
THE USE OF CREATIVE BRAINSTORMING TECHNIQUES IN THE PRODUCTION OF NONDRAMA TELEVISION PROGRAMS

Safrudiningsih¹, Nurohmat², Rusman Latief³

¹Akademi Televisi Indonesia

²Akademi Televisi Indonesia

³Akademi Televisi Indonesia

safrudiningsih@atvi.ac.id¹, nurohmat@atvi.ac.id², rusman@atvi.ac.id³

ABSTRACT

This research aims to explain creative brainstorming techniques in designing and producing non-drama show, namely television show formats that are created through the process of processing creative imagination from the reality of everyday life, which has elements of information, entertainment, and education. It includes music, games, reality shows, performances, comedy, variety shows, talk shows, and newstainment. Creative brainstorming is a technique for rapidly obtaining many ideas from a group. Typically, brainstorming sessions involve no more than 12 individuals, including executive producers, producers, program directors, and creatives. It can also involve individuals outside the production department, such as marketing, research and development, and clients. This research uses qualitative methods with a document study approach by collecting information and data from various materials such as books, online media, scientific journals, and others. Furthermore, this research employs a natural observation approach by making observations on objects to obtain valid data to conclude. This study discovered that brainstorming techniques in the creative process of non-drama programs are commonly used by television stations. The creative brainstorming technique is effectively used to generate original, unique, and useful ideas for the production team and the target audience for the program to be produced.

Keywords : Brainstorming – Production Design – Nondrama

PENGGUNAAN TEKNIK KREATIF *BRAINSTORMING* DALAM PRODUKSI PROGRAM TELEVISI NONDRAMA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan teknik kreatif *brainstorming* dalam mendesain dan produksi program nondrama, yaitu format program televisi yang diciptakan melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas dari kehidupan sehari-hari yang memiliki elemen informasi, hiburan, dan edukasi. Format program nondrama di antaranya, musik, permainan, reality show, pertunjukan, komedi, variety show, talkshow, dan newstainment. Dimaksud dengan kreatif brainstorming adalah suatu cara untuk memperoleh sejumlah besar ide-ide dari sekelompok orang dalam waktu singkat. Peserta brainstorming biasanya

tidak lebih dari 12 orang dan terdiri dari eksekutif produser, produser, program director dan kreatif. Bisa juga melibatkan individu di luar bagian produksi, seperti bagian pemasaran, *research and development*, serta *client*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi dokumen dengan cara mengumpulkan informasi dan data dari berbagai material seperti, buku, media online, jurnal ilmiah dan lainnya. Lebih lanjut, penelitian ini melakukan pendekatan pengamatan alami (*natural observation*) dengan melakukan pengamatan pada objek agar mendapatkan data valid untuk menarik kesimpulan. Setelah melakukan penelitian, ditemukan bahwa teknik *brainstorming* dalam proses kreatif program nondrama umum digunakan oleh stasiun televisi. Teknik kreatif *brainstorming* efektif digunakan untuk mendapatkan ide yang orisinal, terbaru, dan bermanfaat bagi tim kerabat kerja produksi serta khalayak yang menjadi target segmentasi dari program yang akan diproduksi.

Kata Kunci: *Brainstorming* - Desain Produksi - Nondrama

PENDAHULUAN

Memproduksi program atau acara televisi sudah menjadi pekerjaan sehari-hari bagi stasiun televisi, untuk memenuhi materi siaran. Jenis program yang diproduksi, yaitu acara berita (*news*) dan acara hiburan (*entertainment*). Acara berita terdiri dari, hard news dan soft news, dan acara hiburan, drama dan nondrama.

Kebutuhan akan materi program televisi semakin banyak dengan bertambahnya stasiun penyiaran televisi di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Republik Indonesia, mencatat sejak dimulainya peralihan dari siaran Analog Switch Off (ASO) pada November 2022, saat ini sudah 571 stasiun televisi yang bermigrasi ke siaran digital. Di DKI Jakarta dan sekitarnya, ada 47 televisi digital yang siaran. Belum lagi dengan stasiun televisi berlangganan dan komunitas, jumlah akan semakin banyak.

Artinya, jika setiap stasiun televisi bersiaran 12 jam sehari, dengan durasi program 30 menit, maka setiap stasiun televisi membutuhkan

sebanyak 24 program siaran dikalikan dengan 571 stasiun televisi, maka setiap hari akan membutuhkan program siaran sebanyak 13.704. Jika satu bulan, 30 hari membutuhkan 411.120 program. Dalam setahun sebanyak 4.933.440 program siaran. Program ini pun berbeda satu dengan lainnya. Bukan program yang sudah dibuat kemudian disiarkan ulang. Bisa saja tapi jumlah tidak banyak. Intinya, stasiun televisi harus memproduksi program baru, yang belum ada sebelumnya.

Salah satu jenis program yang diproduksi adalah nondrama. Latief (202, h. 23) Program siaran nondrama adalah siaran televisi yang menyajikan perpaduan program unsur imajinasi dan fakta yang didesain secara kreatif untuk menghasilkan acara yang menghibur, informative, artistik, dan bermanfaat. Naratama (2013) mendefinisikan program nondrama adalah sajian program televisi dari perpaduan pemikiran imajinasi dan factual yang dikelola secara kreatif untuk memberikan hiburan dan informasi.

Artinya, program nondrama terdiri dari fakta atau unsur-unsur yang ada kemudian dengan kemampuan kreatif, menyusun, merubah, menambah dengan unsur-unsur imajinatif (dari tidak ada menjadi ada) memadukan dua unsur tersebut menjadi sebuah paket program siaran yang bermanfaat kepada khalayak. Bermanfaat dimaksudkan, program nondrama yang diproduksi, tidak cukup hanya artistik, melibatkan para bintang terkenal, menghibur, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada khalayak secara umum, manfaat emosional, sosial, informasi, pengetahuan, dan ekonomi.

Latief (2020, h. 24) menulis program nondrama terdiri dari beberapa format atau genre, yaitu program permainan, reality show, pertunjukan, komedia, variety show, talkshow, dan newstainment. Andi Fachruddin (2015) dalam buku "Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi" menjelaskan genre program nonfiksi (nondrama) terdiri dari, kuis, music, variety show, reality show, game show, talkshow entertainment, talk show sponsorship, komedi/lawakan, dan dokumenter.

Memproduksi program televisi nondrama bukan perkara mudah, karena melalui tahap produksi, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Di mana setiap tahapan memiliki tantangan dan proses kerja masing-masing. Setiap tahapan dikerjakan oleh professional yang memiliki keterampilan naratif (konsep) dan sinematika (teknis) berbeda satu sama lainnya.

Oleh karena itu, membuat atau menciptakan program nondrama, baik dalam unsur konsep dan teknis

melibatkan akan selalu melibatkan unsur kreatif. Kamus Bahasa Indonesia (KBI) menyebut kreatif, berhubungan dengan yang memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk mencipta, mengandung daya cipta. Sedangkan kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta, daya cipta, dan berkreasi. Hajjaj (2010, h. 19) menulis kreativitas adalah sebuah ide baru yang dianggap sebagai sesuatu yang tidak dikenal dan tidak berulang. Sudarma (2016, h, 18-19) makna kreativitas terbagi tiga yaitu, pertama, kreativitas dimaknai sebagai sebuah kekuatan atau energi (power) yang ada dalam diri individu. Kedua, Kreativitas dimaknai sebagai sebagai suatu proses mengelola informasi, melakukan sesuatu atau membuat sesuatu. Ketiga, kreativitas dimaknai sebagai suatu produk.

Penggunaan kata kreatif dan kreativitas dalam penelitian ini, dimaknai sama pengertiannya. Latief & Yusiati (2017, h. 4) menulis kreatif atau kreativitas adalah kata yang mengandung makna yang sama, berhubungan dengan penciptaan atau perbuatan menghasilkan sesuatu yang baru. Artinya kreatif sama dengan kreativitas. Tidak ada perbedaan yang signifikan. Kedua-kedua mengandung unsur penciptaan dan manfaat. James J. Gallagher (Dalam Ningrum (2021, h. 13) menulis, kreativitas adalah *creativity is a mental process by which an individual creates new ideals or products, or recombines existing ideas and product in fashion that is novel to him or her* (kreativitas merupakan suatu proses mental yang dilakukan individu berupa gagasan atau pun produk baru, atau mengombinasikan kembali ide atau produ yang telah ada dalam gaya yang baru baginya).

Salah satu teknik berpikir kreatif yang umum digunakan dalam proses penciptaan program nondrama adalah *brainstorming*. Diterjemahkan dalam bahwa Indonesia sumbang saran dan curah gagasan. Teknik berpikir kreatif *brainstorming* pertama kali diperkenalkan Alex Faickney Osborn, tahun 1930. Seorang pemilik perusahaan periklanan yang kecewa atas ketidak mampuan karyawannya atas ide-ide secara individu. Kemudian memunculkan teknik kreatif *brainstorming* untuk menghasilkan banyak ide. Osborn berpendapat, dengan *brainstorming* dapat melipatgandakan ide yang dihasilkan dari suatu kelompok diskusi.

Hamadi (1999, h. 34) *Brainstorming* (curah gagasan) dianggap sebagai salah satu metode populer untuk melahirkan pemikiran-pemikiran kreatif. Rawlinson (1981, h. 51) menjelaskan *brainstorming* merupakan suatu cara untuk memperoleh sejumlah besar ide-ide dari sekelompok orang dalam waktu singkat. Dari definisi tersebut di atas, *brainstorming* mengandung, yaitu mendapat sejumlah besar ide dari sejumlah orang dalam waktu yang singkat. Latief & Yusiate (2017, h. 52- 52) menyebut ada tiga jenis *brainstorming* saat, yaitu:

- Verbal *Brainstorming*: Bertukar pikiran dalam satu kelompok yang dilakukan secara verbal dengan tatap muka.
- Nominal *Brainstorming*: Penyampaian ide dilakukan terpisah, tidak langsung berinteraksi secara verbal. Hanya dengan menuliskan ide di kertas atau computer, lalu melakukan diskusi melalui catatan di kertas atau computer.

- Elektronik *Brainstorming*: Bertukar gagasan melalui media elektronik dalam sebuah kelompok. Media elektronik yang digunakan berupa. Whatshapp (WA), line, short message (SMS), group support system, facebook, atau media elektronik lainnya yang dapat digunakan untuk komunikasi oleh beberapa orang.

Bagi stasiun televisi jenis *brainstorming* yang umum digunakan jenis verbal *brainstorming*, yang biasanya melibatkan produser eksekutif, produser, kreatif, dan asisten produksi. Jumlah antara 5 - 7 peserta saja. Dalam penelitian ini, akan menjelaskan bagaimana teknik penggunaan kreatif *brainstorming* dalam mendesain, merencanakan, atau menciptakan program televisi nondrama. Selain itu, juga menjelaskan unsur-unsur yang mempermudah dan menghambat proses kreatif *brainstorming* tersebut.

METODE PENELITIAN.

Untuk mendapatkan data yang valid dan terpercaya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sugiyono (2018) menjelaskan, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang ilmiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Pendekatan penelitian menggunakan studi dokumen (document study) dan

juga menggunakan pendekatan pengamatan alami (natural observation).

Studi dokumen atau teks merupakan kajian dari bahan dokumenter yang tertulis, bisa berupa buku teks, surat kabar, majalah, surat-surat, film, catatan harian, naskah, artikel, dan sejenisnya, bahan juga dapat berasal dari pikiran seseorang yang tertuang di dalam buku atau naskah-naskah yang terpublikasi. Untuk dianalisis diinterpretasikan, digali untuk menentukan tingkat pencapaian pemahaman terhadap topik tertentu dari sebuah bahan atau teks tersebut. (Sujarweni, 2022, h. 23).

Sedangkan pendekatan pengamatan Alami (Natural Observation) atau metode naruralistic. Dewi dkk (2024, h. 9) menjelaskan penelitian naturalistic disebut juga penelitian dengan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objektif yang dialami. Dalam penelitian ini peneliti sebagai instrument kunci. Pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi untuk memantapkan perolehan data yang bersifat deskriptif dan analisis data dilakukan secara induktif. Hasil penelitian menekankan pada makna bukan generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, data-data yang diperoleh dianalisis dengan metode yang digunakan membandingkan dengan konsep/teori yang ada dalam penelitian ini.

1. Program Nondrama

Program nondrama disebut juga acara nondrama adalah bagian dari program hiburan (entertainment) pada

siaran televisi. Secara umum program televisi terbagi dua bagian yaitu, program informasi atau berita (news) dan hiburan (entertainment). Program berita terbagi dua, yaitu program berita langsung (hardnews), dan berita tidak langsung atau berita ringan (soft news). Sedangkan program hiburan terbagi dua, yaitu program drama dan nondrama. Latief (2020) dalam buku "Panduan Produksi Acara Nondrama" membagi program nondrama dalam delapan format, yaitu musik, permainan, reality show, pertunjukan, komedi, variety show, talkshow, dan newstainment.

(1) **Musik:** Format program televisi nondrama yang mengandung unsur musik, suara, atau gabungan musik dan suara dalam satu paket penyajian. Biasanya acara music dibuat dalam bentuk music concert, video klip, dan music variety.

(2) **Permainan:** Format program televisi yang menampilkan permainan atau perlombaan kepada peserta perorangan atau kelompok untuk mendapatkan hadiah. Terbagi atas tiga yaitu:

- **Kuis:** Program permainan yang mengajak melakukan tebak-tebakan dengan memberikan pertanyaan untuk menguji pengetahuan seseorang atau sekelompok orang.
- **Games:** Program yang menyajikan permainan atau lomba yang diikuti perorangan atau kelompok. Permainan yang dilombakan di antaranya, ketangkasan, keseimbangan, kecepatan, ketahanan, ketelitian, kekuatan, dan lainnya.

- **Kuis Games:** Program yang memadukan permainan kuis dan games. Ada unsur menguji pengetahuan dan menilai keterampilan.
- (3) **Reality show:** Program yang menyajikan fakta apa adanya. Tanpa skenario arahan untuk mendapatkan gambar atau adegan yang diinginkan. Namun, dalam realitanya acara reality show adalah acara yang fleksibel dalam proses kreatif sebagai tontonan yang menghibur dengan menambah efek visual dan audio, termasuk menyusun skenario untuk membangun suasana dramatik dan artistik. Reality show terdiri dari format acara: hidden camera, candid camera, competition show, relation show, fly on the wall, dan mistik.
 - (4) **Pertunjukan:** Program pertunjukan atau the show adalah acara yang menampilkan atau mempertunjukan keahlian atau sesuatu yang memberikan bermanfaat. Dikategorikan sebagai acara pertunjukan sebagai berikut: pantomime, sulap, tari. Peragaan busana, memancing, boneka dan wayang, dan demo masak atau kuliner.
 - (5) **Komedi:** Program yang mengandung unsur-unsur lucu atau jenaka. Terdiri dari lawak dan stand up comedy. Lawak adalah aksi lucu yang dilakukan oleh sekelompok orang. Sedangkan stand up comedy yaitu permainan kata-kata yang mengundang kelucuan.
 - (6) **Variety show:** Program yang memadukan berbagai konten dari di antaranya, musik, komedi, lawak, tari, fashion show, interview, dan vox vops. Secara sederhana variety show didefinisikan sebagai acara televisi yang menyajikan berbagai pertunjukan di antaranya musik, tari, lawak/komedi, bincang-bincang atau talkshow, pertunjukan sulap dan lainnya.
 - (7) **Repackaging:** Program yang menyajikan gabungan peristiwa yang sudah dipublikasikan di media televisi atau media digital berupa footage atau shot-shot yang disusun sedemikian rupa menjadi satu paket program siaran. Repackaging, sebenarnya dapat dikelompokkan dalam program berita tidak langsung (soft news). Istilah repackaging sendiri, dikemukakan Naratama, dalam buku, "Menjadi Sutradara Televisi" repackaging menghimpun, mengumpulkan data, mengelolanya lalu dipublikasikan. Beberapa format repackaging tayang di stasiun televisi nasional Indonesia, di antaranya on the spot dan spot light Trans 7.
 - (8) **Talk Show:** Program diskusi atau bincang-bincang yang diikuti satu atau lebih narasumber untuk membicarakan satu topik. Program televisi talkshow dibedakan dua jenis, yaitu:
 - **Ligth entertainment:** Program bincang-bincang yang mengutamakan unsur hiburannya. Menghadirkan selebritis dengan segala kelebihan, permasalahan atau kontroversinya.
 - **Serious discussion:** Program diskusi yang materinya berkonsentrasi pada topik-topik khusus, misalnya bidang politik, ekonomi, hukum, sosial atau pada seseorang yang menjadi incaran berita.

2. Unsur Kreatif

Seluruh format acara televisi dalam hal isi (content) dan kemasan (packaging) akan mengalami transformasi secara kreatif. Membuat atau menciptakan program baru akan melalui proses kreatif untuk mendapatkan daya tarik dari khalayak dan pemasang iklan. Dalam proses, melalui metode *brainstorming*, dapat dimulai dengan dasar kreatif yang terdiri dari, unsur penciptaan, perubahan, pengembangan dan peniruan.

(1) **Penciptaan:** Membuat sesuatu yang belum pernah dibuat atau lain dari pada yang lain. Dalam proses penciptaan program televisi, dapat dilakukan dengan cara, merubah, menyusun ulang, mengurangi, mengganti, dan menggabungkan unsur-unsur yang sudah ada sesuatu yang baru. Poses penciptakan dapat dilakukan dengan pendekatan:

- **Imajinasi:** Memanfaatkan pikiran melalui proses pembayangan untuk menghasilkan sesuatu yang baru belum pernah ada, berbeda dari yang sebelumnya.
- **Referensi:** Mendapatkan banyak data, dari berbagai sumber informasi. Jika ingin menciptakan program televisi berbeda dengan yang sudah ada, perbanyak menyaksikan program siaran televisi yang suda ada. Khususnuya, program yang pernah sukses. Dengan cara demikian akan merangsang kreativitas menciptakan acara yang baru.
- **Komunikasi:** Melakukan komunikasi dengan berbagai pihak, untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan dan

masalahnya untuk diolah menjadi solusi menjadi paket program televisi.

(2) **Perubahan:** Melakukan perubahan yang sudah ada menjadi lain dari bentuk semula. Misalnya, program variety show yang terdiri dari unsur, musik, talk show, games, kuis, dan lainnya. Di mana program tersebut didominasi unsur musik 60 persen, dapat diubah durasi musiknya menjadi 20 persen. Ini yang dimaksud perubahan. Artinya, merubah bisa menambah atau mengurangi, membalikan dan menyusun ulang tanpa menghilangkan unsur-unsur yang sudah ada.

(3) **Pengembangan:** Membuat bertambah, dari sedikit menjadi banyak, dan dari kecil menjadi besar, dari kurang baik menjadi baik. Salah satu unsur pengembangan program televisi, dapat dilihat pada reality competition show atau Ajang Pencarian Bakat. Mencari penyanyi berbakat usia 19-24 tahun. Program tersebut bisa dikembangkan, untuk remaja usia 16 - 18 tahun, atau dewasa 40 tahun lebih. Bisa juga, dikembangkan hanya untuk penyanyi wanita saja usia 19-24 tahun.

(4) **Peniruan:** Melakukan sesuatu yang dilakukan orang lain. Menyama-nyamai, dibuat mirip dengan aslinya tetapi beda. Meniru tetapi tidak meniru, tidak meniru tetapi meniru. Meniru dimaksudkan di sini adalah hanya bagian-bagian tertentu saja, Misalnya, program reality competition show untuk mencari penyanyi pop berbakat. Penyanyinya diganti dengan penyanyi dangdut. Dengan metode

penilaian yang sama. Ini yang dimaksudkan dengan peniruan kreatif.

3. *Brainstorming*

Dalam industri kreatif, banyak teknik kreatif yang digunakan untuk mengembangkan ide dan pemecahan masalah, di antaranya, *brainstorming*, *synectics*, *check list*, *attribute listing*, *forced relationship*, *morphological analysis*, *lateral thinking*, *mind mapping*, *brain writing*, *relabeling*, dan lainnya.

Namun, yang umum digunakan oleh industri televisi khusus untuk program nondrama adalah teknik *brainstorming*. Effendy (1993) menyebut *brainstorming* adalah komunikasi kelompok dalam bentuk pertemuan yang dihadiri oleh paling banyak 15 orang yang sama-sama terlibat dalam satu jenis pekerjaan tertentu, dengan tujuan menghimpun saran sebanyak-banyaknya dalam waktu sesingkat-singkatnya mengenai pemecahan suatu masalah yang menimpah bidang pekerjaan yang bersangkutan. Agar proses penggunaan *brainstorming* berjalan lancar dalam mencari ide dalam proses kreatif program nondrama, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, di antaranya:

(1) **Pedoman *brainstorming***: Ada empat hal yang menjadi pedoman untuk keberhasilan sesi *brainstorming*. Rawlinson (1981, h. 54) menyebut, tunda penilaian, lepas bebas, utamakan jumlah, dan saling menjang.

- **Tunda penilaian**: Dalam sesi *brainstorming* semua orang yang terlibat harus menunda penilaian terhadap ide yang muncul. Tidak ada evaluasi ide. Pada tahap ini, hanya untuk mendapatkan sejumlah besar ide.

- **Lepas bebas**: Setiap peserta *brainstorming* menyingkirkan hambatan-hambatan psikologis, takut salah, idenya tidak berbobot atau takut terlibat bodoh, masih junior, pokok hambatan psikologis ini disingkirkan.
- **Utamakan jumlah**: Tidak memutamakan kualitas tetapi pada jumlah ide yang disampaikan. Kualitas disingkirkan lebih dahulu, semua ide diterima termasuk termasuk ide yang tidak masuk akal pun dihimpun.
- **Saling menjang**: Ide yang baru muncul dikembangkan dengan tidak melakukan analisa terlebih dahulu. Bisa saja ide tersebut, yang dikemukakan akan dikembangkan peserta lain dan menggabungkan dengan ide yang sudah ada.

(2) **Hambatan *brainstorming***: *Brainstorming* juga mendapatkan berbagai hambatan. Salah satunya, para peserta tidak semuanya aktif dalam sesi *brainstorming* Latief & Yusiatie (2017, h. 70 - 81) menjelaskan beberapa penyebab hambatan *brainstorming*, dalam hal ini disebut sebagai pembunuh kreativitas, yaitu kritik, membandingkan, meremehkan, orang lain, satu jawaban, tidak menantang, menilai terlalu cepat, kesesuaian, dan takut terlihat bodoh.

- **Kritik**: Merupakan kecaman, tanggapan, celaan, perilaku yang dianggap menyimpang terhadap penilaian ide. Kritik juga berhubungan dengan penganalisaan dan

pengevaluasian sesuatu dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, memperluas apresiasi, atau membantu memperbaiki pekerjaan atau sebuah ide. Hanya saja, kritik sering menilai dari sisi negatifnya, sehingga sebuah ide kreatif tidak berkembang.

- **Membandingkan:** Dimaksudkan adanya perbedaan atau memadukan (menyamakan) dengan yang lain. Dalam hal program siaran televisi, membandingkan acara stasiun sendiri dengan stasiun lain untuk mengetahui persamaan dan selisihnya. Membandingkan perolehan rating, membandingkan pengisi acara, yang terkenal dan tidak terkenal.
- **Meremehkan:** Meremehkan artinya tidak penting, tidak berharga. Sebuah ide dinilai tidak penting, tidak berharga atau rendah sehingga diabaikan. Padahal dalam *brainstorming* tidak diperkenankan meremehkan sebuah ide. Bisa saja ide tersebut adalah ide baru, orisinal, hanya perlu pengembangan dan penyempurnaan saja.
- **Intervensi:** Dimaksudkan adanya pihak lain ikut campur dalam proses brainstorming. Intervensi kadang tidak dapat dihindari. Salah satunya, intervensi pimpinan. Intervensi senior atau pimpinan, meskipun untuk koreksi, tetapi kadang juga menjadi hambatan.
- **Satu jawaban:** Hanya terpaku pada satu ide atau jawaban.

Tidak berusaha mencari alternatif ide lain. Orang yang kreatif selalu skeptis, tidak pernah puas dengan satu ide tetapi terus menerus mencari ide-ide lain, hingga menemukan yang terbaik dari yang baik.

- **Tidak menantang:** Kreativitas yang pasrah pada keadaan. Puas dengan apa yang didapatkan. Kurang agresif, tidak bersemangat. Dalam proses kreatif program nondrama, menantang kenyataan adalah modal utama untuk sukses. Misalnya program musik dangdut hanya diminati kalangan marjinal, dengan menantang kenyataan itu, dapat disukai kalangan menengah atas.
- **Menilai terlalu cepat:** Terlalu cepat memberikan penilaian, dan terlalu cepat mengambil kesimpulan tanpa mempertimbangkan aspek-aspek lain. Dalam proses kreatif tidak cepat puas dengan ide yang sudah didapatkan. Meskipun sudah menemukan ide, harus tetap berusaha untuk mencari ide lain, membandingkan dengan ide yang sudah ditemukan. Ide yang tidak digunakan dapat disimpan untuk dikembangkan dilain waktu.
- **Kesesuaian:** Dimaksudkan menyesuaikan dengan tujuan, dan fungsi sebuah ide. Misalnya program talkshow, unsur-unsur yang harus ada, yaitu host, narasumber, dan masalah yang dibahas. Ketiga unsur tersebut harus ada dalam talk show. Jika

pedoman kesesuaian tersebut, maka secara kreatif talkshow tidak pernah berkembang. Kesesuaian harus dihindari, dikembangkan dengan menambah unsur lainnya, misalnya selingan unsur music, tari, puisi, dan lainnya.

- **Takut terlihat bodoh:** Takut terlihat bodoh dalam *brainstorming* yaitu, tidak berani mengemukakan pendapat atau ide yang ada dalam pikirannya. Takut idenya dinilai bodoh atau ketinggalan zaman. Jika takut terlihat bodoh, maka ide-ide kreatif dan baru sulit ditemukan.

3. Evaluasi

Dalam proses kreatif *brainstorming* untuk program nondrama, harus mendapatkan banyak ide. Tentunya, tidak semua ide tersebut terpilih. Hanya ada satu saja yang terpilih. Untuk mendapat satu ide tersebut, diperlukan mekanisme atau cara memiliki yang ide yang terpilih.

Dalam hal ini disebut proses evaluasi, yaitu memilih ide terbaik dari ide yang tersedia dengan standar tertentu. Tergantung dari kebutuhan program yang akan diproduksi. Latief & Yusiati (2017, h. 56) menjelaskan evaluasi dapat dilakukan dengan cara:

- (1) **Melibatkan seluruh peserta brainstorming:** Melibatkan seluruh peserta *brainstorming* dalam proses evaluasi. Ada kelemahan dari cara ini, dalam proses evaluasi akan muncul ego setiap peserta untuk membela ide yang dijagokannya, sehingga proses evaluasi akan membutuhkan waktu yang lama, karena bisa saling memberikan argumentasi dari setiap seperti *brainstorming*.

- (2) **Membentuk tim kecil:** Membentuk tim kecil untuk memilih ide terbaik dari ide yang tersedia. Tim kecil terdiri 3-5 orang. Hindari jumlah tim genap. Alasannya, jika terjadi voting sulit untuk mendapatkan ide. Misalnya 2:2, atau 4:4, tapi kalau ganjil menjadi 3:2 atau 3:4 jumlah yang banyak yang terpilih.
- (3) **Diserahkan pada pimpinan:** Dari sekian banyak ide lakukan diseleksi untuk mendapat jumlah yang kecil, misalnya tiga atau lima ide. Kemudian diserahkan kepada pimpinan untuk memilih yang terbaik.

Ketiga teknik evaluasi ide tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya. Misalnya melibatkan seluruh peserta *brainstorming*, bisa jadi mendapatkan ide terbaik, tetapi akan membutuhkan waktu yang lama. Jika membentuk tim kecil, bisa jadi tidak mendapatkan ide terbaik sesuai ekspektasi yang diinginkan. Diserahkan kepada pimpinan, bisa jadi ide yang dipilih adalah ide yang tidak diunggulkan oleh peserta *brainstorming*.

Artinya, ketiga teknik evaluasi ide tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan. Terpenting adalah seluruh peserta *brainstorming* ikhlas dan tulus menerima hasil evaluasi, karena tidak ada ide yang sempurna. Hanya mendekati kesempurnaan.

KESIMPULAN

Penggunaan teknik kreatif *brainstorming* dalam proses kreatif produksi program televisi nondrama merupakan salah satu metode yang umum digunakan dibanding dari teknik kreatif lainnya. Khususnya untuk program nondrama, yang memiliki

unsur faktual dan imajinasi yang dipadukan dalam satu paket program siaran. Baik untuk program regular yang diproduksi secara berkala maupun untuk program special, yang diproduksi pada event-event tertentu.

Selain itu, *brainstorming* adalah teknik kreatif yang melibatkan lebih dari satu orang, sehingga dalam proses kreatifnya menjadi menarik, karena setiap orang yang terlibat dalam *brainstorming* dapat memberikan pendapat, tanpa intervensi atau evaluasi dari anggota atau pimpinan *brainstorming*. Orang yang terlibat dalam *brainstorming* dihargai sama tanpa melihat senioritas, junioritas, anajer, bawahan, dan lainnya.

Oleh karena itu, teknik berpikir *brainstorming* sangat tepat digunakan dalam proses kreatif program nondrama, yang membutuhkan sentuhan kreatif, imajinatif, artistic, serta emosional, pada materi dan kemasannya yang memiliki unsur hiburan, informasi, edukasi, dan manfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Buzan, Tony. (2014). *Buku Pintar Mind Map*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Cury, Ivan. (2011). *Directing and Producing for Television a Format Approach*. New York & London: Focal Press.

Dewi, Lokita Pramesti. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Pendidikan*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.

Fachruddin, Andi. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: Andi.

Hamadi, Ali Al. (1999). *30 Cara Menjadi Kreatif*. Jakarta: Khalifa.

Kriyantono, Rachmat, (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

Latief, Rusman & Yusiatie Utud. (2015). *Siaran Televisi Nondrama, Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Prenada Media Kreatif.

Latief, Rusman & Yusiatie Utud. (2017). *Kreatif Siaran Televisi, Hard News, Soft News, Drama, Nondrama*. Jakarta: Prenada Media Group.

Latief, Rusman & Yusiatie Utud. (2023). *Kreatif Film Iklan Layanan Masyarakat Era Digital*. Jakarta: Prenada Media Group.

Latief, Rusman. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. Jakarta: Prenada Media Group.

Michalko, Michael. (2019). *Cara Menjadi Kreatif & Genius*. Penerj. Dwi Prabantini. Yogyakarta: Lautan Pustaka.

Naratama. (2013). *Menjadi Sutradara Televisi Dengan Single dan Multicamera*. Jakarta: Grasindo.

Naratama. (2013). *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo.

Ningrum, Restia. (2021). *Seni Berpikir dan Bertindak Kreatif*. Yogyakarta: Psikologi Corner.

Owen, Jim & Gerald Millerson. (2009). *Television Production*. New York & London: Focal Press.

Rawlinson, J. Geoffrey. (1989). *Berpikir Kreatif & Sumbang Saran*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Santoso, Denny. (2021). *Content Creator Black Book*. Jakarta: Tribelo Digital Global.

Sudarma, Momon. (2016). *Mengembangkan Keterampilan Berpikir Kreatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Sudoyo, Wahyu. (2023). Program ASO Berhasil, 571 Stasiun TV sudah Bermigrasi ke Siaran Digital. Dalam <https://www.infopublik.id/kategori/tv-digitalaso/719447/program-aso-berhasil-571-stasiun-tv-sudah-bermigrasi-ke-siaran-digital#:~:text=Jakarta%2C%20InfoPublik%20%E2%80%93%20Kementerian%20Komunikasi%20dan,%E2%80%9CSekarang%20jumlah%20siarannya%20695>. Diakses, 8 Maret 2023.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. (2022). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustakabarupress.

Timpe, Dale A. (2002). *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia, Kreativitas*. Jakarta: Elex Media Komputindo.