

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Seperti yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, objek dari penelitian ini adalah komedi situasi *Kejar Tayang*. Konsep cerita dari komedi situasi ini berasal dari Trans TV. Oleh karena itu, di dalam objek penelitian ini, peneliti akan memulai memaparkan dari Trans TV, tim penulis *Kejar tayang*, *Bros Picture*, komedi situasi, dan komedi situasi “*Kejar Tayang*”. Alasan mengapa harus memulai dari Trans TV adalah seperti yang telah disebutkan di atas, bahwa konsep awal dari komedi situasi ini berasal dari Trans TV dan ditayangkan oleh stasiun televisi swasta tersebut. Konsep tersebut kemudian dikembangkan oleh Trans TV bersama dengan tim penulis yang telah dihubungi oleh tim produksi komedi situasi yang bersangkutan dari Trans TV. Sedangkan *Bros Picture* adalah rumah produksi yang mengeksekusi penggarapan komedi situasi tersebut. Kemudian, sebelum memaparkan mengenai komedi situasi “*Kejar Tayang*” itu, alangkah baiknya jika peneliti memulainya dengan memaparkan mengenai komedi situasi itu sendiri.

Peneliti mengumpulkan data-data mengenai Trans TV dan *Bros Picture* dengan melakukan kunjungan ke perusahaan yang bersangkutan dan melakukan beberapa wawancara. Peneliti juga melakukan studi literatur untuk mendapatkan pengertian mengenai komedi situasi. Untuk program acara “*Kejar Tayang*”, peneliti mendapatkan informasi dari wawancara informal dengan produser “*Kejar Tayang*” dan beberapa kru saat peneliti mengunjungi studio Palem, tempat dimana

komedi situasi ini diproduksi. Selain itu, informasi juga didapat dari data-data yang berupa *credit tittle* “Kejar Tayang”.

A. TRANS TV

Data-data mengenai Trans TV diperoleh penulis dari perusahaan itu sendiri yang dimuat dalam bentuk *Highlights*, yaitu data yang berisi *company profile* Trans TV dan berbentuk *handout*, serta data yang berasal dari web TRANS CORP di <http://www.transtv.co.id/> .

A.1. SEJARAH TRANS TV

Trans TV mulai mengudara secara teknis pada tanggal 22 Oktober 2001 di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi dengan pola teknik selama beberapa jam per hari. Pada tanggal 25 Oktober Trans TV menyiarkan secara langsung upacara peresmian Bandung Supermall, kawasan perbelanjaan paling luas di Ibukota Jawa Barat.

Program *Trans-Tune-In* dikemas dengan gaya radio untuk memperkenalkan Trans TV pada masyarakat. Pada tahap ini, dua pembawa acara membawakan kuis interaktif guna memikat calon penonton, sambil menyuguhkan rangkaian video klip. Divisi pemberitaan menyajikan program Jelajah, yang berisi paket-paket *feature*. Pada akhir pekan, para pecandu bola dapat menikmati siaran langsung kompetisi sepak bola *La Liga*.

Pada tanggal 15 Desember 2001, Trans TV memulai siaran perdana tepatnya pukul 17.00 WIB dengan mengawali siaran langsung *launching* dari Gedung Trans TV. Secara berurutan, menara-menara pemancar di Yogyakarta yang juga mencakup kota Solo, Semarang, Surabaya, dan terakhir Medan mulai

berfungsi, sehingga memperluas jangkauan siaran Trans TV ke wilayah-wilayah utama Indonesia. Kalangan pertelevisian menjadikan tujuh kota ini sebagai indikator untuk dasar perhitungan AC Nielsen dengan tujuan untuk mengetahui popularitas dari suatu program maupun *TV station*, dimana jumlah penonton televisi per menit dihitung dengan metode *random sampling* dengan bantuan *people meter*.

Mulai 1 Desember 2001, *TransTune-in* berganti dengan *Transvaganza* seiring dengan bertambahnya jam siaran TransTV. Dalam tahapan ini, Trans TV mulai menayangkan film-film asing serta program non-drama berupa kuis “Tebak harga”. Kuis ini merupakan adaptasi dari kuis “*The Price is Right*” yang kondang sejak tahun 1970-an dan ditayangkan di 22 negara.

Transvaganza ditayangkan dari 1-14 Desember 2001 dan merupakan contoh program-program Trans TV yang dapat diikuti pemirsa setiap minggu mulai tanggal 18 Desember 2001 hingga 28 Februari 2002. Penambahan jam tayang secara bertahap ini memuncak pada tanggal 1 Maret 2002 saat Trans TV mulai siaran penuh, yaitu 18 jam sehari pada hari Senin-Jumat, dan 22 jam sehari pada hari Sabtu dan Minggu. Pada September 2002, Trans TV mulai mengudara 20 jam setiap hari terkecuali hari Sabtu, 24 jam nonstop bila ada pertandingan Liga Spanyol. Penambahan jam tayang ini juga menambah program acara diantaranya program acara keagamaan Sentuhan Qalbu.

Mulai Selasa, 12 Juli 2005 hingga 6 (enam) bulan kedepan, dikeluarkan Peraturan Menkominfo No. 11/P/M.Kominfo/7/2005 dimana dalam peraturan menteri tersebut diberlakukan pembatasan jam siar hingga jam 01.00 dan mulai

siaran kembali jam 05.00. Pada dasarnya siaran Trans TV menganut konsep *general entertainment*, sehingga pemirsa bisa menikmati berbagai tayangan hiburan drama maupun non-drama, serta tayangan berita.

A.2. VISI TRANS TV

Visi dari stasiun televisi ini adalah menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi *stakeholders*, menyampaikan program-program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh *stakeholders* serta mitra kerja, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

A.3. MISI TRANS TV

Misi dari Trans TV adalah sebagai wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi.

A.4. ARTI LOGO DAN SLOGAN TRANS TV

A.4.1 Arti logo Trans TV



Gambar 2.1

Logo Trans TV berbentuk berlian, yang menandakan keindahan dan keabadian. Kilauannya merefleksikan kehidupan dan adat istiadat dari berbagai pelosok daerah di Indonesia sebagai simbol pantulan kehidupan serta budaya

masyarakat Indonesia. Huruf dari jenis serif, yang mencerminkan karakter abadi., klasik, namun akrab dan mudah dikenali.

A.4.2 Slogan Trans TV

Trans Tv memiliki slogan “Milik Kita Bersama”. Trans TV benar-benar merupakan penyajian program-program yang dapat memuaskan pemirsanya.

A.5. MANAJEMEN TRANS TV

PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV) merupakan perusahaan yang dimiliki PT Para Inti Investindo yang merupakan kelompok usaha di bawah bendera Para Group. Trans TV memperoleh ijin siaran nasional dari pemerintah pada bulan Oktober 1998 setelah lulus dari ujian kelayakan yang dilakukan tim antar departemen.

Jajaran Direksi Trans TV terdiri dari:

President Commisioner	: Chairul Tanjung
President Director	: Wishnutama
Finance dan Human Resources Director	: Warnedy
Sales dan Marketing Director	: Atik Nurwahyuni Sulistiowati

A.6. MODAL DASAR DAN INVESTASI TRANS TV

Trans TV dibangun dengan modal investasi sebesar Rp 600 milyar. Dana sebesar ini berasal dari group Para sebesar Rp 300 milyar dan Rp 300 milyar sisanya berupa dana pinjaman komersial dari Bank Mandiri. Melihat prospek belanja iklan pada tahun 2002, Trans TV optimis mampu menanggung pendapatan iklan yang cukup baik dan bisa balik modal (*break event*) pada operasi tahun kedua, atau pada tahun 2003.

Di bawah label “*Strategic Partnership Trans TV-TV7*”, pada awal Agustus 2006 telah ditandatangani nota kesepakatan antara Jakob Oetama pemilik TV7 dengan Chairul Tanjung pemilik Trans TV. Berdasarkan kesepakatan itu, Trans TV memiliki 49% dari saham TV 7, sesuai dengan batasan kepemilikan saham untuk tambahan stasiun televisi sebagaimana ditetapkan undang-undang. Dengan jumlah saham sebesar itu, Trans Corps, sebagai pemilik Trans TV, menjadi pemilik saham mayoritas karena diberi wewenang untuk memimpin pengelolaan TV7. Trans Corp singkatan dari Trans Corpora adalah payung usaha Para Group dalam bidang *Media, Lifestyle, dan Entertainment*.

A.7. TARGET AUDIENCE

Trans TV membidik segmen pemirsa kelas menengah ke atas, atau yang dikenal dalam istilah pemasaran kelompok A,B,C.

A.8. PROGRAM KONTENT

- Tahun I : 60% program asing, 40% program lokal (50% dari program lokal merupakan produk sendiri).
- Tahun II : 45% program asing, 55% program lokal
- Tahun III : 30% program asing, 70% program lokal
- Tahun IV : lebih dari 75% merupakan program lokal
- Tahun V : 13% program asing, 87% program lokal
- Tahun VI : 19% program asing, 82% program lokal
- Tahun VII : 24% program asing, 76% program lokal

A.9. SUMBER DAYA MANUSIA TRANS TV

Sumber Daya Manusia merupakan aspek vital dalam sebuah perusahaan. Oleh karena itu, peranannya sangat penting di dalam perusahaan selain juga teknologi yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Sejak tahun 2000 Trans TV melakukan *road show* ke kampus-kampus utama di berbagai kota di Indonesia, guna merekrut bakat-bakat terbaik yang ada di sana. Trans Tv juga merekrut tenaga-tenaga berpengalaman dari semua stasiun televisi swasta yang ada, meskipun jumlahnya tidak sebesar atau sebanyak tenaga yang belum berpengalaman. Semua ini dilakukan guna mewujudkan visi Trans TV untuk menjadi televisi terbaik dengan menyajikan program-program berkualitas dan turut serta meningkatkan kesejahteraan dan kecerdasan masyarakat.

A.10. GEDUNG TRANS TV

Gedung Trans TV merupakan gedung pertama di Indonesia yang dirancang khusus bagi stasiun televisi. Dalam gedung sembilan lantai ini, ditanami kabel-kabel (termasuk kabel serat optic) sepanjang 1300 meter guna mendukung sistem siaran digital yang digunakan oleh Trans TV. Gedung ini dibangun dengan arsitektur neoklasik.

Lantai pertama digunakan untuk memproduksi program-program drama dan non drama. Tiga studio terletak di lantai ini., yaitu studio satu yang luasnya 900 m² dengan kursi penonton sebanyak 365 buah. Studio 2 dengan luas 600 m², dan studio 3 dengan luas 400 m². Terdapat pula Kafe Zanzibar yang dikemudian hari diharapkan menjadi pusat pertemuan artis, tokoh masyarakat, tokoh periklanan, ataupun perindustrian dalam suasana santai.

Lantai dua terdapat ruang kontrol utama TRANS TV dan TRANS7. Disinilah merupakan jantung operasi penyiaran Trans TV dan Trans 7, serta dibangun dengan teknologi digital penuh. Ruang kontrol utama ini mampu beroperasi nyaris tanpa pita (*tape-less operation*). **Lantai tiga** dapat disebut sebagai markas divisi pemberitaan, termasuk studio keempat yang dilengkapi dengan *Virtual-Set*, yaitu teknologi pendukung yang digunakan untuk menunjang siaran pemberitaan. Karena lantai ini dirancang untuk beroperasi 24 jam penuh dalam tujuh hari sepekan, maka lantai ini dilengkapi dengan kamar-kamar serta kamar mandi, dan juga cafeteria.

Lantai empat berfungsi banyak. Di sini terdapat banyak perpustakaan, bioskop mini serta ruang pertemuan besar. Disini terdapat pula departemen manajemen sumber daya manusia dan general affairs Trans TV dan Trans 7. Di **lantai lima** dan **enam**, digunakan sebagai unit kerja News dan Produksi TRANS7 dan departemen keuangan dari Trans TV. Untuk bagian *sales & marketing, public relations promotion on air, traffic*, dan *programming* yang sebelumnya berada di lantai lima dan enam sekarang bertempat di Menara Bank Mega lantai 20.

Lantai tujuh dan **delapan** terdapat departemen produksi, produksi dan fasilitas, transmisi dan legal. Ruangan-ruangan berbentuk unik yang terletak di **lantai Sembilan** disediakan bagi Direktur Utama dan wakilnya, *Corporate Secretary* dan internal audit. Dinding melengkung yang didominasi kaca menyajikan pemandangan yang lapang bagi penghuni ruangan.

A.11. PARA PENDUKUNG TRANS TV

Satelit : Telkom 1

TV Cable : Jakarta Kabelvision Channel 54

Surabaya Kabelvision

PT Satelit : Indovision

Peralatan : Panasonic, Leitech, NEC, Thomson, dll

Pemasok program

Asing : Warner Brothers, Universal, Colombia, FOX, Dream Works, Sonny Corp, Warner, dll.

Lokal : rapi Film, Multivision, Teguh Bakti Multivisitama, Starvision, GMM

B. **TIM PENULIS KEJAR TAYANG**

Setelah penjelasan sekilas mengenai Trans TV, selaku stasiun TV yang mencetuskan konsep komedi situasi ini, peneliti ingin menjelaskan mengenai tim penulis yang juga membantu dalam mengembangkan konsep tersebut. Data mengenai *tim penulis Kejar Tayang* ini, peneliti dapatkan dari wawancara dengan Hotnida Harahap selaku penulis Kejar Tayang yang ikut dalam mengembangkan konsep tersebut dalam pembuatan *pilot*. Wawancara dilakukan pada tanggal 2 Desember 2010-3 Desember 2010 via telepon.

Hotnida harahap adalah seorang penulis komedi situasi yang sebelum menulis Kejar Tayang, dia telah menulis beberapa komedi situasi seperti Bajaj Bajuri, Tante Tuti, maupun beberapa komedi situasi lainnya. Awalnya Hotnida Harahap bergabung dengan ANP. ANP adalah semacam sekolah untuk para penulis komedi situasi yang didirikan oleh Aris Nugraha. Jadi, para anggota yang

sekiranya sudah mampu berdiri sendiri, maka dia akan dilepas dan menulis komedi situasi sendiri. Contohnya adalah Hotnida Harahap yang sekarang menulis komedi situasi Kejar Tayang.

Hotnida Harahap mengatakan bahwa awalnya bapak Bisma Ali Satari selaku produser Kejar Tayang memberi tahu bahwa dirinya mempunyai konsep ide cerita komedi situasi, dan meminta tolong kepadanya untuk membantu mengembangkan konsep dan ide cerita tersebut sebelum di bawa ke dalam rapat tim produksi Trans TV. Akhirnya Hotnida yang biasa dipanggil mbak Onnie pun mengiyakan tawaran tersebut. Awalnya pak Bisma membawa konsep kasaran dimana cerita umum komedi situasi tersebut adalah kehidupan di sebuah *production house* dengan judul awal yaitu *“In Action”*.

Tokoh yang awalnya sudah ada dari bapak Bisma adalah tokoh Allo, David, Ine, Uu, dan Michelle. Karakter yang diberikan ke masing-masing tokoh itupun masih karakter yang sangat umum. Misalnya saja Allo, lelaki pemilik sebuah rumah produksi. *“Tugas saya adalah mendetailkan karakter-karakter tersebut, misalnya Allo: laki-laki yang sangat takut dengan istrinya, dan lain sebagainya.”* kata mbak Hotnida Harahap dalam wawancara yang dilakukan via telepon 2 Desember 2010,.

Dari penjelasan tersebut nampak bahwa tak terlihat adanya tokoh Juned dan Nicole dalam kasaran konsep yang diberikan oleh Trans TV. Tokoh Juned muncul awalnya dari ide mbak Onnie, sehingga tokoh tersebut sebenarnya bukanlah tokoh utama. Namun karena karakter yang dibawanya ternyata menarik , maka akhirnya dijadikan sebagai salah satu tokoh utama dalam komedi situasi ini

dan berperan sebagai seorang sutradara. Tokoh Nicole pun demikian. Di tengah-tengah revisi, pihak Trans Tv melihat adanya sosok bule yang menarik karena dia menggunakan dialek Jawa yang sangat kental. Sosok tersebut adalah Deasy Bouman yang sedang menjadi bintang tamu di acara Sahur Kita. Menurut para petinggi Trans Tv, sosok tersebut sangat unik, menarik dan tentu saja menjual, apalagi belum mengikuti program apapun. Karena pertimbangan itulah, maka tokoh Deasy Bouman yang akhirnya memerankan tokoh Nicole ini dimasukkan dalam *pilot* acara komedi situasi “Kejar Tayang”. *Pilot* program yang dipresentasikan di hadapan para petinggi trans TV tersebut mengalami sembilan kali revisi.

Seperti layaknya komedi situasi lainnya yang tidak hanya mempunyai satu penulis cerita, “Kejar Tayang” pun juga demikian. Penulis komedi situasi ini tidak hanya Hotnida Harahap yang kemudian bekerja dengan timnya yang diberi nama tim Hot namun juga tim Gelimak yang digerakkan oleh bang Rizal. Tim dari Hotnida Harahap ada Novia Faisal, Yusup Mokoginta dan Joni Faisal Badri.

Awalnya para penulis ini menggunakan sistem sinopsis. Jadi, misalnya masing-masing tim mengumpulkan 10 sinopsis, kemudian bagian produksi Trans TV seperti produser dan tim kreatiflah yang kemudian menyeleksi sinopsis mana yang menarik. Namun, karena komedi situasi ini sifatnya komersil, maka acara ini pun mencoba mengikuti pasar. Misalnya, mereka melihat para penonton yang sangat banyak menyukai sinetron dikarenakan adanya kesinambungan cerita yang membuat mereka penasaran, dan memaksa mereka menontonnya di episode selanjutnya. Oleh karena itu, konsep ide cerita diganti bukan lagi sistem sinopsis,

namun dengan menggunakan “mangkuk cerita”. Maksudnya, tim penulis akan rapat bersama dengan para produser dan tim kreatif dari Trans TV. Misalnya minggu ini akan membicarakan soal David, maka rapat akan ditemukan 5 point yang akan tayang dari hari Senin-Jumat yang akan membicarakan mengenai David. Untuk masalah pembagian, siapa menulis untuk poin apa, dimana poin tersebut adalah inti dari episode nya yang telah dirapatkan bersama, akan di bagi oleh pak Bisma selaku produser. *“Biasanya pak Bisma akan memberitahu kepada para penulis via email”* kata mbak Hotnida Harahap dalam wawancara via telepon tanggal 2 Desember 2010. Pembagian tersebut menurut Hotnida mungkin berdasarkan karakteristik di masing-masing penulis. Misalnya ketika Alloe ingin seorang anak, maka ia akan memberikannya kepada Rizal (Gelimaks) karena sama-sama memiliki naluri kebabakan.

B.1 Penciptaan Karakteristik di dalam Komedi Situasi “Kejar Tayang”

Telah diungkapkan di atas bahwa penulis dalam komedi situasi ini juga mengambil bagian dalam pembuatan *pilot*. Pihak Trans Tv datang dengan membawa konsep dan karakteristik secara umum di masing-masing tokohnya, dan pihak penulislah yang memberikan karakteristik secara detailnya. Namun, meskipun demikian, beberapa tokohpun menciptakan sendiri karakter-karakter tersebut. *‘Untuk karakter yang ada di Kejar Tayang sekarang sebagian juga merupakan pengembangan dari masing-masing pemainnya. Misalnya saja tokoh David yang suka mengucapkan “Ine, Ine, Ine”. Ternyata kalimat itu unik dan*

cocok, sehingga kalimat tersebut tetap dipakai bahkan dipakai sebagai identitas David yang playboy'.¹

Tokoh Nicole adalah tokoh yang muncul di tengah-tengah merevisi *pilot* program. Hal ini dikarenakan kemunculannya di acara 'Sahur Kita' di Trans Tv. Menurut para petinggi Trans Tv, tokoh Deasy Bouman adalah sosok yang unik dan tentu saja menjual. Oleh karena itu, tokoh tersebut dimasukkan dalam komedi situasi ini sebagai seorang pekerja magang sebagai *assistant producer* yang pada akhirnya diangkat menjadi pegawai tetap. *'Kita hanya tinggal menambahkan beberapa karakter, seperti agak-agak lamban, 'menangkap sesuatu dari sisi yang lain' misalnya ketika pak Nunu meminta tolong Nicole untuk memperpanjang surat kontrak, yang dilakukan Nicole adalah menggabungkan beberapa surat kontrak sehingga surat tersebut menjadi panjang, serta pandai memanfaatkan suatu hal'.²*

Untuk pemberian karakteristiknya, Hotnida Harahap yang akrab disapa mbak Onnie mengatakan bahwa pemberian karakter dicarikan sesuatu yang dekat dengan penonton. *'Karena ini industri pertelevisian, jadi tujuan utamanya adalah mengejar rating ya. Kita cari apa sih yang dekat dengan penonton? Misalnya saja ada tokoh sopir atau penambal ban, pokoknya suatu pekerjaan yang keras gitu ya..kok saya melihatnya lebih cocok orang Batak. Bukannya ada stereotip disini ya, namun itulah yang menurut saya lebih dekat dengan penonton. Bukan berarti orang Sunda tidak ada yang berperan sebagai penambal ban, namun kok*

¹ Hasil Wawancara dengan Hotnida Harahap 2 Desember 2010 pukul 18.00

² Hasil wawancara dengan Hotnida Harahap selaku penulis komedi situasi Kejar Tayang via telepon pada tanggal 2 Desember 2010 pukul 18.00

ya menurut saya yang dekat dengan masyarakat itu kalau masyarakat Batak. Jadi, kalau penontonnya sudah merasa dekat, mereka akan dengan mudah hanyut dalam cerita tersebut.’³

Selain karena dekat dengan penonton, sosok Nicole yang berikan karakteristik sebagai sosok yang bodoh, lamban, juga dikarenakan kebiasaan komedi situasi yang selalu memiliki satu tokoh yang memang dianggap bodoh. *“Simpel saja, setiap komedi situasi pasti akan ada satu tokoh yang mendapatkan posisi yang dimarginalkan. Misalkan saja, Bajaj Bajuri ada tokoh Oneng, Office boy ada tokoh Sasha. Untuk tokoh Nicole pun saya berikan yang seperti itu, karena jika diberikan sosok yang pintar menurut saya itu kurang menarik, karena kondisi tokoh yang sudah mendukung, dimana dia bule namun ‘medhok’ Jawa yang sangat kental. Kemudian, saya tambah beberapa karakter yang mungkin menjadi ciri khas orang Jawa, misalnya ada salah satu episode dimana Nicole lebih percaya pada primbon, jamu, dan semacamnya. Hal ini saya dapat dari hasil berbincang-bincang dengan teman yang kebetulan juga orang Jawa.”*

C. BROS PICTURE

Penjelasan mengenai Bros Picture ini akan diawali dengan penjelasan singkat mengenai Bros Indonesia. Bros Indonesia adalah sebuah perusahaan yang berdiri pada tahun 2005, dimana sekarang telah memiliki banyak anak perusahaan. Awalnya anak perusahaan dari Bros Indonesia adalah *lounge*, kemudian *coffeebros*, *Bros futsal* dimana terdapat enam lapangan futsal *indoor* di dalamnya, *Bros picture*, dan *Bros KTV*, tempat karaoke yang terletak di daerah yang strategis

³ hasil Wawancara dengan Hotnida Harahap, 22 Januari 2011 via telepon pukul 22.00

di kawasan Jakarta Selatan, tepatnya di *La Codefin* Kemang. Seperti yang telah dipaparkan di atas, dalam bahasan ini peneliti akan menjelaskan sekilas tentang *Bros Picture* (sumber: *Produser Bros Picture*).

Menurut Eko Hadi P, selaku produser, *Bros picture* ini mulai beroperasi sekitar tahun 2007. *Bros picture* adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang multimedia terutama dalam hal audiovisual, seperti pembuatan *video profile* perusahaan, video klip, video presentasi, maupun video liputan. Selain produksi, *Bros picture* juga menyediakan *post production* untuk kebutuhan pasca produksi dengan alat-alat standard *broadcast*. *Bros picture* juga mempunyai *event organizer* untuk perusahaan yang mempunyai acara seperti *gathering*, eksekusi, pameran, *outing*, dan lain-lain. (<http://bross.indonetwork.co.id/profile/pt-bros-indonesia-brospicture.htm>).

Jajaran *management team* dari *Bros Picture* terdiri dari :

President director : Wirya Witoelar

Producer : Eko Hadi P.

Marketing manager : Eko Hadi P.

Operasional manager : Rio Andi Sapada

Graphic Design : Ria

(sumber: *produser Bros Picture*)

Seluruh tim *Brospicture* merupakan tim yang mempunyai dedikasi yang tinggi dan berisi orang-orang yang mampu bekerja keras serta siap menghadapi tantangan baru. Mereka akan membentuk tim yang dinamis untuk mewujudkan apa yang klien inginkan. Tim *Brospicture* akan memberikan hasil dengan kualitas profesional namun dengan harga yang ekonomis (<http://brosictures.blog.com/>).

Beberapa karya awal *Brospicture* bisa dikatakan gagal karena alasan suatu hal, misalnya karena biaya produksi yang sangat besar, sekitar 6-7 milyar rupiah. Salah satu karya yang gagal tersebut berjudul “Malam Berdarah”. Kemudian, *Brospicture* mengadakan kerja sama dengan beberapa perusahaan seperti Dancow, Frisian Flag, Universitas Bina Nusantara, Kreaft, dan lain sebagainya. *Brospicture* juga menjalin kerja sama dengan Trans Tv. Dalam kerja sama ini, Trans Tv mempunyai konsep yang kemudian bersama dengan *Brospicture* konsep tersebut dikembangkan dan diproduksi. Beberapa program acara Trans Tv yang diproduksi oleh *Brospicture* adalah Bioskop Indonesia yang berjudul: “Tetanggaku Suka Darah” , “Legenda Raja Krupuk”, “Sekolah Dukun” (*Harry Potter* versi Indonesia), “Mendadak sakti 1”, “Nenek Grandong”, “Ramadhan dan Ramones”, dan “Mendadak Sakti 2”. Selain bioskop Indonesia, *Brospicture* juga memproduksi sebuah komedi situasi yang kini tengah ditayangkan di Trans Tv setiap hari Senin- Jumat pukul 16.00-16.30. Komedi situasi tersebut berjudul “Kejar Tayang” (*sumber: produser Bros Picture*). Sebelum menjelaskan mengenai komedi situasi “Kejar Tayang”, peneliti akan memberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai komedi situasi tersebut.

D. KOMEDI SITUASI

Komedi situasi atau yang biasa disingkat dengan istilah *sitcom* awalnya mengudara di radio U.S pada tahun 1926. Namun, mulai tahun 1940an, *sitcom* US telah mulai mengudara di televisi. Sekarang, komedi situasi ini menurut Slávka Tomaščíková dalam artikelnya yang berjudul “Sitcom within British Studies” menjadi salah satu genre populer di televisi.⁴

Menurut Jung dan Dewhurst, *The situation comedy is comedy and situation drama*. Situasi drama yang dimaksud disini adalah situasi atau setting dari cerita komedi tersebut. Misalnya saja ada *family sitcom*, yang berarti cerita dalam komedi situasi ini berfokus pada lingkungan internal sebuah keluarga. Suasana yang ada pun diatur sedemikian rupa sehingga benar-benar menggambarkan suasana rumah yang nyaman, meskipun sering terjadi berbagai permasalahan yang justru menjadi sebuah kelucuan. Salah satu contoh dari *family sitcom* ini adalah *The Simpsons*. Selain itu ada *workplace sitcom*, dimana cerita yang ada terjadi dalam sebuah lingkungan pekerjaan yang menceritakan hubungan antara pegawai yang satu dengan pegawai yang lain. Contoh dari *workplace sitcom* ini adalah *Ally McBeal*.⁵

Meskipun *the situation comedy* adalah *comedy and situation drama*, namun komedi situasi ini sebenarnya tidak hanya fokus pada situasi, namun pada juga

⁴ Diperoleh dari jurnal *Theory and Practice in English 4 (2005): Proceedings from Eighth Conference of British, American and Canadian Studies*. Department of English and American Studies . Faculty of Arts. University of Prešov, Slovakia (http://khup.com/download/0_keyword-sitcom-within-british/sitcom-within-british-studies.pdf)

⁵ Diperoleh dari hand out *That's Entertainment! A Survey of American and British Television*. Lecture: Jung and Dewhurst. University of Giessen, German. (http://khup.com/download/0_keyword-sitcom-jung-dewhurst/that-039-s-entertainment.pdf)

karakter (Blake, 2005:10). Bisa dikatakan bahwa komedi situasi ini memiliki ketetapan karakter. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Blake :*“There is little character development in sitcom because we keep our character trapped. They can’t move. They are stifled by their lives, their job, their relatives, and in situation which are often all off their own making.”* (Blake, 2005:13). Bahkan menurut Slávka Tomaščíková dikatakan bahwa karakter dalam komedi situasi sering mengandung suatu *stereotip* dimana mereka berusaha untuk melampaui batas-batas kebiasaan yang berlaku dalam sebuah konteks yang ada melalui tingkah laku yang mungkin kurang tepat.⁶

Menurut Goodwin dan Whannel dalam Burton (2000:181), komedi situasi harus menunjukkan struktur narasi simplistik yang melibatkan suatu masalah yang harus dipecahkan. Dalam program berdurasi setengah jam. yang diwujudkan dalam sebuah akun yang punya urutan logis temporal. Namun, seperti yang disampaikan oleh Blake, komedi situasi merujuk pada pentingnya tokoh dalam memecahkan narasi itu. Ciri tokoh itulah yang membuat kita tertawa, ciri yang juga kerap menyebabkan munculnya masalah dan solusi.

Secara teknis, biasanya komedi situasi berdurasi setengah jam, yang mungkin akan terpotong iklan, akhirnya durasi dari komedi situasi ini menjadi 25 menit. Jika komedi situasi ini berdurasi 1 jam, maka akan tampak seperti drama. Lalu hal ini akan menjadi sesuatu hal yang membingungkan untuk membedakan apa itu drama dan apa itu sitkom. Perbedaananya secara mendasar terdapat pada

⁶ Diperoleh dari jurnal *Theory and Practice in English 4 (2005): Proceedings from Eighth Conference of British, American and Canadian Studies*. Department of English and American Studies . Faculty of Arts. University of Prešov, Slovakia (http://khup.com/download/0_keyword-sitcom-within-british/sitcom-within-british-studies.pdf)

karakteristik yang bermain dalam cerita tersebut. Dalam komedi situasi hanya terdapat sedikit perkembangan karakter, karena karakter dalam komedi situasi, karena karakter yang terdapat dalam komedi situasi terkekang dan tidak dapat bergerak, mereka akan bertahan dalam hidup mereka, dalam posisi dan karakter dalam keluarga, pertemanan, pekerjaan, maupun situasi lainnya yang diciptakan (Blake, 2005:13). Contoh komedi situasi di Indonesia salah satunya adalah Kejar Tayang yang mengangkat kehidupan di lingkungan kerja sebuah *production house*.

E. KOMEDI SITUASI “KEJAR TAYANG”

“Kejar Tayang” adalah suatu komedi situasi yang ditayangkan di Trans TV. Acara ini mengangkat kehidupan para kru dan artis dalam proses pembuatan sinetron stripping. Adanya perbedaan karakter serta tuntutan pekerjaan akan membuat konflik-konflik dan situasi yang lucu dalam kegiatan kantor maupun syuting di lapangan. Acara ini sendiri diramaikan oleh Dwi Sasono, Rifky Balweel, Maya Septa, Sutan Simatupang, Julian Kunto, Deasy serta artis-artis pendatang baru lainnya yang berkualitas.

“Kejar Tayang” yang telah mencapai lebih dari 200 episode ini memulai syutingnya tanggal 5 Oktober 2009 dan memulai episode pertamanya di Trans TV pada tanggal 19 Oktober 2009. Acara ini telah berganti 4 kali jam tayang, yang pertama adalah pukul 17.30, 16.00, 18.30, dan sekarang kembali lagi ke pukul 16.00. Alasannya adalah karena ketika tayang pukul 17.30, acara ini terpotong dengan jam Adzan Maghrib sehingga diganti pada pukul 16.00, kemudian ketika tayang pada pukul 16.00, acara ini ingin dicoba dimasukkan pada jam-jam *prime*

time maka diganti pada pukul 18.30. Namun, karena rencana yang bisa terbilang cukup mendadak, oleh karena itu promosipun kurang bisa maksimal, sehingga tayangan ini kurang mampu bersaing dari segi rating dengan salah satu sinetron di stasiun televisi swasta, dan oleh karena itu “Kejar Tayang” kembali ke pukul 16.00, apalagi di jam 16.00, “Kejar Tayang” telah memiliki banyak penonton setianya.

Komedi situasi ini menceritakan suatu kegiatan di dalam sebuah rumah produksi yang bernama *BB Production*. Awalnya diceritakan bahwa *BB production* sedang melakukan penggarapan sebuah komedi situasi kejar tayang yang berjudul “Arini”. Pemeran Arini dalam komedi situasi tersebut adalah Michele, yang aslinya diperankan oleh Amanda Rigby. Setelah tayangan komedi situasi “Arini” ini selesai, *BB production* memproduksi sebuah tayangan *talk show* yang berjudul “Kimmie Show”. Dalam tayangan ini, Amanda Rigby tak lagi bermain di dalam komedi situasi “Kejar Tayang” melainkan terdapat tokoh baru yang bernama Kimberly Watson yang diperankan oleh Pamela Bowie. Kemudian, setelah acara “Kimmie Show” ini berakhir, *BB production* memproduksi *talk show* juga yang berjudul “Bibit Show”. Bibit Supeno yang diperankan oleh Mike Lewis ini berperan sebagai host dalam acara tersebut.



Gambar 2.2 Opening Tittle

D.1 Karakter pemain

Komedi situasi “Kejar Tayang” ini diperankan oleh para artis pendatang baru sehingga terkesan sangat “segar” dan tidak membosankan, serta membawa karakter yang unik di masing-masing tokohnya. Para pemain “Kejar Tayang” tersebut adalah Rifky Balwell, Deasy Bouman, Maya Septha, Dwi Sasono, Julian Kunto, Sutan Simatupang, Amanda Rigby, Pamela Bowie, Mike Lewis, dan Verdi Solaeman. Adapun karakter di masing-masing tokoh tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3

Dwi Sasono, pemeran tokoh Allo ini bermain sebagai direktur *BB production*.

Sebagai seorang direktur, Pak Allo digambarkan sebagai sosok yang beda dari direktur kebanyakan, yaitu “bodoh”, “kekanak-kanakan”, “*cengeng*”, “*sok bijak*”, dan, tidak pernah konsisten terhadap suatu hal. *Quote* yang terkenal dari

tokoh pak Allo ini adalah ketika bilang “Ahh....gillaaaa!” . Selain itu, yang paling khas dari tokoh Pak Alloe adalah cara tertawanya.



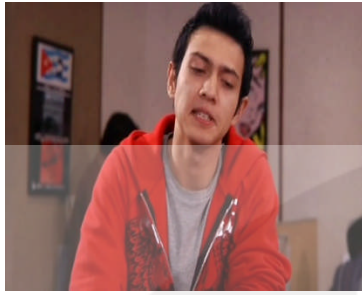
Gambar 2.4

Maya Septha, pemeran tokoh Ine yang mempunyai kedudukan sebagai asisten sutradara dalam *BB production* ini digambarkan sebagai seorang perempuan yang pintar dan konsisten dalam pekerjaannya. Ine juga digambarkan sebagai sosok yang mudah marah. Ine berasal dari etnis Batak yang diperlihatkan melalui dialek yang dia pakai ketika Ine sedang marah.



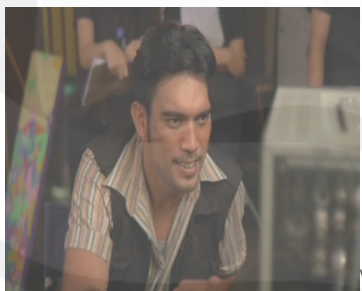
Gambar 2.5

Deasy Bouman, pemeran tokoh Nicole ini awalnya merupakan pekerja magang di sebuah *BB production*. Menurut peneliti, Nicole ini memiliki karakter yang unik. Hal ini dikarenakan nama dan fisiknya yang bule namun logat bicaranya yang sangat kental dengan logat Jawa. Sosok Nicole digambarkan sebagai seorang yang polos, bodoh, dan lambat dalam memahami sesuatu.



Gambar 2.6

Rifky Balweel, berperan sebagai David yang bertugas untuk mencari talent di *BB production* ini. David digambarkan sebagai seorang lelaki *playboy* yang selalu tidak memiliki uang. Sebagai seorang *playboy*, David selalu diperlihatkan sebagai seorang yang pintar merayu perempuan. Dalam cerita ini, diceritakan kalau David berpacaran dengan Ine, dan mereka pernah mengalami putus, namun sekarang mereka pacaran lagi.



Gambar 2.7

Sutan Simatupang, berperan sebagai Juned, seorang sutradara di *BB production*. Sutradara yang akrab dipanggil Bang Juned ini digambarkan sebagai seorang sangat kecanduan dengan sebuah situs jejaring sosial yang bernama *Facebook* dan kecanduan dengan sebuah teknologi yang berkembang sekarang yaitu *blackberry*. Apapun yang sedang dia alami atau lakukan pasti akan disempatkan untuk meng-*update* status di *Facebook* melalui *blackberry*. Bang Juned yang selalu menggunakan kata *ai* (*i=saya dalam bahasa Inggris*) dan *yu*

(u=kmu dalam bahasa Inggris). Selain itu, bang Juned sering kali menyombongkan diri dengan menyebutkan beberapa sitkom dan film yang telah ia sutradarai.



Gambar 2.8

Julian Kunto, berperan sebagai seorang *office boy* yang bernama Uu. Uu selalu digambarkan sebagai seorang yang polos, pelupa, baik, dan rajin. Uu yang selalu berbicara dengan logat Manado ini sangat menginginkan untuk bisa ikut casting dan masuk tv. Bekerja di dunia pertelevisian, namun dia sama sekali belum pernah masuk TV. Pada suatu saat, ada pencari bakat yang menawarkan Uu untuk menjadi bintang laga di Hongkong. Karena masuk tv adalah cita-cita terbesarnya, maka Uupun menerima tawaran itu. Kemudian peran *office boy* yang menggantikan Uu adalah Aa yang sama-sama diperankan oleh Julian Kunto, namun secara fisik diberi tambahan kumis. Tokoh Aa juga sangat kental dengan logat Sundanya.



Gambar 2.9

Verdi Solaiman, berperan sebagai pak Nunu yang juga menduduki kursi kepemimpinan di *BB production*. Pak Nunu adalah kakak ipar dari Pak Allo, karena adik perempuannya yang bernama Nana menikah dengan pak Allo. Ia digambarkan sebagai sosok yang bijaksana, puitis, dan baik. Adegan yang ia perankan dan menambah kocaknya acara ini adalah ketika Pak Nunu mengeluarkan pepatahnya yang kemudian disambungkan dengan sebuah lagu, setelah itu ia nyanyikan dengan gaya yang sesuai dengan penyanyi aslinya. Pak Nunu ini adalah cinta pertama Nicole di *BB production*. Namun, karena dia harus mengurus perusahaannya yang berada di Italia maka ia terpaksa meninggalkan *BB production*. Kisah romantis yang akan dibangun oleh Nicole dan Pak Nunu pun gagal terjalin. Jadi, bisa dikatakan jika Verdi Solaiman ini merupakan tokoh lama dari komedi situasi “Kejar Tayang” ini.



Gambar 2.10

Amanda Rigby, pemeran Michele ini sangat berperan penting dalam penggarapan komedi situasi Arini oleh *BB production*. Hal ini dikarenakan Michele lah yang memerankan tokoh Arini tersebut. Michele yang berbicara dengan dialek bak orang luar negeri ini memiliki sifat yang mudah marah jika disinggung soal fisiknya. Iapun juga mudah marah jika ia harus menunggu lama untuk syutingnya, dan jika apa yang terjadi itu tidak sesuai dengan keinginannya.

Quote yang sering diucapkan oleh Michele adalah “*whatever..!*” Seperti Verdi Solaiman, Amanda Rigby ini juga tokoh lama dari komedi situasi “Kejar Tayang” ini.



Gambar 2.11

Pamela Bowie, pemeran Kimberly Watson ini merupakan tokoh penting dalam acara *Kimmie Show*. Hal ini dikarenakan tokoh yang biasa dipanggil Kimmie inilah yang berperan menjadi *host* dalam acara tersebut. Kimmie digambarkan sebagai perempuan muda yang berbakat, sombong, manja, mudah *ngambek*, dan sangat hobi mengubah-ubah nama panggilan, seperti Inne yang sering ia panggil Iis.



Gambar 2.11

Mike Lewis, bermain sebagai Bibit Supeno. Meskipun fisik dan gaya bicaranya itu bule, namun Bibit dalam acara ini digambarkan sebagai tokoh yang berasal dari Klaten. Dalam *BB production*, perannya sangat penting dalam acara

Bibit show, karena dialah yang menjadi host di dalam acara ini. Bibit ini sempat berpacaran dengan Nicole namun akhirnya putus, karena ternyata mereka masih ada hubungan keluarga, yaitu sepupuan.

D.2 Crew “Kejar Tayang”

Kesuksesan komedi situasi “Kejar Tayang” ini merupakan kerja keras dari para crew “Kejar Tayang”. Para Crew tersebut adalah sebagai berikut :

TABEL 2.1
CREW “KEJAR TAYANG”

JOB DESCRIPTION	NAME	JOB DESCRIPTION	NAME
Trans TV	Bisma Ali Satari	DoP	Memed
Trans TV	Cicis		Anno Ae
Trans TV	Ozim		Omar
Trans TV	Ana		Dodo
Trans TV	Santo		Dalde
Trans TV	Archias		Ponsky
Produser Kreatif	Archie		Lardi
Produser	Eko Hadi Putra		Yudha
Production Manager	Meera Delima A.		Agus
Asst. Produser (PA)	Dewi Anggraini		Dayat
Accounting	Sigit M.		Fajar DS
Production Crew	Dika		Dedi DS
Production Crew	Jati		
Director	R. Eka Wijaya	Sound Recordist	Sadewo Prasetyo
Asst. Director	Reza		Indra
Co. Director	Bima Oktovani		Oni
Asst. Co. Director	Trisna		Opan
Asst. Schedule	Ade Rahma		Opick
Director	Adek Azhar	Editor	Toma Margens
Asst. Director	Fikri		Aditia Respati
Co. Director	Pandu		Hendra

Asst. Co. Director	Samuel		Habibie
Art Director	Heri Bertus		Ocho
Manager Art	Marizky Putri		Ajay
Art Crew	Gerry Indrajani	Ine	Maya Septha
	Dimaz Akbar	David	Rifki Balweel
	Angga Putra	Nicole	Deasy Bouman
	Adam	UU	Julian Kunto
	Ari Thile	Allo	Dwi Sasono
	Jaingot	Kimberlly	Pamela Bowie
Talco	Saiful	Juned	Sutan Simatupang
	Nenny Kinoy	Genset	Mudi
Wardrobe	Agustino Mohede	PU	Jhoni Husin
	Anggi Juju		Embi
	Nuisha		Rio
	Zynnah Yosie		
	Iis		
	Rere Spears		
	Atha Tanti		

Sumber: data brosur picture (last update: 9 April 2010)