

TRANSKRIP WAWANCARA

<i>Key Informan</i>	<i>Informan</i>
<p>Key informan, Produser :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nama : Muhammad Rahmat • Jabatan : Produser Promo <i>OnAir</i> • Tanggung Jawab : Bertanggung jawab atas kegiatan yang di lakukan promosi <i>OnAir</i> pada program Adu Dahsyat pada keseluruhan yang berhubungan dengan tahapan pra-produksi, proses produksi sampai pasca produksi promo <i>OnAir</i> 	<p>Informan, Kreatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nama : Dian • Jabatan : Kreatif • Tanggung Jawab : menjalankan konten yang sudah dibuat dengan menarik dan kreatif.

Key Informan

1 Apa tugas produser promo *OnAir* dalam program Adu Dahsyat?

Eeeee ... jadi Adu Dahsyat ini program pagi yang sebelumnya bernama Dahsyat kita buat untuk menggantikan Dahsyat. Dahsyat ini kan udah engga ada, nah kita bikin produksi lagi itu bikin lah Adu Dahsyat makanya namanya masih ada tuh kata Dahsyat nya. Artis nya pun sama ada si Raffi sama ada si Ayu Dewi ya kan kemudian kita tambah sama Felicia Angelista. Tugas saya disini adalah eee mempromosikan Adu Dahsyat supaya bisa di terima lagi sama para penonton Dahsyat ya kan jadi kita harus tau penonton Dahsyat tuh kira-kira target nya apa nih eee ... oke orang-orang yang masih dirumah/di kantor pagi-pagi, tugas saya sebagai produser mencari itu dan mempromosikan itu dengan cara ya umur mereka berapa ya kan kira-kira kaya apa orang nya nah itu kita cari kita research. Jadi yang jelas umur-umur muda ya karna Dahsyat pun kan musik ya kan basic nya musik cuman jadi Variety ya kan, si Adu Dahsyat ini musik juga tapi ada kuis makanya ada game show nya itu kuis sebenarnya.

2. Peran penting apa yang di lakukan produser *OnAir* pada program acara ini ?

Yang jelas paling penting dari produser untuk program ini sebenarnya supaya lebih menarik, dan itu kita ya tugas produser menjual apa yang sukses di Dahsyat. Apa yang sukses di Dahsyat itu yang jelas orang pengen liat Raffi sebetulnya pengen tau Raffi tuh orang seneng tuh kalo liat Raffi ya kan, nah otomatis kita blow up dia ya kan kita shooting dia eee ... ini ada Dahsyat loh gitu nah nanti orang pada mengira emang Dahsyat ada lagi? Nah kita bikin kaya teaser jadi kaya orang tuh seneng Dahsyat ada lagi dengan kita buatin teaser kita munculin Raffi lagi, kita munculin lagi si Ayu Dewi di promo kita ya kan, tapi itu kan mereka

secara umur sebenarnya lebih senior ya udah tua ya nah kemudian ada si Felicia nih yang menggaet milenial makanya kita masukin juga di situ (promo) untuk meraup yang muda nya ya kan supaya ada penyegaran gitulah maksudnya. Kita maintenance nya jualin nya dari situ dari si Raffi. Kenapa engga pakai Denny Cagur seperti di Dahsyat sebelumnya karna saya merasa bertiga ini udah cukup, karna kan si Raffi ini juga udah lucu jadi duet sama si Ayu dewi juga udah lucu untuk mainin gimick.

3. Bagaimana ide awal terciptanya program Adu Dahsyat bisa terbentuk? Dan cara memasarkan program ini seperti apa?

Wahh... kalo itu sih sebetulnya produksi ya karna itu yang tadi saya bilang ya pertama kali tadi sebenarnya itu eeee... ide awal nya tuh dari Dahsyat sebenarnya awal itu semuanya konsep nya dari Dahsyat eee... terus tapi kita gabisa bikin dahsyat karna Dahsyat sebetulnya udah stop udah selesai nah itu sebenarnya udah selesai kita mau ngelanjutin acara pagi ini apa sih yang bisa kita kemas lagi kita tarik lagi penonton Dahsyat makanya kita ambil nama Dahsyat lagi disitu tapi dalam bentuk kuis, jadi sebenarnya pengembangan ya, kalo dibilang idenya sih dari Dahsyat.

4. Apa yang membuat beda antara program Dahsyat dengan Adu Dahsyat ini ?

Perbedaannya sebenarnya banyak, kalo Dahsyat itu kan musik ada chart musik biasanya ada penyanyi-penyanyi baru kita munculin terus ada games tapi engga banyak tapi kalo ini di Adu Dahsyat lebih ke kuis, nah kuis nya ini kuis musik jadi kuis nya itu kaya tebak lagu nanti ada kaya nerusin lagu misal, si Raffi nyanyi kemudian terusan lagu yang di nyanyiin itu apa nah itu bagian dari kuis yang di buat.

5. Siapa target penonton yang di tuju pada program Adu Dahsyat?

Sebenarnya target nya itu orang-orang yang masih dirumah ya, dari dulu jaman Dahsyat target nya pun biasanya ibu rumah tangga karna yang pagi-pagi itu kebanyakan mereka ya dan juga kemudian orang-orang kantor yang pada saat coffee break bisa juga tapi kebanyakan ibu rumah tangga, pokonya yang ada dirumah pagi-pagi deh karna itu kan pagi ya jam setengah delapanan.

6. Bagaimana cara produser dan tim memikat penonton agar acara ini sesuai harapan target?

Eee... sebenarnya itu ada yang kita lakukan di promo itu kita biasanya eee.. seminggu dua kali atau tiga kali konten nya kita ganti dengan konten yang baru ya kan, mereka udah shooting nih ya kan oke udah shooting minggu depan kira-kira ada apa ya gitu bintang tamu siapa ya nanti kita sebutin, misalnya ada bintang tamu kaya ada si doel dateng kesitu atau TOP (Tukang Ojek Pengkolan) ya kita lebih memperbarui konten si ya jadi maintenance karna masih baru jadi terus di promosiin nya terus di perbanyak di ganti terus jadi orang gabosen karna

biasanya orang ngeliat trailer itu-itu aja jadikan bosan ya makanya kita terus perbarui.

7. Bagaimana program Adu Dahsyat dalam memilih bintang tamu agar bisa menarik perhatian penonton?

Eee.. gini jadi setiap bintang tamu yang di undang biasanya sekaligus ingin mempromosikan program lain juga, misal kaya tadi tukang ojek pengkolan. Kenapa kita masukin tukang ojek pengkolan disitu karna sekalian mempromosikan bahwa di RCTI itu ada tukang ojek pengkolan gitu loh, jadi saling ya mempromosikan porogram nya masing-masing, kaya ada juga si doel nah si doel ada disitu karna pas lebaran si doel the movie 2 tayang itukan bulan puasa ya kan promo nya nah makanya kita masukin jadiin bintang tamu.

8. Kenapa program Adu Dahsyat di tayangkan pagi dan apa strategi market khusus untuk menarik penonton di pagi hari?

Kenapa jam nya pagi sebenarnya kita di pagi hari itu apa yaa eee... seperti yang tadi saya bilang karna dari Dahsyat jadi untuk mengisi jam pagi terus target nya juga semua yang dirumah ya akanya Adu Dahsyat pun ngikutin jam nya Dahsyat karna memang untuk menggantikan juga karna kan Dahsyat pagi jadi kita buat format nya mendekati yang sebelumnya. Ada lucu-lucu nya ada games nya sebagai penyegaran ya kan. Kalo strateginya sih sebetulnya tadi ya eee... kita pake host yang sama setidaknya ada dua host yang sama untuk mengembalikan apa namanya eee... animo penonton untuk pengen ngeliat Dahsyat lagi yakan, sebenarnya kalo kita cek di sosial media instagram Dahsyat itukan banyak juga sebenarnya yang masih kangen Dahsyat.

9. Apa daya darik tim promo OnAir ini sehingga iklan dan sponsor bisa memilih program Adu Dahsyat sebagai market nya?

Itu bagian dari sales marketing sebenarnya itu ada research nya tapi itu kita kalo tim promo kita mensupport, jadi produksi punya program kita support kita yang bikin iklan nya. Nah kalo ada yang mau masuk peng'iklan ada tim research nya, jadi karna pagi-pagi yang nonton kebanyakan ibu-ibu rumah tangga mungkin di pagi itu iklan susu, kosmetik dan lain sebagainya nah nanti tuh di negosiasi. Jadi gamungkin si sales marketing akan jual ke orang tuh rokok misalnya karna pagi juga gaboleh atau ngejualan mobil juga gabegitu juga kan ya.

10. Apa yang dilakukan tim promo jika program ini dinilai masyarakat kurang menarik dari sudut pandang promosi eksistensi?

Eee.... tentunya kita akan evaluasi ya bersama tim internal dan juga tim produksi kurang nya dimana nanti kita perbaiki dengan tujuan agar masyarakat bisa melihat sisi penasaran sama program ini sehingga mau di tonton dan juga diminati.

Informan

1. Ada berapa jumlah tim kreatif yang ada pada program Adu Dahsyat?

Eeee... kalo tim kreatif disini di promo cuma satu, tapi kalo di produksi nya ada 2 (dua) orang.

2. Ada berapa macam gimmick dan games yang dimainkan di setiap episode berlangsung?

Kalo aku kan di promo nih, kita lebih mainin kaya untuk promo nya tuh kita jual artis nya. Misalnya kaya host nya si Raffi Ahmad punya jam terbang sebelumnya di Dahsyat gitukan jadi ngejual, terus juga Ayu Dewi sama Felicia Angelista jadi kita kembangin mereka satu-satu ngomong eee kaya semacam teaser jadi kita me reminder kalo ada Dahsyat lagi yang kangen sama Raffi Ahmad, Ayu Dewi. Kalo berapa macam nya ada lima paling banyak, karna kan kita eee... ya gitu main kuis jadi engga leluasa kaya Dahsyat kemarin yang murni acara musik dengan obrolan-obrolan jail terus games nya ada lebih dari 4 (empat) yang kita mainin tapi kita menyesuaikan waktu biasanya dan kejadian pada saat OnAir.

3. Apakah ada kesamaan konsep antara program Dahsyat dengan Adu Dahsyat ini? Jika beda, apa yang membedakan?

Oh ada beda nya, kalo Adu Dahsyat ini beneran kaya kuis gitu ya kelompok-kelompok kuis nya ini kaya tebak-tebak lagu kaya gitu, kalo acara Dahsyat kan kaya program musik ya nunjukin performance artis gitu tapi kalo di Adu Dahsyat itu lebih dominan ke kuis nya dan games nya juga.

4. Kendala apa yang pernah di alami saat OnAir berlangsung?

Emm... kalo kendala sih salah satunya eee... kita nunggu waktu shooting host nya ini si artis nya ini butuh waktu. Butuh waktunya tuh kaya gini eeee... kita butuh waktu senggang untuk si artis ini kita promo'in untuk di Adu Dahsyat ini. Kita nego untuk promo, intinya sih kaya waktunya tuh kaya di buru-buru yang misalkan program nya udah deket nah kita dapet waktunya tuh eeee.... mepet. Kaya kita tuh Cuma dikasih waktu untuk beberapa menit untuk mulai mereka on cam, harusnya kalo yang enak tuh punya waktu penuh sendiri missal kaya satu hari penuh untuk kita promo'in jadi waktunya engga kebagi dan keburu-buru gitu dari kitanya. Itu kendala yang cukup sulit, tapi kalo kendala ringan nya sih missal kita mau shooting promo tapi engga boleh jauh-jauh dari studio tempat mereka tapping jadikan mau gamau harus cari ditempat situ kan nah itu dari segi noise di perhatikan banget kaya suara-suara band yang berisik, jadi kita tunggu diem dulu itu suara baru kita mulai atau kadang kita suka nego dulu untuk sebelum musik main kita gunakan buat shooting, nah itu biasanya salah satu kendala kecilnya sih.

5. Siapa target penonton yang di tujukan pada program Adu Dahsyat?

Kita sih biasanya menargetkan orang-orang yang ada dirumah ya, misal kaya ibu rumah tangga gitu, tapi itu tujuan pertamanya kemudian yang kedua di kantor-kantor yang masih belum terlalu sibuk sama aktifitasnya karna masih pagi yakan jadi kemungkinan buat nonton ada. Makanya kita buat teaser promo yang cukup banyak dikenal sama orang-orang, kaya Raffi Ahmad yang dinilai mampu buat menarik para penonton.

6. Apa yang membuat beda antara program Dahsyat dengan Adu Dahsyat ini ?

Kalo dibilang apa yang membuat beda, paling kali ini kita buat ke variety show berisi game show. Dari kami menyesuaikan konsep promo apa yang tepat buat gambar teaser ini sesuai sama isi program sehingga menjadi menarik. Kalo Dahsyat lebih ke musik banget, jadi beda sama yang Adu Dahsyat ini.

7. Apa yang dilakukan tim promo jika program ini dinilai masyarakat kurang menarik dari sudut pandang promosi eksistensi?

Paling kita evaluasi, kita cari apa penyebab nya kemudian kita perbaiki. Kita buat perbaikan lebih menarik dari sebelumnya yang dinilai belum mampu diterima penonton soal eksistensi promo ini. Intinya sih, kita evaluasi kita perbaiki.