

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan mengenai Kreativitas Produser Garuda TV dalam Menjaga Eksistensi Program Acara K-tizen Daebak, di mana produser mengikuti empat tahapan proses kreatif. Tahapan-tahapan tersebut meliputi Persiapan, Inkubasi, Iluminasi, dan Verifikasi yaitu:

1) Persiapan (*preparation*)

Dalam tahapan persiapan program K-tizen Daebak, produser menerapkan strategi kreatif dengan segmentasi target penonton berdasarkan psikografis, menargetkan individu berminat fanatik pada budaya Korea. Pemilihan format talkshow dan penyesuaian bahasa dalam naskah menjadi langkah kreatif untuk memperkuat daya tarik program. Kendati menghadapi kendala hak cipta lagu, produser tetap kreatif dengan menyajikan program melalui website Garuda TV. Keseluruhan, strategi kreatif dalam tahap persiapan ini memberikan kontribusi penting dalam mempertahankan eksistensi dan daya tarik K-tizen Daebak.

2) Inkubasi (*incubation*)

Tahap inkubasi, penting dalam kreativitas seperti yang diakui oleh Graham Wallas, terbukti relevan bagi produser. Produser menggunakan waktu istirahat untuk mengumpulkan inspirasi, terlepas dari media sosial, sebelum merancang materi program K-tizen Daebak. Dalam proses ini, ide-ide matang dikembangkan melalui sumber referensi, termasuk media sosial dan interaksi dengan penonton. Tahap inkubasi memberikan kontribusi penting dalam mematangkan konsep dan merancang materi program secara efisien.

3) Iluminasi (*illumination*)

Tahap iluminasi dalam pengembangan program televisi K-tizen Daebak menjadi titik penting dalam menciptakan konten yang kreatif dan orisinal. Melalui persiapan matang, kerjasama dengan pihak luar, penggunaan bahasa yang tepat, dan

pemilihan narasumber yang relevan, program ini berhasil menjaga eksistensinya dengan menyajikan konten yang menarik bagi penontonnya. Tahap ini mencerminkan momen di mana ide-ide baru dan pemahaman baru muncul, menghasilkan konten yang unik dan beragam tentang budaya Korea.

4) Verifikasi (*Verification*)

Tahap verifikasi dalam proses kreatif, yang melibatkan pelaksanaan dan pengujian ide-ide yang telah direncanakan sebelumnya, menjadi kunci utama dalam pengembangan program televisi K-tizen Daebak. Dalam tahap ini, produser Garuda TV melakukan evaluasi berkala untuk memastikan kualitas program dan melibatkan host serta tim produksi untuk memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah penonton. Berbagai elemen kreatif seperti gimmick, funfare, punching line, dan program interaktif digunakan dengan cermat untuk menciptakan pengalaman menonton yang menarik dan berkesan. Meskipun General Rehearsal tidak dilakukan karena kendala tertentu, produser tetap berhasil menghadirkan program yang kreatif dan inovatif, dengan memanfaatkan fashion, musik, dan berbagai strategi kreatif lainnya untuk mempertahankan eksistensi serta menarik minat audiensnya.

5.2 Saran

Setelah mendapatkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis ingin memberikan saran sebagai panduan dan penilaian berdasarkan teori, akademis, dan praktis. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1) Secara Teoritis

Penulis berharap bahwa penerapan teori Proses Kreativitas oleh Graham Wallas dalam penelitian ini dapat membawa inovasi baru dan menghasilkan analisis yang dapat menjadi solusi bagi industri media televisi dan sektor media lain yang sedang menghadapi tantangan dan hambatan dalam menjaga eksistensi program acara, terutama mengingat kebutuhan penonton yang terus berubah. Proses kreatif pada program acara K-tizen Daebak, pada intinya, mencakup seluruh tahapan

persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi yang perlu dihadapi dalam menentukan kreativitas suatu program acara.

2) Secara Akademis

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi peneliti lain di masa mendatang dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama terkait dengan kreativitas produser di media televisi. Harapan penulis kedepannya adalah untuk melakukan eksplorasi yang lebih mendalam terhadap proses kreatif di berbagai program yang disiarkan oleh Garuda TV. Penelitian ini juga berpotensi untuk dikembangkan melalui studi yang menganalisis persepsi audiens terhadap program K-tizen Daebak.

3) Secara Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Garuda TV untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di tim produksi program K-tizen Daebak, sehingga tim tidak terlalu terbebani dalam menciptakan episode baru setiap hari. Dengan demikian, diharapkan program K-tizen Daebak dapat terus berinovasi dalam konten dan platform seperti YouTube untuk menarik lebih banyak penonton. Selain itu, disarankan kepada produser untuk melakukan *General Rehearsal* guna mengurangi kemungkinan kesalahan dan *retake* selama proses produksi.