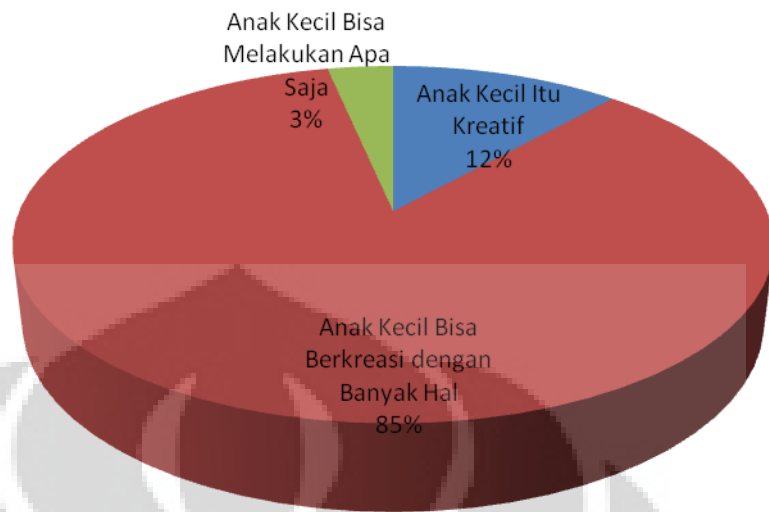
7.

Menjadi Anak Kreatif itu Penting



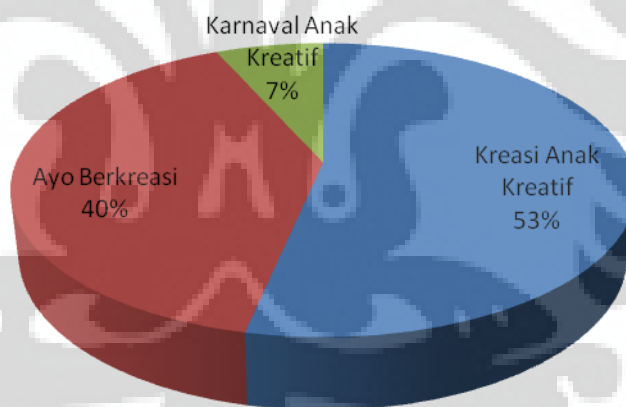
8.

Nilai Positif yang Diinginkan



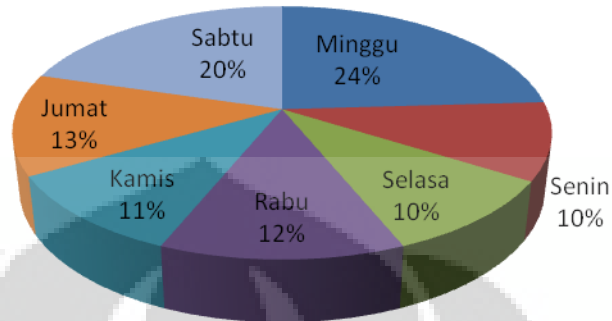
9.

Judul Program yang Disuka



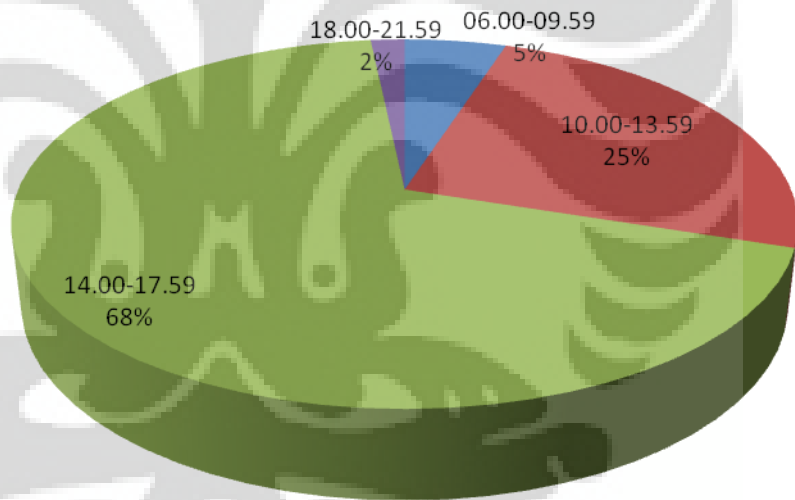
10.

Hari Apa Mau Menonton Acara Kreativitas



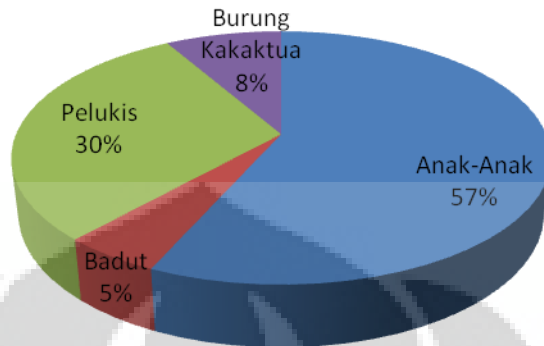
11.

Jam Berapa Mau Menonton



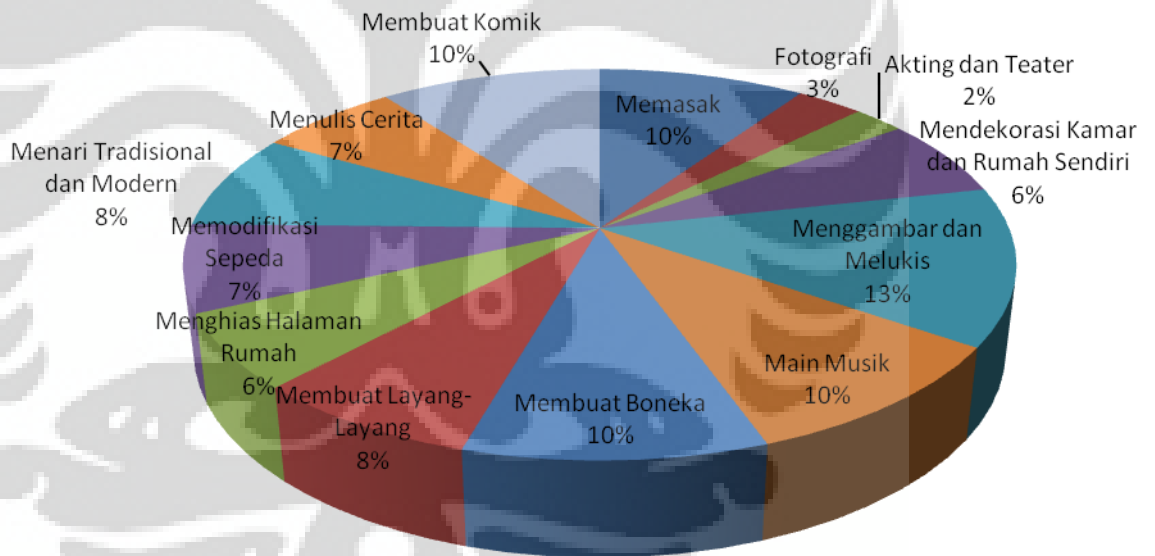
12.

Ikon Berbentuk Kartun yang Diinginkan



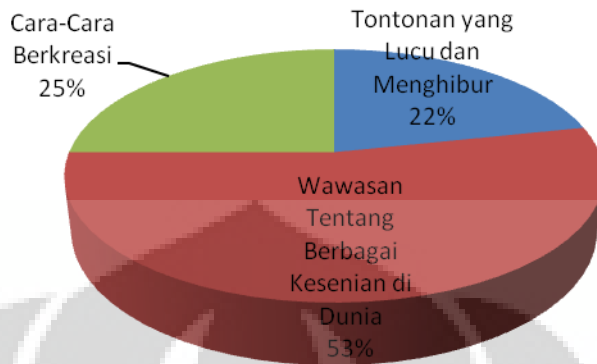
13.

Tema yang Paling Ingin Dilihat



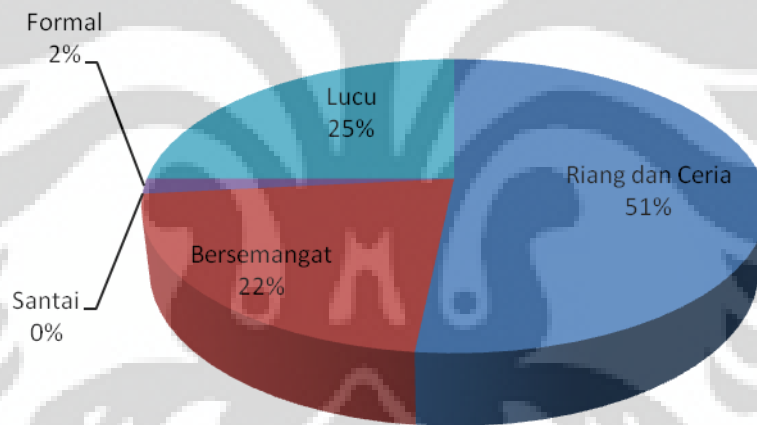
14.

Apa yang Kamu Harapkan dari Program Ini



15.

Seperti Apa Mau Disajikan



16.

Lampiran 3 Data Lembaga Riset Nielsen

Target								
SES ABC								
No.	Program	Channel	Program Type	Average number of audience	Rating (%) [*]	Share (%) ^{**}	Index	
1	NONO FOREST	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,590,000	4.1	19.3	102	
2	SHAUN THE SHEEP	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,459,000	3.7	16.6	95	
3	THE OWL	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,199,000	3.1	14.3	96	
4	AKSI DIDI TIKUS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,130,000	2.9	16.8	94	
5	DORAEMON	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	929,000	2.4	19.7	91	
6	OSCAR'S OASIS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	873,000	2.2	13.5	93	
7	SPONGEBOB SQUAREPANTS	GLOBAL TV	Children:Series Anim/Puppe	813,000	2.1	14.8	102	
8	LAPTOP SI UNYIL	TRANS7	Children:Edutainment	726,000	1.9	14.5	100	
9	CRAYON SHINCHAN	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	682,000	1.7	15.5	97	
10	CITA CITAKU	TRANS7	Children:Edutainment	676,000	1.7	14.0	100	

Source: Nielsen Audience Measurement

Reported date(s): 27/11/2011 - 03/12/2011;
 Selected date(s): 27/11/2011 - 03/12/2011;
 Selected channel(s): TRANS7;
 Selected day part(s): 02.00.00 - 25.59.59 (SMTWTFs);
 Selected variable(s): STime; 000s; (r)TVR; Share; Index; Cost; Cost/TVR; ETime;
 Selected activities: Non Bedtime Viewing;

Description	Channel	Level 2 ^{Variable}	STime	000s	(r) TVR	Share	Index	Cost	Cost/TVR	ETime
LAPTOP SI	TRANS7	Children:Ed	12:59:43	242	2.3	15.6	128	15.000 Rp	6.652 Rp	13:28:44
CITA CITA	TRANS7	Children:Ed	13:29:23	206	1.9	15.0	120	15.000 Rp	7.797 Rp	13:58:23
DUNIA BIN	TRANS7	Informator	13:59:32	198	1.9	15.2	129	15.000 Rp	8.102 Rp	14:28:51
SI BOLANG	TRANS7	Children:Ed	12:31:11	190	1.8	12.5	129	15.000 Rp	8.436 Rp	12:59:42
DUNIA AIR	TRANS7	Children:Ed	13:57:39	183	1.7	13.3	121	15.000 Rp	8.773 Rp	14:26:31
HOME STA	TRANS7	Children:Ed	15:00:34	177	1.7	13.4	154	15.000 Rp	9.078 Rp	15:28:44
KUAS AJA	TRANS7	Children:Ed	14:59:35	167	1.6	15.0	153	15.000 Rp	9.640 Rp	15:30:09

Target								
SES ABC								
No.	Program	Channel	Program Type	Average number of audience	Rating (%) [*]	Share (%) ^{**}	Index	
1	NONO FOREST	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,590,000	4.1	19.3	102	
2	SHAUN THE SHEEP	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,459,000	3.7	16.6	95	
3	THE OWL	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,199,000	3.1	14.3	96	
4	AKSI DIDI TIKUS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	1,130,000	2.9	16.8	94	
5	DORAEMON	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	929,000	2.4	19.7	91	
6	OSCAR'S OASIS	MNCTV	Children:Series Anim/Puppe	873,000	2.2	13.5	93	
7	SPONGEBOB SQUAREPANTS	GLOBAL TV	Children:Series Anim/Puppe	813,000	2.1	14.8	102	
8	LAPTOP SI UNYIL	TRANS7	Children:Edutainment	726,000	1.9	14.5	100	
9	CRAYON SHINCHAN	RCTI	Children:Series Anim/Puppe	682,000	1.7	15.5	97	
10	CITA CITAKU	TRANS7	Children:Edutainment	676,000	1.7	14.0	100	

Source: Nielsen Audience Measurement

SES	Penghasilan
A1	>Rp 3.000.000,00
A2	Rp 2.000.001,00 s.d. Rp 3.000.000,00
B	Rp 1.500.001,00 s.d. Rp 2.000.000,00
C1	Rp 1.000.001 s.d. Rp 1.500.000,00
C2	Rp 700.001,00 s.d. Rp 1.000.000,00
D	Rp 500.001 s.d. Rp 700.000,00
E	<Rp 500.000,00

Channel	Target	Average number of audience	Rating (%)*
Total TV	SES AB	1,569,000	12.2
	SES C	3,239,000	12.4
	SES DE	1,561,000	11.9

Source: Nielsen Audience Measurement

Lampiran 4

Instrumen *Pre-Test*

Panduan FGD *Pre-Test* Media:

I. *Ice Breaking* (10 menit)

Moderator memulai perkenalan, *mini games*, memberi pengantar untuk FGD, kemudian memutar *prototype*.

II. Sesi FGD (20 menit)

FGD berisi pertanyaan-pertanyaan seputar:

1. Kebiasaan dan gaya hidup

Mengenal kegiatan sehari-hari anak-anak

2. Preferensi *Opinion*, *Needs*, dan *Interest*

a. Mengetahui motivasi menonton

b. Mengetahui program yang sering ditonton

c. Mengetahui stasiun televisi apa saja yang sering ditonton

d. Mengupas keinginan responden terhadap program televisi

3. Program TV Magazine “Kreasi Anak Kreatif”

a. Penilaian program keseluruhan (termasuk alur dan manfaat program)

b. Penilaian konten dan format (audio-visual, grafis, logo, maskot, musik latar)

c. Penilaian terhadap *talent*

III. Penutup (5 menit)

Moderator menutup diskusi

Lampiran 5

Instrumen Evaluasi

Panduan FGD Evaluasi Eksternal:

I. *Ice Breaking* (10 menit)

Moderator memulai perkenalan, *mini games*, memberi pengantar untuk FGD, kemudian memutar *prototype*.

II. Sesi FGD (20 menit)

Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan seputar:

1. Kebiasaan dan gaya hidup

Mengenal kegiatan sehari-hari anak-anak

2. Preferensi *Opinion*, *Needs*, dan *Interest*

a. Mengetahui motivasi menonton

b. Mengetahui program yang sering ditonton

c. Mengetahui stasiun televisi apa saja yang sering ditonton

d. Mengupas keinginan responden terhadap program televisi

3. Program TV Magazine “Kreasi Anak Kreatif”

a. Penilaian program keseluruhan (termasuk alur dan manfaat program)

b. Penilaian konten dan format (audio-visual, grafis, logo, maskot, musik latar)

c. Penilaian terhadap *talent*

III. Penutup (5 menit)

Moderator menutup diskusi

Lampiran 6
Rundown Program

No.	Materi	Durasi	Video	Audio
Segmen 1				
1	OBB	20''	Grafis animasi	Musik OBB
2	Opening Kaka dan Kiki	1'	Animasi disertai klip	Suara Kaka dan Kiki, backsong musik
3	Pengenalan tokoh utama: Shinta	3'30''	Pak Asep bermain layang-layang, Shinta bermain layang-layang	Natural sound + BGM
4	Info Unik: Festival layang-layang	3'30''	Video Festival Internasional layang-layang Youtube.com	
5	Bumper out	3''		
6	Commercial break	29''		
7	Bumper in	3''		
Segmen 2				
8	Melihat koleksi layang-layang tradisional	4'	Koleksi museum layang-layang	Natural sound + BGM
9	Info Unik: layang-layang modern	4'	Layang-layang perang, layang-layang diamond, selular, delta, rotor, kreasi	Natural sound + BGM
10	Bumper out	3''		
11	Commercial break	29''		
12	Bumper in	3''		
Segmen 3				
13	Pak Asep dan Shinta membuat layang-layang diamond	3'30''	Aktivitas pembuatan layang-layang diamond	
14	Pak Asep dan Shinta membuat layang-layang delta	3'30''	Aktivitas pembuatan layang-layang delta	Natural sound + BGM
16	<i>Closing</i> maskot	30''	Kesimpulan dari seluruh episode	
17	<i>Teaser</i> : Orkes Angklung	14''	Video penampilan angklung	
18	Credit title	21''		

Lampiran 7
Pertanyaan Wawancara Narasumber

Kepada Atiek Nur Wahyuni, Trans 7

1. Apa kriteria yang ditetapkan Trans7 untuk menentukan sebuah program layak dikategorikan sebagai program anak?
2. Adakah syarat-syarat tertentu yang membedakan program anak dengan program lainnya?
3. Apa nilai lebih program anak Trans7 dibandingkan dengan program anak di stasiun televisi lain?
4. Pengiklan produk apa sajakah yang selama ini memasang iklan di program anak Trans7?
5. Program anak Trans7 apa saja yang memiliki rating dan share paling tinggi?
6. Program anak Trans7 apa saja yang rating dan sharenya paling rendah di antara yang lain?
7. Apa alasan Trans7 menayangkan program anak pukul 12.30-15.30 saat *weekdays*?
8. Kenapa program anak yang bergenre *edutainment* saat *weekend* lebih sedikit dibanding saat *weekdays*?
9. Pada hari sabtu dan minggu, jam berapa yang paling cocok untuk menayangkan program anak?
10. Pada hari apa dalam seminggu, program anak memperoleh rating dan share tertingginya serta terendahnya?
11. Pada hari apa saat *weekdays*, program anak memperoleh rating dan share tertinggi serta terendahnya?
12. Pada hari apa saat *weekend*, program anak memperoleh rating dan share tertinggi serta terendahnya?

Lampiran 8

Daftar Pertanyaan Wawancara

Kepada Bobby Guntarto, YPMA

1. Seberapa besar pengaruh televisi untuk anak?
2. Seperti apa hiburan yang sehat untuk anak?
3. Pada hari dan jam berapa anak-anak sering menonton televisi?
4. Pada saat weekdays, kapan waktu tayang ideal bagi anak untuk menonton televisi?
5. Pada saat *weekend*, kapan waktu tayang yang ideal bagi anak untuk menonton televisi?
6. Berapa lama durasi yang disarankan untuk program anak?
7. Iklan seperti apa yang aman ditayangkan di jam-jam program anak sedang tayang?
8. Tayangan seperti apa yang membuat anak-anak tertarik?
9. Faktor apa saja yang dapat menarik perhatian anak-anak?
10. Konten acara apa yang secara spesifik menarik untuk anak-anak sekolah dasar?
11. Apakah animasi berperan sekali dalam menentukan keberhasilan sebuah acara menarik perhatian anak-anak?
12. Anak-anak lebih tertarik dengan penayangan program yang mengandung animasi atau *live-action*?
13. Adakah kriteria untuk menentukan cocok atau tidaknya orang-orang yang tampil di acara anak?
14. Seperti apa pemilihan usia *talent* mempengaruhi daya tarik khalayak yang menonton?
15. Gaya bahasa seperti apa yang sebaiknya diterapkan?

Lampiran 9
Daftar Pertanyaan Wawancara

Kepada Delvi Yandri, Trans 7

1. Siapakah target penonton Laptop Si Unyil?
2. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk setiap episode?
3. Berapa umur *talent* yang digunakan dalam program Laptop Si Unyil?
4. Berapa honor yang dikeluarkan untuk *talent*?
5. Kenapa menggunakan *voice over* dari tokoh Unyil, bukan tokoh anak-anak?
6. Bagaimana aturan pembagian segmen program?
7. Jika sebuah program berdurasi 30 menit, bagaimana pembagian porsi tayang yang baik?
8. Apakah perbedaan umur khalayak mempengaruhi daya tangkap mereka?
9. Bagaimana komposisi tim peliputan setiap episode, untuk Jabodetabek dan luar Jabodetabek?
10. Berapa lama satu episode dibuat?

Lampiran 10
Rate Card Trans 7

Bulan Desember 2011

TRANS 7 PROGRAM DESEMBER 2011										05-11		REV 4	
SIGN OFF										update 5 Desember 2011			
WIB	SENIN 5	SELASA 6	RABU 7	KAMIS 8	JUMAT 9	SABTU 10	MINGGU 11	WIB					
04.30								04.30					
04.45								04.45					
05.00	HAI WALI (HAYU NGAJI BARENG WALI) K1, 12.30	RAHASIA SUNNAH K2, 10.30	TABIR SUNNAH K2, 10.30	JALAN DAKWAH K2, 10.30	KHALIFAH K2, 10.30	JAZIRAH ISLAMI K2, 10.30	MUSAFIR K2, 10.30 BATIMAN K2, 10.30	05.00					
05.30								05.30					
06.00			SPORT 7 K1, 10.30			SPORT 7 AKHIR PERKAN K1, 10.30		06.00					
06.30				REDAKSI PAGI K2, 10.30				06.30					
07.00								07.00					
07.30			SELEBRITA PAGI K2, 10.30					07.30					
08.00			PELANGI K1, 12.30	WARA - WIRI K2, 12.30		SELAMAT PAGI K2, 10.30	U2 (UIE & UDIN) K1, 10.30	08.00					
08.30			KARAOKE KELILING K1, 12.30			KUNCI SUKSES K2, 12.30	BINTANG LIMA K1, 12.30	08.30					
09.00			UPS SALAH K2, 12.30			ROMANSA K2, 12.30	MAKAM BESAR K1, 12.30	09.00					
09.30			SPOTLITE K1, 12.30			SHE CAN TOPPERWARE (BLOCKING TIME)	LET'S GO K1, 12.30	09.15					
10.00						RNB K1, 12.30	HAPPY HOLIDAY K1, 12.30	09.30					
10.30						PASAR UNIK K1, 12.30	JALAN - JALAN SELEBRITI K1, 12.30	10.15					
10.45						ASLI ENAK K1, 12.30	THE DECOR K1, 12.30	10.45					
11.00						REDAKSI SIANG AKHIR PEKAN K1, 12.30		11.00					
11.30			REDAKSI SIANG K2, 12.30			SELEBRITA ON THE WEEKEND K1, 15.30		11.30					
12.00			SELEBRITA SIANG K1, 15.30					12.00					
12.30			BOCAH PETUALANG K1, 15.30			SI BOLA JALAN-JALAN K1, 15.30		12.30					
13.00			LAPTOP SI UNVIL K1, 15.30			BUKU HARIAN SI UNVIL K1, 15.30		13.00					
13.30			CITA - CITAKU K1, 15.30			GALERI SENAK BOLA INO. K1, 15.30		13.30					
14.00			DUNIA AIR K1, 15.30			ONE STOP FOOTBALL K1, 15.30		14.00					
14.30			KOKI CLIK K1, 15.30					14.30					
15.00			BROWNIESS K1, 15.30			HIGHLIGHTS OTOMOTIF II K1, 15.30	BERBURU SRC AFRICA K1, 15.30	15.00					
15.30			ASAL USUL K1, 15.30			BASECAMP K1, 15.30	PARADISO K1, 15.30	15.15					
16.00			JEPAK PETUALANG K1, 15.30			MANCING MANIA K1, 15.30		15.30					
16.30								16.15					
17.00			INDONESIAKU K1, 15.30					17.00					
17.30			ORANG PINGGIRAN K1, 15.30			KAMPUNG HAWA K1, 20.30	WARA WIRI K1, 20.30	17.30					

